

日前,“共话文旅 筑梦苍南”——2024苍南在地青年主理人座谈会在浙江苍南召开。这次会议有来自“3号仓库”“落山咖啡”“在桥墩·自然营地”“伊起·城市营地”等10多位休闲餐饮及营地驿站品牌主理人。

近年来,“主理人”概念,像一波又一波的浪潮,拍打着文旅市场的蓝海。

文旅“主理人”:何以开启体验新风

◎ 记者 王珏 摄影 卜亦然

主理人仅仅是一种影响模式吗?

在当下的商业环境中,主理人这一角色正逐渐崭露头角,展现出独特的魅力。与仅仅在社交媒体上吸引眼球的KOL博主不同,主理人拥有实实在在的线下实体商业。这一优势赋予了他们的粉丝流量切实可落地的消费场景,让粉丝的热情能够转化为实际的消费行为。

同时,和那些受制于品牌规则的连锁店店长相比,主理人自主经营品牌,亲自管理业务,这种身份使得他们对所售产品有着更深厚的责任感和更强大的话语权。由于客户与主理人通常处于相似的兴趣圈层,彼此之间有着天然的亲近感和信任感,因此对主理人的品牌也会更加认同和青睐。可以毫不夸张地说,主理人既是网红群体中销售产品最为专业的,也是商业领域里最具创新精神、最了解消费者需求的。

在文旅行业,这样的特质无疑是吸引游客、促进业务发展的关键要素。正如马蜂窝创始人、CEO 陈罡所指出的:“站在新自由行黄金十年的十字路口,谁能精准洞察用户的细分需求,并提供个性化的游玩产品,谁就能在旅游产业发展的下一个时代抢占先机。”

随着自由行潮流的风起云涌,旅游行业供应链的界限逐渐变得模糊。在小红书上寻找伙伴、在抖音上相约徒步的游客们,不再仅仅依赖旅行社来获取旅游产品。这一变化为主理人们创造了重新进入市场的机会。源于亚文化的主理人,天生带有小众、个性和叛逆的基因,在旅游领域,他们为消费者精心打造的是充满创意的“非标准”产品组合,为游客带来与众不同的旅游体验。

这种创新的产品组合不仅满足了游客对于个性化和独特性的追求,也为旅游市场注入了新的活力和创意。主理人们凭借对市场的敏锐洞察力和对消费者需求的精准把握,重塑这儿文旅行业的格局,引领着旅游消费的新趋势。



在当今的文旅领域,“主理人+新玩法”的模式正不断地丰富文旅项目的新玩法,为游客带来了前所未有的独特体验。

“主理人商业”是否有模式可循?

在当下的商业环境中,主理人品牌逐渐崛起并展现出独特的魅力。种群造物主理人研究院发起人吴振中对主理人商业有着深刻的见解。

吴振中自身经历了多次跨界,从人力资源到时尚、艺术自媒体、场景品牌以及未来乡村,最终聚焦于主理人商业。他认为这种跨界是基于热爱的驱动力和复合型的趋势力,所有经历都集成并最大化于主理人商业。

他认为,为维持主理人品牌的生命力,主理人需不断反问自身价值观主张,寻找更好的关键行为并实施,接受用户反馈,形成持续创新与成长。主理人应处于天然的自我与商业合一状态,其性格色彩会表现在价值主张上,现在的主理人为年轻一代提供了多种人格模板。

价值观营销是主理人商业发展中品牌身份的重要因素。

做好价值观营销本质上是一种媒介杠杆资源,既能节约成本又能提高效率,还可加强用户粘性。主理人品牌需具备价值观营销、品牌社群运营能力,以及可持续输出的内容能力、可进化的产品体验能力、可被领导、打造真合伙人团队和知识系统沉淀等能力。优秀的主理人运营者应具备造场的内容生产能力、聚人的集合行动能力、价值观的买手能力、策展式的品牌营销能力和养成系的社群运营能力。

例如,“太二酸菜鱼”是一个成功的主理人品牌案例。它以独特的品牌个

性和价值观吸引了消费者。品牌主理人明确了“有趣、时尚、年轻”的价值观主张,并通过独特的菜品设计、店面装修和服务体验来体现这一主张。在菜品方面,专注于酸菜鱼,打造出独特的口味;在店面装修上,采用简约时尚的风格;在服务体验中,注重与消费者的互动和沟通。这些关键行为使得“太二酸菜鱼”成功沉淀成了一个具有强大品牌社群的主理人品牌。消费者对其品牌产生了认同感和忠诚度,愿意主动分享和推荐给他人。

再如,“泡泡玛特”也是一个典型的主理人品牌。它以潮流玩具为核心,主理人精准把握了年轻人对个性化、时尚潮流的追求,通过不断推出新颖、独特的玩具产品,满足了消费者的需求。同时,泡泡玛特注重品牌社群的建设,通过举办线下活动、线上互动等方式,增强了消费者与品牌之间的粘性和互动性。

其实,可以看到主理人与城市的关系日益紧密。城市更新需要优质的深耕在地运营商,即主理人社群运营者,他们能组织主理人群体回应城市更新议题,产生全新的城市文化解读和传承。

主理人生态是城市更新、乡村振兴、社区商业、文旅目的地等领域的破题路径,希望在这条路上“主理人+新玩法”模式为文旅产业开辟更加美丽的风景,为游客创造了更多丰富多彩旅游体验。

“出圈”的主理人

在大连的南山路和七七街,主理人们精心打造出一片别具一格的文旅天地。李猛的“7M 咖啡”以高性价比吸引着众多消费者,成为人们休闲时光的好去处。石孝君的“追风邮局”凭借自主设计的大连特色明信片 and 冰箱贴,以及店内写信、盖戳、邮寄的独特服务,为游客的旅行增添了充满仪式感的回忆。

成都的 Regular·源野同样令人瞩目。这里汇聚了众多高品质的主理人品牌,荒石公园犹如一座神秘的“档案馆”,其标本作品放置在大型斗柜中,每个抽屉背后都是未知的惊喜,陈列每日变化,让游客每次探索都充满新鲜感。

北京的檀谷·慢闪广场也是文旅创新的典范。单向空间&十三邀小酒馆、三克映画、旧物仓、CB lab 大水花艺术中心、Joyland 乐园、Frienday 和 HK + BURGER 等,这些由主理人带来的特色品牌,为檀谷塑造了独特的文化名片,吸引着游客前来感受别样的魅力。

河北秦皇岛的阿那亚度假型社区更是一个全方位的文旅杰作。主理人将其打造成一个封闭管理但配套齐全的社区,从孤独图书馆到海边教堂,从公寓、

大平层到别墅,从超市、食堂到各类玩乐设施,为游客营造了一个面面俱到的理想度假之地。

在“主理人+新玩法”的模式中,主理人扮演着多重关键角色。

他们是创意引领者,凭借独特的思维为文旅注入新颖活力;是品牌塑造者,用个性和风格打造鲜明形象;是资源整合者,巧妙融合各方资源推动项目前行;是体验营造者,精心雕琢每个细节,带来沉浸式享受;是文化传承与创新者,让传统文化与现代元素交融共生;是市场开拓者,借助新兴手段扩大影响力;更是团队领导者,带领团队共同迈向成功。

