

关于“旅游+服饰”的若干思考

□ 李庆雷 陈重武

服饰消费和旅游消费同为人民群众对美好生活向往的体现,服饰产业和旅游业皆是我国的重要民生产业。推动服饰与旅游融合发展,对于促进非物质文化遗产保护传承、服饰产业创新发展、满足旅游者个性化品质化需求、增强文化自信具有积极意义

旅游活动是发生在异地非常规环境中的短暂的生活体验,离不开生活要素的支撑。在人们的四种基本生活需要中,“食”“住”“行”都被列入旅游活动基本要素的范畴,唯独不见“衣”的身影。在创新消费场景、繁荣文旅消费的当下,关注服饰的活动匹配需求、文化符号属性与体验代入功能,推进服饰与旅游的融合发展,具有很强的现实意义。

“衣”成为旅游活动的潜力要素

“衣”是人类文明的标志,不仅是遮羞蔽体、御寒保暖的需要,还可以起到装饰修饰、表达礼仪、彰显个性的作用。西汉政治家晁错在《论贵粟疏》中指出:“人情一日不再食则饥,终岁不制衣则寒。”唐末五代文学家王定保在《唐摭言》中提出的“丰衣足食”,成为人们对日常生活的基本愿望。到了近代,孙中山先生在《民生主义》中,将“衣食住行”合称为人的四种需要。

在过去,旅游者通常穿着日常服装踏上行程,一般不会为旅游活动专门购置服饰。随着旅游产品的细化,户外运动和休闲度假日益兴起,产生了登山鞋、雪地靴、防寒帽、防晒衣、冲锋衣、滑雪服、沙滩裤、速干衣、骑行服等功能性服饰。20世纪90年代,旅游鞋、旅游帽、休闲装等适应休闲旅游需要的服饰曾风靡一时。

与此同时,服饰是旅游目的地辨识度极高的文化符号,是地方特色的鲜明体现。比如,大理白族姑娘的头饰便隐含着“风花雪月”四大景观元素。在广西,服饰甚至成为区分不同族群的标志,如黑衣壮、白裤瑶、红头苗。有些地方还形成了与服饰相关的传统节庆,如云南永仁赛装节、广西龙胜晒衣节等。为了体验地方文化、记录珍贵瞬间、留下美好回忆,有些旅游者会在景区景点租借民族服装拍照留念。在受热播影视剧影响的旅游地,穿着主角同款服饰打卡成为不少旅游者的选择。

随着旅游产品的升级,服饰逐渐成为旅游者融入场景、增强仪式感、获得沉浸式体验的重要媒介。在近年兴起的旅游地剧本娱乐产品中,旅游者首先要根据自己扮演的角色更换相应的服装,然后再按照剧本情节进行“演出”,如云南景洪曼听公园的《春秋千年婚约》、江苏无锡荡口古镇的《荡口风华录》等。在一些历史文化厚重、民族风情浓郁的旅游地,不少旅游者受相关影视作品的影响,穿着具有地域特色的服饰开展旅游活动,体验当地人或剧中人的生活,如河南洛阳的洛邑古城、陕西西安的长安十二时辰主题街区、江苏苏州的肖家巷“旗袍一条街”等。入乡随“服”,让观赏者变为“剧中人”,赏景人变身“画中人”,旅游者真正成为主角,旅游地变为舞台,旅游活动的沉浸感得以提升。

“旅游+服饰”的地方实践

在旅游业创新发展过程中,一些地方关注游客的隐性需求和服饰的特殊作用,在“旅游+服饰”领域进行了有益探索,积累了宝贵经验。其中,较有代表性的有海南岛服、大理白族创意服饰和洛阳汉服旅拍。

海南岛服——“把海南穿回家”。20世纪90年代,起源于夏威夷、巴厘岛等地的岛服被引入海南。这种宽松舒适、价格适宜的服装,因为样式简洁大方、色彩艳丽缤纷、图案争奇斗妍、地方特色浓郁,适合热带海滨穿着,受到游客青睐,成为海南岛的标志性服饰。穿着岛服的游客,成为一张张宣传海南的流动名片。资料显示,2012年6月,海南生产岛服的厂家有30家左右,其中品牌厂商有13家,包括“丝妮雅”“维特张”“椰风海韵”“南海印象”“金椰”等。近年来,海口中城文化旅游产业研究院成立了“海南岛服”设计研究课题组,在国家知识产权局注册了“浪花”商标,推进海南岛服创新发展与品牌化。此外,博鳌亚洲论坛秘书处委托海南省服装协会和海南舒尔逸服饰有限公司共同策划、设计、制作的会议服饰——“博鳌”(即“博鳌衫”)成为一抹亮色,礼仪接待旗袍也从最初的东南亚风情旗袍筒裙改为具有海南地方文化特色的黎锦旗袍。

