

# 古装影视剧对四川汉服产业的影响研究

## ——以重回汉唐为例

谢馨雨 张 垒 王筱竹  
四川旅游学院 四川 成都 610000

【摘要】现阶段，古装影视剧的播出如火如荼，在剧情之外，其美轮美奂的服装、饰品等也引起了广泛的关注。在此背景下，汉文化的宣扬逐步展开，汉服产业逐渐兴起，国内掀起汉服热潮。此研究主要目的在于探索古装影视剧与汉服产业高速发展的内在联系，以助力汉文化的继承、宣传活动的开展，同时为相关汉服产业分析市场现状，抓住商机提供资料与方向。

【关键词】古装影视剧；汉服产业；汉文化

### 1 研究背景

近年来，我国古装影视剧不论是数量还是质量都有大幅的提升，一大批题材新颖、故事情节引人入胜的古装影视剧相继上映，其中包括2018年的《延禧宫略》、《香蜜沉沉烬如霜》以及2019年的《长安十二时辰》等。在我国古装影视剧高速发展，开始占据一定市场地位的当下，汉服产业作为新兴产业也开始被人们广泛了解，喜爱汉服、购买汉服的人数大大提升，与此同时国内对汉服文化的传承和宣扬也相继展开。2002年2月14日，“华夏血脉”在新浪舰船知识网络版军事历史论坛发表《失落的文明——民族服饰》帖子，主体参与人群为70后、80后和90后的汉服运动就此展开，近几年各个年龄段的人群都不同程度的参与了进来。汉服的复兴和推广形势一片大好。

### 2 研究目标和方法

基于目前古装影视受欢迎的火热现状，汉服开始走向群众，被越来越多人关注和喜爱。探索古装影视剧与“汉服热”产生的内在联系，不仅有助于汉文化的继承、宣传活动的开展，也有助于相关产业分析市场现状，抓住商机。本课题将通过对比汉服与古装影视剧的相关文献资料进行整理，在古装影视剧盛行的当下，结合古装影视剧对“重回汉唐”汉服店铺的影响，研究四川汉服产业的兴起与古装影视剧之间是否存在联系。同时进行问卷调查，从各个方面研究古装影视剧对汉服产业的发展是否存在推动作用。

### 3 文献综述

弓萱漪，张立明（2013）对汉代女子服饰在现代影视剧的运用指出：为了配合影视剧人物性格特征及当下时代特色，在拍摄影视剧时往往会对汉服进行一定程度的修改，以符合大众审美。蔡蓉博，李晓蓉（2015）分析了当下古装影视剧中汉服的具体呈现，汉服色彩在影视剧中的艺术特色以

及现代化的创新演绎。郝英英（2012）以古装影视剧《孔雀东南飞》为代表对还原真正汉服的必要性进行了分析：现下大多古装影视剧中，服装更注重精美度，在一定程度上误导了观众对汉服的定位。

综合分析现有研究，关于汉服与影视剧的相关文献研究，主要是针对汉元素及汉文化在影视剧中的应用。汉服产业的发展与影视剧的联系还未有深入的研究。

### 4 古装影视剧中的服饰应用与发展

#### 4.1 从《延禧宫略》看汉服在电视剧中的应用

我国古装剧具有独特历史底蕴与文化审美。每隔十年，古装影视剧都会呈现别具特色的整体面貌。2018年播放量前十的影视剧中，有五部是古装剧，其中四部更是占据了前五名。《延禧宫略》则以181.8亿的单年播放量稳居第一。

《延禧宫略》自播出日起热度就高居不下，女主角的新颖定位，导演对清代服饰、配饰的深刻研究都是其成为热剧的理由。全剧复古配色让人仿佛置身清代宫廷，无形中掀起了一股文化热，剧中角色考究的服饰色彩与别致的配饰将我国一大批非物质文化遗产重新带回了大众视野。

