

“汉服圈”的圈中事：24岁以下占比超八成

汉服圈的人互称“同袍”，这是一个沿用了十多年的称呼。随着近年来传统文化复兴浪潮的到来以及《琅琊榜》《三生三世十里桃花》《知否知否应是绿肥红瘦》等古装电视剧占据热播榜，穿汉服在年轻人中成为了一股风潮。

数据显示，超六成人表示自己通过古装剧接触汉服文化，抖音、微博、B站等视觉化社交媒体也起到了助力推广作用。据统计，截至2019年11月6日，抖音上与汉服相关的话题数量有近200个，排位第一的汉服话题数量就有76.4万个，累计播放209.4亿次。微博上“汉服”话题讨论量达297.4万，阅读量更是高达22亿。从早前的贴吧、微博，到今天的B站、抖音等聚集了大量喜爱表达自我个性的年轻人，本来比较小众的汉服文化传播的边界不断拓宽，“出圈”走进大众。

■策划：新快报记者 罗韵
■统筹：新快报记者 梁或
■采写：新快报记者 罗韵
■制图：廖木兴
■视频制作：陈文峰 莫根源 黎慧凝



广州“同袍”约15万 女性占比八成

数据显示，汉服爱好者规模在2014年只有32万人，到了2019年已经达到356.1万人，连续4年保持70%以上的增长率，市场销售额也达到了45亿元。2017年至2019年间，全球的汉服文化社团数量增长53.8%，从2017年的1300家到2019年的2000家。

在2003年11月22日，郑州一名同袍（特指喜欢穿汉服的志同道合者）把汉服穿上街头，这个有策划性的宣传事件，被许多同袍认定为“汉服节”。于是这一天，同袍们相约把汉服穿到日常生活的场景中去庆祝。在各个社交平台上，西塘文化周、北京汉服文化节、广州汉服出行日、福建礼乐大会、上海国风华服节这样的活动已经自带流量，许多古风博主精心打扮参加巡游，创作并发表大量的视觉作品。

在汉服文化线上线下“井喷”这一天到来之前，一群资深同袍已经在这片土壤上耕耘了十多年。早期没有汉服店，他们根据自己查到的资料联系裁缝或者动手自制，没有媒体关注，他们就在网络上建立自己的论坛、贴吧互相交流，现在百度汉服吧注册会员已经过百万。

广州市汉民族传统文化交流协会（下称“广汉会”）成员唐糖是一名80后，她从小喜欢越剧、黄梅戏和中国传统神话传说故事，喜欢披着被单扮演里面的古装女性角色，内心里一直有个“仙女”的情结。

2006年，她在上网的时候偶然间认识了汉服，后来顺藤摸瓜搜索到相关的网站和论坛，结识了一群遍布各地的爱好汉文化的网友。“当时我们的人数很少，2004年一个全国汉文化的知识比赛在北京进行，一共只有20多个人，大家相处就好像兄弟姐妹一样，感觉找到了归属。”

当时没有地方能买到汉服，唐糖就“按照自己粗浅的想法”开始动手，自己去布料市场买布，画了个草图找到裁缝师傅帮忙做，做出来的成品有很多瑕疵，只穿过一次就束之高阁了。

后来，她与人合伙开设了汉服店，每个月的成本要一万块钱左右，难以实现什么盈利，在初期，她靠着自己做房地产营销的职业用工资养活着这家小店。

现在，根据她经营汉服店以及在广汉会组织活动获得的数据，广州的同袍累计数量已有15万左右，主要年龄层在17-24岁，以学生为主，还有刚毕业的职场新人。女性占比八成，男性只有两成，但是近年来男性的数量有所增加。

对于这个男女比例，唐糖认为主要是汉服款式的原因为导致。“女孩子习惯穿裙子，穿现代和古代的长裙，没有太大的区别。现在的男孩子穿裤子穿习惯了，改穿裙袍他就不好接受，但是古代的上流社会男性服饰都是长袍类，只有体力劳动者才会穿方便干活的裤子，没人想把自己打扮成店小二嘛，都想做翩翩公子”。

看看汉服“同袍”有多少？

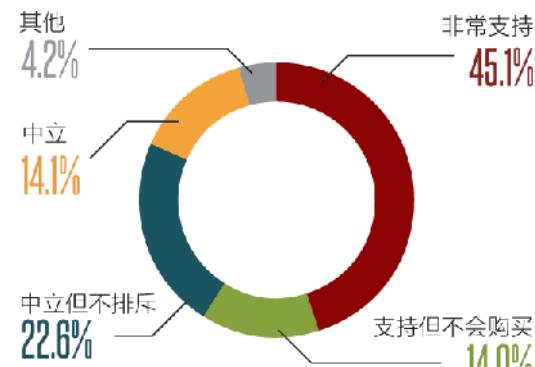
抖音平台上与汉服相关话题有近200个
排位第一的汉服话题视频数量达76.4万个
累计播放209.4亿次
微博上“汉服”讨论量近300万，阅读量22亿

2015-2019年全国汉服市场规模

（单位：亿元）



超九成网民对汉服文化持“中立”及以上态度

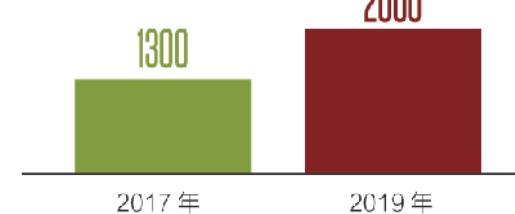


超六成网民表示有意愿购买



2017-2019年全球汉服文化社团数量

（单位：个）

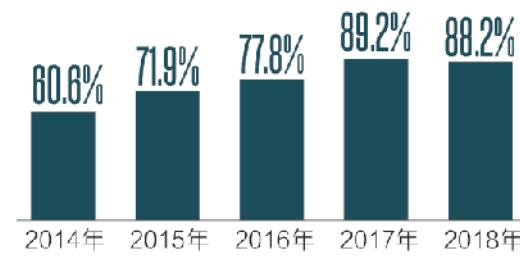


2014-2019年全国汉服爱好者数量规模

■人数（单位：万人） ●同比增长



2014-2018年汉服爱好者女性消费群体



汉服低龄化？24岁以下占比超八成

36岁以上

1.0%

16岁以下

8.0%

25-35岁

12.0%

16-18岁

26.8%

19-24岁

52.2%

1.0%

16岁以下

8.0%

25-35岁

12.0%

16-18岁

26.8%

19-24岁

52.2%