

消费新观察

逛市集：闹趣有新意



“哇·鸡”市集上的非遗扎染摊位。本报记者李玲摄

近年来，非遗、美食、后备箱、艺术等主题市集在云南各地涌现。这些以地域文化为特点的市集带着老巷口的烟火气，将松弛氛围重新编织进不同空间，打造出更多消费新场景，让省内外消费者流连忘返。

正在全国巡演的“无声运动”摊主刘妍说，去年一整年，自己带着手工编织的非遗手作去了北京、上海、重庆、西安等城市，省内也走过曲靖、大理、景洪、昆明等地。“去年12月，我在西双版纳傣族自治州参加了上山市集，这个在山上的市集有精致的傣锦、傣陶、银饰等民族手工艺品，还有傣味烧烤等当地美食。我的摊位附近，来自武汉的摊主带着自己的“杂货铺”来了，还有上海的摊主带着毛线钩针、陶瓷等好物开摆，市集热闹又有趣。”

刘妍说，自己有时会有时会为摆摊的城市定制专产品，“比如到大理，我会用五彩斑斓的手编绳结合金钢结等中国传统编结技艺完成手作，体现大理风花雪月的惬意与浪漫。”她认为，市集经济的兴起为独立品牌创作者带来了更多机遇。新的一年，她希望自己继续出发，正如她的摊位名那样“安静地行动起来”，在踏实耕耘中持续向前。

如今的市集已不再是商品展销的初级阶段，它在创造实训机会的同时，通过增强互动与情感链接，提升了消费的附加值与社会温度。

红嘴鸥如约而至，昆明大观河畔的“哇·鸡”市集成了冬日里动人的候鸟奇缘剧场。沿着河畔铺设的咖啡轻食摊、红嘴鸥文创、陶艺体验、老昆明杂书馆等摊位带来的惊喜与鸡鸣盘旋的自然景观交织成诗。这里营造独特滨河消费场景的同时，也展现出文旅流量转化为在地经济价值的新路径。

市集上，“晴天无声咖啡”摊位前围满了顾客——他们正跟着摊位的咖啡师学习，认真比画着“拿铁”“热饮”等手语词汇。昆明市盲哑学校的两位老师站在摊位后，目光温柔地注视着这一幕。谢老师介绍：“这些高二的孩子们从点单、制作到打包、配送结算，全流程都由他们独立完成。去年9月，学校职业教育板块新增了咖啡制作与服务课程，这次带他们来市集实践，就是希望孩子们能通过真实的经营场景，学会用专业技能有尊严地融入社会生活。大家在9天的实践中，售出饮品超340杯。孩子们会主动教顾客用简单的手语点单，顾客们学得认真，还能享受手语点单的专属优惠。”

“市集其实是一种小建筑，它涉及空间、环境氛围色彩、动线等板块设计，并将生活化、人气高的业态交织在一起，是情景感很强的建筑设计。”昆明理工大学建筑与城市规划学院副教授韦庚男说，自己平日也很喜欢赶集，最喜欢的还是当地特色浓郁的农产品市集，“像我老家文山的边境市集，一到赶集日大家就自发出来摆摊，特别有烟火气。泰国清迈的雨林市集也让我印象深刻，原生态的同时又聚集了一批艺术家，不乏年轻消费者喜爱的各类潮流手工艺品。”

韦庚男认为，常态化、在地化与多元消费是未来市集的发展趋势。她说：“市集保持新鲜感的关键在于维持其偶然性。如果市集每天都开放，就容易同质化、失去吸引力。形成有规律的开市时间与固定地点，并保持参与者和内容的更新，让消费者每次都有新发现，更利于市集品牌打造。同时遵循‘二八原则’，大部分摊位提供常见业态，但须保留约20%具有独特性与创意的内容，以此维持整体吸引力，拓展内需增长新空间。”

本报记者 李玲



游客在市集打卡拍照留念。本报记者李玲摄

瞭望

老挝计划到2035年成为中高收入国家

据《万象时报》报道，老挝政府日前宣布计划于2035年迈入中高收入国家行列，届时人均年收入目标为4600至5000美元。

近日，老挝规划部部长桑迪帕·丰威汉在年度财政会议上公布了这一长期目标。为实现该愿景，老挝政府计划在2026至2030年间保持年均6%以上的经济增长，并着力推动七个关键经济部门的发展，以促进经济结构调整与生产力提升。

桑迪帕表示，尽管面临复杂的外部环境，老挝经济在上一发展周期中仍保持稳定。2025年国内生产总值增长4.8%，“九五”规划期间（2021—2025年）年均增长4.24%，通货膨胀率已回落至8.8%，减贫目标如期完成，为下一阶段发展奠定了重要基础。

