



POP
FASHION

LIFE
STYLE

POP
TREND

2027年
社区HUB

life style
生活方式



目录

LIFESTYLE INSIGHT



1 社区HUB生活方式解读

2 市场研究数据分析

3 场景一：“菜场+”生活

- 生活&消费理念&应用建议
- 应用（菜场时尚/市井文化街区/民艺工坊驿站）



4 场景二：“熟人”城市客厅

- 生活&消费理念&应用建议
- 应用（主理人老友部落/宠物社交Corner/社群线下据点）

5 场景三：邻里“休憩驿站”

- 生活&消费理念&应用建议
- 应用（城市“微绿洲”/社区画廊/身心疗愈站）

6 潜力需求 · 概念机会&商品机会

7 要点总结





综述

1 2027年

社区HUB-消费者生活方式洞察

“社区HUB”是当下年轻人“回归附近”生活理念的集中体现。它通过对传统社区场景进行“潮流化”重构，将原本功能单一、略显陈旧的公共空间，转变为融合复合功能、青年共创与在地美学的“微型目的地”。

其核心在于打破疏离的社会心态，通过主理人入驻、社群活动孵化与数字工具连接，把菜市场、街角公园、闲置空地等“附近”改造成兼具休憩、社交、消费与文化认同的活力节点。这不仅满足了年轻人对真实互动与情感归属的深层需求，也重塑了城市生活的粒度与温度。

本报告以三大核心场景（“菜场+”生活、“熟人”城市客厅、邻里“休憩驿站”）为洞察方向，深入剖析各场景下的生活理念及消费者偏好，助力品牌精准定位场景趋势，挖掘潜在商机。

LIFESTYLE INSIGHT

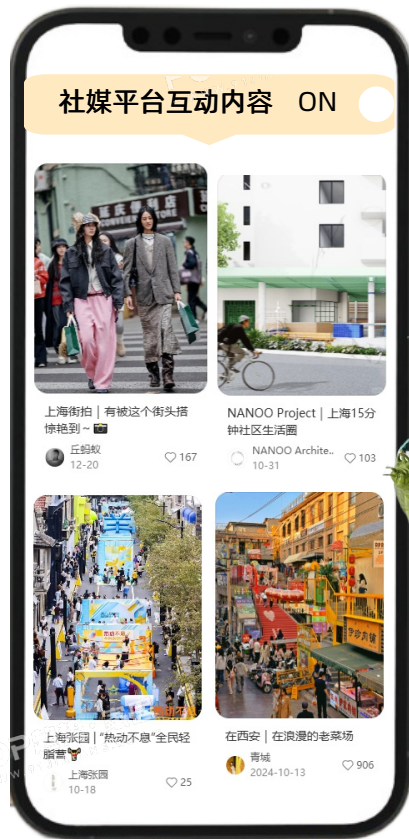


社区HUB：以社区居民需求和青年参与为核心的开放式商业形态



@丘蚂蚁-延庆路街拍

当代年轻人对真实性、归属感与松弛感的深层渴望



#社区HUB相关社媒声量

7.7亿+ 次浏览量
小红书#烟火气1.2亿+ 次浏览量
小红书#菜市场漫游指南4251万+ 次浏览量
小红书#社区咖啡店923万+ 次浏览量
小红书#创意园区444万+ 次浏览量
小红书@城市客厅

非标型商业：年轻人的烟火新潮流与社区消费体验

我国各省市非标商业空间（节选）



上海鸿寿坊



杭州文二菜市场



广州东山口



秦皇岛阿那亚社区



成都东郊记忆



西安老菜场

废弃的工厂和仓库被改造成艺术街区和创意市集，老旧街区的特色餐饮和烟火气息变身热门旅游打卡地。近年来，一系列新场景“点燃”中国消费市场，成为撬动消费活力的新杠杆，这些新场景统称为“非标商业”，它们打破了传统商场的刻板模式，不再只是单纯的购物场所，而是融合了社区、艺术、文化、餐饮、设计等多元元素的综合性体验空间。

3 场景一：“菜场+”生活

比起远方的旷野，更爱楼下的菜场。

生活方式理念：“新烟火主义”，正以混搭的姿态重新定义都市生活。承载着市井烟火的菜市场，正从单一的买菜场所，转变为集购物、餐饮、社交、文化体验于一体的“社区生活综合体”。这里没有非此即彼的割裂，只有老广的市井温度与年轻世代的潮流基因自然共生。

