

汉服文化在旅游景区文化化中的应用路径研究

——以西塘古镇为例

石张宇* 杨 晟 江盈盈

浙江工商大学杭州商学院, 杭州

邮箱: shizhangyu2002@163.com

摘 要 | 文旅融合与消费需求升级背景下, 旅游景区文化化是旅游景区品质提升、增强吸引力的必由之路。汉服文化因契合文化强国和文化自信的发展理念是旅游景区文化内涵丰富的一种有效手段。西塘古镇在三月三、中秋节、西塘汉服文化周等节日活动中对汉服文化进行有效应用与深入探索, 推动景区品质优化、流量激增、实现创收, 基于汉服文化在景区也存在浅层应用、注重形式、体验不足、潜力未知等问题, 提出多维深度植入汉服文化、打造汉服文化 IP、延长汉服文化产业链等措施, 以推动汉服文化在景区文化化中的应用, 并为相关景区文化建设提供参考借鉴。

关键词 | 旅游景区; 文化化; 汉服文化; 路径

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



1 引言

随着社会日益进步,人们的消费水平不断攀升,旅游已成为大众化、常态化的生活方式,旅游景区也成为大多数游客休闲度假地首选之地,其中高品质、有代表性的旅游景区颇受游客追捧。然而,旅游景区产品同质化、重复建设问题严重。据统计,全国1万多家A级旅游景区中,90%以上的同质化旅游产品严重供过于求^[1],处于运营困境甚至亏损状态。旅游景区产品结构亟待优化、品质急需提升。文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。旅游景区丰富文化内涵、打造专属文化IP是大势所趋。部分景区具有前瞻性,勇于创新实践,如大唐不夜城的不倒翁女孩,故宫文品等,依托特色文化,结合市场需求,在提升景区自身文化内涵的同时重塑景区形象,凭借文化化新型吸引物招徕大量游客,推动景区可持续发展。

文化千千万,景区万万千,特色文化与旅游景区的联姻能产生奇妙的化学反应。“服章之美谓之华,礼仪之大称之夏”,汉服文化和传统景区相结合给旅游者带来独特新颖的文化体验^[2]。在国家倡导文化自信和文化强国的背景下,“汉服热”在旅游景区得到了广泛应用。

作为我国优秀传统文化的精粹之一,汉服文化深受国人喜爱,具有较大的市场开发潜力。2016—2019年汉服爱好者规模连续4年保持70%以上的高速增长,2019年人数高达356.1万,市场销售额突破45.2亿元。近年来,汉服节事节庆活动层出不穷,2011年民间组织的汉服春晚、2013年举办的西塘汉服文化周、2018年团中央发起的中国华服日等。目前,汉服市场受众绝对数量不多,作为相对“年轻”的文化,却彰显出日益成熟的魅力。

旅游最本质的特征是体验。体验旅游通俗来说就是通过某些经历来感知周围的事物,在感知过程中凝聚成难忘的回忆,并从中获益良多的一次旅行经过。旅游目的地的中心任务就是为旅游者塑造难以忘怀的旅游体验,而旅游者参与是旅游体验的主要实现方式与途径^[3]。如江西熹园是全国唯一一个穿汉服才能进入的景区。熹园是儒学的集大成者朱熹的祖居,汉服是儒家仁义礼制的化身,二者的结合为游客营造最真实的文化环境和沉浸

式的文化体验。

西塘古镇是一个富有江南水乡风景,古朴典雅文化的国家5A级旅游景区,亦是中國首批历史文化名镇,被列入中国世界文化遗产预备名单,曾获世界遗产保护杰出成就奖。西塘古镇已举办过8届汉服文化节,是国内组织汉服活动最为成熟和成功的景区,汉服以其鲜明的审美性、文化性、历史性成为一种极佳的吸引游客前来游玩的途径^[4]。本文结合西塘古镇对汉服文化的应用现状调查,深入研究汉服文化应用对西塘古镇的影响及存在的问题,并针对性地提出有关建议,希冀对西塘古镇以及其他有意应用汉服文化的景区提供借鉴参考。

2 汉服文化内涵

汉服,又称汉衣冠、汉装、华服,是世界上最古老的民族服饰之一^[5]。据《史记·五帝本纪》载:“黄帝之前,未有衣裳屋宇。及黄帝造屋宇,制衣服,营殡葬,万民故免存亡之难。”可知,汉服最早起源于黄帝时期,衰败于明末时期,在这个时间段内,汉族人民所穿着的服饰称之为汉服。