本报记者 姚程程 编译

2025年柬埔寨接待中国游客逾120万人次

据柬埔寨媒体报道，柬埔寨旅游部近日发布的年度报告显示，2025年柬埔寨接待中国游客逾120万人次，同比增长超40%。中国成为柬埔寨2025年第二大国际游客来源国。

报告指出，2025年柬埔寨接待国际游客约557万人次，较2024年的670万人次下降16.9%。尽管国际游客数量有所波动，但中国游客市场展现出增长势头。

柬埔寨政府已宣布，将于2026年6月15日至10月15日期间，对中国公民试行免签入境政策。其间，中国公民仅需填写电子入境卡即可入境，无需支付签证费用，单次入境可停留14天，并可多次往返。柬埔寨业内人士表示，该政策预计将进一步提升中国游客赴柬意愿。

本报记者 沈燕 编译

泰国春节游预计创收超420亿泰铢

据《曼谷商业新闻》报道，泰国旅游业在即将到来的春节假期前夕展现出强劲复苏势头。随着马年春节临近，泰国国家旅游局表示，出行与消费热度明显升温，预计中国游客将大量涌入，泰国旅游市场将迎来开门红。

据泰国国家旅游局预测，2026年春节假期期间，泰国国内与国际旅游需求将持续增长，有望创造旅游总收入约422.3亿泰铢，同比增长13%，成为推动第一季度经济增长的关键力量。

泰国国家旅游局局长塔帕尼表示，仅国际旅游市场方面，预计春节期间将有约125万名外国游客入境泰国，同比增长10%，可创造旅游收入约354.8亿泰铢，同比增长14%。同时，国内旅游市场也保持稳定增长，预计出行人次约230万，同比增长3%，带动国内旅游收入约67.5亿泰铢，同比增长4%。

塔帕尼指出，国际与本地游客的双重活跃，反映出泰国旅游业复苏态势进一步巩固。泰国国家旅游局已制定全年推广计划，目标是在2026年持续扩大旅游收入规模，并将旅游消费动力更均衡地辐射至全国各地。

本报记者 胡丽仙 编译

交流

春城作桥 四海同春 ——“汉语桥”选手昆明参访活动侧记



汉语桥选手在大观楼体验民俗文化。本报记者 朱海 摄

1月的春城昆明，阳光温暖，红嘴鸥翩跹。来自33个国家的50余位“汉语桥”选手，在此开启了一场以中文为舟、以文化为桥的沉浸式新春体验之旅。从历史名楼到传统村落，从市井烟火到非遗工坊，在七彩云南的画卷上，他们用足迹勾勒出文明互鉴、心意相通的生动线条。

清晨的大观公园，早已被浓浓的年味和欢声笑语填满。长联名楼之下，不同肤色的青年们提笔挥毫，一个个“福”字、一副副春联依次诞生；指尖翻飞间，红纸化作灵动的窗花、吉祥的锦鲤、糖画的甜香、漆扇的雅致、中国结的巧妙，每一项体验都让春节变得可触可感。猜灯谜区里，围着谜面思索的世界青年们，用流利的中文热烈讨论。人声鼎沸的灵动景象，与汉风吟诵的悠长韵味交织，构成一幅中外友人共迎新春的温暖图景。

午后，活动的焦点转向昆明近郊的大雨村。这里没有炫目的灯光舞台，却有最质朴的热情与真诚。长街宴上，选手与村民围坐，可口的云南农家菜拉近了彼此的距离。大家用中文聊着各自家乡的年俗，笑容与手势弥补了偶尔的词汇不足，碗筷交错间流淌着对“团圆”的共同期盼。随后的“春晚”更是一个小小的跨文化舞台：俄罗斯姑娘的歌声、印尼选手的傣族舞、马来西亚与加纳搭档的相声、美国女孩踩着长凳的舞狮……乡土气息与国际风采奇妙融合，当非遗变脸艺人登场，瞬息万变的脸谱引得满堂喝彩，那份惊艳跨越了语言，直抵人心。

参访的深度，在一次次“回家”般的探访中得以延展。在美国飞虎队后裔杰西的家中，选手们抚摸着80年前用最早的彩色胶卷记录的昆明影像，从滇池畔的老医院到昔日的正义坊，历史在光影中苏醒，中美并肩抗战的

情谊在讲述中传承。杰西妻子用云南干巴菌炒饵块款待大家，中西合璧的菜肴恰似这段友谊的滋味——独特而深厚。来自美国的陆怡月感慨：“以前只是听说过飞虎队，今天亲眼所见、亲耳所闻，才真正感受到这段历史的厚重，我们应该一起珍惜并传承这份共同的记忆。”

翠湖畔“A Table”餐厅的法国主厨文森特——一位“云南女婿”，带着选手们涌入蒙自新农贸市场，像介绍老朋友般讲解着酸皮椒、香茅草与可食用鲜花。回到厨房，云南食材与法式烘焙创意碰撞，“傣味法式汉堡”在阵阵欢呼中出炉。来自津巴布韦的杨靖兴奋地展示着他制作的汉堡：“这是我第一次将两种完全不同的饮食文化融合在一起，太神奇了！”

