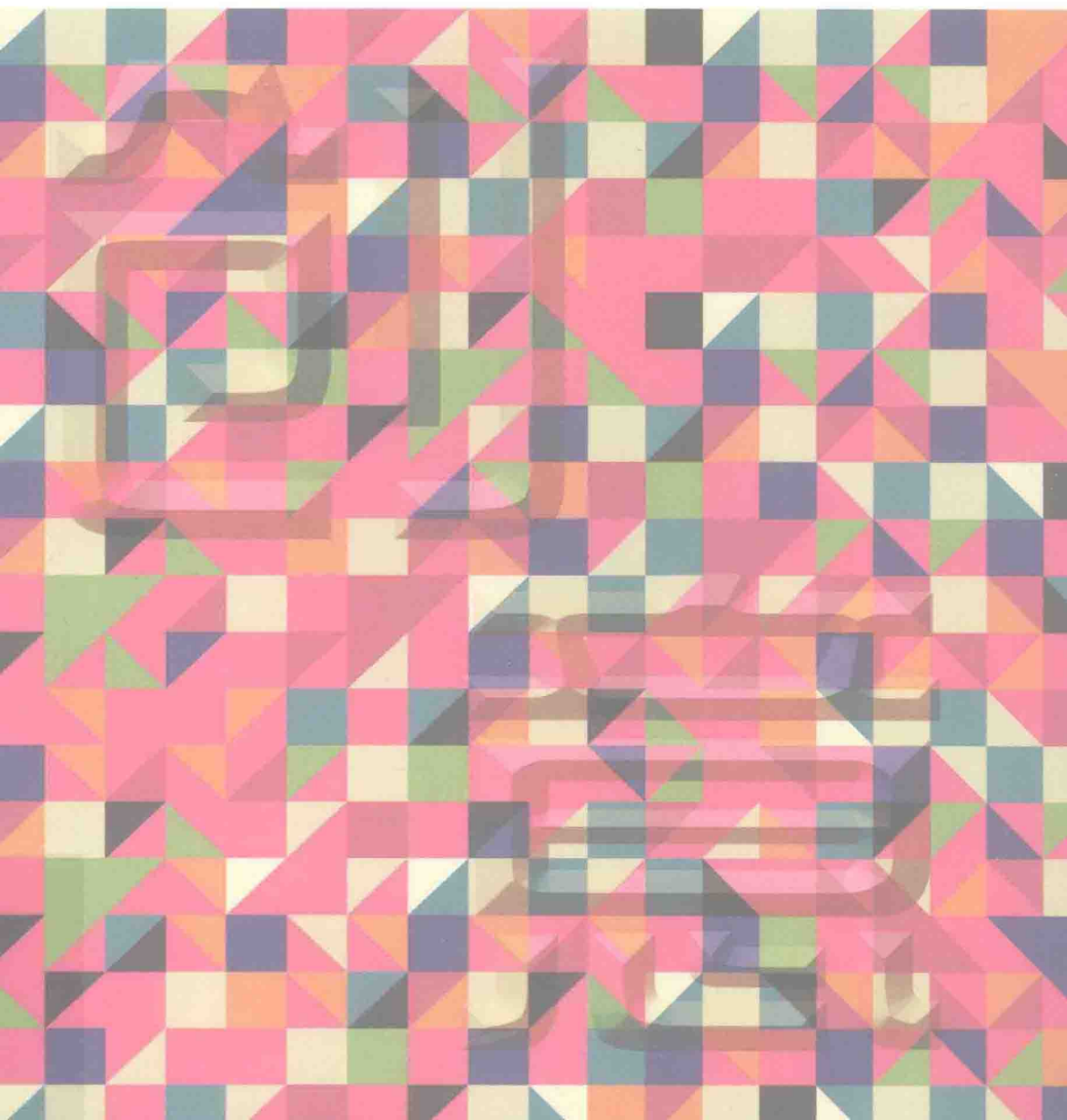


创意市集：民间创意力量的集合地

——北京创意市集考察

龚小凡 / 著

九州出版社
JIUZHOU PRESS



创意市集：民间创意力量的集合地 ——北京创意市集考察

龚小凡 著



九州出版社
JIUZHOU PRESS

图书在版编目(CIP)数据

创意市集：民间创意力量的集合地：北京创意市集考察 / 龚小凡著.
—北京：九州出版社，2013.11
ISBN 978-7-5108-2460-9

I. ①创… II. ①龚… III. ①商业经营—研究—北京市 IV. ①F715

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第281912号

创意市集：民间创意力量的集合地：北京创意市集考察

作 者 龚小凡 著
出版发行 九州出版社
出 版 人 黄宪华
地 址 北京市西城区阜外大街甲35号(100037)
发行电话 (010)68992190/2/3/5/6
网 址 www.jiuzhoupress.com
电子信箱 jiuzhou@jiuzhoupress.com
印 刷 北京汇林印务有限公司
开 本 730毫米×980毫米 16开
印 张 17
字 数 240千字
版 次 2013年12月第1版
印 次 2013年12月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5108-2460-9
定 价 38.00元

序

中国正在积极推进文化强国的战略目标，拥有一批有世界级影响的国际性文化大都市是建设文化强国的重要维度。北京是中国少数能够首先跻身国际性文化大都市的城市之一。当下，北京市正在全面推进中国特色的世界城市建设，并定位于在国内发挥示范带头作用、在国际有重大影响的文化中心城市这一目标。而发展文化创意产业，以文化引领城市发展、全面提升城市创新能力是实施这一战略发展的重要举措。龚小凡教授的《创意市集：民间创意力量的集合地——北京创意市集考察》正是一部以北京创意市集为对象，关注民间创意及城市创新能力的专题性著作。

