

2023年5月15日 星期一

本版责编 杜汶昊 本版美编 郭佳卉

到洛阳“变装穿越”爆火 “汉服+旅游”如何激活文旅消费密码

中国城市报记者 张亚欣

近日,河南省洛阳市凭借汉服“圈粉”无数,火速“出圈”。

数据显示,“五一”假期,洛阳市接待游客636.69万人次,旅游总收入52.39亿元。龙门石窟、老君山跻身综合平台线上浏览量和预订热度全国十大热门景区。美团数据显示,“五一”假期洛阳汉服体验线上订单量环比节前增长680%。

洛阳为何能够凭借汉服引流并火速“出圈”?其他城市是否也能借鉴“汉服+旅游”的模式吸引游客?时至今日,“汉服+旅游”还能算是一门好生意吗?

汉服文化激活 洛阳新消费场景

朱阁璀璨入画,罗衣锦绣如云,年轻人裙裾飘飘、团扇遮面穿梭于历史遗迹间、流连在牡丹花丛中……如今,这样的景象在洛阳洛邑古城、隋唐洛阳城、龙门石窟等景区随处可见,穿着汉服逛景区似乎已经成为游客游览洛阳的标配。

实际上,洛阳凭借汉服“出圈”并非一蹴而就。早在2018年,洛阳就举办了首届中国洛阳华夏汉服文化旅游节,邀请数万人着汉服游洛阳城。随后几年,洛邑古城等多个景区选择花朝节等传统节日,邀请汉服爱好者身穿汉服在园区内祝词吟诵,同时展现插花、簪花、品茶等传统民俗。

当“变装”旅行新风口到来时,洛阳凭借在汉服领域持续的文化积淀,迅速抓住了爆红

的机会。去年12月,一位在某平台仅3000多粉丝的游客拍摄的由日常服饰到汉服的新颖变装视频爆火,短期点赞量就达到了16.8万次。素人游客分享的“种草”攻略中,洛阳汉服成热门标签,实现游客“自来水式”传播。截至目前,洛邑古城和隋唐洛阳城汉服体验等话题热度仍不断攀升,洛阳持续霸榜抖音最受欢迎的汉服热门打卡地。

不久前结束的洛阳牡丹文化节聚焦年轻人,策划了全城剧本杀、博物馆奇妙夜等特色文旅活动,引来众多年轻人到洛阳进行一次穿越之旅。特别是推出的隋唐洛阳城国风穿越节等活动,还原国风市集场景,让年轻游客穿越千年古都、梦回隋唐盛世……如今,在洛阳,一批集空间游玩、沉浸互动、唐乐歌舞演艺、文化社交休闲等于一体的新消费场景的涌现,让热爱传统文化的年轻人乐在其中。

此外,在政策方面,洛阳也彰显出它的与众不同。据悉,近年来,在新春游园会、牡丹文化节期间,隋唐洛阳城、王城公园等景区纷纷推出“穿汉服免费游园”政策。今年,洛阳更是推出穿汉服免费坐地铁的优惠政策,地铁站里的“太平公主”“上官婉儿”们一下打破了古与今的“次元壁”。

商务部研究院副研究员洪勇在接受中国城市报记者采访时坦言,洛阳之所以能够凭借汉服引流并火速“出圈”,得益于其深厚的文化底蕴、多元化的旅游产品、丰富的旅游活动和强大的宣传推广。

“洛阳提供的不仅有汉服,还有丰富的美景和场景,这是传播地方文化和推广城市品牌的一种方式。同时,沉浸式体验、场景化摄影为游客提供了新的娱乐方式。”南京农业大学规划院上海分院院长孙文华在接受中国城市报记者采访时称,洛阳拥有悠久的历史,汉服与当地的文化场景相融,更能够彰显游客的风采。旅游体验好不好,投票的还是游客,不是汉服带火了洛阳,而是汉服文化激活了洛阳的特色场景。

立足本地资源禀赋 探索文旅创新跨越之路

“汉服+旅游”为洛阳吸引了大量游客。其他城市是否也能借鉴“汉服+旅游”模式来引流?

