

市集经济

□文/图 半岛全媒体见习记者 白菊

“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”“市集”的概念发端于远古，商业因市集而灵动。而如今，从城市中心到废旧工厂，从商业体到海滨沙滩，创意市集的摊位摆起来，古老的形式被文化创意赋予新内涵，“市集”这个原始和传统的概念重新回到商业视野，城市“市集”的复兴，既是传统的回归，亦是创新的延伸，“时尚感”和“烟火气”并存，为城市发展探寻出内生动力。

“万象Yeah市”上热闹的街头演艺。



创意市集，为何火成城市新名片？

时尚感和烟火气并存，为城市发展探寻出内生动力

>>>唤醒

从沙滩到老城区劲吹创意风

“这些都是纯手工制作的永生花和饰品，花材和配件都是用的进口材料，不仅保存时间久，而且更精美。”在几平方米的摊位前，永生花品牌店主向顾客介绍着自家商品。11月20日，记者在市南区万象城举办的创意市集上看到，复古花朵饰品乍一看与常见商品并无差异，拿起来仔细端详却发现大有不同。“每一款饰品都是用的真实花材，可以看到花瓣的纹路。”店主介绍道。

在打破常规的创意市集上，能看到许多青岛本土小众文创品牌的身影，不仅有手工制作作品，甚至还有带可达鸭和柴犬一起营业的宠物咖啡店。

同样的场地，在今年十一黄金周前，举办过“万象Yeah市”。当时，除了能看到新颖别致的文化创意摊位，随着夜幕降临，轻饮酒吧开始营业，街头演艺热闹起来，游客在快闪店前拍照打卡，在美食、零售、演艺、体验之外，工业木插板、菜篮子和废旧油漆桶都派上用场，呈现出别样新潮的艺术空间。

当城市被“夜经济”唤醒，创意市集变得火热，成为各地争相布局的“香饽饽”。上海安义夜巷在沉寂半年后回归，2020文创市集陆续在北京多个商业街区落地，盛夏的苏州办起“姑苏夜市”……创意市集之风自然也吹至青岛。海滨沙滩上，车主将平时堆满杂物的后备箱打开，成为摆满创意产品的摊位；圣弥厄尔大教堂外，灯光秀引来人头攒动，创意市集也摆了起来，老城区掀起创意市集热浪。

“我们举办‘万象Yeah市’期间，万象城3号门的客流量同比提升28%，市集最高单日参与人次达2.5万，单日最高累计销售额超10万元。”提到九月底在万象城举办的“时尚市南·魅力湛山·万象Yeah市”限时嘉年华，瓦舍传播合伙人冯泽正言语中带着喜悦。

“这是我们团队主办的第一场市集，活动效果远远超出预期，这也成为我们踏入这个行业的契机。”据冯泽正介绍，“万象Yeah市”结束后，瓦舍传播受邀参与“青岛创新节”中创意市集的举办。

>>>发现

更多本土小众品牌被“看见”



创意市集从来不乏老少皆宜的“烟火气”。

融入青岛特色元素、汇聚本土文创品牌的创意市集，被商家视为文创品牌“孵化器”和成长“试验场”。

“好的市集是有门槛的，对摊主的产品和美陈（高品位的美化装饰和陈列展示）有很高要求。”一位中古娃娃收藏者同时也是儿童饰品制作商家，目前参与过近30场市集，她告诉记者：“比如我参加过的‘不是市集’，每场活动都会设置一个主题，摊主提交新品，审核通过后才能参加。”“商家参与市集能够获得粉丝和客群基础，不用担心开店初期没有客流。”据介绍，她打算明年开设线下实体店，把文创品牌和中古娃娃收藏落地。

“办市集是主办方和商户共同成长的过程，能看到品牌随着市场不断更新，品质慢慢提升，比如推出新产品、美陈更吸引人。”据冯泽正介绍，市集的招商更具包容性。例如，“万象Yeah市”挖掘和邀请到50多家青岛原创文创工作室，70%的商户是首次参加市集活动，在活动前发给商户的策划书里，多组示意图讲解如何在营造氛围感和吸引打卡传播上下功夫，控制每月新旧商户比例，动态招商方式也给发展潜力巨大的本土小众品牌，提供更多被发现的可能。而不久前落幕的创新节市集，邀请到青岛科技创新相关商家，仅一晚，多家招商意向客户，就向参与市集的“HI CITY”共享办

公青年创业孵化器项目抛出橄榄枝。

中国商业研究院发布的《2020上海集市发展白皮书》中提到，当下的集市有主题性、时效性、稀缺性、体验性、灵活性和社群性的特点，内容多聚焦于美食、文创、零售和娱乐。

创意市集的沉浸式体验场景成为独特的消费场域，不仅诞生“销售冠军”，也出现“打卡冠军”。例如，工业风国潮集合店“O3”，在市集中的美陈店虽未售卖产品，但前来拍照打卡的人流不断。“一些品牌更注重口碑和影响力，通过朋友圈、小红书的二次传播获得流量。”市集工作人员介绍说。

“除了潮流和文创，非物质文化遗产元素也在创意市集中传承和创新。”据市集工作人员介绍，一位做传统剪纸的店主，在创意市集中迎合年轻人喜好，创新3D立体剪纸方式，融入奥特曼、小黄人等内容：“她能够接触到年轻客群，目前已有学校在找她合作。”

>>>方向

时尚多元烟火气的“会客厅”

“栈桥书店”“独崖咖啡”“嘉木美术馆”等本土品牌的加入，为创意市集增添了地域特色，而一步一景的设计，更是对城市公共空间的“微更新”。创意市集，正

为城市提供孕育城市社群和公共艺术的“城市会客厅”。

青岛从来不缺时尚的基因，《青岛国际时尚城市建设攻势作战方案(2019~2022年)》中，明确提出将以创新的理念、创意的思维，大力发展国际化、现代化、智慧化和潮流化时尚产业及相关服务业集群，把青岛建设为创意活跃、消费时尚、文化多元、体育发达、会展高端、令人向往的国际时尚城。

青岛国际时尚城的核心被定义为“多元文化的集聚、交汇、融合，创新思想的策源地”。无论是落地老城还是生长于城市核心商圈，创意市集都为城市增添“烟火气”，夜经济作为时尚城建设的重要元素，更要权衡烟火味和时尚感。

创意市集为青岛带来了新的品牌，全新业态的出现给青岛带来更多的时尚元素。例如，国内最大的餐车平台就首次登陆华北地区，亮相“万象Yeah市”。而依托中央商务区“一平方公里”核心区域，市北区打造青年夜间“创意市集IP”，针对青年人群设置白领闲置交换主题、后备厢主题、文创主题、公益主题等9场主题市集活动。

在中国旅游研究院举办的首届中国夜间经济论坛上，青岛获评“中国夜间经济十佳城市”，并入选“中国十大夜经济影响力城市”。

与此同时，创新节的灯光秀在圣弥厄尔大教堂“点亮”，灯光秀和创意市集不仅唤醒老城区活力，也点燃沉寂已久的商铺活力。“创意市集客流量很大，出乎我们的意料。”有商家告诉记者，创意市集举办期间，店内客流量和销售额翻了一倍多。

烟火气与时尚感共存！“目前中山路有里院正在改造，从停车场到洗手间这种小街小巷的规划，硬件的施工都已经做得非常完善，硬件之外需要软实力的填充和提升。”冯泽正希望，把常态化创意市集落地老城区，共同探讨未来发展模式，用文化产业和时尚元素助力老城复兴。



扫码参与
新闻互动