消费理念：

“为体验感和可持续性付费”：消费者愿意为优质、可溯源的产品支付溢价，倾向“菜市场咖啡”、“柴米油盐中的美学”等跨界体验消费。消费行为本身支持了本地小农、传统手工艺，具有情感连接和社区支持属性。

应用建议：

品牌应用的核心在于“去商业化的设计”，还原市井原本的生态，通过“场景插件、空间集合化”的方式，将品牌价值转化为社区居民触手可及的情绪补给，以及跨时空的审美实验。

LIFESTYLE INSIGHT



3.1

“菜场+” -- 应用场景

强调“附近重构”，将传统、老旧的场景元素“潮流化”

这些场景是融合了市井烟火气、在地化美学与潮流叙事的多功能社区枢纽。它们共同构建了一个新旧共生、感官交织的“新烟火生活场”，使日常消费超越功能性，演变为满足消费者情绪修复、文化认同与深度连接的内向型社交体验。通过艺术化包装与时尚跨界碰撞，将平凡生活碎片转化为审美的灵感补给站。



Prada x 乌中市集快闪

“菜场时尚”

Miu Miu

奢侈品牌在菜场开设快闪店，推出包装美学化的“菜场联名款”环保袋及工作服造型的时尚单品。将高端、时尚或科技引入极具生活温度的场景，利用奢侈感与市井气的冲突制造传播爆点。



老菜场市井文化创意区

市井文化创意街区

保留招牌字号、复古瓷砖等原生态市井氛围，通过艺术化（青年涂鸦）、数字化（霓虹灯牌）和社交化（网红咖啡）的手段，形成新旧碰撞的潮流街区，实现与年轻消费者的深度共鸣。



席地而坐OnLand

民艺工坊/驿站

将传统的陶艺器物、手编织物等民艺进行“品牌化”包装，为老手艺换上新皮肤，形成“新旧共生”的社区生活驿站，在土地、手工艺与生产者之间寻找灵感，把大地风物带进都市生活。

4 场景二：“熟人”城市客厅



非中心化的熟人社交与圈层共鸣

生活方式理念：“熟人”城市客厅旨在打破现代都市人充斥“疏离感”的社会心态，强调由共同兴趣、地理位置或审美趋同形成的圈层粘性，构建融合精神交流与社交娱乐之间的紧密连接。

消费理念：

在这种高度粘性的社交场域中，消费行为不仅是为了获取产品，更是为了建立身份认同。消费者愿意为具备风格化、主理人灵魂的门店及兴趣产品支付溢价，支持且乐于参与互动那些能够提供独特性和归属感的小众业态。

应用建议：

品牌应侧重于提升与消费者的互动频次与参与深度，弱化传统的门店销售形象，将空间打造为品牌或社群的常驻营地，建立“附近的关系网络”和一段“可参与的生活叙事”。



4.1 “熟人”城市客厅--应用场景

LIFESTYLE INSIGHT

小众文化的商业温床：构建高粘性、去中心化社交的邻里关系网络

该类场景共同构建了一个温润、包容、充满认同感的“社区精神场”，使社交行为超越消遣，成为满足消费者对**对抗孤独、审美连接、寻求同好的圈层社交据点**。其运营的关键在于人们不再问“那里有什么店”，而是说“我要去见我的朋友”，这或许是对抗数字时代疏离感，最温暖、也最有力的一种商业回应。



@SHARDA-1

主理人“老友部落”

该场景往往由具有强烈个人风格的“主理人”运营，店主即是意见领袖也是邻里老友，基于主理人的专业特长（如黑胶收藏、潮流穿搭、手工定制等），空间不再是冷冰冰的交易场所，而是承载社区谈资与文化交流的全新载体。



上海苏河湾万象天地

宠物社交Corner

通过设立专门的携宠互动区，配套宠物洗护、餐饮及人类社交设施。利用“毛孩子”作为天然的社交破冰中介，建立极强的社区互动粘性，发展人宠共生的复合型商业生态。



Saucony x 24105 x Spoke咖啡

社群线下据点

品牌通过设置信息交流墙、桌游娱乐等物理互动点，定期相约线下举办具有“仪式感”的垂直活动，让个体在公共空间中通过共同创造、共同成长找到属于自己的“生活据点”。

5 场景三：邻里“休憩驿站”

LIFESTYLE INSIGHT

集休憩、美学、健康疗愈为一体的理想生活街区

生活方式理念：邻里“休憩驿站”倡导一种“即时性自我修复”的生活姿态，将碎片化的闲暇时间转化为高质量的能量补给。无需长途跋涉，在“家门口”即可实现身份转换，使“休整”成为一种触手可及的日常实践。

