



创意市集 你愿意为哪一摊埋单

□沈杰群

6年前,我刚从家乡小城去上海求学,不出半个月,就迅速被一堆新奇概念洗刷大脑,第一个便是文化创意产品。逛了逛经典文创园的店铺,“创意”“设计”这些字眼构成了各家店员的共同开场白。彼时那些理念“高于日常”的店铺深得我心,喜欢他们兜售的立足“怀旧文化”的创意小物,例如复古牛皮纸、老式拨盘电话机、上世纪80年代的茶缸、小人书、发条铁皮青蛙等。除此之外,街头巷尾还流行“格子屋”,小巧别致的店面,冒着都市新潮气:火车票样式的零钱袋、印着地铁站名的钥匙扣、头顶动物脸的帽子……

平淡无奇的日常用品被涂抹上一点人情色彩,立马让人感到一种惊喜感,成功“俘获”顾客的钱包。但很可惜,那些店铺没几年就被大众无情厌弃了,原因是款式单调、“千店一面”、上淘宝一搜都是更价廉物美的“同款”。这充分说明一点,文创产品必须活在时代的激流里,欲靠想象力赚钱就莫想一劳永逸。

近几年,文创产品又以另一种新姿态登场,创意市集牢牢“抓”住了大城市里的年轻消费者。

周末上街,你时不时就能在大商场、美术馆、公园等场所撞见大大小小的创意市集,场景极其生动,一群笑容明亮、活力四射的青年男女,站在琳琅满目的摊位前热情招呼,那些五花八门的商品均由他们自己设计:服装、配饰、皮革制品、家居装饰品、盆栽,甚至还有香喷喷的美食供你品尝。若运气够好,你能边购物边欣赏到摇滚乐队的纵情表演。

创意市集在欧美国家已写下百年历史,根基相当深厚,而对中国人来说尚为一个稚嫩的幼童,蹒跚学步,小心摸索着前行之路。

提起创意市集为何忽然在中国火爆,大家都认为是一个中国台湾姑娘“点燃”的。在伦敦求学时,王怡颖是个自由作家及插画工作者。她自己很爱在周末逛伦敦的几大著名流行市集,淘旧物、看人、寻找灵感和感受气氛。伦敦的市集挤满了灵动的创意和“自由平等的艺术风气”,连70岁的老爷爷都会把家中不能用的旧插头拿出来兜售!于是王怡颖访问了16位在市集里摆过摊的设计师、艺术家,展示他们的作品与理念,然后写成了两本《创意市集》图书。一经出版,“市集”概念红透半边天。北上广等城市的青年纷纷义无反顾投身市集的缔造中。

目前,相比于先前那些文创园里呆板的商铺,当下创意市集兜售的商品更重视打造自家独一无二的竞争力和品牌,从单一售卖转为构建多元文化空间。

而鹦鹉螺市集则是一个颇具互联网思维的综合平台。“电商+市集”的O2O运营平台,汇集“复古、手工、原创、海外回流、独立设计”概念的非标准化商品,线上线下合力运行。独立设计师云集,不少人评价淘到“仅此一家”的好货概率很高。鹦鹉螺市集擅长营造气质饱满的文化空间,如果你参加过市集,会感觉自己简直像参加了一场盛大的派对,看看展览和乐队演出,玩玩体感互动游戏。丰富立体的体验,让这个市集渐渐变成都市人的休闲新地标。

由此看来,这年头有志于做创意市集的青年们可谓任重道远,因为顾客的口味越来越“刁”了。你若不能保证独一无二的创意设计、提供适应多元需求的空间,他们是绝不愿意为你这一摊埋单的。

猫咪“上云”也能养 城市年轻人创新宠物玩法

如今,年轻人养宠物的玩法越来越多,对宠物的迷恋也是越来越深,有些人还赶上了互联网发展的大潮,开始“宠物上云”,玩起了“云养狗”“云养猫”。不少年轻人觉着,他们渴望从可爱的宠物身上获得“治愈”,他们和小动物待在一起,甚至只是看着它们的照片,就能获得很大的满足感。

本报记者 于悦

每天晚上必“撸猫”,哪 怕家里没有猫

28岁的济南姑娘阿琪结束了一整天的工作后,回到出租屋,扔下外套和背包,她便打开电脑,开始了日常的“撸猫”时间。

说是“撸猫”,其实阿琪家里根本没有猫的影子。阿琪所做的,只是看着电脑里一位网络主播开心地逗着几只小猫。每当主播的镜头对准一只叫“年年”的猫时,阿琪就兴奋得尖叫。即使不是自己亲手带大,对阿琪来说,年年就是她养的小猫。

阿琪是“云养猫”圈子里的一个典型角色,她虽然在济南买了房子,但要住进去还得两年后。在这段时间,她只能租住一间不到20平米的房间,还得同时担负房租和贷款,用她自己的话说“连一只老鼠都养不起,更别说养猫了”。

自从上大学开始,阿琪就对小动物,特别是喵星人产生了很浓重的兴趣。但无论是在校园里,还是出租屋,养猫都不大现实。直到有一天在网络直播里看到了这种“云养猫”的形式,她便深陷其中,并迅速从一个主播那里“领养”了“年年”。

“那个主播在福建,总共养了十多只猫,每天晚上8点都会让它们挨个儿亮相。”阿琪说,这十几只猫因为颜值颇高,几乎都被网友“领养”了,有的猫还有2-3个主人,但没有一个人真的在现实中抚养,“这些人都和我一样,没有养猫的条件。”