在时间的沉淀与朝代的交替过程中,汉服淋漓尽致地体现了“仁、义、礼、智、信”的思想内涵,更是文饰融合的突出表现。其主要有三大特色:交领右衽、绳带系结、宽衣博袖。汉服的三个特色完美展现中国传统文化的天人合一、中和之美、飘逸潇洒等的形制内涵。

“交领右衽”是汉服最明显的特性,领口一左一右相交于胸前,若右领在外称右衽,为阳,左领在外称左衽,为阴,表现古人的阴阳观念,也承载着华夏民族传统思想中对方位词赋予的特殊而深厚的文化内涵,如“男左女右”“以右为尊”等。汉民族的秩序和文化在古人的服装中默默传承后世,影响千年。

“绳带系结”是汉服中和的象征。汉服自古便无纽扣等物,内靠绳带、外靠袍带起到固定衣身的作用,以交领上襦为例,衣服内部左侧腋下的绳带与右衣襟的绳带打结相系,外部右侧腋下的绳带与左衣襟的绳带相系结,整体美观自然。汉服的绳带体现华夏民族的中和之美,蕴意刚柔兼备,具有婉转、含蓄、

坚韧的特性。

“上衣下裳”是汉服最基本的形制^[6]。东汉刘熙《释名·释衣裳》：“上曰衣，衣，依也，人所依以庇寒暑也；下曰裳，裳，障也，所以自障蔽也。”古时人们对赖以生存的天地产生敬畏和崇拜心理，见天为上、地为下，将服饰上衣视为天，下裳视为地，以求穿着者逢凶化吉，贯穿天人合一思想，自然秩序之美。

3 汉服文化在西塘景区中的应用与影响

3.1 应用现状

汉服文化在旅游景区中的运用优势极其明显，可以有效地为景区制造热点，增加游客人数，进一步带动景区收入的提升，为当地新增就业岗位，同时汉服文化的融入丰富景区水乡古镇的内涵。但是，汉服文化在景区中的应用时间较短，自身也存在一定弊端，景区需取其精华去其糟粕，慎重采纳，同时，汉服是小众文化，现阶段主要流行于青年群体，与景区面向全民的意愿相背离。国内举办汉服活动的景区偏少，西塘古镇是少数几个能逐年举办且活动规模较大的景区之一，目前汉服文化在西塘古镇的应用大致有以下三种：

3.1.1 三月三汉服女儿节——踏青赏花

西塘古镇是典型的江南水乡，小镇沿河而建，水网密布，水质清澈，为女儿节的开展提供了必要的水源条件。女儿节又称三月三、上巳节、中国情人节，是中国民间传统节日，祓除畔浴是其中重要的活动内容，即古人在初春时节，约上三五知己好友，在河边沐浴清洗，寓意洗去污秽，驱邪避灾。在活动当天，景区在古镇各处布置茶席、料器花、口金包等传统手工艺体验活动，把汉服文化融入古代人真实的生活情景中，竭力还原旧时的场景片段，重现汉服内在底蕴。



图1 三月三汉服女儿节场景

Figure 1 Hanfu daughter's day scene

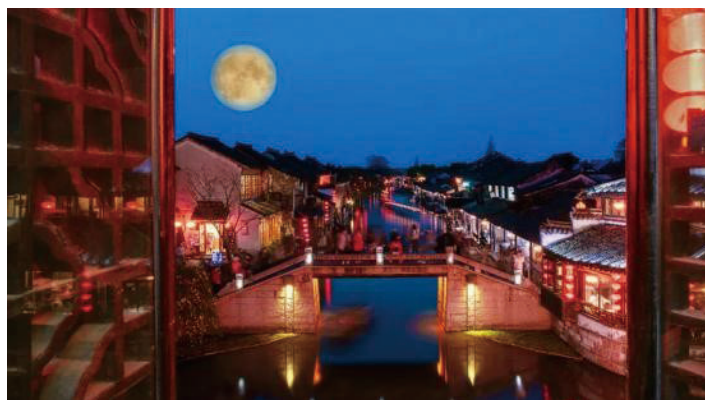


图2 八月十五中秋夜夜景

Figure 2 Night view of the Mid-Autumn Festival

3.1.2 八月十五中秋夜——古为今用

古人赋予中秋节浓厚的思乡、团圆、归故里的情感，无论是诗词还是食物皆有此意。在古色古香的西塘，追忆古人的中秋之夜，一身古风古韵的汉服尽情尽理。祭月、游月、茶会等古人欢庆中秋的活动在景区内一一开展。