在“亚洲花都”斗南花市，大家用自己的理解搭配出独一无二的“中国年”花束；在官渡古镇，他们沉醉于滇派面塑、乌铜走银、掐丝珐琅等非遗的世界。与非遗代表性传承人的对话，则让他们明白，这些技艺不仅是遗产，更是活着的、呼吸着的文化生命。

一天天的行程中，中文不再是书本上的字符，而是歌谣里的情感、相声里的幽默、交谈时的会心一笑。春节，也不再只是一个节日符号，而是可写、可剪、可赏、可舞、可共同欢呼的文明。来自世界各地的青年，穿着汉服写福字，也跳着故乡的舞蹈；说着流利的中文，也带着各自的故事与口音。他们正是“和而不同”最生动的践行者。

当友谊的种子借由中文与文化的桥梁，深植于春城的暖土之中，大家相信，它必将在世界的更多角落，绽放出理解与和平的花朵。这场始于昆明的“奇妙游”，不仅连接了四海与新春，更连接了当下与未来、心灵与心灵。

本报记者 朱海

社区店：附近很温暖

在昆明市前卫路附近，有一家社区咖啡店——米霓咖啡小商店。这是一家由老居民房改造而成的温馨小店，玩具总动员等动画主题是其特色，店里的特色产品也围绕各种卡通形象设计，例如巴斯光年蛋糕、三只眼冰淇淋等等，将卡通角色与美食巧妙结合。

“老小区本身就既有故事和温度，把小店开在我从小生活的这条街道上，独特的空间创造了一个‘情感容器’。我们喜欢的动画作品则像一个开关，瞬间将这种怀旧感与童趣感结合，转化为一种独特的治愈感。”店主蔡雯说，与商业街上的咖啡店相比，社区咖啡店更注重人情味。“在社区，我们更像一个‘邻里客厅’。老顾客会和新来的客人聊天，互相帮忙拍照，和我们分享生活趣事。客人把这里当作自己生活的一部分，这是一种基于信任和情感的连接。”

蔡雯介绍，很多客人反馈，这家



米霓咖啡小商店。受访者供图

小店让他们感觉回到了童年。未来，米霓咖啡小商店还计划与社区内的幼儿园、小学合作，举办亲子烘焙活动，进一步融入社区生活。

在网络十分便利的今天，人们走进一家店，不只是为了购买商品，更为了为了一段时光、一种情绪、深植于社区、专注提供独特体验的各类店铺，成为连接人与人、人与城市的温暖纽带。

毗邻翠湖的文林街有着深厚的人文底蕴，开放的街区形成了休闲的氛围。在这条街上，有一家名叫“一拍即合”的拍立得店，复古胶片、经典电影、“哈利·波特”系列、动漫卡通等主题吸引着不少年轻人。

“一拍即合”小店的主理人来到云南已经有两年多了。他说，云南的慢生活与烟火气能够让人专注自身。“拍立得属于纪念性物品，记录当下属于自己的那一刻生活态度。”他介绍，与数字图像的无限存储不同，顾客在这里按下快门、等待影像缓缓浮现的过程充满仪式感。“每当看到客人捧着相片时惊喜的笑容，或是本地居民把生活点滴装入相册的满足感，就觉得这座城市温度正通过小小的相纸传递。”梁敬凌说。

家住昆明南悦城附近的小月（化名）则为她的“毛孩子”找到了合适的消费空间。她经常带自己的宠物猫光顾一家名叫“咔咔宠物”的宠物

新零售体验店。这里除了售卖宠物食物、玩具、日用品、时尚装扮，还提供宠物美容、摄影、寄养等服务。

“以前觉得宠物店就是个‘补给站’，买了东西就走。但这里则更像一个‘宠物会客厅’。”在小月眼中，这家店已然成为社区养宠人的情感枢纽。“带猫来洗澡或买东西时，经常会遇到邻居，大家很自然地就会聊起自家‘毛孩子’的趣事，交流养宠经验。”她说，基于对宠物的共同关爱，一种新的、松弛的邻里关系在这里慢慢滋生。

小月发现，宠物消费正从过去的侧重标准化喂养转向精细化、拟人化呵护。“现在我们讨论的是‘毛孩子’的主粮成分是不是更天然，零食能不能增进感情，玩具是否足够益智，以及如何给它们拍出更可爱的照片。”她笑着说，这种变化，在这家店里已然有了具体而温暖的体现，它提供的不仅是商品，更是一个有陪伴、有交流的幸福空间。

本报记者 黄议娴 刘子语



“咔咔宠物”店内售卖的宠物玩具。本报记者 黄议娴 摄



米霓咖啡小商店内的特色装饰。受访者供图