

(上接 C02 版)

凡事喜欢创新,讲求个性是时下年轻人的普遍特质,无论是对一个小小的手机挂饰,还是穿在身上的T恤,新一代的潮流达人都要求一定要有创意。在广州,那些既符合当下潮流的趋势,又独一无二的本土品牌,就越来越受到年轻人的追捧。一行内人士表示,虽然不少独立品牌仍处于萌芽阶段,但随着本土设计产品实用性的增强,设计渐趋多元化,“帮衬”的顾客年龄段也在扩大,现在不单单年轻人喜欢买这些产品,30至40岁的顾客也在逐渐增多。



每年都在各大城市举行的创意市集,广州的品牌超过30多个,大部分都处于始创初期。(受访者提供)

## 创意拥趸初养成 多元化欠缺 实用派顾客待开发

### 追求另类、本土情怀 本地原创拥趸两大派

当你满心欢喜地穿上从专卖店买到的新衣服,准备新鲜亮相时,却发现,在不远处,另一个“自己”迎面走来,如此的“撞衫”尴尬,相信不少专卖店的忠实fans都曾遇到过。Billy在广州的一家广告公司从事创意工作,在衣着上,他总喜欢走与众不同的风格和路线,而众人对他的深刻印象,也正是从一件由香港设计师MC YAN设计的印着“宁死不屈”四个大字的白色T恤开始。

#### 追求零“撞衫率”

在看腻了的以英文为图案的“大路”款式后,把中文字“穿”在身上,反而令人眼前一亮。“当初买的时候就觉得很好玩,很特别”,Billy说。这件“宁死不屈”T恤不但另类出位,也恰恰与他“不苟同”的性格不谋而合。每次穿上这件T恤上街,都无例外地为Billy赚足回头率,同时也满足了他那小小的“虚荣心”。

现在,Billy更偏爱一些本土原创品牌的衣服和配饰。他觉得,原创牌子不但风格独特另类,数量也很少,不像大批量生产的“牌子货”,同一款式的东西就那么几件,出街的“撞衫”率可以说是几乎为零。另外,个别品牌还提供贴心的订做服务,让消费者也过一回设计瘾,在产品中加入自己想要的东西,一个名字、一个独特的图案、一句有特殊含义的话,做到真正的独一无二。

#### 广州仔追捧街市路牌

年仅23岁的阿风是广州某大学的在校生。打从娘胎出来后,就一直生活在广州,对自己生活的这个城市,他有着不可割舍的情怀。在别人眼中,他就是一个地道地道的“广州仔”。不仅仅是因为他那口纯正流利的广州话,更多的是,从他身上所流露出来的点点滴滴的本土痕迹。

阿风的床上摆着一个“路牌”抱枕,也是房间里唯一的布艺摆设。这是一年前,阿风在西湖路的迎春花市上“淘”回来的。抱枕的外型不算特别,倒是上面印着的,模拟广州市路牌的图案让他有购买的冲动。原本对布艺东西不太“感冒”的他,在看到上面印着的自家地址的路牌后,觉得好玩之余,也十分亲切,立马就掏钱买下了。

在阿风看来,有着深厚底蕴的老广州文化尤其能体现自己的个性。他的兴趣是收集一些带有广州味道的小玩意儿。除了路牌抱枕,他还特别订做了3个路牌样式的钥匙扣,同样选择了自己家的地址和路名作为素材,爸爸、妈妈和自己各一个,一家三口一起用,“每次拿起钥匙的时候,都是对家庭的重温”,在他看来,这样的设计产品既独一无二,又令人感觉分外的温馨。

### 牌子不够响 不够贴近生活 实用派购物达人不受落

然而,却并非所有人都是本土牌子的拥护者。Cherry是土生土长的广州女生,对潮流新兴事物有着异常敏锐的“嗅觉”,也是个十足的购物达人,广州都有些什么牌子,哪些是本土的,哪些是进口,她都了如指掌,但在她的身上却很少能找到本土牌子的“痕迹”。