大理白族创意服饰——“最炫民族风”。大理市拥有白族扎染技艺(国家级)、白族刺绣技艺(省级)、白族羊毛毡制作技艺(省级)、洱海区域白族服饰(省级)等非物质文化遗产,当地社区居民至今保留着传统节日期间穿着民族服饰的习惯。其中,扎染与白族服饰富有地方特色、审美价值和内涵,在旅游演艺、体验式购物及企业员工工装等领域发挥了重要作用。大理市喜洲镇周城村素有“扎染之乡”的美誉,在优秀传统工艺的创造性转化、创新性发展方面进行了积极探索,形成了以璞真扎染厂暨璞真白族扎染博物馆为代表的“展示+传承+体验”模式和以大理市蓝染绿色文化发展中心为代表的“展示+创新+体验”模式,推动了扎染产品的多样化,让遮阳帽、头巾、围巾、披肩、T恤、坎肩、短裤、长裤、连衣裤、半身裙、毛衣、布鞋等既体现传统技艺又具有创新元素的服饰在旅游舞台上大放异彩。除了扎染,体现民族风、凸显艺术范、具有设计感的创意休闲服饰日

渐成为一道风景线,孕育出“雀云裳”“南诏布衣”“凡依原创”等服饰品牌,原创服饰小店数量众多。近年来,白族创意服饰与妆造、旅拍、婚拍相结合,不断拓展发展空间。

洛阳汉服旅拍——“穿着汉服去旅行”。洛阳是十三朝古都,历史文化遗迹类旅游区众多。随着《唐宫夜宴》《风起洛阳》等古装影视作品走红,在短视频和社交媒体的助推下,洛阳掀起了汉服旅拍热。各大景区举办全国汉服短视频大赛、国风穿越节、“汉服+剧本娱乐”等活动,推出“游客身穿传统汉服即可享受免费景区”等措施,带领市民游客沉浸式感受十三朝古都的浪漫。穿着汉服在这座历史文化名城游览,好似穿越到盛唐时期的“神都”,又仿佛行走在天然的摄影棚,还能拍出具有纪念意义和社交价值的美照。洛阳市顺势而上,成立洛阳汉服研究院、洛阳市老城区汉服文化行业协会,“洛阳·牡丹颂”汉服文化展示中心、云之裳华服产业园,着手培育涵盖设计、制造、租售、妆造、跟拍、直播、配饰制作等服务的全产业链,孵化“汉服+演艺”“汉服+剧本娱乐”“汉服+研学”“汉服+节会”“汉服+文创”等新业态。在汉服“浓度”最高的洛邑古城,周边就有汉服店300余家,甚至出现了“汉服一条街”。

推动“旅游+服饰”的对策建议

“衣”是旅游者的基本生活需求,是旅游者体验地方文化、融入消费场景、与旅游地建立情感连接的重要媒介,是提升仪式感、参与感和归属感的重要载体。服饰消费和旅游消费同为人民群众对美好生活向往的体现,服饰产业和旅游业皆是我国的重要民生产业。推动服饰与旅游融合发展,对于促进非物质文化遗产保护传承、服饰产业创新发展、满足旅游者个性化品质化需求、增强文化自信具有积极意义。

充分发挥已有旅游载体的示范引领作用。截至目前,各地已经创建申报了一定数量的服饰类A级旅游景区(如浙江新昌达利丝绸世界、河北宁晋童泰文化旅游产业园)、工业旅游示范基地(如福建晋江七匹狼工业园、四川南充六合丝织博览园)、观光工厂(如福建石狮大帝集团),为推进服饰与旅游融合发展奠定了坚实基础。要突破“企业文化展示+产品展销”的初级发展模式,关注细分市场和文化赛道,结合用户参与设计、激光3D量体、智能制造、小批量个性化定制,瞄准高原风光、森林休闲、山地运动、温泉康养、海滨度假、冰雪旅游、婚礼婚庆、毕

