



夜市新形态 焕发新活力

把车停到古地石指定位置,打开后备箱,挂上“汽车咖啡人”的招牌,苏翊晨快速融入夜间市集。随着咖啡机“滋滋”发出声响,他的摊位营业前,陆续有人排起队。

夜市,曾经是我们熟悉的商业形态——夜幕降临,大马路边,淘货捡漏,抑或商圈地下通道里,灯火通明,人头攒动。但如今的夜市中,经营者和消费者的构成、买卖的商品,以及做生意的方式,已不同往日。

夜市的新形态,正在点亮厦门的夜经济。

更要破圈 不仅要出圈

“夜间市集与厦门年轻、有朝气的城市调性相符,满足厦门人对美好生活的追求,这是夜间市集在厦门能够引发热度的原因。”余寿发说。

在这个前提下,运营好夜间市集,需要打好“组合拳”,让城市增添“烟火气”,更好地满足百姓便利化、个性化、多元化的消费需求,让火起来的“夜经济”火下去。

比如,有摊主建议,夜间市集不仅要“出圈”,更要“破圈”——不能让市集的形式浮于表面,短暂收割市民“凑热闹”的心理,而要突破供给侧堵点、脆弱点,让夜经济具有持续健康发展的趋势和能力,才更为重要。

从宏观上来看,好的政策引导是夜经济持续向好的“安全垫”:政府支持和引导夜经济健康发展,推动市集的规范化、专业化、品牌化,加强文创、消费与生活的配套招商,打造高质量级的厦门夜经济IP。

这方面,在长沙、重庆等地,已有了较为成功的案例。7月12日晚,“不夜生活节”在渝中区启动,推出200余场夜间特色活动,并联动消费平台、行业组织、品牌商家,陆续发放超5000万元惠民消费券,开展限时免单、优惠定制团购等活动,通过线上线下联动,提质夜间经济发展,做靓“不夜重庆”品牌。

从微观上看,善用“夜间市集+”也能盘活限制场地,增加社区社交空间,吸引更多年轻消费群体。比如,7月22日,在厦门集美大社菜市场二楼,举办了一场“市集+二手”概念活动,原用于售卖蔬菜瓜果的“回”字形展台,摆上了琳琅满目的旧物商品,有闲置衣物、二手唱片、旧书、旧玩具等。这盘活了集美大社菜市场闲置的二楼场地,在拉近邻里关系的同时,还为集美大社古厝增添人气。

有关人士建议,厦门的夜经济方兴未艾,文化氛围浓厚,鹭江道周边的一些老社区,或是最佳土壤:让新潮新兴事物,融入具有文化底蕴的老社区,带来别具一格的“碰撞混搭”,或是夜间市集持续健康发展的一剂良方。



▲集美万科里市集。(本报记者张江毅实习生马娟摄)



▲沙坡尾艺术西区举办的市集人气高。(本报记者林铭鸿摄)

供图/视觉中国

数据

根据某旅游平台网站发布的《旅游夜生活趋势洞察》显示,年轻群体逛夜市的参与度最高,72.78%的“95后”消费者表示会在旅行中专门策划夜晚游玩的行程,“90后”和“00后”消费者专程体验夜生活的人群占比分别达到63.54%和60.12%。

两个月办30多场主题夜间市集

据不完全统计,6月至7月,除长期进行的市集,厦门共举办30多场有主题夜间市集活动,除沙坡尾、十里长堤、华美空间等网红打卡点,更多出现在如航空古地石广场、磐基、宝龙一城、SM厦门等商圈。

本报记者 柯恺筠 实习生 许雨冷

催生新体验 更为体验生活享受自由

26日晚7时,夕阳刚刚隐入天际线,沙坡尾艺术西区内的夜间市集开始热闹起来。各种经过精心装饰的摊位星罗棋布,“奇怪研究所”“桃汽岛屿”“禁止蕉绿”“橙子漫画”,摊位的名字可谓趣味十足。

“80后”非公,是常驻于此的摊主。在她的摊位上,一串手工珍珠首饰的价格,从50元到300元不等,每几分钟就有客人停下脚步,试戴商品。有拿不定主意购买的客人,非公会热情地邀请他(她)“加微信”。

三年前,非公从银行辞职,开始摆摊。“一方面想追求自由,另一方面也是实现自己做品牌的梦想,为自己奋斗。”如今她依靠摆摊卖DIY的珍珠类首饰,已经吸引了一批老客户,生意好时还得招聘临时工帮忙。

有人摆摊为了自由自在,也有人为了发展副业。离非公不远处,“橙子漫画”摊主橙子正闷头为情侣作画,她的速写漫画可爱有趣,吸引不少市民驻足。“摆摊算是我的副业,但随着粉丝不断增加,几乎要成为主业了。”橙子是一名插画师,起初,她只在空闲时“旅行”摆摊,去过广州、澳门、温州等地,如今,厦门算是“常驻”。

“您做什么工作的?”“喜欢喝什么豆子?”“90后”咖啡培训师苏翊晨的“后备箱”咖啡摊,是他在外地旅游时取经而来,但他发现,这有效拓展了他的职业空间。

此外,市集上还有不少“00后”摊主。“朋友们,欢迎到我们的摊位打卡。”大学生小刘与好友在摊位上售卖彩色编织小包,还用手机直播推销。“我们第一次摆摊,重在体验,同时也为未来迈入社会积累经验。”小刘说。

