



穿看汉服去旅游

近年来，国风国潮悄然兴起，并刮起阵阵风暴。它们是具有中华传统文化特色、民族元素和古典风范并兼具现代气息的潮流、风格、创意、标识、行为和产品的代名词，代表着拥有中国文化、中国艺术、中国美学、中国精神的潮流趋势。

伴随着国风国潮的火热，旅游业也不断探索新玩法、新产品。从穿汉服免费畅游旅游景区，到形式多样的国风国潮主题文旅活动，再到将国风国潮元素运用到旅游商品中，如今，“国风+旅游”“国潮+旅游”跨界融合产品不断在海南涌现，多点开花。

作为传统国粹结合潮流元素发展的典型代表，汉服的影响力不断扩大，穿汉服拍照、出游渐渐成为时尚风潮。在海南，时常可以看到身穿汉服逛街、拍照的人。

旅游自媒体博主“海南不觉晓”是一名汉服爱好者，时常穿着各式各样的汉服游览海南各地景区景点。点花钿，描青黛，一袭襦裙霓裳，曲裾轻舞……视频里，“海南不觉晓”不仅向观众尽展汉服之美，带来传统美学的视觉享受，还将海南民风民俗、古村落文化娓娓道来，颇有一番风味。

近年来，充满文化气息的汉服逐渐走进大众视野，人们大胆将汉服带入日常生活中，“穿着汉服去旅游”的现象在年轻群体中屡见不鲜。景区内，身着汉服、裙裾飞扬的游客成为一道靓丽的“风景线”，他们时而恣意徜徉于美景，时而拍下温婉瞬间。

《2020汉服消费趋势洞察报告》显示，近年来，汉服市场爆发式增长。在阿里平台上单购买过汉服的消费者人数近2000万。海南多家景区洞察到消费者对汉服的热衷，策划民俗活动、古风摄影等与汉服结合的新玩法，还将汉服作为“免费通行证”，吸引俊男靓女前来打卡。

今年年初，“中华花朝节”海南赛区系列活动暨琼州汉服潮三角梅花艺花神赛在海口三角梅共享农庄开幕。活动主办方邀请多位佳人穿着汉服参与活动，按照传统习俗，手持象征着赞美的彩带，游春赏花，表演花舞等。

今年“三八”妇女节，三亚天涯海角游览区策划推出天涯海角女神节系列活动，3月6日至3月8日，身着旗袍或汉服的女游客可享受免费入园福利。期间，有游客自发地在现场表演了一场旗袍秀，举手投足间散发着古典韵味，呈现了一场古典雅致的传统文化盛宴。

9月21日是中秋节，海口市琼山区举行2021喜迎中秋·一袭汉服梦回琼山之历史文化旅游活动，数十位佳丽穿上汉服，撑起油纸伞，漫步于琼山府城，品味琼山历史文化。

海南日报记者梳理发现，2020年以来，我省旅游部门、景区景点结合节庆活动，以汉服为媒，策划各式各样的古风活动，让传统文化以更加年轻、更加流行的方式触达大众，也为人气招揽、经济创收创造了更多可能。

国风国潮嗨玩不停

今年国庆假期，海南多地以传统文化为基础，融入现代创意，举办了丰富多彩的文旅活动。其中，国风国潮主题活动受到游客喜爱。

穿汉服免费乘坐摩天轮、体验《幻海秘境》原创剧本杀、欣赏国风表演……三亚海昌梦幻海洋不夜城举行国潮燃浪节活动，升级玩法，让游客嗨翻假期。“精彩活动看不停，感觉到处是国风国潮文化氛围。”来自上海的游客刘和说。

在屯昌县南坤镇美鹤园村竹林，油纸伞和灯笼将这里装扮得古色古香。许多游客穿上汉服或旗袍前来拍摄竹林写真，定格美好瞬间，留下难忘的回忆。主办方还安排了竹林旗袍秀、古筝、古典舞等国潮文艺表演，吸引许多游客驻足欣赏。

伴随着年轻人视野的拓展和对传统文化的兴趣不断提升，感受国潮之美成为消费者追逐的主题之一。我省涉旅企业立足国风国潮推陈出新，尝试在传统文化与潮流元素之间找到合适的落脚点，打造出既叫好又叫座的旅游产品。

“国潮燃浪节活动是我们为了满足‘Z世代’消费者，弘扬国潮文化而做出的一次跨界尝试，让游客在景区体验到不同往日的精彩玩法。”三亚海昌梦幻海洋不夜城营销总监姜陆说，面对焕然一新的新消费市场，景区始终坚持精准洞察、立足新变化，探寻满足游客需求的内容和服务。

如今，构成国风国潮的元素也更为多元，非遗文化是其中一种。努力在传统和现代审美之间找到平衡，使非遗技艺更富生命力，是三亚南山景区掀起的新风尚。国庆假期，南山景区内的国际非遗文化中心举行“琴茗香韵古艺传习雅集”主题非遗体验活动，民间艺人现场展示古琴、古筝、茶道、香道、插花等传统技艺，让人们近距离感受传统文化的独特魅力。



国风国潮带火文创产品

样子生动形象，味道醇厚浓郁，近两年景区“国潮款”雪糕纷纷“出圈”，引来“打卡”热潮。

三亚鹿回头风景区以鹿回头雕塑和吉祥物为原型，设计出造型可爱生动的雪糕；三亚蜈支洲岛景区文创雪糕灵感来源于美人鱼与渔夫的传说故事……海南多家景区将自身的景观形象和文化元素融入雪糕设计中，让游客在参观之余品尝到美味冰品。