业旅行等消费场景,结合所在地域的主导旅游产品,研发生产富有地方特色、文化内涵、民族风情、技术含量和体验功能的旅游服饰产品。

灵活推进服饰类非物质文化遗产进旅游空间。生活化是非物质文化遗产传承的关键,服饰类非遗是非遗生活化传承的生力军,且积累了杭州丝绸、苏州刺绣、大理扎染、丽江披肩、凯里苗绣等丰富经验。要根据《文化和旅游部关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知》,结合各地实际,通过演艺剧场(舞台)、创意市集、节会展销、旅拍基地、非遗工坊、文化院落等方式,推进纺纱、织布、印染、刺绣、缝制及其他相关技艺类非遗融入景区、度假区、休闲街区、乡村旅游重点村镇、夜间文化和旅游消费集聚区等旅游空间,创新玩法、业态与产品,丰富文化内涵和旅游体验。

积极策划组织服饰文化旅游节庆会展活动。节庆会展是集中展示各地服饰文化与服装产品、促进文化服饰创意设计交流、搭建供需对接平台的重要手段,也是推进旅游与服饰、商贸、创意融合发展的主要载体。要学习借鉴“壮美霓裳”广西民族服饰秀、内蒙古蒙古族服装服饰艺术节、西藏“衣脉相承”服饰文化节、湖南长沙汉服节、陕西省西安市新城区服饰文化旅游节、浙江嘉善西塘汉服文化周、“敦煌潮韵 丝路霓裳”敦煌国际时尚周、四川凉山火把节彝族时装周、云南新平花腰傣服饰文化节、贵州凯里苗侗风情园“村T”(乡村非遗民族服饰T台秀)、海南五指山民族时装周”等成功经验,根据各地实际策划举办服饰文化类旅游节庆会展活动。

除了游客之外,还应考虑旅游行业从业人员的职业服装的高质量供给。旅游尤其是酒店是国内较早要求按照岗位统一着装的行业。可以运用新理念、新技术、新模式,提高职业服装的特色、内涵与质量。例如,无锡文旅集团按照“一景一服”的理念,为鼋头渚、蠡园景区票务和导游人员量身定制了工作服,让景区员工形象也成为一道城市风景。大型旅游景区、度假区、休闲街区及其他旅游服务企业可以考虑借鉴“一景一服”理念,与服饰创意设计机构、服装生产厂家合作,为员工定制化提供不同季节的工作服,还可以考虑学习北京冬奥会“花式”工作服的经验和,为参与体验活动项目、参加大型节庆会展的游客提供特定服装。

(作者单位:云南师范大学管理学院,迪庆藏族自治州民族文化艺术研究所)

继淄博烧烤以单一爆款开创美食旅游新模式后,荣昌卤鹅通过系统化创新完成业态迭代,从文化引领、产业融合、科技赋能、品牌延伸四个维度,推动了美食文旅的转型升级

「美食+文旅」的荣昌经验

□ 邹开敏

在以美食为引领的文旅产业赛道上,淄博烧烤与荣昌卤鹅两颗璀璨的新星先后强势闯入大众视野,掀起一波又一波流量热潮。淄博烧烤凭借“小饼烤炉加蘸料”的“三件套”吃法,从地方小吃摇身一变成为全民追捧的美食“顶流”,吸引各地食客纷至沓来,让淄博这座工业老城变身旅游热门打卡地,城市知名度与影响力呈指数级攀升。荣昌卤鹅则借助“卤鹅哥”对美国网红“甲兀哥”的多次“投喂”,从重庆一隅的特色美食迅速火爆出圈,不仅带动当地鹅肉销量激增,更让荣昌这座千年古城成为今年的热门旅游目的地。数据显示,今年五一假期,荣昌区接待游客234.5万人次,同比增长168.2%,成为川渝地区游客增长最快的旅游目的地之一。

淄博烧烤与荣昌卤鹅的出圈,展现了以美食为驱动力的文旅产业发展的创新实践。淄博通过烧烤开创了美食文旅新模式,不仅带动了当地餐饮、住宿等基础消费,更通过“政府引导、市场运作、全民参与”的服务升级,为城市文旅发展树立了新标杆。而荣昌在借鉴淄博成功经验的基础上,结合本地非遗特色,探索出产业深度融合发展的美食文旅新路。这也反映出地方文旅产业寻求突破、实现可持续发展的迫切需求与积极探索。