消费理念：

消费者不再仅为实物产品付费，转而追求能带来“情绪调节与心智健康”的沉浸式体验。愿意为那些具有人文关怀、艺术氛围的场景支付溢价，支持能提供“深度灵感探索”的业态，消费行为演变为一种“自我赋能”的仪式。

应用建议：

通过在社区中构建静谧、美学、疗愈性的场域，鼓励消费者从高压、快节奏的外部世界中短暂“离线”，寻求内心的平和与感官的共鸣。



5.1 邻里“休憩驿站”--应用场景

LIFESTYLE INSIGHT

通过在驿站中的停留与互动，完成身心疗愈与日常审美的积累

这些场景是连接自然治愈力、生活美学实践、以及身心能量修护的多功能体验枢纽，其共同构建了一个静观、沉浸、内省的“解压场”，将碎片化的社区空间转化为高价值的精神补给点，让消费者在“家门口”即可实现从高压现实向理想生活的轻盈跃迁。



口袋公园

城市“微绿洲”

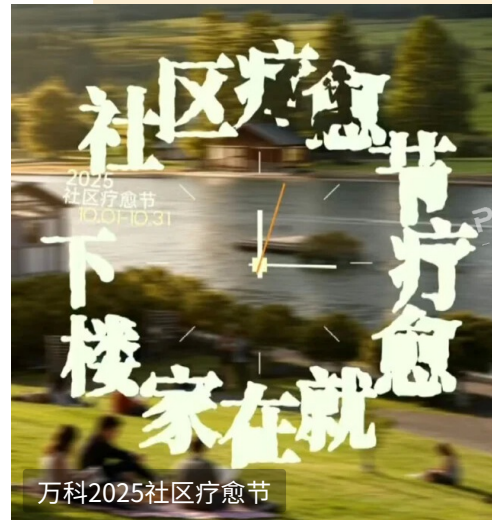
公共休憩与社区连接：在社区周边空间植入大量绿植与生态元素，利用自然气息平衡城市的钢铁森林感，为居民提供可呼吸的物理缓冲区，缓解城市压迫感。



BAC艺术社区

社区画廊/美术馆

艺术普及与生活美学：让艺术走进日常生活动线，例如在社区建立画廊、美术馆或公共美陈装置，通过定期更换微型展览，形成流动的生活美学及美育课堂。



万科2025社区疗愈节

身心疗愈站

情绪疏导与压力管理：在社区空间通过定制化音频、冥想、香氛及动态媒介，构建一个沉浸式的疗愈环境，满足居民对抗焦虑的情感刚需及健康管理需求。



6

潜力需求

概念机会

- “新烟火主义”下的美学溢价机会：日常仪式的品牌化
- “熟人城市客厅”的情感锚点机会：社群线下据点化
- “休憩驿站”的身心疗愈机会：艺术普惠与情绪储能

商品机会

- “市井美学”服饰：多口袋“工装围裙”/皮质袖套/“编织艺术”包袋/挂绳
- 生活用品：设计感包装环保购物袋/手工购物篮/高颜值餐具
- “精致农产”伴手礼：如自然泥土感、雨后草木感香薰/植萃个护/能量草杖
- 本土化社群周边：城市符号限量版T恤、童年记忆文创/社群限定徽章/配饰挂件
- 宠物亲子装/潮流运动器材
- 疗愈衍生品：微景观盆栽/陶艺/DIY工艺品/重力眼罩/毛毯/抱枕



PRADA



audocph



能量草杖



Miu Miu

Miu Miu



Typology

POP趋势网
WWW.91JIAFANG.COM

POP趋势网
WWW.91JIAFANG.COM

POP趋势网
WWW.91JIAFANG.COM

POP趋势网
WWW.91JIAFANG.COM

7 要点总结



“菜场+”生活

“熟人”城市客厅

邻里“休憩驿站”

总结页上方为本篇报告
重点内容提炼。

下方为相关报告推荐。

相关报告推荐

“新烟火主义”市井生活

应用场景

菜场时尚/市井文化街区/民艺工坊

概念机会

日常仪式品牌化

非中心化圈层社交

应用场景

主理人部落/宠物角/社群线下据点

概念机会

社群线下据点化

即时性自我修复

应用场景

城市“微绿洲”/社区画廊/身心疗愈站

概念机会

艺术普惠与情绪储能



中式社交--26/27秋冬消费者生活方式洞察



集市文化--2025年主题市集生活方式洞察



2026春夏消费者生活方式洞察--新艺术社交



2025年居家生活方式洞察--居家策展人