剧中，富察皇后在寝宫所着便服参考了清代便服的一般样式，其整体色调较素，便服平袖口，有少量刺绣花样，色调淡雅。除此之外，高贵妃时常穿戴的珍珠衫灵感来源于慈禧太后的旧照。其中还原度极高的服饰中包含了富查皇后与高贵妃的吉服，两套衣服甚至连花纹及每个图案的位置都与历史照片相差无异。而遵照历史，在穿吉服时是不应该佩戴领约的。但这样细微的改造在凸显人物性格方面却发挥了独特作用，淡黄色突出了富查皇后的恬静温婉，红色则突出了高贵妃的张扬跋扈，人物形象也变得更加的立体。

由此可见，在古装影视剧中完全还原的运用汉服并不可能，稍加改造后却能在搭配和人物刻画方面给人更加美观和深刻的感受。

#### 4.2 汉服与影视剧的融合

为演员量身打造适合的服装是古装影视剧中刻画人物非常重要的手段。想要充分体现剧中人物的性格特点和身份地位,描绘其所处的时代特点,就必须要有合适的服装搭配和场景设计。

汉服与影视剧的融合主要反映在以下方面:一、在选择汉服时,需要充分尊重历史事实和传统文化,同时着重增加服装的艺术感染力,平衡真实性且具有艺术性。例如,早期热播的《甄嬛传》就做到了虚实结合,选择合适的汉服更加真切的还原了历史;二、丰富细节,汉服对增强影视剧的视觉效果至关重要,尤其使纹样、图案和材质等细节之处,在边纹、针法和做工上提升视觉效果,利用造型艺术将汉服提升为剧中焦点;三、用汉服色彩塑造人物性格,汉服色彩的合理搭配可以改善整个古装剧的视觉画面效果。在塑造人物性格方面,要充分考虑剧情发展、人物脾性、身份地位等,以更好的烘托人物形象。如《武媚娘传奇》中,次要角色均以浅色为主,衬托了人物悲惨命运,整部剧中主角和配角衣服颜色主次分明,使得这部剧在视觉以及情感上更能还原当时历史的场景。

## 5 古装影视剧对人的引导性

### 5.1 影视剧热播推动汉服市场

影视剧的高速发展推动汉服市场热度持续提升。2019年汉服成交额仅淘宝平台就超过了20亿元。据估算,截止2020年,我国汉服潜在用户规模已高达4.15亿人。这表明,汉服已经逐渐开始占据市场,蜕变成为一门拥有上亿消费者、数十亿产值的“大买卖”。

影视作品和IP很大程度上影响着汉服文化的发展。2018年12月25日,电视剧《知否知否,应是绿肥红瘦》火热开播,汉服店铺汉尚华莲与其联名定制的汉服仅一个月就取得了近百万元的销售额,成为爆款;同样,电视剧《陈情令》的持续高热度,也使得淘宝店铺“流烟昔冷”和该电视剧的联名款连续3个多月霸榜消费者最爱的汉服前五位;“花朝记”和《长安十二时辰》联合推出的大袖儒裙几个月里销量暴涨12倍;2020年,电视剧《琉璃》的热播使濒临倒闭的广州汉服商家汉衣晟道起死回生,店铺中一款跟剧中主人公璇玑衣着十分相似的汉服“星云”一周内卖出近2万套,相当于上半年单品全部库存。这些都是古装影视剧推动汉服市场的范例。

再次,通过问卷调查抽取的300份问卷统计结果显示,有大于35%的人通过影视剧认识汉服(如图表5.1)。由此可见汉服市场的繁荣与影视剧的确有很大的关系。在庞大的国风爱好人群面前,我国的汉服市场才刚刚开始兴起,背后的可挖掘空间还非常巨大。

