

当千年畬韵邂逅现代潮流

# 解锁2025中国畬乡“三月三”的破圈密码

木可 徐丽雅 雷沈英 李俊新

当传统文化遇见潮流时尚,会碰撞出怎样的火花?今年的中国畬乡“三月三”,用一场前所未有的民族文化盛宴给出了答案——热烈、创新、沉浸、宠客,每一个细节都让人耳目一新。

作为畬族绵延千年的传统节日、景宁具有辨识度和影响力的民俗活动品牌,中国畬乡“三月三”自2007年正式定名以来,已连续举办18届,成为展示畬族文化的重要窗口。今年,中国畬乡“三月三”在传承基础上大胆变革,以市场化思维推动民族文化创新表达,以产业化路径提升畬乡文旅核心竞争力。如今,一场景宁文旅品牌的新探索已悄然开启。



2025中国畬乡“三月三”民族同心祈福仪式活动现场

## 潮起三月三 畬乡韵更浓

今年中国畬乡“三月三”,一个字——“潮”!

“我们把民族传统与潮流时尚进行‘大混搭’,策划推出12大主题活动、共计15项子活动。”中国畬乡“三月三”新闻发布会上,身着畬装的策划执行部负责人宣布。

3月29日上午的三月三广场,畬族文化推广大使、景宁畬族自治县旅游形象大使蓝盈盈化身畬族三公主传递火种,为这场文化盛宴拉开帷幕。

且看,人气经典项目“大型公主巡游”盛大亮相,九大方阵轮番登场。“三公主方阵”身着“高定”畬服领航;“惠明茶文化方阵”喷洒禅茶香氛,营造多感官体验;“摇滚战车方阵”激情四射,摇滚与畬族旋律交融,展现民俗新潮范儿……

巡游不仅是一次文化观赏式盛宴,更是一场风格沉浸式体验。人们纷纷争先恐后跟随队伍共舞巡游。来自温州的游客小李

举着手机录下视频:“原来传统文化还能这么潮!”

再看,畬乡古城前,今年创新特色项目“赶猪大赛”吸睛无数。这场由“非遗抢猪节”改编的趣味竞技,巧妙融合流行文化IP,焕新呈现。

裁判一声号令,景宁21支乡镇街道特色战队集结完毕,一边“脑洞大开”斗装扮,一边“火力全开”拼速度。大漈乡的“黑悟空”身披盔甲,带着猪仔勇闯跨栏障碍“龙门阵”,腾跃之间,宛如踏云而行;九龙乡的“哪吒”脖挂乾坤圈,带领小猪穿越错综复杂的迷宫“玉虚宫”,左冲右突,惊险刺激;渤海镇的“龙王敖丙”站在桥头,指挥猪仔飞渡“彩虹桥”,步步为营,惊心动魄。不止如此,在动感BGM的加持下,英川镇“非遗戏剧猪”、东坑镇“白素猪”、雁溪乡“甄猪”……一只只萌猪翻飞猪蹄,观众喝彩不断。

标溪乡“黑色绿皮猪”甫一出场就引发惊呼,它犹如“愤怒的小鸟”附体,弹射起步,跨栏行云流水,路桥如履平地,一路狂奔冲线夺魁。95后王女士和两位朋友特意从上海驱车5小时前来观赛,她说:“我第一次看赶猪大赛,感觉很新鲜,果然不虚此行!”

昼夜交替,热潮不息——从清晨畬寨祈福到夜晚山哈火舞,古韵悠长;百位COSER走秀,百辆机车追风,潮味十足。

主城与乡镇共振,全域共欢——大均乡“畬韵”旅拍定格风情,渤海镇“水韵”市集点燃嘉年华,大漈乡“宋韵”集肆沉浸演绎剧本杀,东坑镇“乡韵”下午茶尽享山野馈赠。四韵齐鸣,助推文旅焕新。

“当传统文化找到现代表达,既能唤起本土认同,也能吸引外界关注,让传统文化更具生命力。只有活动真正形成热度和口碑,市场化才能有坚实的基础。”2025中国畬乡“三月三”活动组委会负责人表示。

## 文旅添新景 消费启新篇

活动之外,如何让中国畬乡“三月三”文旅品牌进一步破圈传播?怎样让年轻人成为畬乡文化的“自来水”?景宁方案令人眼前一亮:用一杯奶茶的时间,让畬族文化“潮”起来。

洞察年轻人“左手奶茶,右手咖啡”的出游方式,组委会巧妙地将畬族三公主IP融入杯套设计。这些带着畬族“幸福吉祥”手势的“三公主”杯套,既是文化符号,更是社交货币。

“三月三”活动前一周,4万余个创意杯套率先铺满全城,从霸王茶姬、古茗、瑞幸咖啡等连锁品牌,到“拿什么铁”等本土网红店,景宁掀起了一场“文化联名”行动。

效果立竿见影。“三月三”期间,街头巷尾的“景宁限定”成为打卡新宠,社交平台上的杯套合照持续刷屏。年轻人用一杯饮品的功夫,就完成了从“消费者”到“传播者”的身份转换。

