

市集成“新宠” 前路如何走

■ 本报记者 刘连松 通讯员 刘宏婕 文/摄

市集原本是一种古老的商业形式,如今,新兴的城市市集靠着“文艺范儿”和“烟火气”成为潮流之地,周末去“赶集”成为越来越多都市年轻人的时尚。

今年市集在社交媒体上的关注度呈爆发式增长。去年4月,小红书上搜索关键词市集,约有30万篇笔记,截至发稿前,这个数字已经增加到168多万。据了解,今年上半年,我市已开办多场有影响的创意市集。民国广场的“海棠花节民国文创市集”、津湾广场的“津湾国图无涯文创市集”、智慧山派对市集等都成为热门“网红打卡地”。



和悦汇字在书市。



利顺德复古市集。

困境

内卷同质化 需破局

创意市集

成潮流之地 城市营销的一部分

“接天莲叶无穷碧,映日荷花别样红”,家住河东区太阳城的李女士在津湾国图无涯文创市集“书中自有黄金屋”主题打卡区前,饶有兴致地翻动着诗词翻墙,拼出名篇诗句,体验诗词歌赋的意境之美。“平时就喜欢来津湾国图看书,这里的知识氛围特别浓。恰好这次赶上文创市集,趁晚上来‘打卡’。”李女士告诉记者,今年她已经“打卡”多个市集,每次都能发现喜欢的手工作品。

“津湾国图的文创产品让人印象深刻,特别有文化味

道。比如这款四杯一组的咖啡,名叫‘经史子集’,把古籍文雅融入了现代咖啡文化之中。”来自北京的张女士专程坐动车来逛无涯市集,一出天津站就到,交通很便利。据介绍,为期三晚的无涯市集,每天吸引客流量都在2万人次以上。

“周末,我不是在逛市集,就是在去市集的路上。”家住和平区的程女士是位“90后”市集达人,今年初与朋友相约的一次偶然机会,让程女士喜欢上了逛市集。“在网购发达的当下,我在市集能发现一些不一样的东西,有一种不

期而遇的惊喜。”从今年4月初,民国广场举办的“海棠花节民国文创市集”“津湾和平 星空·咖啡”市集,到先农大院举办的“海棠音乐季”,还有以“文艺市集聚集地”著称的智慧山丘广场举办的各种艺术市集……程女士如数家珍。

2023年天津市集的火爆,有来自景区和商业场所的推动,更有政府部门的助力,市集已经成为城市营销的一部分,除了对商圈引流有所帮助外,市集与文化的融合有助于提升城市品质和魅力,拓宽文化发展的渠道。

市集的井喷式发展为商业引流,但也难免让市集出现同质化和内卷的困境。

“商品同质化严重,很多产品一窝蜂地出现。”市集策划人沙丁鱼介绍,今年的市集上,编钩类手工、串珠类产品增多,之前博物馆爱好者做的标本产品很新奇,现在同类商品也越来越多。商品同质化会让消费者失去新鲜感,他们在这里找不到“淘到宝带来的惊喜”。“以前手打牛肉汉堡只有一家,觉得主理人很有个性。现在家家都做,就觉得没那么新鲜了。”市集达人含晓放说。

“在市场兴起三四年之后,人们对这一业态的新鲜感有所下降,势必会产生审美疲劳,大多数市集都面临着同质化的困境以及多元创新的挑战。”资深商业人、万方俱乐部天津分部负责人陈军说。

陈军认为,经历这几年的生长,市集在不断迭代,已经从单纯地以颜值和氛围取胜,发展到表演、乐队、展览等概念都被引入。主题类型的市集越来越受青睐,客群也会更加精准和垂直。

“商业街区里的市集是商业体中的一个补充业态,也是市场活动的一个必选项,市集既为商场内部商户带来客流,也灵活更新外部品牌以保持新鲜感。”陈军说。

举办一个市集,其商业模式在于主办方商户收取一定的摊位费,有的市集同时对游客收取门票。而经过多年发展,市场上还逐渐催生出以运营市集为主要业务的专业公司和市集品牌。市集的前期定位、推广宣传、场地位置,都是决定一场市集是否成功的关键。

对于天津市集今后的走势,不少业内人士认为,天津市集可以引入一些“搅局者”,即引入外地成熟的市集品牌入驻,学习借鉴他人的成功经验。

随着市集商业模式的不断成熟,如何把“散兵游勇”组织起来,进行行业规范,促进行业发展,才是让市集走得更远需要思考的问题。比如,有的市集是由行业协会牵头举办,通过深入行业上下游的市集平台,更能帮助手工、文创、烘焙、咖啡、精酿等“小而美”行业集体发声。与此同时,专业型市集能在质量监督、食品安全等方面做到位,让市集有序发展。

随着城市更新不断推进,越来越多空间需要内容,也为特色市集带来更多的发展空间。市集逐步成为都市人不用远行的“休闲代餐”,这盘“代餐”如何更加“可口”,是一个崭新的课题。

市集摊主

热衷跑市集 人生下一站

今年上半年,城市市集的火爆让很多人转行。今年春节以来,觅食卡龙的摊主孙政彬跑了11场市集。一个周末好几场,只能“兵分几路”,到几个场地摆摊。“跑市集”的动力来自私房甜品的推广困境。“从线上销售转到线下推广,参加市集,一方面希望增加品牌曝光率,另一方面直接与消费者面对面,能及时发现自身不足。”孙政彬说。在这半年来的摆摊过程中,孙政彬逐步找到了在市集上的定位以及展示方式,还结识了一些做饮品的伙伴,组成“甜品+饮品”的摆摊模式。在孙政彬看来,这样的组合可以提高销量。通过与顾客的交流,观察市场的反应,孙政彬发现了产品的不足,打算结合天津本土特产特点开发新品。

