

# 市井十洲城开启商业新纪元

## ——10万客流、167万曝光量背后的非标实践与城市想象

11月14日至16日,泉州东海渔人码头,以“山海回响”为主题,由泉州城建集团权属城市生活公司和印力集团华东公司联合举办的市井十洲城首届福建风物集暨品牌沙龙活动,在泉州湾畔掀起一场融合文化、商业与生活美学的城市浪潮。

三天时间,超10万人次现场参与,线上话题讨论度、曝光量达167.4万——这不仅是一场市集的成功破圈,更是一个商业新物种的强势发声,是泉州城建集团从“城市建设者”向“城市运营者+产业赋能者”战略转型的生动注脚,也是泉州在新时代对“人民城市”理念的有力诠释。

□融媒体记者 王树帆 通讯员 王明璇/文  
城市生活公司/图



知名影星严屹宽探店市井十洲城



长天一色美食广场

### 现象篇 风物集破圈,10万客流引爆滨海浪漫线

“我带着孩子接连来了三天,每次都

有新发现。”家住丰泽区的教师刘女士说道,“这里不像传统的商场,更像一个开放的生活现场——有音乐、有海风、有手艺,这种沉浸式的体验,是普通购物中心无法比拟的。”

她口中的“生活现场”,正是“福建风物集”,作为福建省首届大型风物IP市集,该活动汇聚了来自福州、北京、杭州、苏州、广州等地的70余家优质品牌,涵盖科技、潮玩、零售、餐饮等多元领域。从福州“PRINTHOPE”的独立设计,到厦门

“The Sooner Bakery”的手作烘焙;从上海“乐开书店”的文艺气息,到本土“收糕人”的非遗技艺;从“怪力商店”的插画文创,到“viteblend”的自然酒品鉴——风物集以“山海之间,风味相逢”为线索,构建出一个既有文化厚度又不失烟火气的开放场域。

市集精准把握了当代年轻人对“在地性”与“独特性”的双重追求。来自广州的“丝丝得走”首饰主理人表示:“市井十洲城拥有海边夕阳的最佳观赏位!金灿灿的余晖散落在海面上,许多新老朋友同我分享在摊位前拍到的精

彩照片。”

市集之外,三大音乐厂牌——“小红花”“回响之地”“动物世界”连续三天轮番上演,将海风、夕阳与音浪巧妙融合,打造出了泉州独有的“滨海音乐场景”。

这里不仅有时尚潮流,更有深厚的文化底蕴。记者了解到,市井十洲城特邀清华大学院士团队与泉州非遗代表性传承人联袂创作,将铜雕、木雕、剪瓷、石雕等22项非遗技艺融入街区景观。据悉,街区还将邀约国家级工艺美术大师、非遗匠人、老字号品牌等入驻,并着力运营元宵灯会、春节踩街、海丝烟花节等品牌民俗

节庆,形成极具辨识度与烟火气的非遗泉州文化活态展示区。

特别值得一提的是,作为泉州成功申创“世界美食之都”后的重要载体,泉州美食博物馆将于2026年5月在市井十洲城开馆,打造集展览展示、文化研究、教研基地、技艺交流、名宴品鉴、观光游览于一体的综合型美食文化交流空间。它还将积极引进与泉州有历史渊源的“海上丝绸之路”沿线国家美食及全球代表性料理,真正实现“汇聚四海风味,重现十洲盛景”,打造从“看美食历史”到“吃地道风味”的完整体验闭环。

### 小贴士

#### 何为“市井十洲城”?

拥有20万平方米滨海非标街区+四大主题Mall,定位“泉州千年商港遗址上的活态文化生活中心”,以泉州街巷为灵感,用现代设计重构滨海商业形态。以“见人见物见生活”为主线,构建“一日看遍泉州城”的复合型文商旅目的地。布局六大主题业态,即江景赋能轻食社交的滨江休闲区、复刻泉州本真风味的刺桐生活区、打造潮流社交空间的都市风尚区、集结特色零售与高端餐饮的城市旗舰店、营造沉浸式漫游场景的十洲体验区以及汇聚在地风物的福建风物集,涵盖品牌发布、非遗演出、脱口秀、Livehouse、日咖夜酒、烟火市集等多元场景,沉浸式呈现世遗泉州的活态生活画卷。

### 模式篇 非标商业立标,四大维度重构文商旅价值

如果说风物集是“现象”,那么背后的“十洲城品牌沙龙”则是“逻辑”。11月15日下午,以《一座城,非标准想象》为主题的市井十洲城品牌沙龙在市井十洲城举行。来自多个领域的嘉宾们围绕“何为非标商业”“为何是十洲城”等核心议题展开深度对话。

