

国风青年从昆明翠湖走到上海外滩 以花为信踏春来 一颦一笑皆用情

青年人物

春风送暖，繁花竞开。一周后，2026上海国际花卉节即将启幕。而在大幕拉开前，一名身着绿衫、背驮繁花的00后少年已步入外滩建筑群间，边笑意盈盈地与路人打招呼，边取花送人。

他是周航，在社交平台上更广为人知的身份是“舟亦行”。作为昆明文旅推荐官，这一年半来，他拍摄了200余条视频，最高单条全网播放量破亿。从昆明翠湖走到上海外滩，他不仅跨越千里送来一筐昆明春色，更用鲜活的方式唤醒大众对传统服饰与簪花习俗的记忆。

青年报首席记者 范彦萍



周航在上海街头。

本版均为受访者供图

扎根春城昆明 打造“簪花郎”形象

在外滩，周航身着荧光绿的汉服，背着装满浅色系花卉的背篓出现在摩登时尚的万国建筑群前。他像是在快节奏的都市生活中，按下了一个浪漫的暂停键，邀请每一个人静下心来，感受那份传承千年的风雅。现场派发的鲜花同样是精心挑选的春日色系，取花送人之间，春意流转。为避免人群拥挤，团队提前报备，选择流动式送花，不驻足、不聚集，快速为游客递上鲜花、完成合影，成为街头最亮眼的风景。

2003年出生的周航是云南艺术学院表演专业的应届毕业生。和许多同龄人一样，他热爱着中华传统文化。他希望用自己的方式让汉服——这份流传千年的文化瑰宝“破圈”。

大二时，周航因一次拍摄结识了这支昆明本土新媒体团队——成立6年的未异视觉团队。彼时，他们正筹备打造国风少年IP，市面上的汉服形象多以手持扇、剑的经典造型为主。于是，周航与团队一拍即合，决定打造一个兼具地域特色与文化内核的全新形象。

昆明作为“春城”，四季鲜花不败，坐拥全国最大的鲜花交易市场。而宋代便流行的男子簪花习俗，却在现代社会被贴上“小众”“奇怪”的标签。团队成员遍查唐伯虎画作、陈洪绶《升庵簪花图》等，融合非遗缠花、缠花工艺，最终将书生、鲜花、少年三大元素结合，参考宁采臣背书筐的经典形象，打造出“簪花郎”IP——少年背负装满鲜花的竹筐，头戴簪花，身着汉服，将春城的浪漫与国风的温润融为一体。

而账号名称“舟亦行”是取自唐代诗人王维描绘春日泛舟的唯美诗句——“舟行碧波上，人在画中游”。

2024年11月，周航第一次以簪花郎形象出现在昆明翠湖公园。那天是周末，他的花筐里插满20余种鲜花，硕大的花筐在人群中格外醒目。他刚一现身公园，就被路人团团围住，拍照、合影者络绎不绝。“既受宠若惊又忐忑不安。”周航回忆起初次亮相的场景，从未想过这个融合了地域与文化的形象，能瞬间收获如此多的关注。这次尝试，也让他坚定了走下去的决心。

让传统文化 在摩登都市“流动”起来

随着簪花郎形象的走红，周航与团队开启了“舟亦行·花漾行”全国巡游计划，跟着春天的脚步，将昆明的鲜花与国风的浪漫送往全国各地。从北京、天津到武汉、南京，再到杭州、上海，才真正让这个IP破圈。上海之行，更是成为无数网友心中的经典瞬间。

3月29日，周航与团队成员抵达上海，开启为期3天的行程。上海的多元与包容给周航留下了深刻印象。外滩街头外国友人众多，看见身着汉服送花的少年，眼神里满是新奇与惊叹。周航用简单的话语向他们介绍中国传统簪花礼，不少收

