

“年轻经济”正在东极悄然兴起

□记者 黄燕玲 文/摄

海风八百里,来处是东极。

暑期来临,抖音、小红书等社交平台又掀起了一阵“东极热”。诗意的文案配上蓝天碧海的照片,让人对海岛“流浪”跃跃欲试。

令年轻人欣喜的是,东极不再是“后会无期”,而是“常来常新”。

不少“二刷”“三刷”东极的小伙伴发现,东极变得更有“逛头”了,咖啡店、奶茶店、甜品店、文创店等新店铺如雨后春笋般出现,每一家都值得年轻人驻足。

东极的变化也让第一次来的网友表示:“后来东极,后悔来得太晚了。”

细细挖掘东极让人欣喜的地方,人们发现这里不再是单纯贩卖景色的海岛,而是有了许多新业态。

这些业态背后的老板,很多都是年轻人,其中不乏来自东北、河南及浙江杭州、温州的年轻人……他们从最初的游客变为义工,最终成为这里的创业者。

东极究竟有什么样的魅力,让他们多次转身,只为东极停留?而他们的驻足又为东极带来了什么?



开“留夏”甜品店的蚊子和河马

东极何以吸引年轻人?

东极,不乏义工。这些义工来自天南海北,多为20多岁的年轻人。

何为义工?岛上的奶茶店、甜品店、民宿等,需要人手时,会在网上招募人员,工作时间一个月起,没有报酬,以工换食宿。

为什么没有报酬会来东极?21岁的河南姑娘王梦琪说,她想来东极,想看阴天、晴天、雨天不同时间的海。所以,她辞去幼师的工作,来东极的奶茶店当义工。

在东极的夜晚,经常可以看到义工们一起去山顶看风景,或是相约追寻一片荧光海。

要物质生活还是精神世界,年轻人选择了后者。

如果说做义工是年轻人一边感受当地人文风情,一边寻找自我的一种方式,那么留下来创业就需要更多的考量。

东极庙子湖的倒陡街,聚集了年轻创业者。在这条街开店的年轻人中,不少是从义工转变成为创业者的。开“留夏”甜品店的蚊子和河马是其中有代表性的两位。她们凭借多年的工作经验,在这座偏远的小岛,将店铺做到了大众点评舟山面包饮品好评榜的第一。

虽然蚊子和河马都是外地人,但在舟山工作多年。她们曾是房地产工作人员,一个是销冠年收入七八十万元,一个做策划年收入四五十万元。

因为工作,蚊子认识了海子夫妻俩——东极国际青年旅舍的老板,并成了海子夫妻的置业顾问。在海子的朋友圈,蚊子看到了另一种生活状态,是她一直所追求的恬静和淡然。

于是,她和河马一起,辞去了高薪工作,前往海子的民宿当义工。

对于她俩的这个决定,引来了身边人的不理解。有人专门买了船票,想寻问她们为何抛弃高薪来做义工,只是,最终也没有一个答案。

蚊子给出了自己的理解,每个人对生活的追求不一样。她们追求的,就是这片海。就像海子夫妻俩当初选择在东极生活的理由一样。

海子夫妻俩是大家眼中的成功人士。他们是杭州人,一位是香港理工大学硕士,一位是美国知名大学的硕士。工作后,一位曾是上市公司的高管,一位曾是通信公司的老板。2003年,他们在结束东极旅行之后,便在东极购入了房产,之后每年都会来东极度假。

“这里是浙东沿海难得的蓝海,这便是最有利的资源。”海子说。他认为,只要交通问题得到解决,东极的发展指日可待。

在商场浸淫多年,海子有着敏锐的市场嗅觉,他的“预言”在东极这20年的海洋经济发展中得到了印证。

东极在影视剧、在社交平台中频频露脸,越来越“红”。海子夫妻俩急流勇退,在2014年,他们45岁,主动选择退休,来到东极过自己喜欢的生活。

无论是海子夫妻,还是蚊子和河马,他们知道,只要东极这片海在,关注就在,经济就在。东极,是一个他们可以“既赚生意,又赚生活”的地方。所以,蚊子和河马在2018年得知东极招募年轻人开发倒陡街的时候,义无反顾地来到东极,租房子、开店铺。现在的收入虽然不及在地产工作时,但也有几十万元,对于生活,足矣。

东极给年轻人提供的,是梦想起源的场所和肆意挥洒的创意。海洋带来的天然利好,搭配上年轻的创意,便能迸发无限可能。倒陡街能从一条普通的居民街,变身成为上岛游客必逛的网红街,与这群年轻人打造的一家特色鲜明的店铺密不可分。

同样是咖啡店,星巴克、瑞幸这样的连锁店能来到东极吗?海子认为,东极庙子湖一座小岛的体量,以及明显的淡旺季特征,是无法吸引大型的都市资本。然而这样的生活工作节奏,正适合文艺青年来实现梦想。

去年,东极又有近30家新业态店铺入驻,其中包含蛋糕店、烧烤店、奶茶咖啡店、小酒馆等。这些创业者,除了外地年轻人,也有东极本地年轻人。东极,用发展在呼唤曾经一心想走出去的年轻人回归。

如今,东极也开始了新的“雁归工程”,他们想让更多的年轻人回到家乡,共同建设年轻的海洋经济。

海子相信,之后会有越来越多的年轻人投入到这种“赚生活也赚生意”的生活方式中。



年轻人给东极带来了什么?