创意市集是指在特定时间、地点展示、售卖个人原创产品的活动，是在创意经济大潮中出现的一种推广创意产品的新形式。龚小凡教授的这部书是研究北京创意市集的第一部专著，它较为全面地梳理了北京创意市集的发展概况与特点、北京创意市集的类型及活动组织、消费者和品牌等内容。在目前文化产业及当代文化建设的研究中，一些内容过于集中，显得过热，而另一些则不同程度地被忽略和冷落，比如创意市集在以往的研究中便较少为人关注。龚小凡教授对此倾注了研究热情，她以小见大，将地摊市集与文化创意产业、创意经济大潮相联系，充分肯定了创意市集在凝聚城市创意力量、营造城市创意氛围方面的积极作用，将创意市集放到创意阶层的培育、创意城市的建设及城市文化发展的层面来认识其价值与意义。

强调并肯定创意市集所体现的民间性是这部书的一个重要视点。创意市集代表的民间创意、平民设计来自民间，立足于日常生活，依靠市场内生动力生长发育，不追求量产而崇尚创意，体现了普通民众创造美好事物的冲动与热情，以及他们对美好生活的追求与向往，这种民间创意及文化创造力是发展文化创意产业及建设创意城市的民间基础与宝贵力量。龚小凡教授的研究使人们从日常生活的平常事件读出了其中的时代精神与文化意义。她所概括的创意市集“重创意”、“有个性”、“够时尚”的特征，创意族群体现的“有梦想、爱创意、敢创业”的当代青年文化以及融工作与快乐、生活与艺术为一体的新型生活方式都为人们理解、认识创意市集提供了极有价值的观察与思考。

这部著作还将创意市集放到一个更为开阔的背景上，将创意市集的研究与青年文化及北京城市文化的发展建设联系起来。在北京进行国家文化中心及中国特色世界城市的建设中，北京城市文化正焕发出巨大的生机与活力。北京地区的创意市集主题鲜明，注重原创，脚踏实地，从一只玩偶、一件T恤做起，体现着追求创新与“中国创造”的时代正能量，折射出北京城市的创意氛围与文化创造环境。创意市集上的年轻人敢于梦想，勇于创造，他们将工作、生活与创造融为一体，他们的朝气、热情与创造性体现着富于时代气息的北京精神，是北京青年文化及北京城市文化的重要组成部分，也是北京成为国际性文化大都市和全球创意城市的重要基础。

从2008年起，龚小凡教授便开始持续关注国内及北京的创意市集，这本书是她主持的《北京文化创意产业前沿报告丛书》中的第2本，与2012年出版的《创意 时尚与设计——北京文化创意产业小型个案考察》一样，书中的内容来自大量的实地调研考察，如北京创意市集品牌、北京创意市集

