



晨报记者 谢 贇

徐阿姨昨天上午9点多步入乌中市集前,先是顿了顿,随后才仿佛想起来似的询问门口的工作人员:“今天结束了对伐?”

热热闹闹的“Prada 菜场”10日晚落下了帷幕,乌中市集也恢复了往日的烟火气。彩色的花纹纸装点出了近几年上海最火的网红菜场,也为申城“15分钟社区生活圈”重要环节的打造提供了更多思路与方向。

“Prada 菜场”热闹落幕 吸引更多年轻人逛菜场

品牌牵手菜场模式为“15分钟生活圈”提供思路

连续两周刷屏朋友圈 “二手交易”很常见

市集外立面的装饰已被清理完毕,室内立柱上的花纹纸也已撤下,白色柱体上还留有些许斑驳的痕迹。得到了工作人员肯定的答复后,一头白发的徐阿姨似乎脚步都轻快了些,径直走到熟悉的摊位前挑选起来。

聊起10日刚刚落下帷幕的Prada联名快闪活动,徐阿姨略有些犹豫,“好是肯定蛮好的,他们的生意总归更加好了”,她扬了扬下巴和摊主打了个招呼,“就是人太多了,有点乱哄哄的。”

国庆假期前登场的“Prada 菜场”声名远扬,在两周内持续在各大社交平台刷屏,也让乌中市集成为了近几年上海名气最响亮的菜场之一。甚至就在快闪活动的最后一天,菜场还因为有顾客将完成了“拍摄任务”的绿叶菜直接丢进门口垃圾桶的“买椟还珠”行为,再度火了一把。

提及这一插曲,花店老板艾女士很无奈,她告诉记者,由于品牌方提供的包装纸、袋数量有限,所以每天只在10点和下午1点才有少量供应,每个摊位也不过十来份,基本十分钟之内就被抢购一空。

因此,那些频频登上朋友圈的花色包装其实可以算得上稀有物品,因为错过了时间点而买不到的顾客有时不得不互相借用,甚至高价求购,“二手交易”其实在现场很是常见。“我就碰到一个专门从昆山

赶过来的顾客,花了100元从刚拍好照准备走的顾客手里买了一束花,其实从我这里买走的时候才45元”,艾女士说,因为花店只提供纸袋而不提供包装纸,比较挑剔的顾客还会再去菜摊凑满20元买一份蔬菜,将包装纸拆下来,裹在花束外继续“凹造型”。

大牌牵手菜市场模式 把年轻人吸引进菜场

无论如何,这一次联名快闪活动的受欢迎程度是毋庸置疑的,上海市商业经济学会会长齐晓斋上周六也专程去了乌中市集走访,回来后就在朋友圈中以“非常成功”来评价点赞:“让更多的阿姨了解了Prada,也把更多的小姑娘引进了菜市场。”

乌中市集经理助理傅杰告诉记者,据不完全统计,活动期间乌中市集的日均客流量达7000人次,而日常日均客流量只比这个数字的十分之一稍稍再多一些,营业额也有数倍的增长。

短短两周内,从菜场管理方突然成为了沪上“知名景点”的秩序维护人员,傅杰直言压力很大,但在和打扮时尚甚至有些异样的年轻人的交流过程中,也给他带来了更多收获和启发。“有个朋友告诉我,他听说有个年轻人用包装纸包了一份黄瓜回去,却被父母告知其实挑的是丝瓜”,哭笑不得之余,傅杰也再次清晰地认识到,传统菜市场 and 年轻人之间的距离正在不断扩大,“现在年轻人工作压力大,生活作息其实和传统菜市场的开业时间不太匹配,能让这些以前基本不会成为我们顾客的人走进乌中市集,看到我们的菜场很漂亮、很有艺术感,真的是一件很难得的事。”

一家菜市场最根本的功能属性还是要回归民生保障,脱下了大牌外衣的乌中市集昨日恢复了昔日的平静,轻声细语的家长里短、讨价还价又重新在这一干净清爽的菜场里唱起了主角。徐汇区商务委副主任姜舟坦言,“大牌+菜场”的组合模式可谓可遇而不可求,未来几乎不会再被复制,但这一次无心插柳的尝试也让管理部门切实感受到,随着生活水平的不断提高,市民也正对“15分钟社区生活圈”的打造提出更高的要求。

申城近年网红菜场频出 烟火气十足也拓展实用功能

小小菜市场,其实也折射出了一座城市的文化内涵与发展方向。

国庆节前,一位从事地产商业的业内人士慕名来到乌中市集考察走访,还专程写了一篇文章发在自己的个人公众号上。在她的笔下,除了感慨一线大牌的眼光和魄力,更多地也着眼于对市集本身的赞誉。店内墨绿色的主色调洋气优雅,室内的马赛克瓷砖更添时尚雅致——毕竟,只有基础条件足够好,才能争取到这一难能可贵的机会。

事实上,随着几年来申城积极探索推进标准化菜市场转型升级,“小菜场”一词在人们心中的形象已经从原本的脏乱不堪,逐渐转向了宽敞舒适、整洁有序,偶尔还有不少“小而美”的网红菜场陆续涌现,让人眼前一亮。

美天芙蓉江菜市场升级改造后就以全新“人工智能菜场”的身份亮相,门口白色的迎宾机器人成为了一道亮丽的风景线;高陵路菜场摇身一变成为了全新的高陵集市,除了售卖蔬菜瓜果、禽蛋海鲜的摊位,沈大成、大壶春、富春小笼等一系列老上海点心铺也在此聚集,再配上养老、社交等多样化的社区服务,让焕然一新的集市不仅成了能让市民呆上小半天的小会客厅,也在不少社交平台上成为了博主推荐的上海烟火气打卡点;今年年底前,MUJI菜场的中国首店更将进驻虹天地太阳宫,有望通过从农产品的食、健、赠、旅等多个主题区域的设置,将申城菜市场的“精致度上限”再抬上一格……

而在此基础上,如何更大范围地拓展菜市场的功能属性,从而更好地满足更多消费者的生活、社交需求,也成为了我们需要更进一步思考的话题。西班牙的波盖利亚市场成为了当地不输古埃尔公园的知名景点,鹿特丹缤纷菜场也成为了荷兰标志性建筑的存在——生活圈与时尚圈、文旅圈有机的叠加,或许也能够创造出“1+1+1>3”的效果。

了解一个城市的最好方式,是去看它的菜市场。也希望通过菜市场,能够为每一个身处这座城市的人带来更美好的生活。