“我们不是复制传统商业模式,而是打造世遗城市生活空间。”十洲城项目负责人林元颖表示,市井十洲城,体现在四个维度:烟火街巷——以“立体退

台+全玻璃幕墙”打造层叠式街巷,再现泉州传统街巷肌理;世遗活化——布局“闽南美食”“寻味海丝”“泉州风物”“非遗演绎”等几大板块,构建“美食美乐世遗城”的沉浸式体验动线;多元空间——规划See Sea Park 公园商业、十洲天地运动Mall、十洲荟轻奢酒店+甲写集群,筑梦多元空间融合的理想之城;全域服务——搭建“十洲全域服务云平台”,将整个中央活力区串联成一个涵盖商业、办公、物业、医疗、

教育、社群等全域服务数字化社区。

这一理念得到了在场品牌主理人的高度认同。“巴浪鱼”主理人在对谈中指出:“现在很多商业体内容都过于同质化,但市井十洲城不一样。它真正在做泉州自己的表达,把地域文化融入空间和内容里。”

据悉,市井十洲城首创“前置运营”全周期介入模式,突破“先建后招”的传统困境,通过品牌招商、资源整合、市场预热、社群构建四大策略,实现“边规划

边运营”的动态协同,吸引一批国内优质品牌抢先落位,涵盖文化、音乐、金融、非遗等多领域。

正是国企的实力做后盾,才有这样破格式的操作。“自然造物”主理人表示:“从前期高效的招商落地,到后续持续的资源整合,能深刻感受市属国企的实力背书。这种专业度也让我们对未来的合作更加有信心——好的运营,才能让品牌和空间共同成长。”

### 价值篇 运营生态成型,千万流量催热滨海投资热土

风物集与品牌沙龙的成功举办,不仅验证了市井十洲城的运营能力,更提前释放出其作为“城市流量入口”与“品牌孵化平台”的双重价值。截至目前,市井十洲城已吸引多家城市首店与本土知名品牌签约,形成独具特色的品牌矩阵。

“回响之地”——十洲演绎中心标杆品牌落位,打造福建最大规模Livehouse,近4000平方米的超大空间与千万级投入,可同时容纳2000+乐迷,将演出经济与滨水体验深度融合。

“华记杂货铺”——全国最大的精品杂货空间、福州烟台山人气榜第一品牌,将打造别具一格的泉州首店。

项目在招商上持续深化,除了引入首店经济和全国连锁品牌,更在本地知名品牌的拓展上实现了关键突破。

远芳饭店1916——泉州百年老字号,承载几代泉州人的味觉记忆。

荔枝苑——本土餐饮名店,以精致闽菜演绎在地风味。

小红花livehome——泉州新晋现象级Livehouse,打造泉州海边音乐餐酒社区。

“我们看好市井十洲城,不仅因为一线江景,更因为其‘产城融合+非遗焕新’的运营理念与平台实力。”厦门银行泉州分行行长游峰如是说。据悉,除厦门银行外,兴业银行、厦门国际银行等多家金融机构与市井十洲城达成合作,看好区域长期发展。

邮储银行泉州市分行副行长张景星说,项目一线江景与写字楼集群为企业总部量身定制了优质载体,“对蝴蝶湾商务中心前景充满信心,作为首位入驻的写字楼业主,我们期待与市井十洲城并肩前行,共赢新篇,共筑未来。”

作为“蝴蝶湾商务中心”的先导项目,市井十洲城正逐步解锁完整的业态图谱和时间路线图:2026年9月,市井十洲城商业街区盛大开业;2028年,“十洲天地”运动主题综合体陆续开业,打造泉州首个“运动Mall”;2029年,滨海休闲浪漫公园式街区See Sea Park 重磅呈现,全面勾勒理想生活图景……

“这里不只建商业,更在建生态。”一位从事商业运营多年的业内人士评价道,“从市井十洲城商业街区到十洲天地,从See Sea Park 到整个蝴蝶湾商务中心,它让泉州有了一个真正意义上的‘城市客厅’,一个能够承载文化记忆、当代生活与未来想象的复合空间。”

一场风物集,一次品牌沙龙,三天10万人,不仅是一场活动的成功,更是一种模式的验证。明年9月,当市井十洲城商业街区正式开业之时,我们看到的将不仅是一个商业项目的亮相,更是一种城市发展新模式的开端——在这里,商业与文化共融,建筑与生活对话,历史与未来相遇。而这,正是泉州这座千年古城面向未来给出的“温度答卷”。

上海阿吉咖啡车



山海回响  
首届福建风物集  
暨泉州·市井十洲城品牌沙龙