

情怀催生商机 怀旧成了生意

在当今消费市场,越来越多的人不再满足于“新产品”,而是满心欢喜地寻找那些承载着过往记忆的旧物件。从复刻版的老游戏到重映的经典电影,从20世纪90年代的潮流服饰到具有年代感的老家具……种种“喜旧”的消费行为,催生出了一股强劲的怀旧经济浪潮。

对于消费者而言,这是一场回溯之旅,那些承载着儿时欢笑、青春梦想的物件与场景,被重新赋予了价值与意义;从商业视角审视,“怀旧经济”无疑是一片蕴含着无限潜力的蓝海,传统事物正在借助现代设计与营销手段再度流行,成为新的消费风口。

纵深

“情怀牌”该怎么打?

怀旧零食变“零食刺客”,价格的落差让消费者无法共情童年。童年时期常吃的西瓜糖、唐僧肉辣条、闪电爽等零食身价翻倍,这些记忆中1块钱的东西在怀旧小卖部卖到了5块钱。很多家怀旧商店都存在标价模糊的情况,消费者在选购商品时默认是和童年相同的价格,结账时才发现价格比自己预想的高出数倍,这也让不少网友戏称“我的童年没那么贵”。怀旧小卖部的装修、选品无一不让人穿越到童年时期,但其中让人最“出戏”的是商品的高价格。远远高于市场价格的小商品打着怀旧的名号,狠狠割了消费者一波韭菜。

怀旧经济不仅要蓬勃发展,也要长远发展。除了怀旧小卖部外,怀旧婚纱店、怀旧茶馆、怀旧唱片店等怀旧小店,在近些年也涌现出来。顾客在收获情绪价值的同时,也为这些商店带来了经济价值,双赢的局面应该被好好维护。怀旧类商店在打造怀旧新业态的同时,价格上也应该具有“人情味”。明码标价是最基本的,其次是对产品进行创新,真正利用怀旧文化引起情感共鸣,给予消费者良好的消费体验。产品营销和噱头固然重要,但多一点真诚、少一点套路,才是怀旧小店长远发展的关键。

总而言之,怀旧小卖部的火爆既体现了新业态的发展,也暴露出一些乱象。怀旧小店应该利用正确的经营方式,将消费者对怀旧产品的需求转化为经济增长的动力,促进“怀旧经济”可持续发展。而当这样的新业态蓬勃发展时,市场监管和消费者也应该加入到监督的行列,促进新业态的良性发展。

本报综合西安晚报、中经网、红网等

买旧家具“忆往昔”

“长沙文和友风格的火爆,让国内商业掀起了一股‘怀旧’风。这几件家具明天会经过拆卸、加固、打包、装车等一系列工序,分别发往成都的一家摄影工作室和郑州的一家咖啡店。包括咱们西安在内的很多商家,经常来我的直播间‘淘货’。”在位于西安北三环阎家村的一处农家小院里,记者见到了这家名为“古城旧物仓”的二手家具店老板芦凡。

芦凡告诉记者,这两年越来越多的年轻人爱上了“复古风”。小到给家里买一个20世纪80年代的木凳子,怀念往昔;大到短剧拍摄基地为年代剧置景,大批量购买相关物品。因此,二手家具市场愈发火热起来。

芦凡放弃了已从事十多年的园林设计工作,转行开了这家二手家具店。从去年冬天开始,这家小店每周进行两场直播,天南地北的买家通过网络会聚在西安这处小院子里,一起“忆往昔”。

记者在这处院子中看到,各式怀旧物件将不大的院落挤得满满当当。从老式脚踏风琴、旧钟表、录音机、黑白电视机、缝纫机、儿童脚踏车到充满年代感的大立柜、实木中药柜、八仙桌,甚至还有一排电影院的旧椅子静静地放在院子角落,等待着新主人。

谈起这些旧家具,芦凡如数家珍。“这个沙发经过清洗保养,过几天就会发往北京了。买主是一位‘90后’姑娘,在北京郊区租了一个农村院子,想改造成那种怀旧风格,她通过直播间找到我,就想买这样一个儿时的同款沙发。”芦凡指着屋内的一个老沙发对记者说:“去年8月,我骑着三轮车来到了文昌门附近的一个老小区。这户人家是一位老先生独自居住,年纪大了要搬去与女儿同住。房子卖了,这些保养得很好的旧家具只能处理掉。老先生是20世纪50年代响应国家号召支援大西北,带着家人坐上绿皮火车来西安工作的。那个年代物资匮乏、经济拮据,于是又托关系,把北京家里的这套沙发托运到西安。时间一晃过去了大半个世纪,这个沙发没想到又将回到北京,也算是来了一场‘时光漂流记’。”芦凡感慨地说:“年轻人对旧物件的喜爱,也是对历史的一种认同与传承。这种认同感在一定程度上超越了年龄、地域与社会阶层的限制,这也是老旧家具在消费市场中受欢迎的重要原因。”

商场复活“打弹珠”

你还记得小时候和小伙伴蹲在路边,在弹珠碰撞的瞬间欢呼雀跃吗?“80后”“90后”的童年记忆里没有如今随处可见的电子屏幕,却有着“跳房子”时地面的方格、弹珠碰撞的清脆声响。那些简单又充满乐趣的游戏,打开了无数人记忆深处那扇温暖的门。如今,充满“古早味”的弹珠游戏又在西安的多家商场“复活”了。