### 5.2 明星效应推动汉服产业发展

至2020年,由方文山所发起的西塘汉服文化周已是第

八届了。作为汉服界每年的盛会之一,它对汉服、汉文化及周边产业发展起到了至关重要的作用。如果没有方文山在文坛的影响力和在汉服同袍中的号召力,要使西塘汉服文化周得到当地政府、企业的支持和全国汉服同袍的响应,发展到今天的规模至少要慢上三年。

电影明星徐娇一直都有不错的曝光度。作为一名资深的汉服同袍,她一直以自己的方式支持着汉服的发展。她常在网上传自己的汉服照,多年来积极参与西塘汉服文化周,穿汉服出席重要场合。徐娇汉元素店铺“织雨集”的注册,为汉服与现代元素的结合创造了契机。当身穿汉服的林志玲出现在纽约时代广场的大屏幕上,不少纽约人为之惊叹。当消息自国外传回国内后又掀起了一阵热潮,人们从明星身上看到了汉服的复古典雅,那是与影视里的戏服不一样的历史感。

根据问卷调查结果显示,产生购买汉服想法与明星穿戴汉服、分享汉服动态等相关的,占比高达32%。古装影视剧推动汉服产业发展的方式中,认为明星网红效应带动消费的比例更是达到了33.67%。由此可见,明星效应对汉服发展起到了相当大的作用。

## 6 “重回汉唐”汉服店铺发展现状

2006年03月,“重回汉唐”在工商局登记注册成为服装品牌,于2006年12月17日在四川省成都市文殊坊开业。其“着汉家衣裳,兴礼仪之邦”的发展思路与当下消费者注重文化传播和国民大力推行文化兴国的思路不谋而合,在顺应时代需求的同时,“重回汉唐”注重服装产品质量,价格适中,而由店铺掌柜张异创作的歌曲《重回汉唐》更是进一步扩大了店铺的影响范围。

重回汉唐自2016年以来持续高速发展,成为汉服圈的元老级商铺。截止2019年12月,“重回汉唐”已在全国开出30家汉服实体店,还有数十家代理店,同时拥有线上店铺淘宝、天猫各一家,在行业中不论是汉服产量还是口碑等都处于领先地位。作为四川乃至全国的首家汉服实体店商家,其对四川汉服产业的发展具有代表性作用,不仅如此,其对汉文化的传播也有着十分重要的影响。

## 7 古装影视剧播出时段“重回汉唐”同类产品销售量对比

近年来,在各大淘宝店铺都处于激烈的竞争之中,汉服产业以极快的速度占据市场,如何吸引消费者成为了汉服商家最关心的问题。古装影视作品及IP的火热让商家看到了巨大的商机。2018年8月2日开播的《香蜜沉沉烬如霜》在开播后的第三日就以1.172%的收视率登上了同期电视剧收视率第一的宝座,同一时段,与影视剧之中男二号所着服装相似的一款名为“霜天明月”的汉服成品销量在“重回汉

唐”汉服店中稳定上涨,日销从8月的192件逐步增长到9月的245件。在影视剧播出期间,“重回汉唐”店铺也受其影响成为了2018年七八月份的销量排行榜榜首。同时店铺在2018年以31889402.21的年销量成为2018年汉服品牌销售额第三名。

无独有偶,2019年6月播出的《长安十二时辰》以50亿的超高播放量收官,其一大看点就是剧中对唐朝汉服的复刻与还原。剧中女子穿戴的齐胸襦裙温婉端庄,吸引了很多汉服爱好者。“重回汉唐”店铺一款名为“莹妆”的齐胸襦裙也受此影响在7月获得了1657的订单量,以该成品6月订单量数目的两倍拿到当月的销售量榜首。由此可见,古装影视剧和IP的火热让重回汉唐店铺的销量得到了显著的提升。