到鲜花的外国友人，用不太熟练的中文说着“好看”“谢谢”。这份跨越国界的浪漫，让中国传统文化的温柔力量直抵人心，也让周航更加坚信，国风文化拥有走向世界的魅力。

外滩行的前一天，他们还去了世博文化公园，阳光洒在大草坪上，周航身着汉服，背着装满鲜花的竹筐与游客互动，下午又转入世博文化公园园中园拍摄素材，江南园林的雅致与汉服的古韵相得益彰。

周航告诉记者，每到一座城市，团队都会空运300多枝昆明鲜花，往往短时间内便会被市民游客领取一空。当遇到花少人多的场景时，周航会用飞花令的形式，只要游客说出带“花”或“风花雪月”的古诗词，就能领取鲜花。他还会通过问答汉服朝代的形式，向大家科普唐、宋、明等朝代的服饰知识。至此，送花不再是简单的互动，而是文化的传递。

十公斤的繁花里 装满少年的赤诚

这份坚持也让账号收获了海量关注。今年三四月，周航在杭州、上海的视频全网播放量突破一亿，即便戴着帽子口罩，因为那个标志性的鲜花竹筐，他在高铁、机场也会被部分网友认出。

但走红并非偶然，周航的花筐里装有绣球、康乃馨、玫瑰花、月季、向日葵、小丑菊等十余种鲜花，重量轻则七八公斤，重则十公斤以上，长时间负重让他肩膀时常酸痛，无意间做出的“掂花筐”的动作，反而成为极具少年感的标志性姿态。

翩翩少年郎的形象背后也藏着不为人知的艰辛：夏天拍摄时鲜花易焉，田野拍摄时穿着薄底布鞋踩在坚硬的地上容易崴脚，清晨在茶山拍摄时汉服被露水浸湿透，顶着刺眼的阳光拍摄时只为那一抹明媚……即便累到力竭，他依然坚持把鲜花与风景拍至最美。

“把快乐传递给别人，自己也会收获幸福。”周航始终觉得，路人收到鲜花时的笑容，就是自己坚持下去的最大动力。

将鲜花递向路人时，他总能遇见温情百态：男士多是羞于开口的腼腆，不好意思收下这份浪漫；女生与小朋友则毫不掩饰欢喜，眉眼间尽是雀跃。小朋友合照时最天真，父母让她看向镜头，她却一直盯着满筐繁花不肯

挪开眼。有人好奇打量，有人满心兴奋，有人羞涩浅笑，每一种反应都真切动人。

保持冷静

在流量与文化间找平衡

随着全网播放量破亿，昆明本土的国风少年变成了走向全国的文旅IP，但周航与团队始终坚守文旅传播的初心，拒绝过度商业化，在流量与文化之间找到平衡。

他告诉记者，前期视频拍摄成本高昂，靠团队其他项目补贴，直到今年才陆续接到景区、品牌合作，但他们依然坚守底线，不刻意营销、不过度商业化，只做与文旅、非遗相关的正向合作。

“在我看来，簪花郎从来不是流量符号，而是文化传承的载体，是青年文化自信的表述。”周航介绍说，团队打造的未异国风少年团，拥有6个全职IP、10余名国风少年，定期开展文化培训，创作原创国风歌曲、走秀舞蹈，用多元形式传播传统文化。

谈及未来的打算，周航表示，他与团队将继续奔赴全国不同的城市，深入挖掘各地文旅特色，计划开展线下非遗合作、国风体验活动，还将尝试用AI技术制作国风短剧，让传统文化与现代科技相融。

如今，周航和他的花筐已经奔赴下一座城市，但他留在外滩的那抹身影，依然在社交平台的余韵里跳动。

在这场春意的传递中，少年“掂起花筐”的瞬间里，传统文化的重担与少年人的轻盈完成了一次奇妙的重叠。周航用行动证明了，最好的保护不在博物馆的玻璃柜里，而在街头的一缕香气、一次飞花令的互动、一个路人惊喜的笑脸中。



活动现场，周航给游客送花。