

来逛逛“文艺范”集市

本报记者 赵梅

文化集市搭建了文化艺术与百姓生活融合的新桥梁,在保有消费空间的同时,融合购物、娱乐、餐饮、展演等多个场景,多维呈现文化符号,形成文化消费赋能城市发展的新动力。

绿马、洮砚、刻葫芦、绣制香包、手工制作、脱口秀表演、烘焙、咖啡让人眼花缭乱,反弹琵琶、秦腔、杂技等精彩表演博得阵阵热烈掌声。

周末的兰州黄河岸边被由甘肃省文旅厅、甘肃省电力投资集团有限责任公司主办,甘肃大剧院管理有限责任公司联合兰州新峰文化传媒有限公司承办的“新声兰州·城市文化市集”激活。

让文创走进生活,让文化激发新消费,极具文化创意的地方特色产品、文艺节目,与攒动的人流为兰州激发新消费活力增添了盎然生机。

文创手作是主流

“大家可以自己体验刨花,制作刨花灯,感受一下传统木工技艺的魅力!”木工坊摊主张超一边摆放各种木制品,一边招呼着驻足在摊位前的市民们。木工坊里不仅陈列着纯手工制作的小木马、木柜、小板凳等生活用品,展台上还有垂花木门、小木马摆件、木头人和刨花灯等小物件。

“这个刨花灯是我自己做的,太有意义了!”在木工坊体验的兰州市民肖远高兴地说,她用刨子推出刨花,装进瓶子里,再装上线路板,做成了一件文艺范十足的刨花夜灯。

“这个蒸汽朋克娃娃我们带了30多套,一下午就卖完了。”张超说,他与几个喜欢木工的朋友一起来摆摊,就是想让更多人了解传统木工工艺,让更多人体验动手制作。张超告诉记者,3天的摆摊不仅卖出去一些小饰品,还有顾客预订了3个摇摇小木马、1个柜子、1张桌子,这对原本只打算做做宣传推广的他来说也是个惊喜。

在鱼想气球摊点,气球做的米老鼠、花朵以及仿真羊毛毡制品引来诸多市民驻足。“我们这次以宣传为主,想对外展示一下业务类型,让大家看看我们制作的样品。”摊主陈欣说,她的摊位除了桌子和桌布外,包括灯箱在内的所有展品都是自己手工制作的。“可以根据自己家宠物的样子定制一个仿真制品,可以做相框,也可以做挂件、摆件。”陈欣一边做着气球花束,一边给顾客介绍羊毛毡制品。一个个惟妙惟肖的仿真羊毛毡制品引来很多宠物主人的关注。

“感觉这个羊毛毡制品很逼真,做个自己宠物样子的小摆件放在办公桌上挺解压的!”市民张兵说。“目前,已经有3位顾客下单定制,感兴趣的还有100多位。”陈欣告诉记者,她开设了派对布置和羊毛毡定制的工作室,“之前一直在学习制作羊毛毡制品,最近刚开始接单。这种手工文创产品要想做得精细是很耗时的,订单都要排队。”

手工制作是“新声兰州·城市文化市集”的特色之一,各种手作发夹、头饰、胸针、耳



文化集市东方密语摊位

上的文创绿马引人关注。

本报记者 赵梅摄



文化集市上售卖的布偶

玩具很受顾客欢迎。

本报记者 赵梅摄

坠、洋娃娃等创意无限、文艺范十足的作品让市民感受到中国传统文化和技艺的魅力。

文艺范带来新体验

“这是洮砚和刻葫芦,请大家加入这个微信群,不仅能了解甘肃非遗,还能现场体验非遗制作。”院遗有礼摊位工作人员一边向顾客介绍非遗产品,一边引导大家深入了解甘肃非遗文化。“来自上世纪90年代全世界孩子的童年伙伴,或许你的童年就有一个哦,让它陪伴你和你的孩子一起成长吧。”“贩卖灵感、制造节奏”……集市现场,一个个文艺范十足的标语概括了摊位的定位,手工制作、乐器、烘焙、调酒、咖啡等摊位让人目不暇接。位于市集中心区的舞台上,文艺院团带来的舞蹈、杂技、戏曲等表演精彩纷呈,博得阵阵热烈掌声。

“新声兰州·城市文化市集”汇聚了40多个独立品牌,现场设有创意市集区、特色饮食区、人力资源区、主理人分享区、艺术展演舞台、社交共享空间共六大主题展区,集展、演、聊、聘4个职能于一体。参与市集展示的新职业打破常规思维局限,在传承中华文化方面包含文创、插画、乐器、古着、手作等,在融合时尚方面包含潮玩、杂货、旅行、小吃等,在新兴消费方面包含滑板、格斗、咖啡、烘焙、调酒等多种类型。”甘肃大剧院管理有限责任公司总经理于东说。

