

市井十洲城街區效果圖。

泉州再造「市井十洲城」 共築煙火人間財富場

一場城市更新實驗中的文化自覺與商業創新

2025年11月的泉州灣畔，一場名為「山海迴響」的福建風物集，在東海漁人碼頭掀起了遠超預期的城市共鳴。三天時間，十萬餘人次踏浪而來，167萬次線上互動，讓這個初冬的濱海地帶煥發出尋常的熱力。

這場由泉州城建集團權屬城市生活公司和印力集團華東公司聯合打造的市井十洲城首屆福建風物集暨品牌沙龍活動，不僅是一場市集的成功運營，更被視為泉州從「城市建設者」向「城市運營者+產業賦能者」

戰略轉型的關鍵落子。在「人民城市」理念的深入實踐下，一座千年商港正以文化為根基，以商業為引擎，重新定義當代城市的溫度與價值。

陳鴻恩 王明璇

風物集的破圈效應：文化認同催生商業新物種

「我帶着孩子來了三天，每次都有新發現。」家住豐澤區的教師劉女士，說出來許多泉州市民的共同感受，「這裏不像傳統的商場，更像一個開放的生活現場——有音樂、有海風、有手藝，這種沉浸式的體驗，是普通購物中心無法比擬的。」

作為福建省首屆大型風物IP市集，活動匯聚了來自福州、北京、杭州、蘇州、廣州等地的70餘家優質品牌，涵蓋科技、潮玩、零售、餐飲等多元領域。從福州「PRINTHOPE」的獨立設計，到廈門「The Sooner Bakery」的手作烘焙；從上海「樂開

書店」的文藝氣息，到本土「妝糕人」的非遗技藝；從「怪力商店」的插畫文創，到「viteblend」的自然酒品鑒——風物集以「山海之間，風味相逢」為線索，構建出一個既有文化厚度又不失煙火氣的開放場域，不同地域的文化元素在泉州灣畔交匯融合。

「市井十洲城擁有海邊夕陽的最佳觀賞位！」來自廣州的「絲絲得走」首飾主理人表示，「金燦燦的餘暉散落海面，許多顧客在這裏拍到了滿意的人生大片。」市集精準把握了當代年輕人對

「在地性」與「獨特性」的雙重追求，這種獨特的場景體驗，成為吸引年輕消費群體的關鍵因素。

市集之外三大音樂廠牌——「小紅花」「迴響之地」「動物世界」連續三天輪番上演，將海風、夕陽與音浪巧妙融合，打造出泉州獨有的「濱海音樂場景」。

在業態觀察專業人士看來，這種將自然景觀、人文藝術與商業消費深度融合的模式，正在形成獨特的市場競爭優勢。

非標商業的泉州實踐：四個維度重構城市空間價值



知名影星嚴屹寬探店十洲城。

在風物集如火如荼進行的同時，一場以《一座城的非標想象》為主題的品牌沙龍，則揭示了現象背後的深層邏輯。

「我們不是複製傳統商業模式，而是打造世遺城市生活空間。」市井十洲城項目負責人林元穎在沙龍上表示，項目的非標實踐體現在四個核心維度。

在空間設計上，項目採用「立體退台+全玻璃幕牆」打造層疊式街巷，再現泉州傳統街巷肌理；在文化表達上，布局「閩南美食」「尋味海絲」「泉州風物」「非遗演繹」等板塊，構建「美食美樂世遺城」的沉浸式體驗動線；在業態規劃上，創新性地融合See Sea Park公園商業、十洲天地運動Mall、十洲薈

超奢酒店等多元空間；在服務體系上，搭建「十洲全域服務雲平台」，將整個中央活力區串聯成數字化社區。

「現在很多商業體內容同質化嚴重，但市井十洲城不一樣。」本土文化品牌「巴浪魚」主理人陳小陽指出，「它真正在做泉州自己的表達，把地域文化融入空間和內容裏。」

值得注意的是，項目首創「前置運營」全周期介入模式，突破「先建後招」的傳統困境。「從前期高效的招商落地，到後續持續的資源整合，我們能深刻感受到市屬國企的實力背書。」「自然造物」主理人王哲表示，「這種專業度讓品牌對未來的合作充滿信心。」

文化活化的創新路徑：從非遗傳承到世遺活化

這裏不僅有時尚潮流，更有深厚的文化底蘊。

作為世遺城市，泉州的文化底蘊是項目最核心的競爭力。市井十洲城特邀清華大學院士團隊與泉州非遗代表性傳承大師聯袂創作，將銅雕、木雕、剪瓷、石雕等22項非遗技藝融入街區景觀。

