

所遇皆是缘

西塘汉服文化周 与发起人方文山的那些事

本报记者 郭婧

“这传统扎根在吴根越角的地方,文化西塘,是我华夏血脉原乡。”方文山说,这首名为《文化西塘》的韵脚诗特地为西塘古镇而作。11月5日,在本届西塘汉服文化周期间,他揭牌了自己在大陆的首家工作室,这首诗被醒目地印在工作室的外墙上。

西塘汉服文化周已经走过十个春秋,作为发起人,方文山与西塘的缘分也在今年迈入第十一个年头。当西塘抛出设立工作室的橄榄枝时,方文山便不假思索,“可以哦,怎么早没想到呢。”这些年,方文山几乎走遍了西塘古镇每一处景点、每一条弄堂。“烟雨长廊”“永宁桥”“西园”“圣堂”……这些熟悉的地标建筑转化为充满视觉感的、承上启下的关键词,出现在《文化西塘》之中。“在写这首韵脚诗的时候,我想给读诗的人营造一种贯穿全篇的画面感,一种唯美的意境。”方文山告诉记者。

读完韵味十足的《文化西塘》,再走入工作室,这种唯美的意境继续延伸。正门斜对方的空间是汉服文化区块,特别安置了一排美人靠、两扇雕花门框,抬头望,还有屋檐和油纸伞。屋檐的设计由方文山提出,能够呈现一种内外空间的反差感,而墙上的屏幕则播放着第一届至第十届西塘汉服文化周的影像。

“这十一年来,我觉得最神奇的是每年开幕式从来没有下过雨哦!第一天几千人走朝代嘉年华方阵从来没有因为下雨延误过。”方文山笑着说,这也成为他最难忘的事。

难忘的故事外还有难忘的地点,对方文山来说既不是烟雨长廊也不是西园。“比如主会场,我们的朝代嘉年华方阵、各式各样的晚

会都在那边举办;游客中心,我们每次换装开会的地方;酒吧一条街,人潮拥挤很热闹,充满了烟火气和生活气;还有我每次来往的酒店……”方文山若有所思,“都是和汉服文化周工作产生情感联结的地方。”

几乎每一次出席西塘汉服文化周,方文山都会选择明制汉服,“有一种英挺的感觉,比较侠气。很多年轻‘同袍’们和我一样,多多少少会被汉服的美所吸引。”在他看来,穿戴汉服是一种形式,举办活动则是一种途径,“先求‘量’,通过活动扩大影响力之后,再寻求‘质’。”他补充道,“参与的人多了,会有一些百分比的‘同袍’会想要进一步了解,比如大到服饰的沿革变化、小到一处云纹的含义,再衍生到对茶道、香道、宋宴等更深层次的学习。”

方文山工作室的墙上印着四句藏尾诗:创衣冠之美族曰华,拥天地之大国称夏。传炎黄之民心系汉,著交领之邦尚华服。今年的西塘汉服文化周,方文山特别邀请了中国台湾青年汉服代表团。促成两岸在汉服文化方面的合作交流,是他的一大心愿。

对于汉服复兴运动,方文山也抱有一份使命感:“汉服复兴蕴含着‘文化认同感’和‘文化归属感’,可以让传统文化变成一个话题、一种时尚、一种追求,避免传统文化的消亡。”



方



桥西历史文化街区雅趣茶集



第十届中国大运河庙会现场人气超高

近17万网友关注,中国大运河庙会又“圈粉”了

本报讯 “上个双休日,去运河逛庙会,挤到走不动路”。11月3日~11月5日,2023第十届中国大运河庙会在浙江杭州运河边举办。11月4日(上周末),#中国大运河庙会#登上某短视频平台同城热搜第四位,近17万用户关注该话题。

这届年轻人为啥爱上了逛庙会?

11月3日下午4点,大兜路历史文化街区,挑着担沿街吆喝的“卖货郎”吸引了游客们拍照打卡。这是本届大运河庙会“妙享禅市”里不时上演的街头互动式演绎,开场即“王炸”。从大兜路出发,记者一路解锁大运河庙会的多重玩法:大兜路历史文化街区,游客可以感受养生项目,品素食轻食;到了小河历史文化街区,游客又能一秒进入沉浸式游园会。桥西历史文化街区打造了“茶花香”市集,各类与茶相关的好物,游客都能在这里找到;运河天地文化艺术园区创办了“运河集·秋来野”咖啡市集,游客不仅可以品咖啡,还能解锁手作咖啡杯等手作体验课。运河天地本次以“摩登出圈”为主题,现场设置“银盐·可以集OK MARKET”“可以BAR”“宠物摄

影展”等核心板块内容,成为不少游客夜晚必玩的潮流点……

从网友反馈来看,大运河庙会流量飞速增长的原因,一是玩法多,二是颜值高。在某社交平台输入“中国大运河庙会”,一段大兜路上的国风舞蹈表演短视频立刻被推送到平台首位,下方还跟了千余条评论:“这么多帅哥美女来摆摊,想去打卡”“太热闹了,晚上就带着朋友去逛”……据庙会承办方之一,杭州运河集团文化旅游有限公司统计,庙会期间游客总人数超50万人次,高峰期单日流量超20万人次,人气比去年同期又涨了一波。

盘点历年中国大运河庙会业态,烟火气和潮流范兼具,是它不断“吸粉”的秘诀。2022年大运河庙会,在保留国潮演艺、摩登玩法的同时,还特别增加了“水上市集”和“宋韵灯会”等社交体验游线,成功带火了周边街区和运河水上玩法;今年庙会,小河直街的文创集章打卡活动又勾起了年轻人们街区挑战游戏集章的热情。今年高峰期领奖处更是排起了长队,“每届庙会的线下社交打卡活动都很‘圈粉’。”

走过10年的中国大运河庙会变成杭州市集王牌IP,主办方也动起了打造衍生IP文创的心思。庙会期间,大兜路街区上名为“运河文创·北关夜市”的摊位吸引不少文创爱好者驻足。摊位上有独属于北关庙会IP形象的帆布袋,宋韵十足的人物书签,打开便是一幅生动庙会图的胶带,还原《北关夜市图》的拼图等运河元素满满的文创好物。据悉,北关夜市文创品牌已入驻杭州手工艺活态馆,如果游客错过了庙会上的高人气文创,还可以去馆内继续“买买买”。

“举办庙会既是为了传承和弘扬运河文化,也是打造当下潮流的人气玩法,让文化创意产业、文创爱好者、潮流业态能在市集上互相碰撞。”杭州运河集团文化旅游有限公司工作人员告诉记者。未来,更多关于大运河庙会的文化创意正在碰撞中。

“人设”和“颜值”不断更新的大运河庙会,未来或将引发杭州市民游客“赶庙会”的复古风尚。

本报记者 杨希林



扫一扫
看直播回放