商业分析师董睿分析,之前,人们对于“摆摊”的概念,更多停留在“小本生意”“赚口饭吃”,但夜市中的摊主们,很多人并不差钱,而是有着更多元的追求——自由自在、展示自我、社交交往、体验生活,甚至是为了自己未来的职业发展增添砝码。

▲古地石汽车市集。(受访者供图)



解锁新玩法 淘潮玩好物 『00后』『90后』成消费主力

如今,在厦门各个夜市,卖家、买家的主力人群,是装扮时尚的“潮男”“潮女”,他们带领夜经济潮流,也吸引了不少年轻游客,以新潮的“city walk”旅游形式前来打卡。

根据某旅游平台网站发布的《旅游夜生活趋势洞察》显示,年轻群体逛夜市的参与度最高,72.78%的“95后”消费者表示会在旅行中专门策划夜晚游玩的行程,“90后”和“00后”消费者专程体验夜生活的人群占比分别达到63.54%和60.12%。

年轻人普遍认为,夜市淘宝的过程,可以弥补线上商场在体验方面的短板,也填补连锁店里的商品种类空白,“重社交”的过程也令其他购物方式难以比拟。

比如,年轻人在夜市上,并不是单纯为了淘便宜货。正在读大学的小薛说,逛夜市很快乐,她喜欢的是这种氛围。“暑假期间,我经常和朋友们结伴逛夜市。你看,这里有驻唱,也有街舞快闪,还有一些很特别的小吃、饮品等。氛围轻松愉快,我也很愿意与摊主交流。”

淘潮玩好物,也是夜市的魅力所在,其满足了部分市民对小众物品的购物需求,也增添新奇的寻宝体验。“我买的很多是店主DIY的物品,有相框、有冰箱贴,也有钥匙扣等。”刚入职场的刘女士在市集收获颇丰。庄先生也有同样的感受,“比如鱼缸里的摆件,这是商场里难找的稀奇玩意儿。”

夜间市集的重度爱好者陈小姐,最近先后在不同市集购买了5件饰品,花了两三百元,还和摊主们互留联系方式。“摊主比商场里的售货员更热情,卖的东西有创意,质量也不错。”陈小姐直言,她认为只要品位、质量过关,在哪里买都一样,她更看中的是卖家将创作之魂注入每一件物品,让它们少了几分冰冷的工业制品感,更有人情味。

职业经理人许松阔,曾为某商圈策划过夜市活动,他认为,如今的夜市,不仅可以吸引客流、拉动消费,促进经济发展,同时也是一个社交平台,促进人与人之间的交流和沟通。“这更像是一种文化、艺术的交流展示平台,消费者接触到的是五花八门的新奇产品和服务,进而形成口碑效应。”他说,甚至一些投资者也青睐逛夜市——也许下一个“爆款”,就藏在夜市里。

创新夜空间 与商圈融合共生 精致主题市集带给商圈流量

想要价格“接地气”,别去商场去夜市——这样的想法已经成为过去式。

2000年前后,定安夜市是传统夜市的“顶流”,具备市民心中“夜市该有的样子”:讨价还价声不绝于耳,衣服箱包琳琅满目。定安夜市当时的对手,是附近崛起的商圈,而如今,定安夜市人气大不如前。

董睿认为,传统夜市的消费群体越来越小已成定局,其中的原因很简单:随着网购平台的多元化,市集摊贩渠道不灵活,容易被互联网取代,且互联网购物平台早已经将夜市的价格信息壁垒打破,带来利润率进一步压缩下行;传统夜市消费层级过低,不适应消费升级的总体趋势。

“不同于传统夜市,如今客流旺盛的新潮夜间市集,追求的是更好玩、更新潮、更优质的产品 and 线下体验。便宜不再是‘竞争力’。”董睿说。

从新旧夜市与商圈“竞合”的过程中,也充分印证这一点:传统夜市中,摊主单打独斗生活、市场收一收管理卫生费;新潮夜市,则变为商圈和摊主围绕“夜经济消费”的大主题,共同投入、去粗取精,将夜市提升到更符合消费者需求、更契合大型商圈整体运营的新模式上。

据不完全统计,6月至7月,除了长期进行的市集,厦门共举办30多场有主题的夜间市集活动,除了沙坡尾、十里长堤、华美

空间等“网红”打卡点,更多出现在如航空古地石广场、磐基、宝龙一城、SM厦门等商圈。

比如,7月14日,SM厦门举行了为期三天的“离谱市集”,现场有歌手献唱,有精酿啤酒摊位,有本地美食摊位,夜间市集化身一变,成为一场夏季狂欢派对。

“吸引了大量人气,不仅为SM厦门今年新开设的三期商场提升人气,同时也巩固了SM厦门的都市潮流聚落和城市社交空间的属性。”市集活动负责人告诉记者,今年4月份,他们策划了一场以茶为主题的市集,在购物淡季起到吸引人流的关键作用。

负责人介绍,筹办一次市集,商场需要投入一定的成本,关键的花费在于摊位物料、设置打卡环节、邀请表演等,甚至需要用部分预算投入到社交平台的前期宣传。“为达到主题效果,主办方宁可不收费,对受邀的摊位作出严格的筛选。”

为了把夜间市集办出彩,一些商场也将活动承包给第三方。做客市集就曾为宝龙一城、嘉禾良库、中华城等商圈办过相关活动。“在我看来,夜间市集更像是一次展示生活方式的活动,每次根据主题的变化,为商圈营造的流动性、创新性的生活表达方式。”做客市集负责人余寿发说,夜间市集追求“变化”的特点,考验着筹办方对活动的思考,和对品质的不断追求。