

社交新世界
市集

集

聚时尚「弄潮儿」

文海南日报记者 邱江华

今年元旦假期，以咖啡为主题的创意市集在海口万象城举行，50多位品牌摊主集结于此。咖啡DIY、拉花表演、咖啡师大神赛……多项精彩活动尽飘咖啡香味，为冷冽的冬夜增添了一份浪漫和一丝温暖，吸引大批年轻人前来“打卡”。

创意市集，是一种在特定场地展示、售卖个人原创手工作品和收藏品的文化艺术活动，因其参与门槛较低、商品时尚多样，而颇受年轻人喜爱，成为消费、社交新模式。近年来，创意市集以席卷之势走红全国多地，在年轻人中掀起一股“赶集”风潮，也为城市平添了几分烟火气。



喜欢逛创意市集的年轻人。

市集成为新社交场景

“95后”女生王可媛是海口一原创美食品牌的主理人之一，大学毕业后从事了一段时间的传媒策划相关工作。2022年10月，她与两位好友共同创立美食品牌。为了结识更多朋友、扩大客户群体，她们加入海口创意市集的行列。

“至今在海口参加过相对大型的市集有5次，主要在知名商圈附近。”王可媛介绍，每次参加市集，她们会根据不同的主题和客户群体属性，精心制作美食，三明治、曲奇、关东煮等，得到了不少消费者的青睐。创收之余，更让王可媛惊喜的是，结识了有着共同美食追求的摊主和顾客。

“在市集上，我们可以和顾客面对面交流，直接了解到他们对美食的评价。有不少认可我们的顾客成了回头客。”王可媛说，摊主之间也会交流，开始创业时许多有经验的摊主给了她们很多建议。

作为一种定期举行的商品交易活动，市集在中国有着悠久的历史，很多农村至今仍延续着“赶集”的习俗。不同于传统市集，创意市集因其商品的原创性，更能吸引有着相同爱好的年轻人，更具社交属性。

“精致的小首饰总是让我爱不释手。”海南大学学生小莫对古风饰品情有独钟，她闲暇之余常与同学结伴“赶集”，与不少摊主结成好友，进而认识更多热衷于古风文化的年轻人。

市集拉起的“朋友圈”不断扩大，小莫还加入了一些古风文化的社交圈，时不时参加圈子组织的汉服表演等活动。在她看来，市集虽小，却浓缩着一座城市的文化和烟火气，以最大的包容接纳不同需求的顾客。

“与盲目的交友不同，市集的小众文化更能让有着相同兴趣爱好的年轻人产生共鸣，其娱乐性和社交属性更强，这也是创意市集的魅力所在。”小莫说，市集是有腔调的，市集人的气息也是相似的。

后备厢市集点亮夜生活

当下，创意市集有了更多的玩法。天气晴好时，海口多个商圈，私家车一字排开，后备厢里各种商品琳琅满目，特色小吃、布偶玩具等，吸引了众多市民游客，成为城市夜生活的一抹亮色。

刘琦在海口经营一家露营地，他看中了“后备厢市集”可以为自己的主业引流商机。连日来，他在海口友谊南海城摆摊，通过售卖蛋挞等小吃的方式吸引顾客，同时展示露营产品。“第一个月的客流量就翻了一倍，露营基地的日营业额最高可达两万多元。”

与刘琦不同，在海口从事自由职业的王晴一摆摊是为了结交更多的朋友。作为一名美食爱好者，闲暇时，她会在网络上发布一些美食测评或探店的视频。

“海口上邦百汇城、云洞书屋，经常出现‘后备厢市集’。”王晴一也经常参与其中，由此她认识了更多与她一样热衷于美食的人。王晴一笑称自己是创意市集的“吉普赛人”，前往各个商圈摆摊几乎是她生活的常态。“更重要的是去收获新的朋友，感受不同的生活。”

海南日报记者采访多个后备厢市集摊主了解到，他们以“80后”“90后”为主力，大多有本职工作，有的是个体店主、有的是美食达人，也不乏企业职工，有的人以此充实业余生活，也有人想以此创业、积累客源。

相较于传统地摊市集，“后备厢市集”的商品更有新意。在售卖产品的过程中，年轻的摊主往往会给产品赋予某种特殊的文化意义，使得产品更具吸引力，让不少消费者前往购买。

“不同的地方，不同的饮食，有酸有甜有苦有辣，就是告诉你，生活有多么精彩。在市集上，总会遇到和你一样向往自由和新鲜感的有趣灵魂。”一创意市集摊主如是说。

个性原创是市集生命力

如今，逛市集已然成为了都市年轻人热衷的活动，在小红书上搜索“市集”，就有94万多条笔记。而在海南，创意市集也成为了城市旅游的重要组成部分。近些年，海口、三亚等城市的综合体、旅游区、创意园等目的地，都因市集而迎来一波客流。

历练多次，王可媛对如何在创意市集上摆摊也颇有心得。“不同于传统的地摊，在市集上摆摊大有讲究。特色，是吸引年轻人的关键。”

“如果是静态产品的展示，陈列就变得很重要。”王可媛说，一定不要只把产品铺在桌面上，还要有一些小布置，比如把最有吸引力、设计感的产品，用一个装置悬挂起来，可以是画架、挂架，这样比平铺在桌上更容易被远处的人看见。也可以根据自己品牌的特点，做一些标识设计和玩偶等，也是一个“吸睛”的手段。

在王晴一看来，创意市集是城市文化传播的载体，兼具商业价值和创意美学价值，其最大的特质和生命力就在于个性原创。

“这也是市集好逛的原因。创意市集因为创意者的聚集，而变得‘先锋’。市集上販售的是文创产品、精致食物，商业价值被掩盖在精神共鸣之下，因此更能激起年轻消费者的共鸣。”王晴一说。

“通过市集认识了不少志趣相投的朋友，我想这是我摆摊以来最大的收获。”王晴一回忆道，曾经在一次摆摊时，有个学生跑过来说：“姐姐，我觉得像你一样做原创太酷了。”王晴一说，当时她很感动，感觉自己虽然在做一件小事，却收获到前所未有的成就感。

市集是商业最初的形态，市集商品为普通商业赋予了人情味。在如今的网络快消时代里，市集就好比一个都市新型社交乐趣场，越来越多的年轻人也愿意回归生活最初的样子，去创造分享，去社交体验，用自己的方式创造构筑不一样的美好生活。



创意市集上有各种特色小吃。



王可媛在出摊。受访者供图



创意市集的摊主以“80后”“90后”为主力。



创意市集上的特色玩偶。受访者供图

本版图片除署名外均由海南日报记者张茂摄