继淄博烧烤以单一爆款开创美食旅游新模式后,荣昌卤鹅通过系统化创新完成业态迭代,从文化引领、产业融合、科技赋能、品牌延伸四个维度,推动了美食文旅的转型升级。

一是从“吃热闹”到“品文化”。数据显示,今年五一假期,荣昌卤鹅销售量达29万多只,同比增长752.53%,抖音团购订单量同比飙升53倍,线上线下掀起了一场“吃卤鹅热”。除了“吃热闹”之外,荣昌卤鹅还结合非遗技艺展示,实现了从味觉消费向文化消费的转变。荣昌卤鹅已有百年历史,“荣昌卤白鹅制作技艺”被列入重庆市级非物质文化遗产代表性项目名录。自荣昌卤鹅爆火之后,荣昌区政府顺势而为,将卤鹅塑造为地域文化的具象符号。例如,荣昌区推出“荣昌卤鹅非遗美食消费季”活动,通过非遗技艺展演、卤鹅历史展览等活动,讲述卤鹅制作技艺的传承脉络及其与当地风土人情的紧密联系。游客品尝卤鹅时,不仅是在享受美食,更是在体验和感受深厚的地方文化底蕴。这种“美食即文化”的沉浸式体验,让荣昌卤鹅的魅力超越了味觉本身,形成了“舌尖记忆+文化共鸣”的双重吸引力。

二是从“单线带动”到“全域联动”。荣昌卤鹅热不仅带动了卤鹅上游养殖业、中游加工业和下游销售业,还构建了全域联动的“美食+”产业融合体系。

在“美食+非遗”方面,荣昌将卤鹅与当地的夏布、陶瓷等非遗项目紧密结合,推出“卤鹅+夏布体验”“卤鹅+陶瓷制作”等文旅套餐。游客品尝卤鹅后,还能参与夏布织造、陶瓷拉坯等体验活动,实现了“吃卤鹅、玩非遗、购文创”的融合消费。

在“美食+体育”方面,荣昌将美食旅游与体育赛事紧密结合,通过活动聚集人流、带动消费。例如,荣昌举办了半程马拉松、龙舟赛等体育活动,同时借助引进羽毛球相关产业,策划举办“鹅羽杯”国际羽毛球邀请赛,推出“运动+美食”特色旅游线路,实现美食、文化、体育等多产业的深度融合。当地还举办了青年音乐节、低空飞行表演、“渝味360°”联展等30余项活动,进一步丰富了消费场景,让游客在“动感”与“美味”中感受荣昌的活力。

此外,荣昌还坚持“全域开发+区域协同”,构建“无边界”文旅生态。一方面,重构旅游新空间,打造“城区即景区”的沉浸式,把区域内可利用的相关资源向旅游方向转化,通过全域开发、全民参与,将每一个具有本地特色的空间场所转化为旅游消费聚集地,让文旅产业更具“烟火气”。另一方面,积极推动区域协同,积极融入川渝两地共建的巴蜀文化旅游走廊,吸引游客吃荣昌卤鹅,游大足石刻、乐山大佛,到泸州品泸州老窖,去永川看茶山竹海,沉浸式感受川渝地区丰富多元的文旅魅力,带动周边文旅产业共同发展。

三是从“传统经营”到“智慧升级”。荣昌卤鹅在传统产销模式基础上,积极拥抱科技创新,实现智慧化升级。在生产环节,荣昌区政府深化产学研融合,联动西南大学、重庆市畜牧科学院等科研机构,攻关种鹅繁育、标准化生产等关键技术,推动“产学研+产业园”模式落地,确保卤鹅品质稳定,同时提高生产效率。在销售环节,当地积极搭建线上电商平台和直播带货渠道,实现精准营销,让荣昌卤鹅销往全国各地。在旅游服务方面,当地强化科技赋能,开发了“荣e游”小程序,游客一键就能开启在荣昌的精彩畅游之旅,获得“吃住行游购娱”全方位的贴心攻略。“荣e游”还开通了卤鹅地图,标注了100家有代表性的卤鹅店,以及夏布等非遗商店信息,借助科技力量,提升了产业运营效率和游客消费体验。