“景区推出文创雪糕，一方面想让游客在游玩的同时能够享用美味甜品，清凉降温；另一方面是以雪糕为载体，将地标美景及文化特色融入其中，提升游玩体验，增强游玩记忆。”蜈支洲岛品牌部策划主管陈宏说。

景区文创产品也刮起国潮风，引发一股新的消费热潮。例如，故宫博物院推出以石狮子为原型的故宫雪糕、陕西历史博物馆根据馆藏粉彩仕女俑开发出“唐妞”系列创意产品，借以介绍文物，传播文化。

海南省博物馆围绕原创自主IP品牌和形象代言人——“南溟子”，开发了伞、扇子、帆布包、书签等系列文创产品，组建一个多元元素、多角色的海“潮”家族。在讲好海南历史故事的同时，这些产品也成为受游客青睐的伴手礼。

海南景区亦有探索，不少景区景点开始探索，通过创新形成新颖独特的文创产品，让传统文化焕发新生机，成为年轻人追逐的时尚符号。

三亚天涯海角游览区推出天涯故事矿泉水，将国潮文创融入快消品当中，让文创走进日常生活。中秋节，该景区还推出天涯故事主题月饼，不仅月饼包装精致典雅、诗情画意，还赋予了更多文化内涵。此外，游客还可以买到“浪”系列等国潮风格文创商品，包括明信片、T恤、帆布袋等20余种商品。

“每个景区都有其独特的文化故事、特色卖点、地域特点等，我们挖掘自身文化内涵，结合现代生活开发不同类型、不同规模的创意产品，致力走出文创产品销售运营的新路径。”天涯海角景区有关负责人表示。

除了已经流行起来的汉服、破圈的博物馆文创产品、成为各大景区标配的文创雪糕、彩妆、家电、家具、电子产品等日常生活中的消费品也都推出了各自的“国潮款”。

业内人士指出，国潮作为现代时尚景观中的独特呈现，其创意来源于优秀传统文化，外在形式则吸纳并融汇了当代大众审美。这种先锋与复古碰撞的创意，在追求个性化表达的年轻群体中颇具吸引力，因此越来越多的产品开始搭上国潮的列车。

HK 他山之石

国潮引领 文旅项目频频“出圈”

■ 本报记者 李艳玲

国潮从2018年开始成为人们关注的焦点，从概念初立，到如今层出不穷的“破壁”创意，“国潮”这一概念站在了“消费升级”的风口上。

旅游中的“国潮”已经扑面而来，传统文化正以全新方式在旅游行业激起火花，爆发出蓬勃力量。海南日报记者梳理了国内拥有极佳口碑的“国潮”文旅项目，或许我们能从中收获些启发，运用到本土旅游的开发中。

案例一：国潮文创产品增添新活力

用传统文化打造爆款产品的典型案例，故宫博物院占有重要一席。作为国潮经济中最突出的弄潮者，故宫博物院的文创产品，文具、杯具以及饰品、化妆品等，都受到了消费者的热烈追捧。

有人说，故宫出品，必是爆款。2018年底故宫文创和华熙生物出品的故宫口红，曾一夜之间占据了各大互联网平台的热门话题地位，成为网红爆款卖到断货。2019年11月，故宫推出的“初雪罐”系列厨房调味罐产品也成功登上微博热搜，又再次“吸粉”无数。

故宫博物院还与北京电视台推出创新节目《上新了·故宫》，收视率不断爆棚，频频“出圈”。在节目中出品文创产品，全民大开脑洞，征集各类设计想法，挖掘每个人心目中的“故宫”，用年轻的力量赋予故宫新生的文化活力。

故宫成功的探索也让各大城市博物馆加入商业化大潮，凭借古老而又沉稳的国风IP纷纷与商业品牌融合发展，推陈出新。2020年底，河南博物院推出“考古盲盒”大获成功，“考古盲盒”的开箱视频在社交平台被大量转发，河南博物院的网购平台一度被挤爆。

案例二：以汉服为美，景区开启新玩法

传统文化不断回归，社交平台推波助澜，个性消费时代的崛起，让汉服越来越为大众所接受。汉服“打卡”、传统节日招募汉服爱好者、穿汉服减免门票等，已是“景区+”的通用玩法，各类以汉服为主题的活动如雨后春笋般层出不穷。

早在2019年，浙江西塘古镇、湖南长沙石燕湖等景区举办的汉服文化节就吸引了四面八方赶来的汉服爱好者。北京欢乐谷、清凉谷、西山国家森林公园也推出各自的汉服文化节。

在杭州西湖景区，许多穿



着汉服的年轻人拍照留念。2020年至2021年，西湖景区举行了两届西湖汉服文化节，成为汉服爱好者追捧的节庆活动，来自上海、南京、嘉兴、宁波等杭州周边城市的汉服爱好者纷纷前来参与。

西塘是较早与汉服进行联动的景区，也是众多汉服爱好者的“打卡”胜地。无论是开场的朝代嘉年华，还是水上传统婚礼，历史文化的魅力搭配上粉墙黛瓦的江南水乡，不仅增加了视觉效果，还增强了游客参与感和现场互动性。

特约记者 陈文武 摄

天涯海角景区
国潮风的文创产品。
(景区供图)