

■文/摄影记者 王美琳

龙是中华民族的象征。传说中的龙，能兴风雨、善变化、利万物，为古代四方神之一。东汉许慎《说文解字》载：“龙，鳞虫之长，能幽能明，能细能巨，能短能长，春分而登天，秋分而潜渊。”

十二生肖里，恐怕再也没有哪个生肖的风头能盖过龙了，不仅吉祥意味浓烈，气势也够足。人们出门贺喜，嘴里说的是“龙行龘龘，前程朤朤”，拜年服准备的是龙帽龙鞋，手机屏保是桃花龙壁纸，街上灯笼迤邐，江上是金龙游弋……

从舌尖到指尖、从衣食住行到娱乐消费，2024年，萧山乃至整个杭城的含“龙”量指数节节攀升。



从民俗活动到商场年货 “龙年新皮肤”早早上线

2024年一开年，“中国龙”造型已经“龙腾四海”，全面覆盖大街小巷。

在杭州瓶窑老街，龙头马尾的彩灯创意十足；运河旁，非遗项目“板凳龙”登场，长达百米的巨龙穿街过巷，为市民带来祥瑞与祝福；萧山银泰商城的空地上，曾经的圣诞树换上了龙年发财树的“新皮肤”，绿树青翠，配上红艳艳的福字、吉祥话、灯笼，惹得不少路过的朋友合影留念。

城市街头“龙”里“龙”气，商场里的年货也赶上热潮。从田间地头的特色好货，到漂洋过海而来的“硬核”品类，从商品包装、摆放位置，到主题布置，各类商超使出浑身解数，集中上架高品质年货，“龙”浓度极高。

在盒马鲜生、山姆等大型商超，金红配色的横幅早就高高挂起。一进超市，招财纳福的龙对联、龙窗花、龙灯笼等家装饰品格外醒目；零食区，“龙年有鱼”锅巴鱼皮礼包做成了手拎鱼的样式，乐事薯片包装上的卡通金龙流光溢彩；家居区，红彤彤的秋衣秋裤补货不停；还有各种“金龙送福”红烧肉、“龙驹凤雏”烤鸡、“龙情盛意”坚果的礼盒……

“家里的年货烟酒比较多，没有适合我外婆的。”于小姐挑来挑去，被有机杂粮礼盒包装吸引，化身大力士提了三箱。“偶尔吃点杂粮对身体好！而且这几个杂粮罐子造型挺别致的，分别贴着‘金玉满堂舞龙迎春’，正好我外婆的网名就叫金玉满堂，送她最合适！”

赖先生推着小推车，在酒水饮料区停住了脚步。“今年推出的龙年生肖纪念酒，我相中了这个瓶身，你瞧，龙的造型很霸气，细节又精巧。我打算买两套，拿去送给我爸爸和老丈人喝！”

在龙年开年的消费热潮中，酒类消费十分亮眼。如在某消费内容网络社区里，茅台龙年纪念53度酱香型白酒、五粮液普五龙年礼盒浓香型白酒位列榜单前列。

此外，各类创意文创、玩偶销售也极为火热。呆萌可爱的小龙玩偶，抱着锦鲤的lulu猪，龙年限定虎头帽公仔，龙年赞萌露比已经预定了今年年货顶流，还有棉花娃娃的“小龙女”限定装扮……各类带有龙元素的玩偶成功吸引住小朋友的目光，市民刘先生就给自己3岁的宝宝买了龙头帽公仔，给14岁的侄女买了龙年文创产品。

“每次走进商场，看到喜庆的大红色的龙，都感觉热热闹闹的。”虽然元宵节过去了，但王女士依旧买了一包可爱的龙形汤圆和一对卡通龙公仔。“以往的生肖动物好像从来没有被复刻在汤圆里，今年特别有意思，可能是寓意龙腾吉祥吧！”



『龙气』够生猛！足以霸屏全年



从头发穿搭到手指装饰 “龙+新中式”穿搭火热开年

大街小巷多了不少“宝宝龙”，已经见怪不怪了：头戴可爱龙角帽，身穿爬爬龙外套，脚蹬一双龙年格纹学步鞋……

上午十点不到，秦女士来到滨江龙湖天街，打算给孩子选一套新衣服。刚走进一家童装店，她就被门口可爱的龙鞋吸引了目光。龙珠祥云、红白拼色，鞋面上还有一个可拆卸的龙头公仔，一旁的店员介绍道：“这是刚推出不久的龙年限定款童鞋，脚感很舒服，造型也很可爱，很多小朋友喜欢得不得了，有些尺码已经卖断货了。”

最后，秦女士购买了一款龙纹毛衣，喜气洋洋地提着衣服袋子出了门。“这个毛衣不错，盘扣、飞龙、祥云，把龙穿到身上，就是把福气穿到身上呀！”她说，“我儿子今年本命年，所以今天我还特地带了20克金条，打一只吊坠给他戴上，希望龙年讨个好彩头！”

