文化經濟並行 漢服體驗館兩年開三店

穿越千年時空

廣袖飄飄，衣裾渺渺。隨着內地新冠肺炎疫情得到有效控制，初夏的西安大唐不夜城又恢復了往日的生機與活力，身穿漢服的遊客往來不絕，給人一種穿越時空的感覺。隨着遊客的逐日增多，海歸創業者劉楠的漢服體驗館也日益忙碌起來。自2018年至今，得益於漢服經濟的火速發展，劉楠和她的團隊已經在古城西安開了三家門店。儘管今年受疫情影響很大，但她說國人對於漢服體驗的青睞度越來越高，未來漢服經濟依然前景可觀。

■香港文匯報記者 張仕珍 西安報道

有片睇

在西安長大的劉楠，從小就對有五千年文化的漢服有特殊的情結。「沉浸在古色古香的城市氛圍之中，時常都會幻想自己穿着漢服夢迴大唐的樣子。」2015年，在韓國留學的她到韓服館勤工儉學，卻意外發現韓國人將韓服文化傳播和體驗經濟做到了極致，於是她也萌發了推廣漢服的念頭。「從某種意義上講，我們的漢服更好看，形制更多，文化內涵也足，為什麼不讓更多的人知道呢？」

漢服經濟呈井噴式增長

2017年研究生畢業後，劉楠回到西安，專注漢服推廣工作，供同袍（喜歡漢服者）交流學習之用。2018年，她和兩位合夥人在西安小寨開辦了踏雪閣漢服體驗館，專營漢服租賃體驗。

「當時西安的漢服商家還很少，初出社會的我們創業也沒有經驗，但我們有着清晰的定位，那就是提供租賃體驗類的漢服服務，傳播漢服文化知識。」劉楠告訴記者，在韓國，傳統服飾的保留和推廣已經成為一種體系，當地人每逢傳統節日、結婚等重要日子，都會身着韓服，許多到韓國旅遊的人亦會體驗穿韓服。「但在中國，漢服的推廣還有很長的路要走。」

為了讓更多人了解漢服、愛上漢服，對於每一個諮詢或到店的客人，劉楠都耐心講解漢服的形制及文化內涵，並推薦合適的漢服給顧客。「客人選好後，我們會結合衣服給他們講解相關的時代背景、如何穿着等等，同時免費給客人提供簡單的造型，讓他們既了解漢服文化，又有美好的體驗感。」

短短兩年，踏雪閣在摸索前進的同時，內地的同袍群體不斷壯大，各地漢服館也如雨後春筍般崛起。統計數據顯示，2019年，內地漢服愛好者多達356.1萬人，同比增長74.4%；在淘寶平台的漢服成交額更是由2018年的10億元（人民幣，下同）漲到了2019年的逾20億元，並保持每年150%左右的增速。

「漢服經濟真的火起來了，如今西安市場與漢服相關的店面已經有超百家了。」劉楠說，他們也從一家店擴展到三家店，錯位發展：一家主營漢服體驗；一家與琴院合作，主打概念；另一家則以高端訂製漢服為主。

接通線上平台 生意即增

談及近兩年的創業感受，劉楠說，在當今互聯網時代，線上模式已是不可或缺的渠道。「由於創業資金有限，我們的店面並不臨街，因此一開始時也很頭疼如何吸引顧客。」她告訴記者，在主動對接美團、大眾點評等平台推廣後，生意很快就上門了。「這其實就是迎合了當代人的消費習慣。出門不知道吃什麼，不知道玩什麼，網上一搜全都出來了。」除此之外，一些顧客將自己的體驗視頻發送到抖音平台，亦間接為踏雪閣吸引了不少顧客。

