

市集

从产品延伸到品牌



“五一”期间,浙江有百余场文旅市集开摊。不同的主题,不同的形式,不同的风貌,文旅市集俨然成为当地文旅的微型集锦。从市集的兴起,到现在的市集产业化,市集正随着快节奏的社会生活,完成着不同的定义。

在即将揭晓的2022年文化和旅游总评榜上,有一个类目是“十大烟火市集”,参与的市集不下50个。从文化的挖掘到市集的形式,可谓精彩纷呈。

近几年来,市集的热潮成为一种现象。在这个现象里,既是流量的热潮,也是更新换代的热潮。我们可以看到市集收割了一茬又一茬的流量,我们也可以看到一茬又一茬的市集被抛在过去的时光。



不断有新的市集出现,不断有老的市集退出。消费者们一边说着市集多到审美疲劳,一边奔赴着下一个的市集。市集的摊主们一边吐槽着市集里成交量不高,一边辗转奔波于不同的空间。市集的浪潮拍打着快消的步伐,曾经标榜的烟火味已隐隐弥漫着时代的硝烟。

从最初的市集来看。如果说市集源起于对人间烟火的向往,那么现在市集正走向更深层次的文化需求。

从现在的各类市集IP来看。各个市集都有各自的特色,希望获得出圈。例如古风市集、艺术市集、文创市集等。而且随着IP越来越鲜明,市集流量也逐渐从大众流量走向细分流量。

从市集的目的来看。不同的主体去打造市集其实现的目的必然不同。由此,市集原本作为一个以交易为核心的空间,开始逐渐变成打造品牌、获取流量、展示特色等的平台。

也正是因为从“市”到“集”,市集正逐渐从产品的综合性转向功能的综合性。

以这次“五一”浙江省内的百余个文旅市集为例。除了摆摊,都加入了各地文旅元素。有打卡场景设置、有沉浸式主题设置、有互动环节设置等,就像是对各地文旅体验的一个补充,市集交易的核心倒是退居其次。

◎ 记者 王珏

相较于前几年,一些人热衷于逛市集,也有一些人热衷于摆摊,如今都显出了一些疲态。小雨是一位陶瓷创作者,在市集开始风靡的时候,她一周可以跑好几个市集。开始是她自己去寻找市集资源,现在几乎每天都有市集打她电话问她要不要参加。“我现在自己都不会去摆摊了,除非是一些已经有影响力的市集。”对于小雨来说,一些高品质的市集集合了一些有相同调性的品牌,那么对于像她这种初创的文创品牌是有所帮助的。“但目前大部分的市集千篇一律,品牌参差不齐。”

小雨面对的这个问题的,其实也是市集招商者面对的问题。即将开街的杭州祥符老街,正在进行市集招商。负责人鲍经理说:“我们希望可以招到一批已经有品牌知名度的摊位,当然也希望有一些有自己想法和创新的摊主。”祥符老街是以江南民宅为底色的商业街区,一个融合了文化与商业的市集,可以是点亮老街的火线。“这段时间我们走访了很多的市集,火爆的市集自是不必说,但是也有很多的市集,摊主比消费者多。”这自然是所有市级招商者不愿意看到的现象。

随着市集的迅速发展,在



消费者、摊主与市场布局者之间,还有一个身份越发凸显了它的重要性,那就是市集代运营者。他们手中掌握了大量摊主的资料,可以给予新的市集不同的品牌匹配。对于这些运营者他们也有自己的苦恼,毕竟品牌、摊主是有限的,这就导致了新的时机往往缺少了新鲜的元素去吸引新的流量。而消费者对于市集也会出现审美疲劳。在这样的情况下就需要市集运营者往市集里添加不同的新鲜元素。“自然卷”市集的运营团队为此做了很多的努力。负责人赵宇鹏说:“自然卷市集是针对东信和创园这里的文艺氛围量身打造的一个文创类市集。从最开始的小众品牌集合,到现在的品牌孵化平台,我们在市集中尝试加入了更多的元素,例如露营、音乐、沙龙等。只有不断地添加新鲜元素,才能保持住市集的热度。”在上一次的市集中,一个服装设计师的摊位引起了一个服装品牌的关注,并希望可以达成服装设计相关的合作。赵宇鹏说:“这让我们看到了市集的一种新的可能性。市集的交易可以从产品延伸到品牌。”

宁波市江北区的宋潮风物市集也是一个很好的例子。这个市集本身就是一个

收费项目,游客只有付了门票才能进入市集,而市集除了固定的网红打卡点造景,每期都会有新鲜的主题元素。所以在这个市集里,它不仅仅是一个交易的空间,它还是一个大型的摄影棚,更是一个不同主题的体验空间。这是文旅市集的一个大方向,不符合定位的摊主以及品牌宁可不要,还原文旅特色,精准定位游客画像,以旅游项目的方式打造市集,无疑也是一个好方法。

在不断被拓展外延的市集,随着“流量为王”的目标,市集被赋予了越来越多的可能性。这其中就有一个很有趣的现象,一方面是线上经济的不断发展,线下经济被挤压。另一方面却是市场经济的迅速扩张。



寻根溯源,我们可以看到线下经济与市集经济最大的不同点在于新鲜感和体验感。就像市集爱好者晓玲,她是一个产品设计师,她说:“进入市集,我感觉会有很多的惊喜在等待我。遇见什么样的产品或者设计灵感,这些都是未知的。但是当我进入一家店,我要购买的东西以及我会看见的东西都是有预设的。这是与店铺最大的不同。”很多世界爱好者都会有这样的感受,“淘”是一种乐趣,与“买”相比它更多了一种发现的过程。这个过程是实现市集交易量的途径。而与此类市集不同的文旅市集则被赋予了更多的需求。拍照、打卡、互动,这些需求都让文旅市集逐步成为综合项目。

由此可见,市集与其说是交易的集合,还不如说是需求的集合。从需求到市场,也许,不被定义的市集也是我们不被定义的生活。