据调查,东极每年来的30多万游客,60%是年轻人。他们向往大海,向往自由,喜欢打卡拍照,对互联网分享功能有强大的需求。

游客对东极的期待值在提高。年轻创业者,特别是从义工转身成为创业者的年轻人,他们对东极有一定的了解,对上岛游客的喜好有了一定的琢磨,正好能填补这一份期待。

年轻人,更懂得年轻人需要什么。所以无论是装修,还是店铺的定位,都能切中游客的内心。

文创店Sea Dream的老板木木,来自河南,是东极2015年的早期义工。因为喜欢这片海,他决定留下。

在东极的七八年里,木木从义工,到成立摄影工作室,为客人拍摄写真、旅行婚纱。2021年,他又转换赛道,开了文创工作室,售卖自己设计的各种饰品、冰箱贴。今年,他又给自己一个新目标,在文创店旁边开了一家极光候鸟民宿。

每一次转型,都是对东极新业态的一次尝试。

民宿设置的床位并不多,但到处都有特别的元素。木木设计了具有自我风格的浴巾、地毯,并要求顾客退房后全部带走,避免浪费。他还在天台搭建了专门的区域,供大家烧烤饮茶。

大鼎,一位东北姑娘,曾在北京从事媒体工作。同样是来东极做义工之后,选择留下。不仅如此,她还带着自己的老公、父母来到了东极。如今,她的商业版图也拓展

到了文创店、服装店、冰淇淋店,她的服装店是岛上第一家也是唯一一家服装店。

这群年轻人,以自己的创业践行自己的理念。

正是因为这群年轻人的加入,东极变得越来越好逛了。这里不再是只有海鲜面,也有了各种各样的美食。不仅有原始的渔村风景,还有年轻人钟爱的潮流元素。

大鼎租下了曾作为仓库的石屋,在石头缝上种下了多肉,在石头上画下了锦鲤,在服装店门前,她又做了一面玫瑰花墙,竖起了“我在东极很想你”的网红牌匾;蚊子和河马在留夏店铺将一排网红小黄鸭玩具做成了游客的打卡点……

在新理念的融合下,整个东极进入了提质阶段。

之前,东极有民宿199家,床位近4000张。今年,东极的民宿增长至208家,但床位却缩减到了3400张左右。民宿数量在增长,但床位却减少了,背后是大众对品质要求的提升。

这些年轻人,他们为海岛带去了新鲜的想法,也带去了积极的尝试。因为他们的驻足,东极变得越发年轻。

蚊子回忆说,刚装修的时候,她们为新店刷了淡黄色的乳胶漆,岛上的叔叔阿姨不理解,说:“哪有店会用这种颜色?”现在看到了留夏甜品店旺季一天五六百人的客流量,一些叔叔阿姨在装修自家店铺时,也主动采用了温暖的色调。

如今,蚊子和河马的新店已经开业,招募的义工也即将到位。从义工到创业者,再从创业者到义工的招募者,也许她们的行为,会为东极吸引来又一批年轻的创业者,给东极带来新的思想碰撞。

年轻人在规划着东极怎样的未来?

随着年轻经济的加入,越来越多的奶茶店、咖啡店在东极开起来了,如何避免同质化,东极的年轻人也在思考着变革。

作为年轻人创业的引路者,海子谈起了他眼中的东极。

“游客来到海岛,他们要找的是有着都市生活的海岛。”海子说。如果一个海岛,没有丰富的业态去丰富游

客的体验,那便不是一个合格的旅游景点。年轻人会钟爱一座海岛,并成为“自来水”在社交平台进行分享,其中很大一部分是因为文化。营造年轻人喜爱的海岛文化,是东极接下来的发展重点。

如何打造年轻人想要的有着都市生活的海岛?

当下的东极,奶茶店、咖啡店已经初具规模,但关于年轻人喜欢的海岛经济、海洋经济,能切入的不仅仅只有饮食。

从东极如何做好年轻人的海洋经济中,海子得到了一些启发。近年来,东极依托海洋优势,冲浪、帆船运动得以兴起,成为旅游新的增长点。东极也应积极拥抱蓝海经济,在海洋体育、海洋音乐上做文章。

舟山要打造海上音乐之城,这些“音符”能否漂洋过海来到东极?

海子的咖啡店就在海边,旺季每天都有很多年轻人在这里吹风聊天。他想,如果能很好地利用海边的平台,开辟常态化的音乐节,让年轻人在仲夏之夜,一起打碟,一起唱歌,享受夏日海岛,或许对于丰富海岛游的体验,有着积极的作用。

除此之外,在海子看来,海边这一片区域也是开发陆冲、旱板的良好场地。年轻人是积极阳光的,他们热爱一切新奇的运动。海边的陆冲或旱板,如同冲浪、帆船,本就能吸引长三角周边固定群体的青睐,再通过品牌效应,以及文化氛围的营造,也能带动游客一同加入,逐渐成为新的旅游体验项目。

海子畅想,在海边兴建造浪池,让年轻人能在海岛和海水有更亲密的接触,或是开辟尾波冲浪项目,让年轻人在海岛有着更丰富的体验。

“只要这片蓝海在,东极的发展就在。”海子说。他看好东极的海洋,也看好这片海洋带给东极的无限发展。