拍攝視頻 積極線上推廣

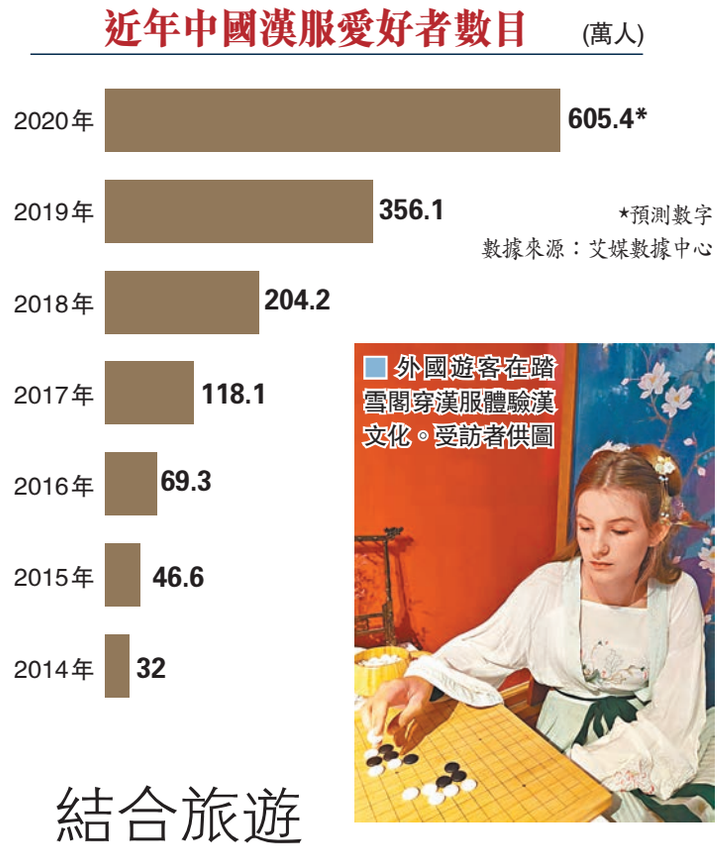
「今年受新冠肺炎疫情影響，很多行業都受到了巨大的打擊，但電商卻異軍突起，令人驚歎。」劉楠說他們亦從中受到啟發，疫情嚴重的時候，店面關門停業，他們就轉做微商，通過微信朋友圈發布一些與漢服相關的產品，「比如我們的手作髮飾等，朋友圈裏的同袍都有需求，也比較受歡迎。」

與此同時，踏雪閣團隊也不斷完善相關的技術內容，拍攝內部視頻、Vlog等，積極向線上發展。「未來希望我們也能在線上取得一席之地，拓展更廣的市場。」

■劉楠給顧客做頭髮造型。 記者張仕珍 攝

■劉楠在店裏幫顧客拍照留念。 記者張仕珍 攝

■海歸創業者劉楠在西安開設漢服體驗館，漸受歡迎。 受訪者供圖



■外國遊客在踏雪閣穿漢服體驗漢文化。受訪者供圖

結合旅遊 向外國人推廣中華文化

在韓國讀研究生時，劉楠主修的專業是旅遊觀光。「我的導師做的是無感旅遊，他主張通過視覺、味覺、嗅覺等的體驗來提升整體旅遊產業，對我的觀念影響非常大。」回到西安後，劉楠覺得，既然西安這個十三朝古都有豐富的文化旅遊資源，而自己又如此喜歡漢服，為何不將兩者結合起來呢？

「我們一直就想把漢服跟旅遊結合起來，其實也一直在推國外遊客市場，希望通過他們和我們更好地弘揚中華文化。」劉楠告訴記者，由於她和幾個合夥人都是在韓國讀書時認識的，所以在接待外國遊客方面有語言優勢，「日語、韓語、英語，我們都能直接交流。」

劉楠說，去年踏雪閣基本上每月都會接待一兩撥外國遊客，很多都是中國學生帶來的外國朋友。「他們穿上漢服也覺得比較有意思，很多人還會在facebook或者instagram上傳一些漢服體驗照。這其實也是對中華文化的一種認可和傳播。」

為遊客推介西安景點

為了帶給外國遊客更好的體驗，劉楠還經常幫助他們規劃旅遊線路，推薦靠譜的旅行社和好吃好玩的地方。「要讓外國遊客感受西安的神奇所在，這裏不僅是一個文化底蘊深厚的古都，還特別多元化。」

此外，許多景區亦對漢服經濟表現出了濃厚的興趣。今年「五一」期間，內地不少景區都推出了「着漢服免門票」活動，吸引同袍參加。劉楠告訴記者，目前西安部分景區也已與她達成合作，「景區從踏雪閣購買漢服及相關配套飾品售賣展示，我們給他們做禮儀培訓，共同推廣漢服文化。」

