



今天， 你“Color Walk”了吗？

继“City Walk”风靡之后，这个春天，一种叫做“Color Walk”（色彩漫步）的休闲方式，正在年轻人中悄然走红。

选定一种颜色，走上街头，寻找并记录下带有这种色调的一切。这不仅是城市活力的新脚本，更是“春日经济”的新内涵。

最近，“Color Walk”受到年轻人追捧，成为一种时尚的城市运动。



古人这样 度过春天

“草长莺飞二月天，拂堤杨柳醉春烟。”中国古代诗人笔下的春天，总是显得浪漫而又美好。

日前，“古人的春天仪式感”在社交平台成为热议话题。有网友列出自己喜欢的古诗词，感叹古人好浪漫；也有人分享春季里那些节日的风俗，表示古人的春日仪式感拉满。

实际上，从丰富多彩的民俗活动，到富有文化内涵的节日饮食，再到文采飞扬的诗词吟咏，古人的这份仪式感，几乎贯穿了整个美好的春天。

在古人看来，春天是生机勃勃的，适宜出游踏青。

北京大学中文系教授王娟介绍，古人对春天的喜爱，从春季节日的诸多风俗中也可窥见一二。比如唐德宗曾下令创立中和节，时间定在农历二月初一，有个重要节俗，就是春游踏青。

“中和节来临时，人们要赏春，穿上漂亮的衣服到郊外去游玩，或者举行一些游乐活动。”她说，后来，这个节日慢慢地和二月初二的“龙头节”融合到一起了。

除了出游踏青之外，在春天的饮食方面，古人也是仪式感拉满。

例如，立春有“咬春”之俗，人们吃萝卜、春饼等，既是尝鲜，也是寓意咬住春天、祈福迎祥；花朝节，采集各种花瓣制作成“百花糕”，咬一口，唇齿留香。

在古代，早春时节还没有那么多的新鲜蔬菜，但郊外已经有了野菜，所以过去花朝节有个风俗就是“挑菜”，人们采摘野菜尝新。”王娟称。

实际上，古人也很善于从细微之处发现春天的美好，并用诗词文章将其定格。写百花，有“樱杏桃李次第开”的感怀；写春雨，有“润物细无声”的哲思。

“几处早莺争暖树，谁家新燕啄春泥。”白居易描绘出春天的盎然生机；“三月三日天气新，长安水边多丽人”，杜甫的诗句则生动记录了古时上巳节出游的盛况。

写春日雨中的景致，亦别有一番意趣。韩愈写道，“天街小雨润如酥，草色遥看近却无。最是一年春好处，绝胜烟柳满皇都。”草色朦胧，春光正好。

王娟则认为，从节日风俗到诗词歌赋，其实都体现了人们一以贯之的对春天、对大自然的热爱，无论是赏花、挑菜或是春日雅集，其文化核心都是热爱生命、与自然和谐共处。

据中新网

开启情绪治愈之旅

不用复杂费心的准备，无需预先设定目的地，“色彩漫步”很简单：出门前在心里选定一种颜色，带着这个目标走进街头巷尾，行走中专注寻找带有这种颜色的事物，一场轻松的情绪治愈之旅就开启了。

一位博主选择“绿色”作为出门收集的“色彩”。她分享了公园里的绿色秋千、地铁绿色标识、咖啡绿色环保袋，还有休憩时候的一块

抹茶蛋糕的照片。她写道：“收集一整格的绿色好心情，满眼都是治愈的绿。”

走出去，慢下来，把注意力从纷乱的思绪、繁杂的信息中“拯救”出来，盯在眼前具体、明艳的色彩上。

一张张色彩九宫格晒图，一篇篇分享的漫步走笔，一个个与美好相遇的小故事，拼凑出独树一帜的城市春日画像。

“色彩漫步”这种简单又富有创造力的玩法，契合了年轻人对轻量化社交的体验，也满足了快节奏生活中寻求专注与松弛的心理需求。

某社交平台上，与“Color Walk”相关的话题，浏览量已超过2000万。网友们纷纷分享自己选择的色彩和体验的故事，许多人从中找到了情绪出口。

“色彩漫步”引发广泛共鸣

一个简单的“找颜色”游戏，为何引发如此广泛的共鸣？

当下，年轻人不再满足于“看什么”“玩什么”，而更在意“感受到什么”“体验到什么”。在快节奏的城市生活中，“色彩漫步”提供的是沉浸式体验，让人们感受到城市的温柔，体验到城市的浪漫。

“色彩漫步”精准契合了年轻人对情绪价值的需求。“色彩漫步”的低门槛、高参与度、高专注意度，改变了参观城市的刻板旅游路线；城市也通过年轻人的眼睛，变得更加

鲜活、具体、有人情味。这种以微小幸福积累起来的归属感，让人们获得深层的情绪满足。

“色彩漫步”打破了传统旅游的景区边界，让整座城市都成为旅游场景——一条小巷、一面彩墙、一家小店，都可能成为驻足的景点，成为消费链上的一环，让一路走、一路看、一路体验成为完整闭环。

“色彩漫步”也契合了社交传播。通过色彩主题晒图记录，更具有记忆点和美感，既是个人表达

的载体，也为他人“种草”个性化路线，让发布者获得长期的情绪反馈，带来持续的幸福感。

“色彩漫步”为情绪停留、为体验漫步、为美好驻足，让城市的方方面面联结起来，成为可触摸可感知的日常美好。

“色彩漫步”让游客不再只是城市的过客，而成为城市之美的发现者、共建者，成为城市文化的传播者，成为城市与人建立情感连接的“连通器”。

城市空间也需要“设计”

“Color Walk”不只是走路方式的变化，也不只是休闲方式的迭代，更是消费市场从物质需求向情绪需求的深化。

如何让文旅消费从“一季爆红”变为“四季长红”，从满足物质消费向满足情绪消费转型，是一个全新课题。

每个城市的色彩和风格不同，自然禀赋与人文底蕴各异。提炼出

具有高辨识度主色调和季节色谱，形成文旅新场景，让城市“月月有亮点、季季有爆点”，让漫步者随时都有“Walk”的理由。

设计出更为广阔和多元的城市空间，也是全新的思路。要多策划“沉浸式”体验线路，把游客从“看客”变为“玩家”，设计基于场景的即时消费，形成“线上‘种草’、线下引流”的闭环，激活城市文旅消费活力。

要在服务配套上下功夫。不断

完善“毛细血管”交通，设计更多深入街巷、深入城市肌理的文旅专线，让游客不仅愿意“Color Walk”，更愿意“留下来”“住下来”。

“Color Walk”让城市的每一处公共空间，都具备了“旅游”的潜力，让幸福感增值，也让春日经济更具黏性。

最美的色彩，是人们眼中被重新点亮的生活；最好的旅游，是人们内心深处被沉淀的安宁。

据新华社

