

在上海,“创意市集”正渐渐成为时尚,都市白领大胆把自己的奇思妙想拿到市集上展示——

走啰,走啰,周末一起“赶集”去

街角舞台

有手工制品、风味美食、艺术设计

起初,创意市集的参与门槛低,创意爱好者们平时在网络中交流,相约某天在某个地区集合,摆摊出售限量制作的各种小东西,这就是创意市集的雏形。市集上的商品大都是不量产的新鲜物,如袜子做的布娃娃、手绘鞋、彩绘T恤、个性钱包、手绘桌上摆件、布艺玩偶等。有的东西是非卖品,仅做交换用。有的参与者把自己绘成的漫画与人分享,在现场绘制好玩的另类明信片,有的将自己旅游回来的照片配文集集成册邀请大家翻阅,讲述他们旅行的感受。集市上让人感触的不仅是创意,还有人们的热情、理想、追求和生活态度。这更像是一个平民艺术舞台,作品的形式各种各样,受众面更广。

在上海,创意市集正成为一种城市文化慢慢延伸开来。在陕西南路550弄的小弄堂里,“嘉善老市”大约每两个礼拜的周末就会举办一次市集,各式各样的商品都出现在摊位中,例如项链、精油、时装等自制小商品,也有巧克力、咖啡、果汁、香橙等进口食物,甚至香肠、牛排等也在现场烧烤叫卖。周边居民将“嘉善市集”视作周末休闲娱乐的一场聚会,可以带着孩子或是牵上爱犬到集市中溜达一圈,试吃品尝来自各国的风味美食,享受彼此给予的热情与欢乐。

在黄浦江畔的老码头,至今已举办了四届的DAFF上海设计、艺术与时尚主题的创意市集,来自世界各地80多个品牌和艺术家作品展出,通常在夏秋两季的周末举行。不少参观者在微博上写下心情感言,“感觉有种瞬间穿越到国外的异国风情”“全上海的外国人似乎都来了”……前来摆摊的设计师们售卖所得,立马“贡献”给一旁的德国啤酒、巴西烤肉。直到深夜,还有不少人慕名前来。

地摊商机

有人因此建立个性品牌,拥有自己商店

创意市集不但已成为最为草根、新锐的街头时尚的发源地,也是众多才华横溢的原创艺术家与设计师的事业起点。在市集蛰居多年而终于获得肯定,闯出一片天空的例子不少:有人因此拥有了自己的商店,或是产品进入百货专柜。一些有天赋的人在集市中被发掘出来,建立起自己的个性品牌。

2013年上海秋冬时装周上,模特穿上了充满手工感的鞋子,吸引了众多参观者的目光。这些鞋子的设计者是独立设计师Kim。他创建的独立品牌,被列入东京、巴黎的川久保玲买手店内。Kim并非科班出身,短时间内却战绩惊人。

他的作品最早就是拿到创意市集售卖的。2006年,他设计了自己的处女作——双手工球鞋,并用藤编篮子和抽绳麻布袋做了个新奇鞋盒。鞋子定价900元,他头一回在市集摆摊,只卖出一双鞋子。尽管买的人不多,但他却获得了口碑和一群懂设计的朋友。“年轻设计师需要一个出口,当时完全不懂市场的人需要一个全新的形式了解,那就是创意市集。”

“猴太后”是创意市集第一批参与者。她在市集售卖的第一件作品,是用锯子切割三夹板制成的小鳄鱼配饰,在表面绘上丙烯颜料,当时的售价不过35元,销路好然而付出的工作量很大。她随后考虑之后的产品用快速成型的亚克力来制作,随着市集的火热,她的产品销量大增,品牌方、画廊等通过市集邀请她合作。

参加创意市集多次的“流云”说,每一个原创的品牌最初成型的时候,可能还没有明白它产品的风格和构架,但是经过一段时间市集、市场销售的检验之后,就会明白自己要走哪条路。“参加市集,我们可以和其他优秀的设计师交流经验,与顾客探讨他们的需求。”

什么是创意?绘画作品打印成贴纸,做成刻录盘的封套;一条校服,“变身”为时尚挎包再搭配“三道杠”袖标时;一双绒线袜,被改造成憨态可掬的娃娃;一双白球鞋,表面多了一些手绘