目录

9	序 (张晓明)
13	导言
21	第一章 市集的历史沿革
23	一、中国历史上的市集
27	二、国外历史上的市集
31	第二章 创意市集的产生与现状
33	一、创意市集的产生及国内现状
47	二、国外市集现状
61	第三章 北京创意市集发展概况及特点
63	一、北京创意市集发展概况 (2006—2012)
112	二、北京创意市集的主要特点
117	第四章 北京创意市集的类型与组织
119	一、北京创意市集的类型
126	二、北京创意市集的组织

143	第五章	北京创意市集的品牌	
195	第六章	北京创意市集个案	
197		青春、时尚与创意	
		——草莓音乐节创意市集	
205		京味儿文化创意市集	
		——南锣鼓巷创意市集	
212		“有梦想、爱创意、敢创业”	
		——北京大学生创意市集	
220		360 天不打烊的创意市集	
		——疯果盒子创意市集	
229	第七章	北京创意市集的消费群体	
245	第八章	北京创意市集的未来展望及建议	
253	附录	城市创意精神如何获得鲜活载体	
		——北京地区创意市集考察	龚小凡
264		创意市集：地摊成为时尚先锋	高晓远
269	后记		

创意市集：民间创意力量的集合地 ——北京创意市集考察

龚小凡 著



九州出版社
JIUZHOU PRESS

图书在版编目(CIP)数据

创意市集：民间创意力量的集合地：北京创意市集考察 / 龚小凡著.
—北京：九州出版社，2013.11
ISBN 978-7-5108-2460-9

I. ①创… II. ①龚… III. ①商业经营—研究—北京市 IV. ①F715

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第281912号

创意市集：民间创意力量的集合地：北京创意市集考察

作 者	龚小凡 著
出版发行	九州出版社
出 版 人	黄宪华
地 址	北京市西城区阜外大街甲35号(100037)
发行电话	(010)68992190/2/3/5/6
网 址	www.jiuzhoupress.com
电子信箱	jiuzhou@jiuzhoupress.com
印 刷	北京汇林印务有限公司
开 本	730毫米×980毫米 16开
印 张	17
字 数	240千字
版 次	2013年12月第1版
印 次	2013年12月第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-5108-2460-9
定 价	38.00元

★ 版权所有 侵权必究 ★

目录

9	序 (张晓明)
13	导言
21	第一章 市集的历史沿革
23	一、中国历史上的市集
27	二、国外历史上的市集
31	第二章 创意市集的产生与现状
33	一、创意市集的产生及国内现状
47	二、国外市集现状
61	第三章 北京创意市集发展概况及特点
63	一、北京创意市集发展概况 (2006—2012)
112	二、北京创意市集的主要特点
117	第四章 北京创意市集的类型与组织
119	一、北京创意市集的类型
126	二、北京创意市集的组织

143	第五章	北京创意市集的品牌	
195	第六章	北京创意市集个案	
197		青春、时尚与创意	
		——草莓音乐节创意市集	
205		京味儿文化创意市集	
		——南锣鼓巷创意市集	
212		“有梦想、爱创意、敢创业”	
		——北京大学生创意市集	
220		360天不打烊的创意市集	
		——疯果盒子创意市集	
229	第七章	北京创意市集的消费群体	
245	第八章	北京创意市集的未来展望及建议	
253	附录	城市创意精神如何获得鲜活载体	
		——北京地区创意市集考察	龚小凡
264		创意市集：地摊成为时尚先锋	高晓远
269	后记		

Content

9	Preface by Zhang Xiaoming
13	Introduction
21	I. Historical Development of Markets
23	Markets in Chinese History
27	Markets in Foreign History
31	II. Emergence and Current Situation of Creative Markets
33	Emergence and Domestic Situation of Creative Markets
47	Current Situation of Foreign Markets
61	III. Development and Characteristics of Beijing Creative Markets
63	Development of Beijing Creative Markets (2006-2012)
112	Main Characteristics of Beijing Creative Markets
117	IV. Types and Organization of Beijing Creative Markets
119	Types of Beijing Creative Markets
126	Organization of Beijing Creative Markets