四是从“流量吸引”到“价值衍生”。自“卤鹅哥”引发流量热潮后,荣昌区除了推出卤鹅预制菜、现场参与卤鹅等食品类衍生商品,还开发了卤鹅主题折扇、陶瓷等文创产品,吸引年轻消费者。荣昌卤鹅品牌围绕“一店一非遗”策略,将非遗认证与门店绑定(老字号+非遗技艺传承人)。当地与知名餐饮品牌合作,在其荣昌线下门店开设“荣昌卤鹅专区”,通过透明厨房展示卤鹅制作技艺,游客可现场参与卤水调配互动,形成沉浸式非遗体验场景。借助品牌知名度,当地还举办了以卤鹅为主题的“汉服品鹅宴”“大鹅套圈”“登山寻鹅”等文化体验活动,推出主题旅游线路,实现品牌从美食领域向文化、娱乐等领域的延伸,大大拓展了品牌的商业价值。

荣昌卤鹅的成功实践,为地方美食文旅融合发展提供了有益借鉴。这一成功案例表明,唯有立足地方特色,通过多元资源整合与创新模式探索,构建起差异化的竞争优势,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。

当前,荣昌卤鹅虽已凭借非遗赋能与产业融合优势崭露头角,但要实现从“流量”到“留量”的转化,持续巩固市场地位、提升在全国乃至全世界的影响力,还需要多维度发力,构建长效的运营机制。在基础设施建设方面,要继续完善道路、停车场、旅游厕所等基本文旅服务配套,为游客提供优质的旅游服务。在文化传承方面,要深入挖掘卤鹅背后的历史故事、匠人匠心,建立卤鹅制作技艺传承培训基地,培养专业人才,确保非遗技艺代代相传。在生态保护方面,要推广绿色养殖模式,建设生态养殖基地,实现产业发展与生态保护的平衡,拓展“生态养殖+农耕体验”文旅产品。在市场培育方面,要持续加强品牌宣传和产品研发,不断推出文旅新品和新的体验项目,保持市场吸引力。在国际方面,要继续依托“卤鹅哥”与“甲兀哥”互动的流量,在TikTok、YouTube、小红书等平台展示非遗技艺、卤鹅文化等内容,推动荣昌卤鹅国际化传播,配合24小时过境免签政策,吸引更多国外游客。在政策支持方面,要继续出台一系列扶持政策,引导卤鹅产业规范化发展,为美食文旅的可持续发展提供坚实保障,让荣昌卤鹅在文旅产业赛道走得更稳、更远。

(作者单位:广东省社会科学院环境与发展研究所)

深度探索文旅发展新方向

——评《DeepSeek在文旅场景中的运用》

□ 赵芳

在人工智能浪潮奔涌而来的当下,数智化革新狂飙突进。文化和旅游业乘势破局,迎来了前所未有的发展机遇。戴有山新著《DeepSeek在文旅场景中的运用》以独特的视角、深刻的洞察和细腻的文笔,为我们开启了一段通往科技与文旅交融多维新境的旅程,展现出一幅用科技赋能文旅、用人工智能推动文化和旅游业高质量发展的绚丽图景。

作者认为,DeepSeek的发展为文化和旅游带来了前所未有的机遇,能够帮助我们更好地保护和传承文化遗产,提升旅游服务质量,创新旅游营销模式,满足人民日益增长的文化旅游需求。凭借强大的数据分析和预测能力,DeepSeek能够精准剖析不同区域文旅资源的独特禀赋与潜在价值,通过对海量数据、市场需求趋势的深度挖掘,为文化和旅游业定位提供客观且具有一定前瞻性的依据。同时,DeepSeek可对不同规划方案进行预演评估,提前发现潜在问题与优化方向,从空间布局到业态组合,全方位保障文旅规划的科学与性

可行性,助力文化和旅游业实现高质量、可持续发展。DeepSeek以智能算法穿透数据迷雾,如同一双慧眼,帮助文旅从业者看清市场走向与趋势,在投资决策等复杂场景中,模型的“统计学套路”可能放大系统性风险等。

为此,作者呼吁,在利用AI技术推动文化和旅游发展的过程中,要始终坚守文化的内核,尊重其多样性和真实性,注重游客的情感体验和文化感知。正如书中所展望的,在不远的将来,自主进化的地方文化AI体,将成为地域文化的智能守护者与创新传播者,推动地方文化的传承与发展。全球文化遗产的AI协作网络,将为人类文明的交流互鉴搭建起跨越时空的桥梁,促进不同文化间的对话与融合。

总而言之,《DeepSeek在文旅场景中的运用》是一部值得细细品读的好书。在这个科技飞速发展、文化越发多元的时代,本书既是文旅行业研究者、从业者的重要参考,也给了热爱文化、关注新技术发展、向往美好旅行的人们一把开启文旅新视野的钥匙。