■玖卿坊坊主青璃認為，跨界融合也是漢服經濟的一個發展方向。 受訪者供圖

■踏雪閣手作髮飾。 受訪者供圖

■漢服文化走進校園。 受訪者供圖

■漢服同袍經常一起參加雅集，互相學習禮儀知識等。 受訪者供圖

消費群體壯大 衍生產業多元化

隨着同袍群體的不斷壯大，以漢服為中心的產業鏈條正不斷延伸。作為較早進軍西安漢服經濟圈的店家，踏雪閣如今已從最初的單一經營漢服租賃體驗服務，發展到漢服設計、銷售、妝容造型、漢服攝影、手作頭飾等多業務並行。

自行設計創自主品牌

深耕漢服圈多年，劉楠對於漢服的研究亦不斷深入。但一直以來，作為漢服體驗店的老闆，她的身份更像是一個專業的漢服買家。「我們會從各個店挑選形制和布料優良的漢服，再提供給顧客體驗。其實有的漢服，自己經常會有修改一下設計的想法，那樣就更好看了。」

從2019年起，劉楠開始嘗試設計漢服，建立踏雪閣自主品牌。通過找專業的工藝老師培訓，她很快便掌握了如何畫設計圖，包括漢服的繡花、布料等也有了專業的提升。「漢服生產廠家多在浙江廣東一帶，為了更好地溝通，我必須從門外漢變成專業的。」劉楠說，現在踏雪閣的自主品牌漢服已經陸續面市，今年主打的褙子尤其受顧客青睞。

配襯飾物也有市場

但她坦言，和大的漢服品牌相比，踏雪閣仍有很大的差距。「尤其在生產方面，我們完全沒有優勢。品牌比較新、訂單量少，工廠往往都會先接大品牌的訂單，這也導致我們的產品製作周期較長。」

如果說設計、生產是漢服經濟的上游產業鏈，那哪些是漢服經濟的下游產業鏈呢？在玖卿坊漢服坊主青璃看來，漢服周邊的文化產業種類繁多，跨界融合發展將是未來的一個方向。

儘管公司去年5月才成立，但玖卿坊堅持原創漢服的同時大膽創新，已發展了不少與漢服相關的產業。不僅與非遺大師合作創作了蘇繡手工扇、非遺中草藥香囊、大口金包，甚至還跨界開起了老酒館。青璃告訴記者，「穿上美美的漢服，再配上非遺手工扇、香囊等配飾，古典的韻味就出來了，顧客的體驗也會與眾不同。」

然而，由於新冠肺炎疫情影響，原本計劃1月底開業的老酒館早早夭折，如今玖卿坊的漢服生意也大不如前，青璃難掩心中失落。「只能先活下來，然後再想新的開始。」她說，雖然創業的路充滿了艱辛，但始終看好漢服經濟的未來，相信明天會更好。

漢服復興 反映國人文化認同

從小懷揣古裝夢的95後金子力是一名漢服愛好者，2015年初到西安求學時，她便被古都濃厚的文化氛圍深深吸引。18歲生日那天，她給自己送了一套古裝寫真。「當時漢服寫真還不為大眾所知，但近幾年穿漢服出街的人不斷增多。」金子力說，在她看來，是國人骨血裏的文化認同感促使了漢服的復興。

愛好者年消費逾萬元

大學畢業後，金子力在西安做導遊，每天穿梭於西安各大博物館，給遊客講解西安歷史。有時，她還會穿上漢服在博物館給大家講解。她告訴記者，很多人對漢服的愛其實都是基於對傳統歷史文化的熱愛，而且每個時期的漢服都反映了不同朝代的背景，讓人能由此一窺不同時期社會生活的冰山一角。

如今，她每年都會拍幾次漢服寫真，有好朋友到西安時，她亦會帶同一起去拍。「差不多每年花在漢服租賃、妝造和拍攝方面的費用在3,000元左右。」據介紹，還有一些同袍每月在漢服和配飾上的花費基本都保持1,000元左右，年消費過萬元。

希望人人喜歡漢服

「人生到處知何似，應似飛鴻踏雪泥。」劉楠說，他們當初起名「踏雪閣」，便是希望未來回首人生時，自己曾經為一件事去努力拚搏過，留下過足跡。「這件事便是弘揚漢服文化。我們心目中的理想不是人人都穿漢服，但是希望人人都喜歡漢服。」