3.1.3 西塘汉服文化周——饕餮盛宴

西塘汉服文化周是国内景区中举办汉服活动最优秀的典型范例。由著名作词人方文山发起，海峡两岸合作举办的汉服文化盛宴，确定西塘古镇为永久举办地。汉服文化周为期四天，是社会人士、店铺商家、汉服爱好者的一篇汉服华章，以共同的喜好、相同的目的汇聚此地，旨在宣传汉服，弘扬中华民族传统服饰。汉服文化周通过朝代嘉年华、汉服T台秀、汉服体验、汉服相亲大会等活动让旅游者在诗意盎然的西塘古镇体验到文化的魅力。



图3 西塘汉服文化周场景

Figure 3 The scene of xitang han costume culture week

3.2 汉服文化对西塘景区的影响分析

3.2.1 提升品质，增加客流

汉服文化提升西塘古镇景区吸引力，刺激景区客流量增加。景区是人们在闲暇时为了放松身心会选择去的地方，在汉服文化注入西塘古镇后，景区的吸引物不仅仅是小桥流水和白墙黑瓦的水乡风貌，还增加了汉服文化“礼”的内涵，令景区吸引物升华，区别于其他同类型观光景区，使旅游者仅仅为了体验汉服文化也愿意前来。据统计，2017年汉服文化周有1.52万名汉服爱好者实名登记报名，游客量达15.73万人次；2018年汉服文化周，实名制穿汉服登记入园的

汉服爱好者人数达4.6万人次，游客量达17.3万人次；2019年汉服文化周期间，实名制穿汉服登记入园的汉服爱好者人数超10.8万人次参与，游客量达22.5万人次，参与人数逐年增加，汉服文化的应用有效推动景区游客量的增加。

3.2.2 带动消费，实现创收

汉服文化促进旅游者消费，间接地增加景区收入。在汉服的服饰体系中除了服装外还有与之搭配的头饰、鞋包、饰品配件等，汉服爱好者购买欲望强烈、购买量大。景区和汉服商家紧密合作，如第五届汉服文化周期间参与开设摊位、展示新品的店铺达100多家，为旅游者提供触摸实物如日常购物般地体验，为景区内原有商铺带来商机，拓展商品种类，丰富商品内涵。客流量的增加，景区门票收入随之增加，2016年西塘古镇人流量达到1700万人次，带来的景区门票收益超3亿元。

3.2.3 充盈核心，文景共荣

汉服本身蕴含的千年文化在西塘古镇这片沃土中得到成长，在时间地见证下传承、传播和复兴汉服所蕴藏的文化精髓给景区古朴文化增添非凡活力。拥有悠久历史的汉服文化在华夏文明中牵一发而动全身，是中国“礼仪之邦”“衣冠上国”“锦绣中华”的体现，为西塘古镇锦上添花。西塘汉服文化周在2018年2月被评选为“浙江省十佳社科普及项目”，同年7月在中国旅游总评榜颁奖典礼上荣获“年度最具影响力节庆活动”。

3.2.4 全民参与，普天同庆

汉服文化融入景区后，延长游客在西塘古镇景区的游玩时间。西塘汉服文化周为期四天，每天有不同的活动主题和活动内容，从白天到夜晚都有行程安排，为旅游者带去不一样的文化体验。如方文山签售、射箭体验、国学、礼乐等平时难得一见的活动，且报名成功的游客可以在活动期间不限次数免费进出景区，没有门票的经济压力是延长游玩时间和游玩天数的必要条件之一。

4 汉服文化在西塘景区应用中存在的问题与对策

4.1 浅层应用，名不副实

汉服是汉民族五千多年来智慧和文化的结晶，“天人合一”的天然美、洒脱俊逸的气势美是独特的审美文化和交领右衽、褒衣广袖的造型文化都是文化旅游资源的一部分。西塘古镇也被称为“汉服小镇”，但景区内只有组织汉服活动时才体现和宣传汉服文化，在七老爷庙会、国际旅游小姐赛事等展现中国风采的大型活动中，均未使用汉服。此外，景区的指引牌、装饰、服务设施等没有展现出汉服文化，汉服小镇显得有些名不副实。

