

主编 杨海振 美编 李 飞 审读 綦胜保 排版 戚晓明

今年以来青岛不少农贸市场待客量陡增,部分市场日均客流量达2万人次,其中游客占近一半

菜市场成“打卡地”，有啥“流量密码”

□青岛日报/观海新闻记者 王 萌

菜市场是一座城市的“隐形”心脏，这里可以无限靠近当地人的真实生活，领略到一座城市的独特风味。如今，这个“秘密”正被越来越多的年轻人洞悉。记者近日采访了岛城几家知名农贸市场，市场管理者普遍反映，今年前来农贸市场探访体验的外地游客陡然增多，今年的市场不仅外地客群数量可达市场日均客流量的一半，还成为各地“网红”争相打卡地。由于消费客群特征的显著变化，部分农贸市场敏锐捕捉到“风口”，顺势引导或做大做强海鲜加工烹饪业务，市场内商户的营业额更是显著提升。

当菜市场成为旅游目的地

工作日的午饭时段对于绝大多数农贸市场而言，并不是一天中的营业高峰期，但是在青岛老牌农贸市场——馨大众团岛农贸市场内却是人声鼎沸。

“我们市场去年同期日均客流量是1.2万人次,今年的日均客流量是2万人次,其中外地游客能占近一半。”馨大众团岛农贸市场经理辛兴观察到,从去年起,市场里开始出现外地游客的身影,而今年,这一现象尤为明显。

记者探访发现,在工作日中午的团岛农贸市场,确实有不少外地游客带着新奇的眼神,前来询问、购买炸糕、香肠、李村脂渣、海阳喜饼、鲜榨果汁等特色食品。海鲜零售区和加工区尤其热闹,不少游客一边询问海鲜的名称、味道、价格,一边货比三家,挑选心仪的海产品后,便直接拿到市场内的海鲜加工区现场加工。

“蛤蚧要原汁的还是辣炒的?”“扇贝要清蒸还是加蒜蓉粉丝蒸?”面对海鲜加工区商户们不断抛出的“选择题”,有的游客略显困惑,反复询问两者之间的区别后最终作出取舍;而有的游客则提前做好功课,信心满满地回答出心仪的风味后便虔诚地等待着一顿海鲜大餐。

农贸市场,在一些“大网红”打卡过的摊位前,摊主还会挂上手写的宣传标语“×××打卡地”用来吸引客流。他们从来没有在网上投放过流量,都是网红们自己来探店,他们的视频传播,也对带动市场人气起到一定作用。”辛兴说。

这股风潮同样刮到了以海鲜批发为主、零售为辅的小港海鲜市场。

“20多年来，我们市场一直从事中高端海鲜的批发零售。从今年春节假期开始，来逛市场的外地游客明显增多，他们在这儿买了海鲜后，还经常问店家可不可以就地加工。所以今年我们一下子增加了10户从事海鲜加工烹饪的排档和小饭馆，这是市场运营20多年来，首次遇到的新现象。”市场运营方、青岛小港海鲜有限公司负责人对记者说。

记者在小红书、抖音、携程、bilibili等平台上,输入“青岛菜市场”等关键词后发现,会涌现出不计其数的“攻略”“笔记”。其中团岛农贸市场、埠西农贸市场、浮山所农贸市场等是网友们的热门打卡地。如近期一位在bilibili平台上拥有47万粉丝的“网红”探访团岛农贸市场的视频,一周内播放量达15.7万,点赞量达1.2万。

与农贸市场中的热闹程度相互印证的是,在这些短视频平台上,可以在市场上自主购买海鲜产品,再到附近加工烹饪这一极具青岛特色的“啤酒屋”模式,成为网络视频中重点展示的内容。



■团岛农贸市场一摊位前,游客正在挑选海鲜。 王萌 摄

年轻人为何“移情”农贸市场

对于热爱生活的人来说,菜市场极具分量。作家汪曾祺曾说:“我是很爱逛菜市场的。到了一个新地方,有人爱逛百货公司,有人爱逛书店,我宁可去逛菜市场。看看生鸡活鸭,鲜鱼蔬菜,碧绿的黄瓜、通红的辣椒,热热闹闹、挨挨挤挤,让人感到一种生之乐趣。”法国作家左拉笔下的菜市场更像是一场大型交响乐——“什锦生菜,小茼蒿,大茼蒿,苦茼蒿,蓬勒肥壮,各带泥土,都露出鲜润的心;成把的菠菜,成把的羊蹄菜,成球的百合,成堆的四季豆和豌豆,成堆的罗马茼蒿,都用麦草缚着,唱出了绿色的全部音阶。”

