

瀋水湯湯，旗韻悠長。2026年6月15日，魯迅美術學院莫子山校區華燈璀璨，以「傳承——旗韻十載，廣續新生」為主題的瀋陽旗袍文化季在此啓幕。秀場之上，六禮品牌非遺大秀將古法剪裁與現代光影交織；秀場之外，近150家旗袍企業、130名設計師齊聚一堂，供需對接、版權交易、人才簽約輪番上演。活動匯聚學術力量、非遺秀場、國際資源與產業平台，全方位展現瀋陽「旗袍故都」十年傳承創新、產業蓬勃發展的獨特魅力。

十年前，這座老工業基地還是傳統產業轉型升級的困頓者。十年後，旗袍產業已成為東北振興中最具辨識度的「新名片」。這不是一道關於「美」的填充題，而是瀋陽寫下的關於文化自覺如何轉化為產業自信的高分答卷。

王藝橋



旗韻十年 不止於美

瀋陽如何把「行走的文化名片」做成千億產業

史筆如針：一襲旗人之袍的盛京起點

旗袍與瀋陽的故事，並非今日才有的「城市營銷」。它將歷史的針腳，一針一針縫進了這座城市最深處的文化肌理。

1636年，皇太極在盛京（今瀋陽）稱帝，定國號為「大清」。在大臣們多次勸說放棄旗人服飾、改用漢人服制之時，皇太極力排眾議，堅持「射獵者，演武之法；服制者，立國之經」。同年，哲哲、海蘭珠、布木布泰等身着旗袍盛裝，出席清朝後宮冊封大典。從盛京鳳凰樓起步，旗袍——旗人之袍——正式以國家禮服的姿態步入歷史長河，歷經近四百年流變，最終成為中國女性傳統服飾的「東方符號」。

瀋陽故宮博物院副院長、歷史學家李理考證，旗袍由滿族女裝演變而來，歷滿族曾被稱為「旗人」而得名。旗袍服飾經歷了旗女之袍、民國旗袍、現代旗袍諸多發展階段，而作為「一朝興發地、兩代帝王都」的盛京瀋陽，正是旗袍成為清朝國家禮服的誕生地。遼海學者初國卿進一步將坐標錨定：「1625年，女真從遼陽遷都到瀋陽。十年之後，1635年，女真改為滿族。次年，瀋陽改為盛京，清王朝建立。因此，旗人之袍，自然從瀋陽誕生。」

這一歷史坐標，是瀋陽打造「旗袍故都」的文化源頭。瀋陽故宮珍藏的清代宮廷旗袍實物、老檔案中的服制記載、鳳凰樓遺址的歷史現場，構成了一條完整的證據鏈。它不是一座城市在「蹭文化」，而是文化本就長在這座城市的根脈裏。

從鳳凰樓出發：十年織就一座城的文化雄心

2017年9月，在瀋陽故宮鳳凰樓前，首屆瀋陽旗袍國際文化節開幕，「旗袍故都」正式揭牌。彼時，這是一次帶有「政策推動」色彩的文化破題——很少有人能預料到，十年後，它竟然真的長成了一個可量化、可評估、可複製的產業樣本。

瀋陽市旗袍文化協會會長馮曉霞在2026年開幕式上回顧：「我們從一場秀，發展成『會、展、銷、遊、集、秀、拍』七大板塊融合的綜合性文化盛事；從一個城市的活動，成長為具有全國影響力的文化IP。」十年路徑清晰如針腳：非遺保護→文化普及→標準化→品牌化→產業化。每一步都踩在前一階段的肩膀上。

數據是最真實的見證者。2025年旗袍文化季期間，線下參與超100萬人次，穿旗袍打卡、旅拍吸引遊客8.4萬人次。在中街步行街，靛蘇旗袍店日均客流兩三千人，單店累計銷售額突破百萬元。旗袍從展櫃裏「被保護」的非遺，變成了市民生活中「被消費」的日常。