摊主们在摆摊的同时还兼任讲解员,向人们讲述品牌和行业的故事,让更多人了解自己的行业、爱上自己从事的事业。现场每天还会有来自省直文艺院团、城市民谣乐



队、非遗传承人进行的精彩演出和展示。

“来逛市集的人,更像是一个个‘探索家’和‘发现者’,在这里感受不同以往的购物体验,尝试更多自己不曾了解的行业。”兰州市民高晓曦说。

激发消费新活力

在东方密语摊位前人头攒动,大小不一的绿马成了网红拍照打卡点。

“绿马毛绒玩具走红之后,为甘肃省博物馆馆藏文物设计的新的系列衍生文创产品,像彩陶瓶、青铜牦牛都是初次面世。我们希望通过这样一个平台展示后,了解年轻人对新款文创产品的意见建议,做一下市场调研。我们也希望文物、文创能走出神圣的殿堂,走进百姓生活,作为一个桥梁和窗口,让更多的人了解馆藏文物,了解甘肃优秀的文创产品。”东方密语人文原创品牌市场总监王海柔说。

“43家商户的销售额在60万元至80万元之间,3天客流量约达12万人次。”甘肃会

展中心(集团)有限责任公司党委书记、董事长赵广欣说,这次市集的成功举办,不仅检验了大剧院的平台优势,扩大了会展内外影响,引流带动了片区营收,还带动了剧目票务营销。对城市而言,不仅打造了艺术文化地标,还创新了周末消费场景。

“我们还在考虑进一步推动文化市集常态化、规模化、品牌化,持续更新内容,打造兼具内涵、品质、活力、创意的文化交流平台。”甘肃会展中心(集团)有限责任公司总经理张红娟说。

“我们希望把‘新声兰州·城市文化市集’真正打造成市民、游客消费的新标的、文化打卡地。”甘肃省文旅厅文艺处处长张林涛表示,在活动期间,甘肃省文旅厅还将开展精品旅游线路宣传推介,组织省直文艺院团开展特色演艺等活动,搭建文化艺术与百姓生活融合的新桥梁,在保有消费空间的同时,融合购物、娱乐、餐饮、展演等多场景,多维呈现文化符号,形成文化消费赋能城市发展的新动力。

气温居高不下,防晒消费市场正迎来新一轮高峰。在小红书上,关于防晒的相关笔记数量已超过750万篇。在天猫平台上,部分品牌防晒乳的月销量已经突破万单。抖音电商超级品牌日公布数据显示,排名第一位的一款防晒产品在淘宝主播的直播间曾创下一夜卖掉超过18万支的纪录。对比主流护肤品类,尽管受到疫情影响,防晒品类关注度近3年复合增长率却高达67.32%,消费者对防晒产品的关注度增长率先超越其他护肤品类,防晒产品赛道市场机遇巨大。

在火热的防晒消费背后,是消费者需求更加多元、使用场景更加细分带来的销量增长。统计显示,近年来防晒霜抗老、养肤的需求趋势开始显现,与此同时,防晒用品的使用场景也向室内防晒、通勤防晒、户外防晒等方面细分。几年前人们对于防晒产品的需求还是不晒黑、不晒伤,是可能要去海边等地时才会使用的。但如今,随着光老化概念深入人心,防晒在很多年轻人看来是一年四季都要做好的事。

当前,相较于日韩等国家,我国防晒产品普及率依旧较低。随着消费者对健康的认可度不断提升以及社会环境不断改善,我国防晒行业未来发展前景十分乐观。智研瞻产业研究院公布的统计数据,2022年我国防晒行业市场规模达183亿元,预测到2029年,这一市场规模将接近400亿元。新兴的市场,既蕴藏商机也需要成熟完善。要在市场上多样化的防晒产品中脱颖而出,需要品牌商加大研究与创新方面的投入。要以解决消费者需求为中心,聚焦产品本身,通过技术创新等各种手段进行产品升级与完善。比较近年来的调查结果,消费者购买防晒用品时外观和品牌的影响力在逐年上升,可见未来企业之间的竞争将会是品牌和设计上的竞争。

防晒品类是典型的新消费品类,这还要求企业在开辟新品类时,通过细分场景找出品类的差异化特征,有针对性地开发更加个性化和高性价比的产品。在“软防晒”赛道上,品牌可根据消费者群体的性别、年龄和消费关注点,推出高倍防晒、控油祛痘防晒、添加抗老成分防晒和清爽型防晒等各类产品。在“硬防晒”赛道上,产品可以不仅具备防晒功能,还具有防风、防雨等功能,防晒帽可以根据设计分为沙滩防晒帽、贝壳防晒帽、渔夫防晒帽等,防晒面罩也可以根据功能特点具备防尘或透气等多种细分特性。与此同时,从保护健康角度来看,防晒不仅仅是女性的专利,企业还可以加大对男性和儿童市场的开发力度,努力填补巨大的市场空间。