但在过去十年间,越来越繁忙的工作节奏,加之生鲜电商、社区团购、外卖配送等新模式的兴起,拉远了不少人和菜市场的距离,以至于不少农贸市场开始出现商户退租的情况。

不过,这种情况在近两年似乎有了新的转机。

例如,今年“五一”期间,突然爆红的淄博八大局便民市场日接待市民游客达19万人次,淄博泰山、乌镇,位列全国景区排队榜单榜首。再如豆瓣平台上,网友2020年创建的“菜市场爱好者”小组,已吸引15.7万人入组。在这个小组里,从最北端的冀河菜市场到最南端的三亚第一市场,从东部青岛的团岛农贸市场,到西部喀什的大运河市场,都留下了网友们的足迹。

年轻人为何重新爱上了农贸市场？这里面存在相互交织的多重因素。

从供给端看,目前青岛范围内,较受游客和年轻人欢迎的农贸市场,卫生状况、市场管理和基础配套都较为优质,有的市场服务丝毫不输品牌超市,能带给人舒适的购物体验。而这又与青岛市多年来持续打造标准化农贸市场息息相关。

如埠西市场最初为自发形成的大市场,管理相对粗放。2015年,在政府引导下,相关企业对这里进行

敏锐地觉察到,20多年前确定的“批发市场”四个字,已不能准确地概述该市场的现状,而且还可能会限制市场未来的发展。

“‘小港海鲜市集’是目前全国不多见的、直面大海的海鲜市场，区位优势非常明显，这一特点无论对市民还是游客来说都很有吸引力。为改善市场内的整体环境，在政府的引导下，今年我们投入七八百万元，对6000多平方米的市场实施彻底翻新，除改造路面、水电、消防等配套设施外，还在全市范围内首次增设海水管道，商户们打开水龙头就能接海水，方便海产品的保鲜养殖。”市场负责人表示，由于市场内从事海鲜加工的商户增多，小港海鲜市集利用此次改造的契机，新开辟特定区域用于该业态的集聚。

团岛农贸市场也相应增加了海鲜加工区域的面积。“我们的小吃区和海产品加工区,过去主要是为市场里的商户作配套,让这几百人早、中、晚有个吃饭的地方。因为今年来的游客突然增多了,我们便将该区域原来150张餐桌扩张至250桌。现在正处于旅游高峰期,他们的翻台率一天可以达到四五次。”辛兴对记者表示。

“网红”菜市场想保持“长红”

“网上既然有很多人夸我们市场,自然也会出现一点负面声音。”辛兴坦言,大流量对市场来说是一把“双刃剑”,一方面它让商户们的经营效益显著增高,另一方面也对商户自身的经营行为和市场管理方的管理模式提出更高要求。

“去年,我们确实发现过个别商户出现不诚信经营的行为。查明事情原委后,市场立即制定对策,规范商户们的行为。”辛兴介绍,针对海鲜加工区,市场集纳商户们的统一意见,制定了加工费上限,要求商户严格执行明码标价。“今年大火火的‘淄博烧烤’也给我们和商户们上了生动的一课,那就是想长远地挣钱,一定要树立好自己的口碑。”他说。

面对农贸市场成为旅游新地标这一全新现象,有关部门也及时出台了政策举措,引导、监督市场内的经营活动。例如,为提升策展“网红”菜市场热度,今年市南区上街里啤酒节特意将浮山所农贸市场和团岛农贸市场作为其中的特色会场。同时,市南区市场监管局还在辖区全部7处农贸市场设立市场驻场员制度,由专门的工作人员每日到市场上驻场监督。市北区在客流量较大的营口路市场设立“曝光台”,投訴大量的商户将“榜上有名”,以对消费者作出消费提示。



■浮山所农贸市场。 邢志峰 摄



■团岛农贸市场海鲜加工区。王萌 摄



■小港海鲜市集。王萌 摄