财经评论员张雪峰在接受中国城市报记者采访时表示,其他城市也可以借“汉服+旅游”吸引游客,但需要根据自身的历史文化和地域特色有针对性地进行开发和推广。同时,需要注意保持文化的纯粹性和正统性,避免商业化和低俗化倾向。

随着以00后为代表的消费群体崛起,沉浸式旅游逐渐成为旅游新风尚。其中,汉服体验是最热门的游玩方式之一。其实,除洛阳外,千年古城西安也是汉服体验地之一。据西安大唐不夜城的工作人员介绍,今年以来,在街区体验唐装汉服的游客明显增多。目前街区共有4家汉服体验馆,提供服饰、妆面、跟拍一条龙服务。

大唐芳华汉服体验馆位于大唐不夜城,店主华莉莉称,从

今年春节开始,汉服体验的热度就一直在持续。一方面,是因为西安丰富的历史文化资源为游客提供了浓厚的“穿越”氛围;另一方面,也体现出当代年轻人对传统文化的喜爱度在不断提升。

文旅产业发展分析师方希告诉中国城市报记者,仔细对比洛阳和西安不难发现,二者都是历史悠久的古都型城市,具备借汉服体验发展旅游业的基因;而在相对摩登的城市想要布置符合情景的场景不仅投入较多,而且会稍显格格不入。因此,方希认为还是选择历史文化厚重,且最好有一定史学依据的城市发展“汉服+旅游”较好。

此外,方希还表示,发展“汉服+旅游”产业链,离不开政府的支持,应鼓励有历史文化底蕴的城市向洛阳“取经”。同时,她建议各地应深入调研和梳理本地特色资源禀赋,借鉴行业先进经验,激活文旅消费密码,引领城市走上创新跨越之路,实现经济社会文化高质量发展。

据悉,不久前洛阳市委召开的文旅产业发展专题会议明确提出,将持续用好汉服引流元素,推出更多汉服体验新方式,办好汉服走秀、巡游、快闪等活动,组建行业协会,制定技术标准,拉长产业链条,提升汉服经济发展水平。洛阳市文化广电和旅游局相关负责人在接受媒体采访时也透露:“接下来,我们将规范汉服行业发展,组建汉服文化协会,加强行业自律,引领汉服经济良性发展;

同时,用好汉服引流元素,积极在景区景点等场所营造汉服文化氛围,办好汉服文化月系列活动,丰富消费形态,培育汉服产业,让洛阳“汉服热”持续升温。”

或将形成新的特色产业 提供发展新机遇、新动力

近年来,伴随新一代年轻人对传统服饰文化的追捧,“汉服经济”逐渐迎来井喷时刻。

艾媒咨询数据显示,2015年—2022年中国汉服市场快速发展,中国汉服爱好者数量规模和市场规模均呈现高速增长态势。2022年中国汉服爱好者数量规模约850.7万人,市场销售规模达125.4亿元。2023年第一季度监测数据显示,中国汉服市场本年累计已实现销售额约36.2亿元,同比增长15.4%。

而旅游景区已成为汉服的第一使用场景,汉服打卡、传统节日招募汉服爱好者、穿汉服减免门票等,正在成为“汉服+景区”的常规玩法。此外,一些景区也在围绕汉服进行创新探索,开展汉服租赁或售卖业务,这早已成为景区非常成熟的二次消费增长点。

时至今日,“汉服+旅游”还能算是一门好生意吗?

在洪勇看来,“汉服+旅游”仍然是一门不错的生意,但前提是要有足够的产品和服务质量,能够满足游客的需求。为了保持“汉服+旅游”的生命力,旅游企业要注重产品和服务的质量,提高游客的体验感和满意度,打造品牌口碑。同时,也需要不断创新,开发出更多新颖有趣的旅游产品,吸引更多年轻人参与其中,推动“汉服+旅游”市场进一步发展。

“未来,‘汉服+旅游’或将形成新的特色产业,为文旅产业发展提供新的机遇和动力。”Co-Found 智库秘书长张新原认为,当下,旅游业强势复苏,而汉服作为一种自带大流量的文化现象,和旅游业的深度结合既能带来新的客流、商流,进一步提高旅游活力和吸引力,同时也有利于培育和发展相关特色产业,如汉服服装制造业和汉服文化创意产业。

张雪峰则表示:“在‘汉服+旅游’中,需要注意文化遗产的保护和传承;同时,需要加强相关配套设施建设,提升服务水平,从而增加游客的体验感和满意度。”

第31届中国戏剧梅花奖 终评活动举行

第31届中国戏剧梅花奖终评活动于5月8日至23日在广州、香港和澳门三地举行,将有15朵“梅花”精彩绽放。本届梅花奖共有17名演员进入终评,来自15个省份,涉及9个戏曲剧种和话剧、歌剧等戏剧艺术门类。这17名演员以现场演出的形式参加终评,经终评评委现场观摩,差额评出15名获奖演员。图为广州粤剧院李嘉宜主演的参评剧目《文成公主》,作为开幕大戏在位于广州市的广东省友谊剧院精彩上演。

中新社发 许建梅摄

