

# 当青岛老城遇见“新新人类”

万物潮·CHAOS 正式开业，里院变身体验式社交空间

□青岛日报/观海新闻记者 曹森

用空间“讲故事”，用时间“铸品牌”，“潮流”成为时间的见证者，在百年里院内优雅地绽放。

位于青岛历史城区海泊路与潍县路交叉口的三多里，始建于1901年，是一座砖木结构的四层里院建筑。2024年，一群年轻人在万物潮·CHAOS创始人杨阳的带领下，历时210余天“爆改”三多里，打开了人们对于这座百年里院的无限遐想。

3月23日，国内首家以里院特色空间为亮点的非标商业空间万物潮·CHAOS（以下简称“万物潮”）正式开业。杨阳介绍，万物潮打破传统业态边界，以场景爆款、主题社交活动、主理人IP孵化为运营主线，打造“创造者—消费者—游客—玩家”的全链条体验式社交空间。

一座百年里院进化成一个潮流体验式社交空间，究竟有哪些新锐力和新看点？



■万物潮位于历史城区海泊路与潍县路交叉口。邢志峰 摄

■入夜，万物潮里院流光溢彩。

## 里院空间变身“社交盲盒”

永久牌自行车斜倚墙根，复古的服装随意堆在地摊上，穿的确良衬衫的姑娘们挽着胳膊穿行而过，卖报童背着挎包边跑边喊着“卖报、卖报”，掉漆的牡丹收音机里藏的是邓丽君的歌曲磁带……

3月23日上午，一场特殊的“里院邻居节”在万物潮拉开帷幕。现场复刻20世纪80年代的生活场景，邀请老里院的邻居们“回家”看看，重拾熟悉又温暖的里院记忆。“里院不仅仅是一种独有的特色民居建筑，这里还承载了老青岛人的生活记忆。‘里院邻居节’更多的是让市民游客感受最地道的‘青岛味儿’，感受当年‘上青天’时代的氛围感。”杨阳说。

里院之于青岛，可以诠释的意义还有很多。万物潮的到来赋予其新的生命力，用“年轻力”来讲述新时代里院故事。杨阳介绍，接下来还要举办里院民谣音乐节、里院街头运动节、里院民俗博物馆节、里院短剧节等一系列主题活动，目的就是把“里院”打造成青岛老城区的文化符号，通过不同的活动来沉淀多元客群，形成青岛独特的IP，让里院空间持续释放活力。

把里院空间变成“社交盲盒”，持续输出新鲜感和体验感，让消费者为情绪价值买单。活动当天，与“里院邻居节”一同惊艳亮相的还有18个潮流业态，集合青岛老字号品牌、独家潮玩IP、手工艺主理人的品牌快闪、场景营销、艺术展、微综艺等商业板块，带给消费者别出心裁的新型消费业态感受，营造出独一无二的消费体验。

走进临街的ITOYS潮玩店，瞬间被满屋的潮玩人偶“包围”，设计感满满的潮玩颇为“吸睛”。“喜欢ITOYS很多年了，以前都是在网上买，没想到他们开了实体店，以后来青岛的理由又多了一个。”来自江苏的游客孙滔滔说。

ITOYS潮玩店店主徐珊介绍，ITOYS潮玩是青岛本土原创品牌，已经成立6年，主打产品是“桃桃子”，是一款设计风格独特、头顶小桃子装饰的“酷女孩”形象潮玩。万物潮店是国内首家实体店，店内展示的产品既有具有高收藏价值的手涂款、联名款及绝版款，也有各类平价产品，给热爱潮玩的年轻人提供多样消费选择。

登上位于三楼的Homebar，墙上贴满复古海报，搭配上各种唱片装饰，在灯光的完美辅助下，整个空间斑驳又有质感。在这里，可以安静地看一场老电影，也可以听驻唱歌手用音乐讲述动人故事，还可以与陌生人一起大合唱，释放内心热情，享受放松时光。推开窗户，这里又变身拍摄青岛天主教堂的“网红机位”，十分“出片”。

“历史建筑通常特色鲜明，能够提供独特的空间感受，这对品牌来说是很大的卖点。”万物潮品牌相关负责人介绍，这样的地方本身文化氛围就很浓厚，容易变成文旅打卡点，所承载的城市文化也能够很好诠释品牌故事。

十元茶馆、民谣酒馆、盲盒鸡尾酒、橘喵咖啡、NBA赴美看球团亲签系列活动……在万物潮，你不会感觉到“冷场”，密集且时尚的潮流业态足以对抗审美疲劳。值得期待的是，接下来，万物潮的里院内还将有里院主题密室逃脱、老字号品牌焕新计划、品牌快闪、主题展览等“上新”，为青岛老城增添更多“承包年轻人精神刚需”的业态。

## 打造文化产业“新生态”

“内卷”时代，产品力与体验感成为消费品牌“出圈”关键。

当下，消费市场正经历从“流量驱动”到“内容为王”的转型。面对审美疲劳与同质化竞争，需要以持续创新构建差异化生态，在文化产业领域，更需要坚持长期主义，用时间来沉淀品质。网红店“长红”的秘密，是让顾客因体验感好而拍照，而不是因为拍照而来体验，产品力才是高级的拍照道具。

万物潮品牌创立于2022年，总部位于上海，提出“城市特色街区+品牌IP生态”双核引领的商业模式，在青岛中山路百年里院打造全国首个体验交互式社交空间。项目聚焦情绪价值驱动的消费市场，通过“动态运营+复合利用”模式，打通从IP孵化到商业转化的闭环，成长为“新商业、新品牌、新青年”的聚合地。