“原创的东西很新鲜,很特别,但如果要我花钱去买,又是另外一回事了”,Cherry坦言,虽然本土设计通常都很独特,又有心思,但在她看来,却稍微欠缺了些“实用性”。“太‘出位’的设计,不是每个人都接受得了”,而且Cherry认为,一件设计过于抢眼的衣服,通常只在第一次穿的时候能有“惊艳”的效果,穿的次数多了,再怎么特别的东西也会变得平凡,简言之就是不够耐穿,这对于精明而又实际的广州消费者来说,这可是购物的大忌。

“对我来说,这些产品更像是艺术品,是用来欣赏,而不是在平常会用到的东西”。此外,Cherry认为,原创产品的价钱通常并不便宜,相比之下,大牌子的设计,质量再加上品牌效应,似乎更具吸引力。但是,她却表示,如果原创品牌的设计能更贴近日常生活,更多地考虑消费者的需要,相信会更容易被大家接受。

Cherry的观点的确代表了相当一部分消费者对本土原创品牌的看法,正如Slow Shop的设计师Yaya所说的一样,广州的消费者特别实际,但同时,对牌子也相当注重。不少年轻人在买东西时不仅要看看东西是否实用,很大程度上也会看牌子,比起本土的设计,日韩的品牌更受时下年轻人的喜爱。



Slow Shop的设计师Yaya说,广州的消费者比较实际和注重牌子,对本土设计未必受落。

“bEnsHop+”的店主Ben表示,本地原创应更注重产品的多元化。(受访者提供)



### 原创应更多元化 不能大家都只做T恤

提起以创意和设计为卖点的店铺,相信不少人都会想起位于建设六马路的“bEnsHop+”。从2005年起,“bEnsHop+”已经成为广州颇有名气的创意生活杂货铺,顾客有学生也有白领,店主Ben则是一个有着十几年经验的老广告人,同时也是设计师、美食专栏作家。

#### 原创不能只是过过瘾

在“bEnsHop+”店中,可以找到不少出自本土设计师之手的作品,而这个也是bEnsHop+创立的原因之一。设计师出身令Ben很明白,不少设计师的产品做出来后,却不知道应该放到哪儿去卖。“开这家店的想法就是希望给那些有发展前途的原创产品一个展示的平台,让它们有更多的机会接触市场”,从“bEnsHop+”创立之初到现在,已经贩卖过二十多个本土原创品牌的产品。

每天打开邮箱,Ben都会收到不少本土原创品牌发来的商量合作的Email,记者的采访也好几次被打进来的电话打断。然而,却非所有原创产品都摆在“bEnsHop+”寄卖。不仅要看具体的产品和bEnsHop+是否合拍,Ben还很注重品牌的发展前景和持续性。“要看设计师本身,是只为了过过瘾,出一两个作品就算了,还是会把自己的设计当作一个品牌去长久经营”。他说。

#### 产品种类应更多元化

在与好些原创品牌的接触中,Ben发现它们最大的共通点是“最初的想法过于简单”,缺乏一个成熟的商业经营模式。他以产品的定价为例解释说,如果制作一件产品用了5块钱,想赚2块钱,有些人就会认为7块钱卖出去就可以了,但如此“直接”的定价在网上或许还勉强行得通,当产品拿到一家实体店寄卖就完全不是一回事了。Ben笑言,一开始合作的时候,他还经常要充当这些原创品牌的免费“定价顾问”。

有着丰富的设计经验,同时又与消费者面对面接触的他,对本土的原创设计品牌又有些什么建议呢?“设计时给多些创意,做多些不同的产品形态。”这是Ben认为广州本土原创品牌最应该改进的地方。他举例,两件差不多的T恤摆在我面前,只是图案设计不同,为了保持店铺的多样性,我只能引进其中的一件。这个时候,我的判断就只能是个人的喜好和感觉了。他认为,如果本土原创产品能在形态上能更丰富多样,如不仅仅是做一件简单的T恤,不仅仅是设计图案的不同,也可以在衣服的款式上多花些心思,那么无论是在面对店家或消费者时,都可以增加自己的优势。“其实机会都是均等的,从某种角度看,本土原创更贴近本地消费者的需要,更有优势”,他补充。