143	V. Brands in Beijing Creative Markets	
195	VI. Cases of Beijing Creative Markets	
197	Youth, Fashion and Creativity	
	——Strawberry Music Festival Creative Market	
205	Beijing Culture-featured Creative Market	
	——Nanluogu Lane Creative Market	
212	Stage for Talents with Dreams, Creativity and Entrepreneurial Spirits	
	——Beijing University Students' Creative Market	
220	Year-round Creative Market	
	——Fengguo Box Creative Market	
229	VII. Consumer Groups in Beijing Creative Markets	
245	VIII. Suggestions on Development of Beijing Creative Markets	
253	Appendix	
253	How to Acquire Novel Carrier for Innovative Spirit of The City	
	——Innovative Creative Markets Survey Around Beijing	Gong Xiaofan
264	Innovative Creative Market: Street Vendors Become Vogue	Gao Xiaoyuan
269	Afterword	

序

中国正在积极推进文化强国的战略目标，拥有一批有世界级影响的国际性文化大都市是建设文化强国的重要维度。北京是中国少数能够首先跻身国际性文化大都市的城市之一。当下，北京市正在全面推进中国特色的世界城市建设，并定位于在国内发挥示范带头作用、在国际有重大影响的文化中心城市这一目标。而发展文化创意产业，以文化引领城市发展、全面提升城市创新能力是实施这一战略发展的重要举措。龚小凡教授的《创意市集：民间创意力量的集合地——北京创意市集考察》正是一部以北京创意市集为对象，关注民间创意及城市创新能力的专题性著作。

创意市集是指在特定时间、地点展示、售卖个人原创产品的活动，是在创意经济大潮中出现的一种推广创意产品的新形式。龚小凡教授的这部书是研究北京创意市集的第一部专著，它较为全面地梳理了北京创意市集的发展概况与特点、北京创意市集的类型及活动组织、消费者和品牌等内容。在目前文化产业及当代文化建设的研究中，一些内容过于集中，显得过热，而另一些则不同程度地被忽略和冷落，比如创意市集在以往的研究中便较少为人关注。龚小凡教授对此倾注了研究热情，她以小见大，将地摊市集与文化创意产业、创意经济大潮相联系，充分肯定了创意市集在凝聚城市创意力量、营造城市创意氛围方面的积极作用，将创意市集放到创意阶层的培育、创意城市的建设及城市文化发展的层面来认识其价值与意义。

强调并肯定创意市集所体现的民间性是这部书的一个重要视点。创意市集代表的民间创意、平民设计来自民间，立足于日常生活，依靠市场内生动力生长发育，不追求量产而崇尚创意，体现了普通民众创造美好事物的冲动与热情，以及他们对美好生活的追求与向往，这种民间创意及文化创造力是发展文化创意产业及建设创意城市的民间基础与宝贵力量。龚小凡教授的研究使人们从日常生活的平常事件读出了其中的时代精神与文化意义。她所概括的创意市集“重创意”、“有个性”、“够时尚”的特征，创意族群体现的“有梦想、爱创意、敢创业”的当代青年文化以及融工作与快乐、生活与艺术为一体的新型生活方式都为人们理解、认识创意市集提供了极有价值的观察与思考。

这部著作还将创意市集放到一个更为开阔的背景上，将创意市集的研究与青年文化及北京城市文化的发展建设联系起来。在北京进行国家文化中心及中国特色世界城市的建设中，北京城市文化正焕发出巨大的生机与活力。北京地区的创意市集主题鲜明，注重原创，脚踏实地，从一只玩偶、一件T恤做起，体现着追求创新与“中国创造”的时代正能量，折射出北京城市的创意氛围与文化创造环境。创意市集上的年轻人敢于梦想，勇于创造，他们将工作、生活与创造融为一体，他们的朝气、热情与创造性体现着富于时代气息的北京精神，是北京青年文化及北京城市文化的重要组成部分，也是北京成为国际性文化大都市和全球创意城市的重要基础。

从2008年起，龚小凡教授便开始持续关注国内及北京的创意市集，这本书是她主持的《北京文化创意产业前沿报告丛书》中的第2本，与2012年出版的《创意 时尚与设计——北京文化创意产业小型个案考察》一样，书中的内容来自大量的实地调研考察，如北京创意市集品牌、北京创意市集