图案;一个搪瓷杯,印上酷酷的口号“多喝开水,增强体质”……

想亲眼看看这些精彩的创意吗?“赶集”去。手工饰品、定制礼服、创意箱包、雕塑铁艺……每逢周末,白领喜欢

到一些颇具特色的街区、园区,赶一场创意市集,总能淘到充满设计感的创意作品。在上海,创意市集正成为一种新风尚,融入城市,而每个人都可以把自己的奇思妙想放到这个市集中展示。



气球艺术品成了市集上的焦点



设计师的原创吊坠

人人都能激发自己的创意,人人都能通过市集展现、售卖作品。一些设计师认为,未来的创意市集必将融合到城市的各种形式的活动中,展览、聚会、艺术季等,以各类新的传播方式存在,让更多的人可以兜售出新创意。

艺术家杨青青认为,要为市民营造欣赏时尚艺术与原创设计的氛围,通过一个既有丰富的设计作品,又能充分接地气(在一个市中心很时尚的空间)的活动或展售空间,让广大市民、走过路过的人流,能够停下来享受生活和艺术。

目前,上海市民创意大赛正在如火如荼地开展,这是一次全民参与的盛会,不仅仅面向全市征集创意产品,同时更推出系列活动,增加市民的参与度,提高

创意与人同享 鼓励梦想成真

市民的创意设计能力。

“‘创意市集’就是城市生活的另一种可能,既能将有趣的、时尚的创意生活与普通市民共享,也能鼓励有创意的市民实现创意产品的市场化。”上海创意产业展示与服务平台副主任王艺认为,目前喜欢市集的以白领为主,应鼓励市民的一些创意梦想变成现实,并在创意市集中展示出来。

很多创意在转化成真正产品过程中会存在诸多问题,如产品的设计不适合未来的生产,设计出的产品有创意但不

符合人们的日常使用习惯等等。通过设计师讲坛、设计师互动沙龙帮助市民在实际创意设计中解决以上问题。在大赛结束后,联合制造企业将部分创意产品量产化投入市场,真正实现市民的创意梦想,同时也让他们感受到创意能带来实际的经济价值。

记者了解到,2013上海设计之都活动周期间将举办全市范围内多场创意市集活动,市民可将自己的创意产品(已批量生产多件的)在创意市集上售卖。

本报记者 叶薇

如今,在上海,类似这样的创意市集层出不穷,散布在城市的大街小巷。它们大多在周末发起,也有不定期举办的主题市集。除了早期自发形成的市集外,现在还有一些专业策划团队组织。

创意市集甚至开始品牌化运作。最近,上海纺织时尚产业发展有限公司推出了“时尚创意市集”这一新品牌,在创意园区不定期展出。公司负责人邵峰介绍,“时尚创意市集”的特色就是推崇个人创造和设计创新,是一个产生创意并使创意作品商品化的实验舞台。按邵峰的设想,该品牌不仅会为设计师和艺术家提供开放的交流平台,也会成为一个交易平台。

在这个市集中,瑞士人尤纳斯·马力安的摊头十分引人注目。生活在上海的尤纳斯专注于利用与上海历史有关的各种回收材料和旧产品进行再设计。从上海老城区拆迁弄堂回收的旧木头、古玩和旧货市场淘来的旧中式家具和旧日用品都是他理想的制作材料。尤纳斯认为,在市集里设计师不仅可以开拓生意完成买卖,更重要的是,灵感会发生碰撞,从而激发出更美妙的艺术火花。而市民也能从市集中收获更多具有独特设计的手工作品。

记者看到,“上海时尚创意市集”上,除了品种丰富的产品外,更有现场互动,包括创意性产品发布、涂鸦show、原创乐队表演、创意讲座等。邵峰介绍,此前,在创意园区M50、尚街LOFT,已经举办了近百场各种类型的创意市集活动。去年国庆期间,公司尝试以品牌化运作市集,吸引了众多设计者参与,人气爆棚。“调动了市民参与的热情,品牌效应随之提升,也为探索公司新盈利渠道打开了通路。”

本报记者 叶薇

市集,一个城市的时尚品牌