街區還將邀約國家級工藝美術大師、非遗匠

人、老字號品牌等入駐，並着力運營元宵燈會、春節踩街、海絲煙花節等品牌民俗節慶，形成極具辨識度與煙火氣的非遺泉州文化活態展示區。

特別值得一提的是，作為泉州成功申創「世界美食之都」後的重要載體，泉州美食博物館將於2026

年5月在市井十洲城開館。這個集展覽展示、文化研究、教研基地、技藝交流、名宴品鑒、觀光遊覽於一體的綜合型美食文化交流空間，還將積極引進與泉州有歷史淵源的「海上絲綢之路」沿線國家美食及全球代表性料理，實現「從看美食歷史到吃地道風味」的完整體驗閉環。

流量變現的生態構建：從商業街區到城市客廳

風物集與品牌沙龍的成功舉辦，不僅驗證了市井十洲城的運營能力，更提前釋放出其作為「城市流量入口」與「品牌孵化平台」的雙重價值。

截至目前，市井十洲城已吸引多家城市首店與本土知名品牌簽約。其中，「迴響之地」將打造福建最大規模Livehouse，近4000平方米的超大空間與千萬級投入，可同時容納2000餘名樂迷；「華記雜貨

鋪」作為福州煙台山人氣榜第一品牌，將打造別具一格的泉州首店。

在招商策略上，項目除了引入首店經濟和全國連鎖品牌，更在本地知名品牌的拓展上實現了關鍵突破。承載幾代泉州人的味覺記憶的泉州百年老字號——遠芳飯店1916，以精緻閩菜演繹在地風味的本土餐飲名店——荔枝苑，打造泉州海邊音樂餐酒社

區的新晉現象級Livehouse——小紅花 livehome等品牌的入駐，形成了傳統與現代交融的品牌矩陣。

金融機構對這一模式表現出強烈信心。「我們看好市井十洲城，不僅因為一線江景，更因為其「產城融合+非遗煥新」的運營理念與平台實力，」廈門銀行泉州分行行長游峰如是說。「對蝴蝶灣商務中心前景充滿信心，作為首位入駐的寫字樓業主，我們期待與市井十洲城並肩前行，共贏新篇，共築未來，」郵儲銀行泉州市分行副行長張景星也表示，項目一線江景與寫字樓集羣為企業總部量身定製了優質載體。據悉，除廈門銀行、郵儲銀行外，興業銀行、廈門國際銀行等多家金融機構與市井十洲城達成合作，看好區域長期發展。



長天一色美食廣場。

未來圖景：從商業項目到城市發展新模式

作為「蝴蝶灣商務中心」的先導項目，市井十洲城正逐步解鎖完整的業態圖譜和時間路線圖：2026年9月，市井十洲城商業街區將盛大開業；2028年，「十洲天地」運動主題綜合體陸續開業，打造泉州首個「運動Mall」；2029年，濱海休閒浪漫公園式街區See Sea Park將重磅呈現。

「這裏不只建商業，更在建生態。」一位從事商業運營多年的業內人士評道，「從十洲城商業街區到十洲天地，從See Sea Park到整個蝴蝶灣商務中心，它讓泉州有了一個真正意義上的『城市客廳』，一個能承載文化記憶、當代生活與未來想象的複合空間。」

這場持續三天的城市實驗，其意義遠超一次成功的商業活動。它預示着一種新的城市發展模式正在泉州悄然成型——在這裏，國企的實力背書與市場化運營有效結合，傳統文化與現代商業有機融合，建築空間與生活場景深度融合。

當2026年秋天市井十洲城商業街區正式開業之時，我們看到的將不僅是一個商業項目的亮相，更是一種城市發展新模式的開端。這種模式的核心，在於真正實現了商業與文化的共融、建築與生活的對話、歷史與未來的相遇。

而這，正是泉州這座千年古城，在新時代背景下交出的獨具特色的「溫度答卷」。在這個海絲起點城市，一幅融合傳統與現代、連接本土與全球的城市發展新畫卷，正在徐徐展開。

何為「市井十洲城」？

擁有20萬平方米濱海非標街區+4大主題Mall，定位「泉州千年商港遺址上的活態文化生活中心」，以泉州街巷為靈感，用現代設計重構濱海商業形態。以「見人見物見生活」為主線，構建「一日看遍泉州城」的複合型商旅目的地。布局六大主題業態，即江景賦能輕食社交的濱江休閒區、複刻泉州本真風味的刺桐生活區、打造潮流社交空間的都市風尚區、集結特色零售與高端餐飲的城市旗艦區、營造沉浸式漫遊場景的十洲體驗區以及匯聚在地風物的福建風物集，涵蓋品牌發布、非遗演出、脫口秀、Livehouse、日咖夜酒、煙火市集等多元場景，沉浸式呈現世遺泉州的活態生活畫卷。



上海阿吉咖啡入駐十洲城。