



编者按

上海的夜经济为整座城市带来的蓬勃与繁荣,市集这种古老的商业形式被认为是兼具“时尚感”和“烟火气”的存在,但当每搞一个活动必搭配一个市集的当下,让市民有最佳的赶集体验、让摊主有更好的摆摊收获、让集市经济能更良性地发展,市集也要做出特色成为关键。

新闻晨报·周到推出“难寻的特色市集”系列报道,逛了数十家市集,数数市集上的商品、聊聊赶场摊主的趣事、市集运营背后的“生意经”,共同拼出“特色市集为何难寻”的答案,并找到“寻回特色市集”更优解法的启发。

新手模仿老摊主,同一班摊主在 N 个市集……

市集雷同无法避免? 有特色才能走更远

在上海,一个月有多少场市集在举办?据记者粗略统计,5月份,上海至少有25场市集举行,6月份至少有28场,7月份则至少有32场市集……市集在上海似乎进入“跑量”的阶段,为什么看着很眼熟?走访中,记者看到由于市集运营工作量巨大,多数开在商圈的市集也由第三方运营。创业孵化器、个人、专业市集运营团队都可能成为一场市集的主办方。

而很多时候市集是否有特色这件事,对于主办方来说并不是最重要的事,“复制粘贴”也无法避免。新手摊主模仿老摊主、效仿最火的单品,新市集模仿成熟市集,是新手入局必经之路;为了增加曝光,同一批人马在N个市集出现。

市集的“复制粘贴”似乎无法避免,但的确是沪上市集越来越眼熟的原因之一。

专业团队、创业者、创业孵化器…… 市集背后是各类主办方

市集开放、轻松、便于社交的氛围,为商圈、商业街等都带来别样的购物体验,很多商会会引入市集,在商场空闲位置设置限时的或长期的市集,为商场带来更多的人流量,不过实际上,并非所有商场市集都由商场自行运营管理。

“规模大些的市集摊位有上百个,有时甚至是200多个,也就是说要与200多位摊主一一联系和对接,每位都有自己的想法和要求,光是对接的工作量就是巨大的。”某沪上商场负责人告诉记者,招募摊主、运营市集的工作量巨大,现在很多商场的运营部门只有几个人,根本无法完成,因此会委托第三方运营。

记者看到,在环球港地下一层一个较为长期的市集是这样的形式。“我们主要是提供场地,并不直接参与市集的招募、管理和维护。”相关负责人告诉记者,商场以合理的租金将一部分场地租借出去,除了商场整体的保洁和安保之外,无需为市集本身的主题、摊主选择等运营管理负责,也无需为市集的收益负责。

除了看看市集上的热闹氛围,记者在走访中也留心关注众多市集背后的运营方,在很多人的口中,他们被称作“主办方”,那么主办方究竟是哪些人?

在长宁区的创客市集,可以循着市集的名称推断出市集上的摊主身份和背后的运营者。不少创业者把市集作为创业初期试验新产品的“练兵场”,为了打磨和验证产品受欢迎的程度,需要有更多与人们面对面的机会,而市集就是最为理想的场合。创客市集就是这样一个,把各类创业者的产品摆出来,通过沟通收集用户反馈的功能非常明确的市集,背后的运营者正是一家专门进行创业孵化的公司。

在去年曾经爆火的中欧街夜市,记者见到了夜市的主办方文先生。“去年年初,偶然间看到了不少城市都发布了文件鼓励集市经济,萌生了想要自己去做个市集的想法,于是就开始选址,多年前经过中欧街的时候,对这里印象深刻,所以就联系中欧街开发商,他们很快就应允了我在这里做市集的想法。”文先生说,“其实,对于商场来说也是好事,一方面可以有一笔稳定的收租收入,另一方面,来逛市集的人流多,也能为商场引流。”