为解决以上问题，景区应组织培训，提高员工文化素养。工作人员以身作则，穿着汉服，了解文化、学习礼仪礼节、待客之道。工作人员在景区内身着汉服，无形中规范自己的言行，提升景区的服务质量，又为游客的汉服体验烘托环境氛围。景区讲解员是最直接的景区宣传人，景区讲解员在做导览时，单一的景物讲解刻板乏味，结合汉服背后的诸子百家、宋明理学、民族融合等时代精神产物，可为景区注入新活动，为导游讲解开拓新思路，升华讲解品质。文化育人润物无声，从细节处彰显汉服文化的礼仪风度，既提升景区的整体风貌，也鲜活景区在游客心中的古朴印象。可在卫生设施、垃圾桶、洗手间、路牌等游客使用频率高的地方着手，加入汉服元素，打造具有文化内涵的景区基础服务设施，深化汉服文化在景区的印记。在交通设施、餐饮设施、休息场、住宿业等方面可以积极运用汉服元素，与其他同类型景区产生差异化，拓展竞争空间。

4.2 注重形式，忽视内涵

汉服是汉族民族的传统服饰，是规范人们的行为和思想的载体，是礼仪文化的重要组成部分，拥有的不只是长袖飘飘、柔美灵动的外表魅力。但景区开展的汉服活动还停留在服饰表面，由2019年西塘汉服文化节的行程表可得，四天安排中除开幕式和闭幕式外，共有42项活动，观赏类活动达26项，占总数的一半以上。重现“衣冠上国，礼仪之邦”的盛状才是汉服复兴运动的真正目的，

用文化自信带国人走出文化自卑的窘境。

针对此问题景区需创新活动,加强文化传播。应在景区内每周定期开设汉服文化课堂与知识讲座,以互联网为媒介宣传推广,介绍汉服本身蕴含的文化和承载的非物质文化遗产内涵,如深衣的下摆所用布帛共12幅,对应一年有12月之意,体现了强烈的法天思想^[7];衣袖呈圆弧呼应规,交领处成矩形呼应方代表做人要有规矩;腰间的衣带象征做人要中正;下襟与地面齐平,象征权衡。汉服里蕴涵颇深的诸子百家思想哲学,在细节处体现得淋漓尽致,值得世人去重视学习。

4.3 体验不足,商业化重

景区自2013年开展第一届汉服文化节开始,不断融入汉服文化,但与此同时景区内的酒吧文化和商业店铺也在兴起发展,白天古镇温润如玉,夜晚灯红酒绿已是固态模式。文化经济的公益性强于收益性,对景区和商家来说,餐饮经济更受欢迎,经营汉服制作,汉服穿着体验等传统文化体验店生存困难。除此之外,纵观历年的汉服文化周,整体活动规模明显扩大,参与活动的店铺也大量增加,商家宣传、服饰购买与展示逐渐成为文化周的核心内容和主要展现形式,娱乐性和观光性胜过体验性。

景区需要改变过去走马观花式游览,输入真实动手体验性的文化活动。“寓教于游”是景区组织活动的出发点,开设汉服制作工坊和传统文化体验馆让游客亲手制作一身简易汉服,在制作中感受汉服“天人合一”,飘逸洒脱的风格,领悟追求平和自然,宽厚仁爱的境界,在穿着时表现穿戴者庄严典雅的气质,以及海纳百川的风范。通过建设汉服博物馆,打造汉服历史发展研学游基地,让孩子从小拥有强烈的民族自豪感和文化认同感。

4.4 文化年轻,潜力未知

汉服复兴仅20年左右,现阶段一切发展都基于对汉服的复原,理清形制、款式、所属朝代等。汉服弊端鲜明,便捷不如T恤,御寒不如羽绒服,制作工期漫长,生产偏小众定制化,且山寨泛滥,知识产权得不到保护。汉服历史悠久,

部分服饰形制难以考究，导致影楼古装与汉服傻傻分不清楚。错误的文化载体上如何盛开灿烂的文化花朵？而且中华上下五千年历史，蕴含的文物古迹浩瀚如星海，不乏与汉服类似的，内有悠久历史，外有光鲜亮丽。社会潮流瞬息万变，捉摸不透。