每个云养猫平台其实都是一个小圈子。每次直播时,阿琪他们就会和主播交流,让自家猫咪以各种各样的姿势亮相,而在直播结束后,他们也会通过QQ群来交流。阿琪虽然养不起猫,但她也会给主播寄去一些猫粮,在直播中,主播就会让“年年”在镜头前吃掉。

“有些云养猫养的是虚拟猫,就相当于一个游戏。但我觉着真正喜欢猫的话,还是这种方式比较好。”阿琪说,等她搬家后,准备真的把“年年”带到济南来养,而在这之前,她很想抽空去趟福建,先亲手摸摸“年年”再说。

城市“空巢青年”增 多,把宠物当做心灵寄托

如果见到“年年”,最想做的是什么?阿琪的回答很干脆:好好抱一抱,然后吸它。

吸猫,是这几年流行的网络用语。所谓吸猫吸狗,既有延伸开的意义,即在小猫小狗身上花费时间与精力,也有字面上的意义——趴在小猫小狗身上猛吸一口。

20岁的济南小伙Horizon是一个“重度猫奴”。他刚从国外留学回来,终于结束了一段时间的云养猫。同阿琪类似,他也是在直播平台上看猫咪直播,对一只毛色为银渐层的英短猫咪“一见钟情”,最终从哈尔滨的猫主那里买回来,取名“一念”。不同于身边同龄人直呼自己的宠物为“儿子”或“女儿”,“一念”在家中是排行仅次于Horizon的弟弟。

“跟‘一念’在一起的每一刻都很有意思。”Horizon说,“比如我把手放到它面前,它就用脸这么一蹭,感觉心都要融化了。”和猫奴们一样,Horizon也爱“吸猫”,“‘一念’爱洗澡,身上总带着点香味,吸起来很舒服。”



济南一家“猫咖”里的萌猫引得猫奴们纷纷拍照。 本报记者 于悦 摄

提到为什么喜欢吸猫,Horizon认为还是从小动物那里能获得“治愈”的感觉,而像他这样的年轻人不少。阿琪就说,她自己生活在济南,父母远在外地,又没有男朋友,晚上窝在小房间里没处去,也只能看着小猫的视频和照片打发时间。

阿琪的朋友小邱养了一只小狗,虽然养狗几乎要花去她十分之一的收入,但这只小狗跟了她三年,早已不舍得送人。“我也是自己一个人在城市里生活,有时候遇到难事,连个帮衬的人都没有。”小邱觉着,只有和自家小狗玩,或者看着网络上的狗狗照片、视频时,才能高兴起来。“我就喜欢趴在我家狗狗身上深吸两口。”

累与压力,是阿琪、小邱这些年轻人上班时的共同感受。当她们回到家,静静地和宠物们待在一起时,才会彻底地放松下来。

为16只猫开座咖啡馆, 选店员必须要爱猫

随着爱宠热的风靡,以宠物为名义开设的“猫咖”“狗咖”咖啡馆也渐渐多了起来,里面除了咖啡、美食,还有上蹿下跳的小动物。所有的服务员都是喜欢小动物的人。

在济南宽厚里的一家猫咪咖啡馆内,16只形态各异的萌猫吸引着来往游客驻足,它们每一只都有个独特的名字,加菲猫“霸道”有王者风采,英短“棉花糖”强壮有范,布偶猫“小王子”傲娇高贵,它们的主人——这座咖啡馆的老板王女士对它们如数家珍。

王女士说,她的咖啡馆雇店员的首要条件就是爱猫,“不会养可以教,但要发自内心地喜欢。”这些驻店猫咪中有的是从他人手中领养,有的是直接从路边捡来的流浪猫。但无论品种优劣,在这儿的待遇都一般无二。除此之外,王女士家中还有七八只猫咪,它们会轮流来到咖啡馆中体验不一样的生活。

每天晚上闭店时,王女士都会最后一个留下来检查所有猫咪的身体状况后再走,这时“霸道”“小花”和“棉花糖”都会紧紧地趴在店门前不让她离开,即使出去了它们也会贴在门上张望好久。“跟自己的孩子没什么两样。”

为猫咪开一座咖啡馆,听起来有

些不可思议,但王女士的理由却十分简单:“收养的猫咪太多了,家里养不开。现在年轻人中爱猫的越来越多,我的咖啡馆也为他们搭建了一个平台。”王女士说,常来咖啡馆的有大学生、上班族,甚至不乏外国人。他们不具备养猫的条件,但却把店里的猫当做自己养的一般,关注它们的身体、精神状况,时不时为它们带些罐头、饼干,“这里每一只猫都有它的粉丝后援会。”

每天搬运小狗照片也 能成网络大V

像阿琪一样隔着屏幕“云养”宠物的是一个庞大的群体。卓泉在一家私企上班,业余时间他还有一个副业——将社交网站上的汪星人照片收集起来,然后在自己的微博上发布出去。

元旦小长假,他的微博刚刚发布了国外一只“网红”小狗的四张最新照片,半小时后就已经有了几十个评论。“我只知道这些汪星人叫什么,我也和他们的主人说了我的意图,他们也同意将照片或者视频给我。”虽然自己不养狗,但在粉丝们看来,卓泉已经是自己和狗接触的最佳媒介。

卓泉说,他目前也有一个小圈子,都是像他一样安心做“猫狗信息搬运工”的人。大家首先都是出于兴趣乐于分享,把看见的小狗照片分享给别人。

“我的粉丝虽然买不起房买不起车,但是在小动物身上花钱、花时间还是很舍得的。”卓泉说,到现在他也不想靠这个赚钱,即使有一定收入,大多也用来给“上游”——真正的养狗人发红包了。



在微博上,不少人因着晒宠物成了大V。