当然,上海也不乏专业做市集运营的团队,名声在外的凡几市集、银盐市集等知名市集IP背后都是专业的市集运营团队。

创业公司、个人主办方、专业市集运营团队,无论怎样的角色,在一场市集,主办方从最初的选址、确定主题,到招募摊主,再到视觉设计、摊位搭建……需要事无巨细地把控,因此,主办方可以说是决定市集是否有特色的关键。

事实上,很多时候特色这件事,对于主办方来说并不是最重要的事,“复制粘贴”这件事在很多情况下也无法避免。

模仿是新手入局必经之路, 也是市集越来越眼熟的原因之一



少,不过作为个人主办方,刚开始做市集的文先生经验全无,求助的是在沪上知名的老外街做招商的朋友,在朋友推荐和帮助下,他招募到了一批美食摊主,统一搭建市集摊位、灯光装置完成后,这批摊主就入驻了,“一开始的时候,我们没什么经验,就先模仿老外街、彭浦夜市这些成功的市集,再慢慢地摸索自己的特色。”

“招募的摊主多了,我们更多的是想,怎样安置这些摊主。”文先生告诉记者,自从去年3月份中欧街夜市爆火后,紧接着他又在去年10月份,租下豫园景区对面闲置的广场,开设了又一家美食市集,模式可以说是和中欧街夜市如出一辙。

“一些原来在中欧街的摊主也去了豫园美食广场,也招募了不少新摊主,他们当中很多人都是刚转行做餐饮的新手,为了让他们尽快出摊,我也会安排他们去中欧街夜市学习。”文先生告诉记者,虽然中欧街和豫园的人流类型不一样,但“做

美食,尤其是全国各地的美食,肯定会受到所有人的欢迎。”

因此,在新手摊主学习的过程当中,会模仿中欧街市集上比较受欢迎的美食品类,学习他们的具体做法,学到自己认为可以独立出摊的程度,就去豫园美食广场出摊,“新手入局,一开始总免不了模仿,等自己有一定的经验了,找到了更加合适的品类,或者学到了更加出色的手艺,再慢慢做出自己的特色。”

“我们和摊主的关系更像是朋友,有时候,一些效益不好的摊主也会来找我聊,现在在市集上做什么比较赚钱,问我的建议。”文先生说,当摊主朋友向自己取经时,他也只能告诉他们自己所知道的,比较火的市集上比较火的单品,“不少人听了我的建议也会去效仿这些比较火的单品,一般情况下只要在我的市集上不重合,我没有理由去拒绝他们的‘转型’。”

这一过程似乎找不出批驳之处,但不得不承认,这也是市集雷同的原因之一。

无法避免的“复制粘贴”: 为了增加曝光,同一批人马在 N 个市集

“我们其实是个孵化器,孵化的创业企业主要包括宝石设计等各种文创、游戏周边,因为了解到他们有不少企业的新品需要去市集上打磨,就干脆自己做市集,或者通过自己的渠道,把他们推荐到合适的市集上去。”

创业孵化公司相关负责人沈女士告诉记者,把创业者带到市集上去,是他们对创业企业的服务项目之一。从2022年以来,他们已经办过大大小小30多场市集,即便是在自己办市集的时候,他们也会把企业推荐到其他市集上去,“我们除了在长宁世贸商场举办市集,还会参加五五购物节活动市集、大学生电音节市集等。”

“我们这边最忠实的一位摊主是插画的创业公司,30多场市集几乎一场都没有落下。”沈女士告诉记者,插画、香氛、瓷器茶具,是摆摊热情最高的三家,参加的场次特别多,“所以,你除了能在创客市集看到他们,之前可能还在五五购物节期间,世贸和来福士广场的时尚优品市集、大学生音乐节市集、科技论坛配套市集,甚至是东华大学校友市集……看到他们的身影。”

沈女士还向记者“预告”,接下来9月份他们还会举行市集,到时候很有可能还是能看到他们的插画、香氛、瓷器茶具等等摊位。“只要是自己办的市集,但凡我们孵化的创业公司报名,一般就能到市集上去,所以的确能看到很多熟悉的面孔,在一场市集上,大概只有10%的摊主是新面孔。”