## 8 结束语

《延禧宫略》中对汉服的细微改造加强了对人物的刻画,同时也使人们对汉服款式的发展方向有了不同的想法。据调查结果显示,约62.3%的消费者倾向于在充分尊重历史的条件下融入现代元素,对汉服进行改造。另外,31.6%的消费者倾向于汉服的历史还原,对于融入现代元素并不支持。然而不可否认的是,传统与现代的碰撞与融合可以使汉服市场更广阔。综合问卷调查的结果,古装影视剧中汉服的运用方式对汉服市场的发展方向具有很强的引导性。

联名定制汉服有望成为汉服产业发展新方向。目前,“汉尚华莲”、“流烟昔冷”、“花朝记”等多家汉服店铺都通过与古装影视剧合作,定制了多款联名汉服,并且借助古装影视剧的热度取得了不凡的销售成绩。“重回汉唐”也似乎找到方向,与秦时明月、剑网三、梦幻西游等多款网络游戏合作推出联名汉服,关注度及销量都十分可观。由此可见,汉服店铺与古装影视剧、网络游戏等进行联名款汉服制作不失为一种推动汉服产业发展的新方式。

根据热播古装影视剧对各大汉服商家发展程度及发展方向的引导,我们不难看出,古装影视剧对汉服产业的影响正在逐渐加深。并且,成都“重回汉唐”店铺作为国内首个品牌汉服实体店,在热播古装影视剧在映期间同类产品的销量变化显著提升,连带店铺整体收益及市场占比都有所上

涨,其所受到的影响无疑是极具代表性的。古装影视剧的热播、汉服市场的火热,使越来越多的人看到了汉服市场的潜能,截止2019年12月18日,四川成都汉服商家数量对比2018年的66家增加了38家,已达到104家,预计2020年还将持续增加。目前,汉服产业的产业总规模已高达10亿元,汉服已经逐步从人们所说的“小圈子”成长为一种文化传承和文化潮流的结合物,其产业也成为了“蓝海市场”。

## 【参考文献】

- [1] 马孟超. 古装影视剧的服装设计理念研究——以影片《影》为例[J]. 工业设计, 2019(01):125-126.
- [2] 蔡蓉博, 李晓蓉. 汉服色彩在影视剧中的传承与发展[J]. 四川戏剧, 2015(06):85-88.
- [3] 郝英英. 从《孔雀东南飞》看汉服[J]. 湖北函授大学学报, 2012,25(03):153-154.
- [4] 弓萱漪, 张立明. 汉代女子服饰融入现代影视剧中的应用[J]. 当代艺术, 2013(02):56-57.
- [5] 余光. 论汉服的发展特征与汉服文化的传承方式[J]. 《区域治理》, 2018(13):251,253.
- [6] 陈小清, 徐姗姗. 汉服市场发展探讨[J]. 《神州》, 2019(22):262.
- [7] 汪志娟. 从文化认同到文化自觉: 汉服运动兴起与发展[J]. 商, 2016(06):137-138.
- [8] 姚珊珊, 刘玉冰, 程玲琼, 陈瑶. 汉服的创新与传承研究[J]. 科教文汇(下旬刊), 2019(09):188-190.
- [9] 王睿, 高晗, 陈雨晴. 汉服产业的发展现状[J]. 中外企业家, 2019(19):219.
- [10] 李浩瑞. 论汉服产业发展现状与发展前景[J]. 管理观察, 2017(35):46-48.
- [11] 李智航, 曹蓓, 吴治米. 关于汉服市场的潜力分析与营销手段探讨[J]. 现代营销(下旬刊), 2019(07):82-83.
- [12] 康鑫元, 王峥. 基于“重回汉唐”品牌的汉服服装品牌发展战略研究[J]. 西部皮革, 2020,42(19):117-118.
- [13] 徐立楠. 浅析古装影视剧服装的传承和创新[J]. 中国广播电视学刊, 2016(05):92-94.
- [14] 董蓝颖, 段炼孺. 古装剧服装对中国传统服饰文化发展的影响[J]. 西部广播电视, 2019(20):105-106.