

这几年来,市集在我们城市生活的界面上包容的东西越来越多。随处可看到的市集,成为我们理解当地文化的一个重要窗口。市集作为一个古老的交易形态,逐渐成为未来商业模式的一种重要方式,还有哪些是我们未知的价值呢?

对话市集:表象下被低估的价值

◎ 记者 王珏

在线上经济繁荣的今天,却有越来越多的人沉迷于市集,其中有市集的投资者、招募者,也有市集的参与者、消费者。面对如雨后春笋般涌现的市集经济,是否真的能带来新的消费气象呢?

在杭州几乎随处可以看到市集,从老牌市集吴山夜市到商业区的各类文创市集,仿佛市集就是流量的密码。

沿着京杭大运河大都路段,一排排的摊位古色古香,行走在这里,好像行走一段并不太真实的人间烟火里。在西湖边的商业街,摊位更是鳞次栉比,这些摊位似乎都踩在时尚的节拍上。

城市肌理中的生活橱窗

市集不仅仅是线下的一种交易方式,它也是城市发展的有机组成部分。它连接起了人与城市,人与空间,人与未来。

在这几年的市集发展形态中来看,市集的布局和管理能够优化城市空间利用促进城市更新。合理的规划可以将废弃或未充分利用的空间转化为充满活力的公共区域。

例如,武林夜市是杭州市中心最火的夜市之一,这也是城市漫步的热门打卡地。这里不仅有各类美食还有鲜花、香薰、饰品等各类商品。

再例如,浙农·东巢艺术公园落日夜市。这里以“展、演、售”三大创新内容板块,同时运营如书社、艺术画廊等艺术气息浓厚的文化空间,打造了一座具有地区优势,人文特色的“乌托邦”市集。

在世纪中,人们不仅仅是购买商品,更是在参与一种集体经验,享受着与他人直接交流的乐趣。

在浙江金华地区,很多乡镇就把市集称为“交流”。是指在农闲的时候,这个村子里的农户便把家里多余的一些产品拿到镇上来,作为商品来交换市场价值。其实,这正反映了市集的商业本质。

城市记忆的架构与追溯

基于市集的实践案例来看,市集不仅是回归传统的情怀,更是对新时代消费者体验升级的一种响应。

无论是老挝的简谱村落,还是瑞士的繁华都市,市集均以它不可抗拒的魅力,深植于全球各地的文化与经济的土壤之中。

例如伦敦的博罗市场位于泰晤士河畔,是英国最古老且最具代表性的食品市场之一。博罗市场汇集了来自全英乃至世界各地的高品质食材和特色美食,包括新鲜果蔬、手工奶酪、有机肉类及各式烘焙品。市场不仅吸引了众多美食爱好者,也成为伦敦旅游的一大亮点。游客在这里不仅能品尝到地道的英式美食,还能深入了解英国的饮食文化和历史传统,极大地丰富了旅游体验。此外,市场周边的餐馆和商店也因此受益,形成了一个充满活力的旅游经济圈。



而美国洛杉矶的The Bloc项目则是一个成功的城市更新案例,它展示了如何通过引入市集元素来激活城市中的闲置空间。The Bloc原是一座位于市中心的大型商业综合体,但在一段时间内因经营不善而陷入沉寂。通过重新规划和设计,The Bloc被改造成了一个集购物、餐饮、艺术展览和公共活动为一体的多功能空间,其中最引人注目的是一个开放式的市集区域。这里不仅提供了丰富的零售和餐饮选择,还定期举办各类文化活动,吸引了大量市民和游客,使得原本沉寂的空间焕发新生。在规划The Bloc的过程中,设计师们特别注重空间的灵活性和可适应性,确保市集能够满足不同时间段和活动的需求。例如,部分区域被设计成可以快速转换用途的多功能空间,以便于举办各种规模的临时活动。这种灵活性不仅提高了空间利用率,也为市集带来了持续的生命力和吸引力。

城市生活中的多样化与丰富性

在国内复古市集,文创市集、咖啡市集、面包市集……各种主题市集也是接踵而至。

充满创造力和烟火气的是即将年轻人漂在空中的想象落地:一杯充满创意的咖啡,一个富有巧思的手,做一张复古的黑胶唱片,这些市集就像是理想生活中的臆想徽章,最终落地成了触手可及的物件。

杭州天目里的周末,便是一场以市集为核心的潮人聚会。这里原本是一个并不热闹的区域,因为天目里的人驻,让很多年轻人喜欢上了这里。这里的商品

销售、艺术展览、潮流聚会,让这里成为一个充满惊喜和趣味的地方。

那么什么样的市集拥有高的市场价值呢?

与传统商铺相比,市集的开放式布局打破了物理界限,商品直接展现在顾客眼前,无需推门而入即可一览无余。一排排连续敞开的店铺,犹如一幅幅生动的画面,铺陈开琳琅满目的商品画卷,为顾客带来强烈的视觉冲击与感官享受。

在市集的氛围中,商品不仅仅是待售的物品,它们成为与顾客对话的媒

介。顾客可以随心所欲地触摸、比较,甚至品尝,每一次接触都是一次深入的互动,每一次停留都是一次细致的观察。这种沉浸式的参与方式,超越了简单的交易行为,同时也加深了对商品及其背后文化的理解与欣赏。

同时对于更多的人而言,市集也是一个社交场所。通过策划与动态布局,市集为访客打造了一个个互动式故事空间。在这里,年轻人可以穿梭于由老车库改造而成的复古书摊,或是在现代艺术装置前共享街头音乐家的演唱,每个角落都有故事发生,每种互动都在制造连接。

小优是一名市集爱好打卡者:“对于我们来说,市集的每一个摊位都像是一个生活的样板。我在这些样板中,想象着自己想要的生活方式。”小优偶尔也会自己制作一些手工小物件去市集摆摊,所以,她自称是市集串子,即是摊主也是游客,每次去市集她走回去看看有没有一些更新鲜,更有趣的玩法。

“市集到底挣不挣钱?”也是小优经常被问到的问题。“这和市集主办方的影响力以及品牌的粉丝基础都是有关系的。流量大的市集肯定是挣钱的,有一些市集也可能颗粒无收。”

其实,面对当下的市集热潮,究其核心的市场价值无外乎根植于人类内心深处的需求与情感。因此,我们在衡量某一市集的市场价值时,需要看清楚的是,该市集在商业战略的制定实施过程中,是否保持对传统价值的尊重,对人性温度的感知,以及对生活的深入思考。这不仅仅是对过去的缅怀,更是对未来商业趋势的前瞻与引领。(图源/网络)