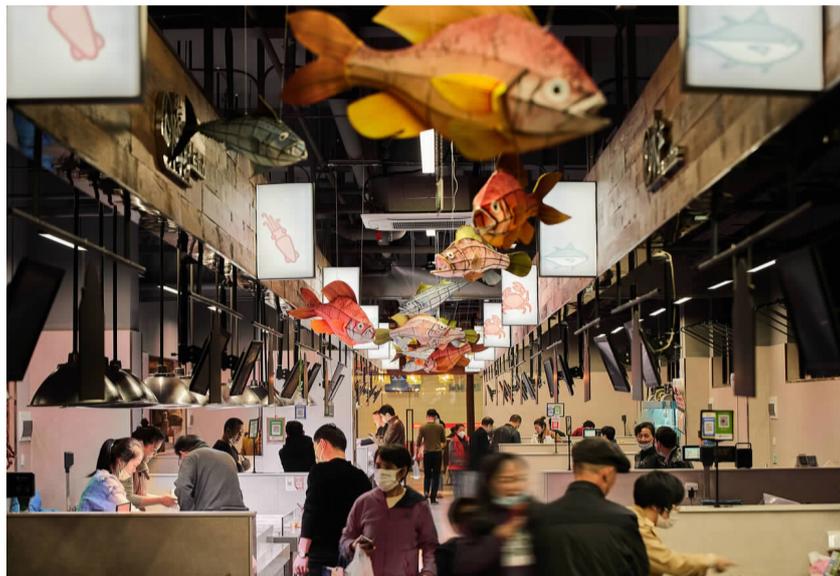


契合周边群众生活需求,让外地游客感受浙江烟火气 换装后的“洋气”菜场,成城市微地标

现在的菜场,不仅能买菜买肉,还能喝咖啡、吃西餐,更是男女老少皆欢喜的社交新场所,甚至成为综艺节目的热门打卡地,成为城市微地标。

面对这股菜场改造的热潮,人们不禁会问:为何菜场纷纷选择“爆改”?换装后的“网红菜场”又该如何保持长久的吸引力?



菜市场频频“爆改”换装

“我爸我妈才去菜场!”

“印象中脏兮兮湿答答,还有味道!”

“品类太传统了,除了买个菜,没啥好玩的。”

“面对这些吐槽,我们不得不承认,传统菜场的业态与功能已经不能满足现代消费者的需求了。”宁波商贸邻里董事长陈鹰表示,“老市场需要摘掉脏乱差的标签,但更要守住自己的底蕴。”

走进福明菜场,仿佛穿越回了老宁波的时光隧道,室内装修巧妙地融合了旧原木、瓦楞板、水磨石等复古元素。同时,具有老宁波特色的民俗风味和风貌的生产工具、年代图像、特色材质被用作空间装饰,营造出浓郁的宁波地方氛围。

“菜场不仅在外观上进行了升级,也在功能上进行了创新。”陈鹰向记者介绍,考虑到宁波人对海鲜的偏爱,菜场特别打造了一条“海鲜街”。

这条街上,木质窗格与渔具的巧妙组合,完美还原了渔民出海归来晒海货的家常场景,使菜场更显亲切、质朴。此外,菜场还引入了先进的四级防水系统,实现了干湿分区,让市民在享受新鲜海味的同时,也能体验到整洁舒适的购物环境。

在新开辟的“知味街”上,宁波特色美食琳琅满目,酱油馄饨、麻油生煎、豆沙圆子、宁波粢饭等市井之味,让人垂涎欲滴。其经营时间也延至晚间,丰富了市民的夜间生活。

“我们不仅要把老客户留住,还要考虑如何吸引新客户。”陈鹰表示,改造后的菜场外围,7-11便利店、老婆大人、彩虹大药房、古茗奶茶等热门品牌店纷纷入驻。这些品牌店的加盟,不仅为市民提供了更多元化的购物选择,也为菜场注入了更多的人气与活力。

在杭州东山农贸市场有限公司总经理山海雯看来,菜场的改造不能脱离周边居民的实际需求。“在前期调研中,我们发现附近居民对修鞋、修表、配钥匙等‘小修小补’有着强烈的需求,因此在改造中,保留了这些服务并进行升级,使得这些店铺的商品展示更有美感。”

山海雯告诉记者,“由于这里步行到西湖边只需要10分钟左右,来农贸市场的消费者中,周边居民占90%以上,游客占了近10%。”为此,东山农贸市场引入了定胜糕、温岭嵌糕等浙江特色小吃,打造浙江美食展示窗口,既契合周边群众多元化的生活需求,也能满足外地游客感受浙江烟火气的需求。

菜场变身,群众买账吗

走进杭州东山弄市集,绢纱和木质装潢,古色古香的灯笼让人眼前一亮。千岛湖的包头鱼、新到的明虾、一色铺开的时令蔬菜瓜果,新鲜,水嫩。身处于此,杭城的市井风情融合宋韵之美扑面而来。