动态式运营是文化产业需要敏捷性和周期性迭代的“最优解”。万物潮项目团队以“小活动激活大业态”——以“里院”为原点的主题活动和品牌快闪等轻量级内容试水市场，逐步孵化可持续IP。例如，联合独立艺术家开发主题文创产品，既降低试错成本，又为潜力主理人提供曝光机会，这种“测试—反馈—扩张”的路径，使空间始终保持新鲜感，避免重资产僵化。

针对里院空间格局的局限性，万物潮打破传统单店“边界”，探索复合式利用空间，将里院建筑转化为“立体

社交场”：一层是以首店与老品牌焕新为主的新消费场景；二层打造联名IP场景式消费空间，孵化出更多优质的“素人”艺术家；顶层除集公益与科技研学于一体的活动阵地外，还特别打造了一个青岛专属的网红打卡地。通过人群交叉引流，60平方米的单店创造日均3倍坪效，实现“空间即内容，消费即参与”。

值得一提的是，万物潮项目创新开展主理人IP孵化计划，真正让文化力“变现”。今年，我们将启动“文创主理人倍增行动”，年内孵化10至15名具有潜力的文创主理人，涵盖设计、艺术、影视、音乐等领域。”杨阳介绍，目前，已经孵化潮玩IP“鸵鸵”、饮品IP“橘喵咖啡”、密室逃脱中山路版的群像IP及3名独立音乐艺人等主理人。

文化产业的核心是什么？万物潮的实践表明，文化产业新生态绝非简单叠加网红元素，而需深度挖掘在地基因，通过“空间场景化、运营内容化、用户社群化”，让文化价值可持续变现。当行业竞逐“首店”“快闪”时，或许更应思考：如何让每个创意真正扎根生长，而非昙花一现。

未来，万物潮计划走出青岛里院，将创新文化产业商业模式复制至苏州、兰州等历史街区，以“一城一IP”重构城市商业基因——这或许标志着文化产业从“流量内卷”迈向“生态共荣”的新起点。



■春节期间，万物潮举办里院发财节活动，吸引众多市民游客参与。

## 百年里院聚起“引潮力”

“三多里，具有‘多福、多寿、多子’的美好寓意。”杨阳在谈及项目初衷时坦言，“里院不仅是建筑，更是青岛人生活的‘容器’。我们尽可能地保留这座建筑的原貌，希望通过保护式开发打造，让这里成为全国年轻人创新创业的沃土，给这座百年里院带来更多生机活力和更多可能性，进而被更多的人了解、看见、爱上。”

先有中山路，后有青岛城。中山路区域保存着完整的里院建筑群、老字号品牌和商业地标，曾经的“上青天”城市名片与欧陆风情交融的建筑风貌，不仅成为青岛文化的独特核心，还是本地人乡愁的载体、外地游客感受青岛历史脉络的窗口。

依托中山路的文化底蕴和区位优势，万物潮将目标锁定在“文化+产业”的双向赋能——以里院为载体，链接高校智力资源，以“产学研+文化IP”的创新模式，以“前店后厂”构建从文化挖掘到产品落地的全链条生态，持续为青岛老城更新升级注入不竭动能。

在万物潮的商业规划版图中，高校不仅是人才储备库，更是文化创意的策源地。目前，项目已与复旦大学、北京航空航天大学、中国传媒大学、浙江传媒学院等11所高校建立合作，涵盖建筑、设计、传播、社会科学等多学科领域，形成“实训基地+创意智库+赛事平台”的三维联动模式。

高校智库激活文化创新“密码”。例如，北京林业大学艺术设计学院硕士生导师、清华大学建筑学院博士后李晶晶与万物潮合作共创的“三多堂建筑积木设计”课题项目，通过对里院建筑形制、装饰纹样的系统研究，将百年砖木结构转化为可拼插的积木模型，并衍生出明信片、立体书籍等系列文创产品。“这不仅是对建筑美学的解构，更是让年轻人以互动方式触摸历史。”项目负责人表示。

如果说文化IP是万物潮的“灵魂”，那么人才生态则是其持续运转的“引擎”。项目独创的“人才见习孵化学院”已签约8所院校，覆盖从职业技术教育到顶尖学府的多层次培养体系。其核心逻辑在于：以真实项目为实训场景，让学生参与品牌孵化、产品设计、商业运营全流程，最终通过创投基金实现成果转化。

在青岛历史城区保护更新转入街区运营提质升级的新阶段，万物潮的探索为历史街区持续繁荣复兴提供了新思路。不同于传统“保护性开发”的保守姿态，该项目以高校智力为支点，将文化研究转化为产业动能，既避免商业开发对历史的消解，又让学术成果走出“象牙塔”。正如业内有关专家所言，“这种‘学术—产业—社区’的三螺旋模式，真正实现了文化遗产的创造性转化”。

站在“三多里”的红瓦灰墙下，杨阳望向正在布展的“老字号焕新品牌”。“我们希望这里不仅是创业平台和商业空间，更是一个让历史与未来对话的场域。”杨阳说。

当高校的“创意基因”注入百年里院，当青岛老城来了“新新人类”，传统与现代碰撞，文化与时尚融合，将会迸发出怎样迷人的火花？

万物潮的未来，让人充满期待。