市场的变化、社会的变迁,让市集成了很多人的人生下一站。小伊是位全职妈妈,曾经作为高薪白领的她为了两个孩子回归了家庭。然而,每天不断重复的日常让她有点崩溃。“我的生活只能这样度过吗?”小伊考虑再三,开始学习花艺,鼓起勇气到市集摆摊。

“我第一次是在民国西里市集,主办方安排了巷子口的位置。当客人买走我包的第一束花时,心情特别激动。市集上生意忙起来也没时间多想,渐渐忘了生活里的烦恼,我很享受这个过程。”找到了下一站的方向,在市集上积累了经验,小伊鼓起勇气租了一间小小的底商,开了一家花店,开始了事业的新路。

“三木青农”农场的小李把蔬菜汁带到了市集上。“我主要做农场种植,想通过一些新的渠道接触客户,将有机农法种植介绍给大家,让更多的消费者通过市集,在家门口就能接触到农业种植,喜欢上农业。”

热衷“跑市集的”还有天津的咖啡店主理人们,他们抱着咖啡机,全国到处“跑”。

“一开始我们参加北京的市集,后来收到的邀请越来越多,我们的路就越走越远。”比她甜(BITTER SWEETIE)是五大道上的一家法式甜品咖啡店,今年上半年,比她甜团队去了北京、南京、青岛、上海、厦门、佛山等地的市集,收获了一众外地粉丝和消费者。他们根据当地的口味推

出新品,比如在南京推出桂花味的咖啡特调;还将天津文化带了出去,煎饼果子口味的冰淇淋在上海陆家嘴咖啡节上大受欢迎。这家店的市场运营负责人说:“出去走走,看看外地市集对哪些产品感兴趣,可以让产品更快进步。同时,市集是一个商业交流平台,一个成熟的市集平台将会有助于商业主体长期的经营行为,而不是短期行为。”

除了咖啡摊主,手工达人和复古摊主也是全国“跑市集”的成员。全国比较有名的手工市集“新桥民艺市集”、“银盐”复古市集、南京“还有生活”市集都汇聚了来自全国各地的摊主。各地市集的交流越来越频繁,让我们看到市集表现形式更多的可能性。

随着市集的发展,摊主的构成也发生了很大变化。目前市集上,摊主大多分为三种,一种是有主业的,空闲时间跑一跑市集;一种是小店主理人,做门店和线上渠道,在市集积攒客户,打开销路;还有一种就是专门摆摊跑市集的摊主,他们会寻找适合自家商品的市集,“兵分几路”,推销商品。

市集策划人

都市新行业 体现生活态度

市集的兴起,让市集策划人成了一个新的行业。

今年端午节假期结束后,小日子研究社的主理人沙丁鱼(网名)完成了今年的第15场市集,这样的密集程度是以往不可想象的。“今年的市集开始得特别早,从正月十五,我们就开始在天津博物馆举办文创市集;2月底在五大道的润兴里举办了室内的手作市集和摇摆舞会;进入3月底海棠季,陆续在利顺德大饭店、先农大院举办了复古主题市集;3月还和棉3创意街区合作了M3图书艺术节;‘五一’假期又在北塘古镇举办了古风市集……每一场市集,我们都会根据场地的客群、自然环境等因素整合商业资源,把适合商品放到合适的场域里去,做到最适宜的‘氛围感’,让游客有舒适的体验。”

做市集卖的不仅仅是商品,还有一种生活态度。不少年轻人喜欢活在“氛围”里,在不一样的氛围感找不一样的浪漫,因此很多时候“感受”显得更动人。对于每一场市集的主题,每一位策划人都有自己的心得,这也体现了他们的生活态度。

今年初夏,潘昊英和张然一起策划了一场市集叫“白隙黑市”。她俩本来是看展和露营爱好者,看到都市白领不出城就可以享受写字楼下的露营市集,让他们萌生了做一场不一样市集的创意。“白隙是我和张然今年年初成立的文化品牌,初夏,我们决定摒弃一些色彩和浮躁,让一切回归纯粹和舒适,保持着对美好事物的创造热情,策划了白隙的第一个项目‘黑市’。”白隙黑市把情绪装置展览和市集相结合,一半展览,一半市集,实现精神与物质的双向奔赴,让观众在展览的氛围里逛市集。

除了咖啡市集、精酿市集外,商业街区还能做什么?今年商业街区的市集活动不断推陈出新,中冶和悦汇在

“五一”期间推出了面包叫醒市集5.0,力求把美食文化融入日常生活,让面包爱好者和面包店面对面。端午假期,他们又将一场国风十足的茶美学市集搬到了街区。

“我们街区的定位是漫步式人文生活会客厅,给周边社区邻里带去一种家里客厅的感觉,能够在这里聚餐社交休闲。近年来,随着茶空间的增多和国潮兴起,年轻人对茶美学非常喜爱,于是我们决定做一次茶美学主题市集。”此次市集的策划人介绍,茶美学市集在苏州最先兴起,北方市场并不多见。此次市集将东方文化、茶文化作为市集主题,现场邀请了宋代点茶、传统茶品牌、新式茶饮、茶器茶周边等相关主理人,每天组织不同的主题分享、茶饮品鉴等活动,希望能带给顾客一些新鲜体验,弘扬中国传统文化。



棉3图书艺术市集。



天津博物馆文创市集。



国图津湾文创市集。



先农大院游园会。



北塘古风市集。