

市集搭台青年唱戏，小摊点亮创业梦想

长沙各大商圈纷纷推出“青春市集”，正从年轻人的自发探索，走向制度化规模化培育轨道



长沙市民在泊富夏日集市和德思勤文创集市等地采购。



扫码看视频

一张折叠桌、几十件“小玩意”，是潮玩手办摊主张萌的创业起点。线下门面转让费动辄十几万，而市集每月只需固定租金，整体投入少——正是这种低成本、低风险，让她敢于迈出第一步。在长沙开福区潮宗街青年文创市集里，像张萌这样的年轻人还有很多。

近年来，长沙各大商圈纷纷推出“青春市集”计划，从泊富、德思勤到复地星光、万象城，政府或运营方为年轻摊主提供推文、引流等服务，吸引了越来越多“试水者”。从7月底到8月初，记者实地走访了多家商圈，得以窥探“青春市集”的经营概貌。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 王智芳 通讯员 邹思洁 石少雄 李娜

市集搭台，青年唱戏

低成本练摊打开创业第一扇门

潮宗街作为长沙历史文化街区的重要组成部分，近年来通过与现代元素的巧妙结合，不仅保留了老街巷的风貌，还焕发出了新的生机与活力。在这条老街上，潮宗街青年创意市集于2024年7月开办，至今已运营两年多。

“90后”摊主张萌表示，她不太适应职场约束，又不想赋闲在家，“摆摊自由，自己当老板，不用看别人脸色”。她算过账：开店风险高，市集试错成本低得多。主营潮玩手办的她，品类在市集相对独特，加之运营方便性要求“整条街区不能同类扎堆”，倒逼她持续打磨选品与进货渠道。两年摸爬滚打，张萌始终保持盈利，坦言“摆摊赚的钱比上班工资更高”。

手工皮具摊主陈佳佳是另一张“新面孔”——去年刚毕业，摆摊不过10个多月，主营手工皮质挂件。她的创业动机更直接：缺资金、没经验，贸然开店风险太大，市集是她低成本的“缓冲带”。因母亲爱好手工皮具，陈佳佳从小跟着帮忙，家里现成皮料多，她曾尝试淘宝上架，效果平平，进驻市集后成交快了许多，“手工制品需要被看见、被触摸，信任在面对面互动中建立得更快”。

市集运营方——长沙科棚潮宗街商业管理有限公司工作人员陆思滕介绍，目前市集有近40个摊位，经营穿戴甲、非遗手作等多元业态，体现了年轻一代“轻资产创业”的共同选择。运营方会免费为优质摊主线上推文宣传，重点扶持原创、稀缺、用心制作的手作产品，帮助曝光引流。近期市集正进行升级改造，计划为更多喜欢手工、渴望自主经营的年轻人提供看得见摸得着的平台。“历史文化底蕴和新时代潮流气息，在这里相辅相成。”陆思滕说。

一部手机，一张餐桌

美食摊主“闯”出流量新赛道

在德思勤苹果街、复地星光等商圈的餐饮市集，年轻摊主们正用“摆摊+自媒体”闯出新路——一边颠勺一边直播，一边出餐一边拍视频。

7月29日傍晚，德思勤文创市集逐渐热闹起来。毛善伟做餐饮11年，持有高级厨师证，带着“外婆菜传承钵钵菜”门店在这里摆摊5个月。因为植物园附近的门店位置偏，他看中市集的人流量，同时同步运营抖音账号“阿毛创业日记”，中午出摊时常开直播。“没有一夜爆火，就是每天坚持发，粉丝一点点涨起来。”他说，“过去摆摊靠位置，现在靠内容。”一个爆款视频带来的客流，可能超过在黄金地段守一个月。邻居“大喜子卤肉饭”印证了这一点：去年年底他开始摆摊拍短视频，一条视频突然爆火，第二天现场排起五六十人的长队；后来更换位置，通过直播告知粉丝，老顾客依然追随。如今他在抖音等平台建立顾客群，群成员超1000人，每天提前通知摆摊地点和菜单，还能为线上顾客预留餐位。

网红饮品摊主“柑moji”奇奇坨是德思勤的流量担当，抖音粉丝超37万。他曾开过实体店（现已闭店），去年6月转战市集，点位不固定，全长沙到处跑。“摆摊能接触到更多人。”他摆摊时同步直播，为线上引流。产品从最初的3种增至12种，顾客除了长沙本地，还有从株洲、湘潭甚至江西赶来的粉丝。“多做事就能多遇见机遇，互联网博主更新换代快，摆摊既是积累经验，也是留一条后路”。

当被问及自媒体是否万能，几位摊主观点一致：“线上再火，东西不好吃也留不住人。”短视频和直播让获客方式从被动等人变为主动找人，但持续输出的压力、算法的波动、口碑的放大效应，让生意更复杂了。那些能跑出来的摊主，往往是既懂产品又懂传播的复合型选手——用短视频让人停下来，用好产品让人留下来。

自发探索，政策托举

“青春经济”跑出“加速度”

7月，长沙万象城“辣人节”大学生创业市集同样火热。记者注意到4个特殊摊位——红色文创、中医养生、草本洗护、微生态科技，摊主是来自湖南不同高校的大学生创业团队，由共青团湖南湘江新区（岳麓区）委员会与商业体联合搭建平台，免费提供场地、流量和曝光机会。这个场景看似与潮宗街、德思勤并无二致，但政府主动走到台前，联合商业体为大学生“兜底”，释放出一个信号：青春市集正从年轻人的自发探索，走向制度化、规模化的培育轨道。

事实上，政策之手早已开始“添柴加火”。湖南共青团启动“青春小店”公益计划，2026年全省计划服务经营主体300家以上，支持打造100家左右优质“青春小店”。为何政府愿意为一方小摊“站台”？数据显示，2026年我国灵活就业人员预计达3.2亿人，占就业人口44%以上，传统岗位趋于饱和，市集作为轻资产创业的典型形态，正释放惊人的容纳力。这种容纳力在潮宗街已验证：市集运营一年后，相关部门主动上门挂牌“青年创意市集”，不少摊主通过摆摊积累客源后，直接在潮宗街租赁门面开店，“市集相当于低成本试水创业的过渡渠道”。陈佳佳的愿望是在潮宗街附近开一家实体店，张萌则更谨慎，把市集当作“练兵场”。两种选择，一个共识：市集正成为年轻人走向更广阔商业世界的“中转站”。

从潮宗街麻石路上的手作摊位，到万象城里高校团队的创意展示，政策“托举之力”让这片“蓝海”更加生机勃勃——低门槛、强社交、高容错率，恰好切中当下年轻人的创业痛点与优势。市集经济早已不再是城市管理的“灰色地带”，而是青春经济的一方热土。