从发展趋势来看,防晒产品的功能性、舒适性以及适用场景等都可以成为新的品牌竞争点,只有善于洞察市场的新锐企业才能在竞争中脱颖而出。

促消费政策叠加效应充分释放

本报记者 赖永峰 刘兴

家住江西省赣州市蓉江新区的市民邱菁最近购置了一辆纯电动汽车,花费11万多元,比周边设区市的报价便宜了5000元。这是“2023赣州消费提振年”带给她的“福利”。今年前6个月,江西各地累计发放消费券5.6亿元,拉动销售额40多亿元,其中限额以上新能源汽车增长35.5%。

今年以来,江西省出台《关于进一步巩固提升经济回稳向好态势的若干措施》,从重点扩大大宗消费、恢复文旅消费、培育壮大新型消费、丰富提升消费场景等方面,着力促进消费全面恢复。

江西省商务厅副厅长梁小康介绍,围绕“江西迎春消费季、江西消费促进月、江西大宗商品消费季、江西约惠夏日消费季、江西金秋消费季、江西冬令消费季”六大主题,聚焦“在赣购好物、品赣菜美食、赣享新生活、赣邮网络购、逛江西特展、赏赣好风景”六大领域,江西广泛举办形式多样、丰富多彩的促消费活动,实现“季季有主题,月月有活动”。

江西省各级商务主管部门开展促消费活动,持续营造“波浪式”消费热潮;各大商贸流通企业积极响应政府号召,开展打折、让利、赠礼等促销活动回馈消费者,政策叠加效应得到充分释放。仅今年“五一”期间,江西列入商务部重点监测的220家零售和餐饮企业就实现销售额12.3亿元,同比增长19.5%。

网络消费热度也在持续。江西组织“赣品网上行”系列促销活动,增强消费新动能。今年以来,江西省市县三级联动开展“2023网上年货节”“双品网购节”,先后举办“赣鄱网上年货节暨数字生活新年嘉年华”“百县百款”赣味年货好礼线上推广、“百县百场”赣味年货直播促销、“惠享新消费”数字生活直播季等系列消费活动,有力促进了电商模式变革、场景创新,进一步活跃了网络消费市场。据监测,1月至5月江西全省实现网络零售额891.21亿元,同比

增长18.2%,消费热点不断拓展,居民多样化、个性化、品质化消费持续增加。

位于南昌八一广场的南昌武商MALL开业,多个首次进入江西市场的消费品牌吸引大量来自全国各地的消费者。“五一”开业首日,即迎来17万人次客流量,单日销售额超过1700万元,5天销售额超过6000万元;九江万达商圈开展主题消费活动,营业额同比增长112%。

人间烟火抚慰人心,美食盛宴引来游客。今年以来,借助消费热点,江西各地餐饮消费持续火爆。7月15日晚,2023“恰噶南昌”消费季启动,引流强劲。此前,南昌市新建区举办首届新建赣菜美食文化节,鹰潭市举办“2023月湖消费提振年暨首届米粉节”活动,萍乡市武功山开展夏日露营烧烤活动,来自全国各地的特色烧烤美食齐聚一堂,迎接八方游客共赴“烤场”,创新消费场景,打造消费爆款。

夜幕降临,灯光如昼,南昌万寿宫历史

文化街区依旧热闹非凡。南昌市文广新旅局市场科科长陈震介绍,引入时尚文化元素、布置流行文化景观,吸引大批网红达人在街区展示才艺,可以让街区焕发新活力。“五一”期间,南昌万寿宫历史文化街区客流量和销售额均同比增长40多倍。随着暑期的来临,这里至今热度不减。

商旅文体相关消费快速增长,折射出消费者出行意愿大幅上升。今年前5个月,江西省完成客运量10123.1万人、旅客周转量326.5亿公里,分别同比增长48.1%、93.2%。7月11日,江西省政府召开第十六次常务会议审议并原则通过了《关于进一步促进和扩大消费的若干措施》,要求深入挖掘消费潜力,充分开拓城乡消费市场,以高质量供给引领和创造需求,切实加强消费监督管理和消费者权益保护,让有意愿来江西的游客人赣顺畅、全程无忧,让大家在江西愿意消费、安心消费。



南昌市万寿宫历史文化街区游人如织。

本报记者 刘兴摄

本版编辑 李丹美 编高妍