更重要的是產業生態的成型。近150家旗袍企業、130名設計師齊聚2026年開幕式，背後是原料、設計、製造、銷售全鏈路的協同運轉。遼寧特色紡織產業集群被列為全省22個重點產業集群之一——旗袍已不只是文化符號，而是經濟體量，是就業崗位，是稅收貢獻，是城市競爭力的有機組成部分。

非遺的經濟學：

當旗袍從展櫃走進賬本

如果說前五年的旗袍文化節更像是「文化公關」——重在造聲勢、聚人氣、打品牌。那麼近五年，瀋陽則完成了從造勢到建鏈的關鍵轉型，從「秀給你



2025年，瀋陽發布首個「瀋陽·旗袍時尚產業發展指數研究報告」，從創新發展水平、景氣度、社會影響力三個維度構建數字化評價體系，讓中國旗袍產業第一次擁有了自己的「數字GDP」。數據顯示，2022年至2024年，旗袍時尚產業影響力指數從基期的100點升至151點，年均增長超22.9%。這不僅是一個抽象的數字，更意味着產業規模、市場信心、社會關注度的全面抬升。

這是瀋陽從「你跟我說文化」到「我拿數據跟你談產業」的關鍵轉身。

中國紡織工業企業管理協會常務副會長楊金純表示，這標註着旗袍時尚產業告別傳統的經驗式發展模式，邁入可量化、可評估、可引導的精細化管理新階段。

在產業生態方面，遼寧特色紡織產業集群已形成從原料種植、紡織印染、成衣設計到終端製造的全鏈路協同發展態勢。遼寧賓館非遺旗袍坊正式揭牌，將旗袍與新中式、滿族服飾、絲巾、香囊等文創產品深度融合。

2026年開幕式上，瀋陽五愛服裝城正式被授予「旗袍大觀園」稱號。五愛服裝城是東北地區規模最大的服裝批發集散地，年交易額超200億元，銷售網絡覆蓋東北、華北乃至俄羅斯、韓國。自1997年營業至今，累計上繳稅收30多億元，固定從業人員數萬人。這裏已自然生長出80餘家旗袍與新中式專業店鋪，形成了遼瀋地區獨有的產業集聚效應。

「旗袍大觀園」的落地，正是要把散落的珍珠串成項鍊——集品牌集聚、非遺展示、高端定製、時尚發布、體驗消費於一體，打通展示、交流、經營、推廣全鏈條，打造北方最大的國風服飾品牌集聚地。漫步園內，端莊大氣的京派、摩登嫵媚的海派、清雅溫婉的蘇派、簡約利落的粵派——無論南方旗袍之細膩精巧，還是北方旗袍之雍容風範，均可一圓盡覽。五愛服裝城投資人、香港意得集團董事局主席高佩璇表示：「為旗袍傳統匠人、原創設計師搭建展示、交流、經營的專屬空間，讓非遺技藝有舞台、創新作品有銷路。」

「旗袍大觀園」不僅是一處市場，更是一座橋樑。一方面，它是旗袍從T台走進千家萬戶的現實通道，讓旗袍從高高在上的展示品變成老百姓摸得着、穿得起的日常服飾，讓文化在消費中延續、在穿着中傳播。另一方面，它也是瀋陽旗袍走向國際市場的跳板——依託五愛服裝城輻射東北亞的商貿樞紐優勢，旗袍文化可通過這一平台快速輻射到廣闊的國際市場。早在1998年，五愛服裝城就促成廣東工業產品展銷會暨商貿洽談會在遼召開，推動百餘項目達成合作，總成交額達90億元；近三十年來，它始終扮演着南北商貿聯動的「超級紅娘」角色。如今，「旗袍大觀園」正是這一商貿傳統與旗袍文化的新結晶。