同样，成年人也纷纷为自己更新了“龙年

皮肤”。从帽子发饰，到项链美甲，再到袜子鞋子，主打一个从头“龙”到脚。

据唯品会发布的数据显示，1月15日的年货节开幕以来，以龙年新年、龙年拜年服等为主题的国潮服饰销量环比此前一周暴涨120%，龙年主题的运动卫衣销量环比增长3倍以上；而天猫的统计数据显示，龙年拜年服荣登“穿新衣必买榜”榜首，上新至今全网销售额超过4000万元，销量突破20万件。

“店里上新了龙年织金马面裙，一周之内就有200多单，比双十一的订单都多。”淘宝汉服店店主乔先生最近忙得脚不沾地，笑称缝纫机都要踩冒火了。“有个顾客在美国，今年过年特地提前半个月定了镶金龙的裙装，她说，龙在中国传统文化中是高贵、尊荣的象征，她想让美国朋友看看，什么是中式时尚。”

龙年特供的金银首饰也是热销品。前几

日，记者走进杭州西湖附近一家金店，一大早已经有人在排队等着打金。“现在越来越多年轻人拿着金条来打手镯、挂坠等首饰，尤其是最近，很多人定制了卡通龙、龙鳞纹的图案。”经营金店的何先生表示，“一天接待的顾客很多，根本忙不过来。”

“目前00后黄金消费意愿猛涨，已超越80后90后成买金狂热者，这促使我们在设计时更贴合年轻人的口味。”一位黄金首饰店铺负责人表示，今年品牌推出的“招财龙”“聚宝龙”“平安龙”主题饰品，上线即卖爆，目前已成为销售额百万元的新品。

还有商家表示，年轻消费群体格外钟爱小克重的黄金产品，为此，他们上线了金片红包和黄金手机贴两个系列产品，龙年款刚上线月销就近百万元了。

不仅是衣服首饰，就连指尖上也是“龙”味十足。美睫、美发、美甲堪称爱美女子的“新年三连”。某美甲店老板表示，很多女孩子都选择了带水钻的美甲，尤其是带龙元素的。

据美甲店店员介绍，普通款美甲整套价格在300元到600元之间，而手绘龙图案的美甲比较贵，一个手指60元到100元不等，全套打完折也基本在700元以上。

龙年主题定制款美甲要求较高，需要美甲师有绘画功底，且有耐心。“龙眼、龙须、龙鳞是一笔笔画出来的，都是精细活；而且每个指甲的图案还不太一样，有的是彩绘，有的是贴钻、贴亮片等。”很多美甲师表示，做好一单至少四个小时。为了做上好看的美甲，很多客人都是提前半个月就预约了，而且是指定要做龙年定制款。

一旁的客人阿念表示，自己手上的这款叫“白金圣龙”，原价888元，用会员卡打了八折。“贵是贵了一些，但是架不住好看呀！有祥云、浮雕龙、玉珠，美甲师还创新性地加了鎏金色的小钩边，有种龙在指尖腾云驾雾的即视感，这钱花得很值得！”



从春晚主题到文创产品 龙文化IP越淘越出彩

今年春晚主题“龙行龘龘，欣欣家国”提前火出圈，生僻字“龘”成为刷屏热词，人们抱着龙枕头，吃着龙须面，说着“龙行龘龘，前程朤朤”的吉祥话。

龙文化深受欢迎，各大博物馆出品的龙年文创产品销量一路上涨，供不应求。萧山的李先生最近就买了不少文创产品。故宫淘宝店的“有龙则灵”台历，送给师兄师姐；德寿宫如意龙手腕包，送给即将高考的弟弟；鳌鱼灯则买来装饰家里。

一众文创产品里，李先生最喜欢的要数“召唤神龙”感应杯。杯面是静海图，倒入热水后，神龙图案会慢慢浮现，从漫卷的海浪升

腾到雾蓝的苍穹，正呼应了《周易》里“或跃在渊”“飞龙在天”的卦辞。“这个‘C’形杯把也有来源，是仿制中国国家博物馆的镇馆之宝——玉猪龙。这件宝物，我现场观摩过，没想到商家还原得还不错。”

据悉，故宫淘宝店陆续上新了60多款龙年商品，其中最受欢迎的故宫新春福筒销量已达10万单。其他如新年盲盒、台历、日历等也很受顾客欢迎。

从神秘的龙王故事传说，到龙纹青铜器瓷器，到赛龙舟、舞龙灯等民俗活动，再到卡通形象“小奶龙”，其实，龙文化一直是中华民族传统文化里的“顶流”。人们爱龙、尚龙，不

仅仅是因为它寓意吉祥，更因为它是民族智慧的结晶，文化认同的根基、文化软实力的一部分。

今年开年，杭州市文旅局主办的“杭城寻龙Citywalk计划”活动开启。越来越多的市民穿梭于龙井村、龙门古镇、龙翔桥、品龙井、看龙灯，把自己对地理历史、民俗风情的见解分享在网上。古老的龙传说，与现代的人文生活，在那一刻似乎有了连接。

小时候看大人写对联，如今自己也尝试着写起福字。文化的影子，既供奉于庙宇，又落入朴素的生活，未来，也将在每一个龙的传人的手上、心间传递。