70多岁的李奶奶是菜场周边的老居民。“过去的老菜场总有些异味,现在摊位干净整洁,商品种类也更丰富。”更让李奶奶开心的是,这里的年轻人越来越多,“不光有菜场,还有很多小年轻爱来这,看着他们,我也跟着年轻啦。”

菜场变化,经营户也在跟着变,在东山弄卖了30年鲜花的王忠云深有体会。

1994年,她从陕西汉中来到杭州,一开始在马路边卖鲜切花,后到农贸市场里开起小小花店,如今有了现代时尚的市集花屋,历经了农贸市场3次升级改造的她,笑称自己是菜场“原住民”。

“时代不同了,我们也得跟上新变化,满足年轻客户的需要。”因为东山农贸市场规模和风格的调整,卖了半辈子花的她,重新开始学习如何经营。精心挑选季节花卉,高低错落的花架布局,为外摆空间增添梦幻和趣味。她还根据年轻消费者反馈,给花卉套上自动吸水花盆,以往一周最多卖四五盆多肉,现在销量翻了一倍。

中午12时,记者看到,东山农贸市场集里的网红三大碗面馆内,坐满了不同年龄段的人。

“小时候,我跟着妈妈一起来这里买菜。今天,我陪着妈妈,带着女儿一起来网红面馆体验。”住在东山农贸市场集附近的张女士感慨,“现在这里很有逛头,买菜像逛商场一样。”

据了解,升级后的东山农贸市场集整体日均客流量稳定在4000人次,高峰期达到了6000人次,同比增加了25%。

客流量的增加,也吸引了许多新店入驻。

“这是我开的第一家咖啡馆,开之前考察了很久。”来信咖啡主理人邱慈航说,几个星期前感觉这里社区氛围很好,就立马敲定了,“本来以为年轻人会来得多,没想到最近还吸引了不少相约来的爷爷奶奶。”

随着新业态进入,老市场褪下单一功能,形成新的公共邻里空间。“买完菜晒晒太阳,和老朋友们吃碗面,可以待一整天。”刚结束上午音乐课的周奶奶,约着几位老姐妹们到市集打卡。

菜场的“变身”,不仅吸引了年轻人,也成为了他们的社交新场所,更为大家提供了一种新的生活方式。“改造后的文二菜场,每天的客流量达到了1万人次。”杭州文二菜场负责人徐峥晖表示,今年五一期间,整个菜场的销售额同比增长了12.5%。

“未来,我们计划把菜场旁边的区域改造成为一个充满活力的街区。”徐峥晖说。

面子“看着贵”,里子怎么样

风格各异的菜市场,如同城市的风土人情展馆。只需逛上一圈,就能大致了解这个地方的饮食结构、文化习俗和居民生活的最真实模样。

放眼全国,各式各样的“网红菜场”如雨后春笋般涌现,成为社区商业和城市更新的重要载体。

未来,是否会出现越来越多相似的新菜场?这种创新模式是否具有可持续性?

“菜场改造的最主要目的是为了让市场环境更整洁秩序,商品价格透明,且质量有保障。”浙江大学管理学院旅游与酒店管理学系副教授叶顺认为,“菜场的根本依然是商品。”

面对改造后焕然一新的菜场,有人担忧:摊位租金是否水涨船高?这样的变化是否会导致菜价逐渐与超市和生鲜店持平,从而增加普通百姓的生活成本?

“菜场最基本的功能,始终是为市民提供新鲜、实惠的蔬菜。”徐峥晖表示,不能菜场改造了,反而物价贵了,这跟他们的初衷背道而驰。为了吸引新商家,市场管理方甚至会提供灵活的招商优惠政策。

杭州文二菜场、松木场菜市设计师沈雷透露,他们设计的出发点是保留菜场的原有模式,“既能满足附近居民日常买菜所需,也要加入一些当下大众特别是年轻人希望有的业态。”

沈雷和他的团队在菜场改造方面有着丰富经验。2019年,他们受邀改造苏州双塔菜场。市井烟火与古韵风雅融合的“双塔市集”火热出圈,不仅在于设计的巧妙,更在于设计师对城市文化的深刻洞察。

“每个地方的菜市场都有其独特的模式,即便是地理位置相近的苏州和杭州,也会有不同。”沈雷表示,设计双塔菜场时,他考虑的是如何将平江路的人流吸引到菜场,所以更多的是往文旅方向打造,让这里不仅是买菜的地方,更是一处能够体验当地文化风情的场所。而文二菜场,由于它位于老城区的中心位置,更多是想满足周边居民的需求,为他们提供一个便捷、舒适的购物环境,让日常生活更加安心和便利。

从城市文化发展的角度来看,菜市场不仅是买卖空间,是一种生活体验,更是一种文化展示。

叶顺认为,菜场改造中的互相学习是好事。因为菜场之间的学习,更多是关于整体规划布局,但每个菜场的“个性”是无法学习的。

“其实所有的菜场,没有固定的发展模式,都是原有街区里生长出来的,而不是设计师创造出来的。”沈雷表示,只要菜场能扎根社区,利用好在地文化,哪怕设计风格和规划上有类似,其个体魅力也不会受到影响。