记者近日发现,西安多家商业综合体的娱乐业态正在发生转变——原本被一排排抓娃娃机占据的空间,逐渐被色彩斑斓的弹珠游戏机取代。数十台弹珠游戏机整齐地摆放在一起,看起来颇有阵势。白色



“古城旧物仓”二手家具店里陈列的老物件

的玻璃弹珠在金属轨道上碰撞的清脆声响此起彼伏,吸引着不同年龄层的顾客驻足。

记者日前在吉祥村附近的一家商场内看到,晚上8时,三楼的这家弹珠游戏店铺内几乎座无虚席。有年轻情侣边玩边讨论技巧的,有“80后”父母带着孩子一起玩的,甚至还有一位头发花白的老大爷全身心投入到游戏中,随着弹珠的滚动,他时而兴奋地拍手,时而遗憾地摇头。

一位“80后”家长对记者说:“我是吃完饭上楼闲逛时发现这里的,于是带着孩子一起重拾童年记忆。19.9元团购了200个弹珠,跟孩子一起玩了半个小时,真是意犹未尽。”据他介绍,一次投入5个弹珠就可以弹一次。孩子觉得新鲜好玩,大人感到怀旧解压。

记者在大众点评网网站查询发现,目前,包含汉神购物广场、万和城、吾悦广场、小寨银泰城等在内的西安十多家商场都陆续开设了弹珠游戏店铺。这种实体娱乐的复兴,折射出商业空间从单纯消费场所向体验式社交场所转型的趋势。当钢珠叮咚作响穿越重重障碍,不仅激活了商场沉寂的角落,更串联起代际之间的情感共鸣,在快节奏的都市生活中重构了童年的欢乐场景。

旧相机成“抢手货”

在一众怀旧的物件中,带有“复古”标签的CCD相机在被市场淘汰十几年之后,突然“咸鱼翻身”,成为不少年轻人的“心头好”。

时光回转到2000年左右,当时的手机摄影功能还不完备,CCD相机因小巧便携,还不用冲洗胶卷,成为当时热门的摄影产品。后来,随着相机行业的发展和手机拍照功能的崛起,CCD相机逐渐退出历史舞台。但谁也没有想到,被淘汰十几年的CCD相机竟然再受追捧,变身当下的“抢手货”。

据一位摄影博主介绍,CCD相机几年前的收购价只要50元一台。但如今,它竟然成了二手网站的热门单品,售价高达几百元一台,品相好的交易价格甚至超千元。以佳能A620为例,这是2005年8月发布的一款CCD相机,当时的售价在2600元左右。现在,一台成色不错的佳能A620,二手价基本在千元以上。

记者不久前在洒金桥的西仓市集上看到,一个售卖二手相机的摊位前围了不少年轻人。不大的摊位上摆放了20多款CCD相机,包括佳能、尼康、索尼等多个品牌。正在试相机的一个年轻人告诉记者,

现在二手相机特别火爆,之前在网上了解后,决定来线下“捡漏”。在试用了三四款相机后,最终这名年轻人以800元的价格购买了一款佳能的CCD相机。

像素颇低、色散略重、噪点过大,用起来一不留神,就会失焦、模糊和过曝……这些都是CCD相机的通病,但对于很多生长在“高清晰度”世界里的年轻人而言,CCD相机却成了最有“氛围感”和“复古感”的潮流玩具。尤其是当CCD相机出现在了明星手中、网红的种草榜单后,更是以几倍、十几倍的溢价,被年轻人们疯抢。

老面包变“心头好”

卜卜星、杏肉、奶宝、麦丽素、无花果丝、华华丹、跳跳糖、干脆面、辣条……在万达广场(大明宫店)三楼的一家“怀旧零食小卖部”内,正值周末,收银台前等待结账的顾客排起了长队。各式各样的怀旧小零食整齐地摆放在货架上,顾客们一边兴奋地拍照打卡,一边装满购物篮,仿佛回到了童年时光。

“看着这些小零食,就想起儿时在校门口小摊前驻足的时光。那时我一个星期的零花钱是两块钱,因此只能选择买一样最想吃的。现在自己赚钱了,就可以每种都买回去。”正在挑选小零食的一位女士边与记者闲聊,边将心仪的小零食都放进购物篮里。

同样,怀旧老式奶油面包也成为年轻人朋友圈里的爆款零食。在网红奶茶与法式甜点称霸街头巷尾的当下,北大街十字的一家售价5元左右的老式面包房却脱颖而出,走红网络。3.8元1个的老式合页奶油面包、9.8元3个的手撕老面包、3.4元1个的豆沙圈、4.9元1个的椰蓉包,都成为西安年轻人的下午茶“新宠”。

这种诞生于20世纪90年代的国民面包店,正以摧枯拉朽之势席卷社交媒体。“老式奶油面包里,凝结着改革开放初期的集体记忆。国营食品厂飘出的黄油香气,曾是物资匮乏年代最奢侈的感官体验。在当代年轻人眼中,这些具象化的视觉元素成为打开时光隧道的密钥。”西安美食博主“小李超会吃”对记者表示,“面包不再仅仅是满足物质需求的工具,它成为一种情感的载体,承载着消费者对过去时光的回忆与情感共鸣。当下,消费者越来越注重商品背后的情感价值。怀旧经济便恰好迎合了这一需求。”



商场内的弹珠游戏店铺