溢满全城的不止奶茶咖啡,景宁创新推出

四大“满城”系列主题消费场景,精准契合文旅消费新趋势,让游客在“吃住行游购娱”全链条文旅产品体系中,沉浸式感受畬乡风情。

“满城皆飘乌饭香”集结近百家餐饮店推出乌饭长桌宴、乌饭套餐及焕新Top5品鉴,并研发乌饭冰淇淋、乌饭甜品等近百款新式美食,万份传统乌饭免费供游客品尝;“满城尽是三公主”联合全县旅拍企业发布优惠套餐,评选最受欢迎畬族旅拍凤凰装Top5,开放橘朵畬族三公主免费妆造体验,并免费派发万份三公主脸贴;“满城同饮惠明茶”联动全县茶企开门迎客,万份惠明茶包免费送,当季新茶优惠售;“满城共享畬创潮”联合民族文创联盟,推出以“畬族十福”为主IP的近百款畬创潮品,并正式启用畬博文创中心。

“我们希望通过品牌化运作,让乌饭、惠明茶等传统元素焕发新生,同时进一步提升‘三公主’、畬文创的知名度和影响力,形成‘引流—供给—消费’闭环,提升景宁文旅核心竞争力。”中国畬乡“三月三”组委会市场拓展部负责人表示。

这场中国畬乡“三月三”的民族文化创意秀,不仅点燃全网关注,也开启了“文化IP+商业赋能”的新模式。景宁成功实现了从政府主导的传统模式,向市场化运营的转型升级,通过深度挖掘活动的商业价值,构建了多元主体参与的文化产业生态。

在市场化运作方面,景宁采取“内外联动”的双轮驱动策略:对外积极引入上海MAX、橘朵等知名企业参与活动策划与执行,提升活动专业度;对内大力扶持本土企业开发长桌宴等特色文旅产品,增强本地产业活力。

截至目前,中国畬乡“三月三”已成功吸引阿里巴巴、橘宜集团、浙江凯喜雅等40余家知名企业参与合作。通过跨界联名,推出了橘朵畬族彩带七彩眼影盘、浙江凯喜雅“三月三”高定特色丝巾等一系列兼具文化内涵与时尚审美的文创产品,让畬族文化符号以更现代、更生活化的方式走进大众消费场景。



特色项目“赶猪大赛”



畬族三公主志愿者和“POPO崽”志愿者



畬乡古城人头攒动



特色项目“大型公主巡游”

## 宾至如归处 宠客满畬乡

想象一下,漫步畬乡街头,身着凤凰装的“畬小帮”志愿者随时为你解忧;手机没电了,招招手就有移动电源送上门;玩累了,转角就能遇见充满畬族风情的暖心驿站……这不是特殊待遇,而是今年游客在景宁的“三月三”活动现场的“标配”体验。

景宁深谙,文旅的竞争不止于热闹活动与独特风景,而在于细节之处的情感共鸣。今年,景宁正式推出“宠客畬乡”服务标识品牌,全面升级文旅服务体系,以更细致、更贴心、更具仪式感的服务,打造前所未有的“宠客天花板”级体验。

通过整合全县志愿服务资源,景宁构建了一套覆盖全域、专业高效的特色文旅服务体系:从“一图导航+一码通”的智慧服务,到25个暖心驿站的休憩补给,到600余名“畬小帮”志愿者的贴心陪伴,再到2000个免费停车位和招手即停的顺风车队,景宁用一张无形的“宠爱网”,让游客从踏入畬乡的那一刻起,就感受到无微不至的关怀。

今年最特别的服务创新,莫过于景宁与国家电网浙江电力联合推出的“移动充电”服务。志愿者们化身“行走的充电站”,穿梭在街头巷尾。游客只需一个招手,这些肩上架着“POPO崽”的“充电天使”就会及时出现,为手机续上满满能量。

“这个服务太贴心了!”来自杭州的游客李小姐说,“刚才我的手机只剩10%电量,发愁没法继续拍照,正好碰到一个志愿者,‘POPO崽’的造型也特别可爱,我都忍不住多拍了几张照片。”

这些看似细碎的温暖,带来的是亮眼的文旅数据。2025中国畬乡“三月三”期间,景宁县接待游客26.5万人次,同比增长10.9%;实现旅游总收入2.44亿元,同比增长11%。核心活动(3月29日—31日)期间,过夜游人数4.8万人次,同比增长125.5%。

如何让游客愿意停留、流连忘返,是景宁正在思考和践行的命题。而这背后,是景宁对文旅产业的长远布局。“宠客畬乡”不仅仅是一个服务标识品牌,更是一场服务理念的创新、一场全域旅游体验的升级,也预示着景宁文旅产业正向更高层次迈进。

近年来,景宁文旅产业已展现出强劲的发展态势——连续两年跻身全国县域旅游综合实力百强县,2024年全域旅游接待游客246.3万人次,同比增长7.9%。同时,景宁积极推进国家级旅游度假区创建,并成功打造出国家二级博物馆、包凤村全国村晚示范展示点、“景宁畬韵茶香”全国十条最美茶乡线路等国家级文旅产品5个,创成东坑5A级景区镇等省级文旅产品10余个。

如今,景宁从创新活动体验,到打造沉浸式消费场景,再到全面升级旅游服务体系,正逐步实现从“旅游目的地”向“幸福体验地”的跃升。景宁不仅要成为游客心中“好玩的地方”,更要成为一个充满温度、让人心生归属感的“诗与远方”。在文旅融合的大趋势下,景宁将继续以更高质量的服务、更强竞争力的产业布局,推动文旅经济迈向更广阔的市场舞台。

(本版图片由景宁县委宣传部提供)