幾乎同時，魯迅美術學院與六禮品牌簽約共建「旗袍故都」產學研轉化基地，打通高校學術、創意設計、人才培養與產業落地的通道。高校的學術資源第一次以制度化方式接入產業前端，這意味着瀋陽旗袍產業開始擁有可持續的人才造血能力，標註着瀋陽旗袍正式完成從城市文化名片向實體經濟增長引擎的轉型。

從一件衣裳到一條產業鏈，瀋陽用十年走出了「文化認同驅動產業升級」的路徑。這背後，是這座城市對「舊工業時代結束以後我還能做什麼」的務實回答，也是一座老工業城市在轉型陣痛中逐漸摸索出的自我救贖之道。

風雅入市：

一襲華服如何激活一座城的消費基因

2025年，瀋陽首次攜手央視視頻，在K11空中花園打造了總台首台春晚《旗遇秀·2025年度旗袍盛典》。86歲高齡的宋錦織造技藝國家級代表性傳承人錢小萍率着5歲孩童走上T台，00後女孩身着大



佬姥手縫的百年旗袍登台亮相，「高考媽媽團」身着彩袍為孩子送考……直播總觀看量達2000萬次，全平台視頻播放量超3億，全網話題總閱讀量超5億，推動了旗袍文化從「小眾欣賞」到「大眾共鳴」的全面跨越。它不只是展示美，而是讓美成為消費場景的一部分——觀眾不再是旁觀者，而是潛在的消費者、體驗者和傳播者。

瀋陽巧妙地將「旗袍+」模式嵌入各類消費場景：穿旗袍旅拍享景區優惠、打卡景點享餐飲優惠、沉浸式夜遊……文化季期間累計舉辦各類秀場走秀活動132場次。鐵西、旗遇集2.0、稻夢空間等場景帶動周邊餐飲消費增長32%，全市接待遊客量和文旅消費額均實現兩位數增長。

在「東北超」揭幕戰上，200餘件原創高定旗袍亮相綠茵場，青花瓷鎮、非遺剪紙、霞袖生花、國風水墨四大主題系列，將體育競技與非遺國潮深度融合。

這背後是一個閉環邏輯：審美價值激活文化認同→文化認同驅動消費意願→消費意願牽引產業升級→產業升級反哺文化表達。文化與商業不再是兩條平行線，而是彼此賦能的共生關係。旗袍在這裏完成了從「被觀看」到「被消費」再到「被創造」的三級跳。

霓裳出海：

從故都坐標到世界舞台的旗韻遠征

2017年，當瀋陽剛剛獲譽「旗袍故都」時，初國卿曾滿懷期待地暢想：請駐華使節夫人穿定製旗袍登鳳凰樓，做一部旗袍專著、一部小說、一部電視劇、一部電影，建一個博物館。近十年過去，這些憧憬正在變成現實——而且是以更務實的方式。

2025年8月，遼寧非遺旗袍驚艷亮相大阪世博會中國館「遼寧活動周」。六位優秀服裝設計師讓世界看見中國傳統服飾的當代表達。遼寧省貿促會紡織服裝行業支會會長王翀表示：「希望通過世博會這一國際平台，展示遼寧服裝的設計力量，向世界傳播中國傳統文化。」

2026年，陽光媒體集團董事長楊瀾現身瀋陽旗袍文化季。她曾攜「新生萬物——中國非遺與當代設計展」走進巴黎、米蘭。此次參與瀋陽旗袍文化季，將為本地旗袍產業對接國際時尚資源。在交流會上，楊瀾跳出傳統文博研究的固有框架，從大眾傳播、國風破圈、文化出海、女性美學的全新視角解讀旗袍價值。她認為，旗袍不僅是精美服飾，更是鮮活的東方文化符號、當代國風美學的重要載體。在新媒體時代，旗袍應該以更年輕、更時尚、更國際化的姿態走進大眾生活、走向世界舞台。她說：「瀋陽作為『旗袍故都』，有着非常深厚的旗袍文化，這種文化需要和當代生活鏈接，讓不同年齡段的女性能夠各美其美。」

