

社交新世界
市集

1柒

创意市集成为消费社交新潮地
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,主要在各知名商圈附近。”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、广东煮等,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。

创意市集上有各种
特色小吃。

王可媛在出摊。
受访者供图

“80后”“90后”为主力。

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。也可以根据自己的特点,做一些标识设计和玩偶等,也是一个“聚睛”的手段。

在王晴看来,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’。市集上贩售的是文创产品、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。■



本版图片除署名外均由海南日报记者张茂摄