针对以上问题，景区应打造“汉服+”的文化IP，建立西塘古镇景区专属的汉服品牌，树立品牌形象，深度宣传汉服文化和服饰原貌。联名热门IP，跨界合作，提高景区曝光度的同时，吸纳不同类型的消费者群体，借助IP种草推广汉服文化。汉服以景区为载体，与其他行业进行多元融合，无形中渗透文化属性，增强文化生命力。在产业发展中对汉服进行标准化规定，严厉打击山寨行为，构建良性创作环境。

景区还应积极推动汉服文化产业进入景区，修建汉服博物馆举办西塘汉服文化博览会、高端论坛，研发汉服文创品等与汉服相关的衍生产业，延长汉服文化产业链，增强文化软实力，实现精神到财富的转变。汉服文化宣传模式多样化，以主流媒体和政府机关为主要力量，短视频等平台为辅，进行多层次文化传播。

文化兴则国运兴，文化强则民族强，汉服文化是国家和民族的灵魂，是推动社会发展进步的精神动力^[8]。五千年的历史，三百年的断层，二十年的兴起，汉服文化是一朵从尘埃里开出的花朵，脆弱但扎根深远。汉服在景区开发与应用中应秉持突出文化价值，切忌买椟还珠，仅仅取其华丽外表，遗弃内里精华。开发时注重观赏与体验结合，游有所乐，游有所学为上乘之选。景区切勿生搬硬套，照本宣科，传统文化的发展需要灵活多变。景区在开发时应遵循市场需求，大力弘扬汉服文化，发掘深层次内涵，形成“穿汉服，游西塘”的旅游品牌形象。

基金项目

浙江省教育厅，2019-2021年，浙江省高等教育十三五第二批教学改革研究项目“‘文旅大融合’背景下《旅游文化》的沉浸式体验课堂教学改革”，省级，jg20190624。

参考文献

- [1] 张淑文. 5A级旅游景区发展路径研究[J]. 河北企业, 2019(7): 84-85.
- [2] 张春梅, 郑艳平. 汉服旅游客体文化价值研究[J]. 劳动保障世界, 2017(23): 61.
- [3] 宋河有. 旅游者参与视角下的民族旅游舞台表演分析——基于云南和内蒙古旅游实践的考察[J]. 原生态民族文化学刊, 2016, 8(4): 143-148.
- [4] 张立松. 汉服在旅游景区中的开发与应用研究——以曲阜三孔景区为例[J]. 科技经济导刊, 2016(34): 105-106+16.
- [5] 朱雨虹. 汉服的历史演变及其礼仪内涵[J]. 文史博览(理论), 2015(9): 74-75.
- [6] 刘鹤. 磁县北朝墓群壁画和陶俑服饰研究[D]. 河北大学, 2017.
- [7] 梁曾华. 现代茶服设计中的侘寂之美[J]. 才智, 2017(36): 195.
- [8] 吴磊. 文化自信视域下的汉服、汉服文化和汉服复兴[J]. 山东青年, 2019: 130-131.

Research on the Application Path of Hanfu Culture in the Culture of Tourist Attractions —Taking Xitang ancient town for Example

Shi Zhangyu* Yang Sheng Jiang Yingying

Hangzhou Business School of Zhejiang Business University, Hangzhou

Abstract: Under the background of cultural tourism integration and

consumption demand upgrading, cultural tourism scenic spots is the only way to improve the quality and enhance the attraction of tourist attractions. Hanfu culture is an effective means to enrich the cultural connotation of tourist attractions because it is in line with the development concept of cultural power and cultural confidence. Xitang ancient town carries out effective application and in-depth exploration of Hanfu culture in the festival activities such as the 3rd day of the third lunar month, Mid Autumn Festival and Xitang Hanfu culture week, so as to promote the quality optimization, traffic surge and income generation of the scenic spot. Based on the problems of shallow application, focus on form, insufficient experience and unknown potential of Hanfu culture in the scenic area, this paper puts forward the multi-dimensional and deep implantation of Hanfu culture and the creation of Hanfu culture P. In order to promote the application of Hanfu culture in scenic spots, and to provide reference for the cultural construction of related scenic spots, we should extend the industrial chain of Hanfu culture.

Key words: Tourist attractions; Culture; Hanfu culture; Path