此外，瀋陽旗袍文化形象大使曲迪娜在亞洲模特盛典上榮獲「模特明星獎」。多國留學生身着原創旗袍行走瀋陽街巷，旗袍文化完成了從地域IP到國際舞台的跨越。瀋陽的國際傳播策略頗為獨特：不是「請進來」推介，而是「走出去」嵌入世博會、國際時尚秀等既有平台，實現低成本的「文化出海」。這說明，文化IP的國際化，關鍵在於找到合適的載體和路徑，而非單純比拚投入規模。

針線穿過工業的骨骼：

一座老城的身份重塑

瀋陽旗袍故都的十年，不止關乎「美」，更關乎這座老工業基地如何完成精神層面的重塑。

遼寧省紡織服裝協會會長王翀的觀察一針見血：



「旗袍文化節已經使『旗袍故都』成為獨具特色的城市符號，它展示了城市的文化淵源和藝術追求，展現了城市的服飾文化和時尚魅力。」

更深層的變化在於：瀋陽正在用一件衣裳，回答一個關於城市命運的宏大命題。過去的瀋陽，標籤是工業、重工、鐵西區、「共和國裝備部」；現在的瀋陽，旗袍代表的是另一種可能性——一座因工業而生的城市，在後工業時代如何重新找到自己的敘事。旗袍給出的答案是：找到歷史與文化的連接點，讓情感認同驅動轉型。

「美」的生產力涵養城市的品質與格調，「力」的生產力激蕩城市的鬥志與活力。當旗袍雅韻走進市井、走向國際，這座曾以鋼鐵鑄造骨骼的城市，如今學會了用針線縫製未來。

下一程：

從十年現象到百年生態

站在十年的門檻上回望，下一個十年的挑戰同樣清晰：高端定製如何從「小眾精品」邁向「國際奢牌」？數字化生產如何與實體消費深度融合？旗袍文化能否不再只是一季盛事，而成為浸潤城市日常的美學實踐？

瀋陽給出的姿態務實而篤定。非遺旗袍文化三地學術交流會已啓動，瀋陽、北京、香港三地頂尖文博專家聯動——故宮博物院原副院長任萬平從旗袍的板型、紋飾、配飾切入，解讀藏在衣冠方寸間的中華禮儀文化；香港故宮文化博物館副館長王伊悠帶來《旗袍與香港的故事》，詮釋中華非遺文化包容萬象的生命力。從歷史、禮制、傳播、設計、產業五大維度，瀋陽正全面深耕文化內涵。

面向未來，「旗袍大觀園」將持續深度參與瀋陽旗袍文化季——與知名設計師展開合作，推動旗袍雅俗共賞，開拓更廣闊的市場空間；與高校建立長期合作關係，培育後備專業人才，承續旗袍產業新發展。通過推動產業聯盟集聚，以文化賦能經濟，助力區域經濟高質量發展，讓百年旗袍在新時代續寫華章。馮曉霞的話樸素而有力：「10年，不是終點，而是新征程的號角。」

回望來路，瀋陽的十年棋局自有章法：以文化為核，以產業為脈，以城市為舞台，以世界為坐標。從一襲旗袍到千億產業，從「故都」的靜態榮耀到「新高地」的動態生長，這盤棋已經走出了東北、走出了國門。

當一座城市重新找回與歷史的連接，美便不再是展覽品，而是實實在在的生產力。瀋陽用十年時間，把一根針插進了工業時代的縫隙，然後一針一線地，縫出了屬於自己的新敘事。從「共和國裝備部」到「旗袍故都」，瀋陽沒有丟掉過去，而是用歷史的針線，重新縫補了自己的未來。針腳細密處，是一座城市的尊嚴；錦綉鋪展時，是一個時代的可能。