

这个元旦假期浙江共开了20多场文旅市集 40万人次涌入武林夜市

本报记者 杨希林

2023年12月31日晚是跨年夜,杭州武林门、湖滨一带因人山人海上热搜。当晚,本报记者从正对着武林夜市的武林D11美食城3楼俯瞰,年轻人群呈十字状向夜市中心区域不断涌来。晚上12点半,记者打开打车软件显示依旧是“拥堵”状态。据官方数据,这个元旦假期武林夜市共迎来40万人次游客。

2023年12月27日,浙江省文化和旅游厅再次官宣了100个重点培育的文旅市集。据不完全统计,这个元旦假期,浙江就至少开了20余场文旅市集。

文旅市集为啥这么火?



武林夜市热闹非凡

圈住人气和财气 市集也是生活美学博物馆

文旅市集,一直是圈住人气和财气的“法宝”。介绍南宋都城临安城市风貌的著作《梦粱录》就曾记载,“杭城大街,买卖昼夜不绝,夜交三四鼓,游人始稀”,说明当时的南宋夜市到了三四更时夜市游人才会渐渐减少。而“游人”一词表明,当时的市集就承载着游乐等文旅功能。

如今的文旅市集还成为当地自身文旅特色的展示平台。2024年元旦前夕,@浙江文旅就官宣了省内20余个即将开展节庆快闪活动的文旅市集。其中位于温州永嘉的林坑晒秋市集,把大家的期待值拉满:走进永嘉县岩坦镇黄南林坑古村,市集周边,家家户户的房前屋后、屋顶窗台晒着五彩斑斓的农作物。新年伊始,看着村民将晒好的农作物一层层铺在箩筐里,再挑着担子、喊着号子,一筐筐运到市集上……凭借“卖”古老的乡村农俗,动人的农民生活场景,林坑晒秋市集每次举办,都能为乡村圈粉两万多名游客。

市集更是城市活态的美学博物馆。去年10月26日~10月31日,布展于温瑞塘河河畔的青灯市集开市迎客。因为附近有秋日高颜值出片点三垟湿地,还有商业繁华的综合体万象城购物中心,市集集逛、展、赏、玩于一体:专业的收藏家,可以在艺术摊位上挑选产品,时尚的年轻人,可以买杯手磨咖啡在各个网红点拍片;网红博主,可以在这场人气市集里直播吸粉……据官方数据,今年青灯市集一场活动销售额就达到6000余万元。

翻看社交平台各类文旅市集测评,本报记者发现,2021年,大家热衷于淘“100元5件”“100元4件”的性价比好货;2022年,主打差异化、品牌化、特色化的文旅主题市集开始走红;2023年,大家又把目光放在了有故事的文旅市集摊主、主理人身上。文旅市集的布景、物品到氛围,都是“远方”和“诗意”的物化,它们从多个角度满足了人们对美好生活的追求。

与政府“双向奔赴” 网红经济转为圈层经济

蓬勃发展的文旅市集也想求官方关注——市集的一时火热虽然有话题度,但如何以文化赋能市集内容,让赶集的头回客变成回头客?

2023年12月16日,浙江省启动全省文旅品牌创建行动。据《浙江省文旅品牌创建行动方案(2024年~2026年)》,到2026年,浙江将培育200个区域特色重点文旅市集。未来,浙江还将创新“文旅市集”培育机制,擦亮杭州武林夜市、温州青灯市集等一批特色品牌。截至去年12月27日,浙江省已公布了200家全省重点培育文旅市集名单。浙江省文化和旅游厅相关工作人员告诉记者,2024年,我省还将在200个重点培育文旅市集集中“优中选优”,特别是自带流量或市集IP的知名文旅市集,并进行线下(优秀市集快闪摆摊)和线上(市集品牌系列短视频宣传)联合的“官方推荐”。

该工作人员表示,在选拔文旅市集过程中,还是会发现,省内部分人流量大、名气高的市集,仍面临着摊位同质化、和本地文旅特色融合度不高、市集主题过于传统,亟需更新等问题。“文旅市集的功能要区别于市集。除了要能快速响应消费者不断变化的多元需求,满足消费、打卡、分享及社交的复合体验外,还要作为文旅公共空间,融入到城市、乡村的文化场景中。”未来,浙江文旅市集既要为人们提供浙江味、人文化、潮玩感的生活美学空间,也要提升公共空间的适配度、可逛性与审美力。

想经受住市场考验 主理人还要做什么

浙江是全国首个提出“文旅市集”概念的省份。盘点入选浙江省重点培育文旅市集名单,其中部分市集离不开当地文旅部门的主动扶持。

哪些文旅市集能真正经受市场考验?

首先,能用区域品牌出圈,市集才有可能在市场出圈。随着政策扶持和线下消费回暖,如今随便一个城市都能见到复古市集、非遗市集、后备箱市集……品牌反复雷同的情况下,带有地域性色彩的主题文旅市集,往往容易杀出重围。

其次,消费者不乐意买单的文旅市集会被立刻淘汰。杭州武林夜市,去年节假日日均客流量10万人次,高峰期高达16.8万人次,已经成为杭州“流量街区”的C位。这个元旦假期,运营团队打造的快闪版“运阁集”文旅市集开市:走进街区,游客既可以在国风主题摊位上买一枝非遗绒花,看一次宋韵表演,还可以在原创设计师摊位上淘一套中古风格的茶具。市集主理人告诉记者,因为颜值玩法双上新,这个假期武林夜市迎来40万人次游客,总交易额约150万元左右。接下来的春节假期,运河集还将继续开市,并将给游客提供9种不同风格的主题摊位打卡。“保证能让你的朋友圈9官格足够出片。”

最后,“追”潮流不如“造”潮流,挖掘契合本地文旅特色的市集才更能打动人。巴黎圣旺跳蚤市场,可以说是巴黎跳蚤市集的始祖;韩国首尔通仁市场,流通着自己的“通仁铜币”……国外成功案例说明,能让消费者感受“最本地”的文旅市集,才能走得更长远。



时尚又好逛的武林夜市