

“带孩子来青岛玩,看到这边有市集,来买点纪念品。”来自威海的游客于女士拿着刚买的手作摆件,在装饰着彩灯的摊位前拍照打卡。眼下,逛市集已成为市民游客休闲消费的新选择,商圈里、景区外……各类市集遍地开花。近日,记者走访了青岛多个主题市集,探寻市集热潮背后的故事。

逛市集,买的不是商品是热闹

青岛冬日市集观察:年轻人在这打卡,创业者在这试水

消费者:从购物到“体验生活”

夜幕降临,位于太平角一路的“冬日小镇”主题市集逐渐热闹起来。闪烁的彩灯装饰、精致的手工摊位、充满氛围感的互动游戏区,吸引着大批市民和游客驻足。与传统集市不同,这里的消费者手中大多拿着手机,寻找最佳角度拍照打卡,购物反而成了次要需求。“来这儿主要是为了感受年底的节庆氛围,拍点好看的照片发朋友圈。”大学生小李告诉记者,她和朋友花24.9元购买了入场券,获得了一份伴手礼和各类代金券,还拍出了一堆很“出片”的照片。

记者走访了解到,如今的青岛市集,大致可分为两类:一类是依托万象城、乐客城等商圈打造的市集,借助商场的客流优势,聚焦年轻消费群体;另一类则是像“冬日小镇”这种独立运营型市集,以主题化打造为核心,突出场景感与体验感。“现在无论哪种类型的市集,都摆脱了传统集市‘卖货’的单一模式,转向场景、体验和消费并重的多元形态。”“冬日小镇”市集运营方负责人刘程说。

刘程介绍,今年他们的市集特意增加了互动游戏点位和NPC互动环节,就是为了让游客能“玩儿起来、动起来”。“现在来逛市集的人,首要任务就是打卡拍照,满足情绪价值需求。餐饮摊位只要颜值高、有特色,哪怕味道中规中矩,也能吸引不少人尝试。”他以市集内一家做原创手工铃铛的摊位为例,摊主凭借契合市集主题的产品、精致的摊位装饰和亲民的价格,一天营业额能高达几千元,核心原因就是抓住了消费者的体验需求和情绪消费心理。“市集形态的转变折射出近几年市民消费观念的变迁,传统集市满足基础物质需求,现代市集则回应了都市人的情感需求,在数字化时代,人们反而更珍视线下真实的触摸与交流。”刘程表示。

摊主:创业者的试错平台

对于许多创业者而言,冬日市集提供了低成本的试错平台。记者了解到,类似“冬日小镇”这样的主题市集的摊位费大概在每月5000元至5500元,相较于动辄十几万的店铺租金,大大降低了创业门槛。“很多刚毕业的大学生、有创业想法的年轻人,不敢轻易开实体店,市集就给了他们一个试水的机会。”刘程说,在这里,创业者只需投入少量资金,就能测试产品是否符合市场需求,积累创业经验。

市集内的摊主群体十分多元,既有之前开实体店现在转而跑市集的商家,也有一边上班一边兼职摆摊的上班族,还有以市集摆摊为职业的摊主。赵女士就是一位“职业摊主”,她常年辗转于不同城市的各大市集。她的摊位上摆满了丰富多样的手工制品,装饰挂件、琉璃小摆件、小夜灯等商品琳琅满目。“这些都是我们自己设计、手工制作的,像圣诞铃这种挂件,每一个都不重样;琉璃制品也因为手工制作的特性,高矮胖瘦都会有细微差别,这正是手工艺品的独特之处。”赵女士向记者介绍,她售卖产品售价区间在19元至55元,亲民的定价吸引



赵女士的手作摊位吸引了众多游客。



游客在市集上拍照打卡。

了不少市民驻足选购。

除了赵女士的手作摊位,市集内还有多家特色摊位各具风采。苏女士的“苏苏手作”主打手工瓷器,凭借每一件产品的独一无二吸引了不少爱好者,但受客单价较高影响,销量较为一般。而餐饮类摊位则人气爆棚,其中邹女士的古法烤梨摊位前更是排起了长队。

市集不仅为市民提供了休闲消费的好去处,也为像赵女士、苏女士、邹女士这样的摊主们搭建了创业增收的平台。“在市集摆摊赚钱吗?”是很多跃跃欲试的创业者关心的话题,也是很多来逛市集的游客好奇的点。

“不是每个摊位都能盈利的。”刘程介绍,各个摊位之间营业额差距较大,有的摊位日均营业额能超过5000元,还有的摊位可能一天就卖一单、两单。像赵女士的摊位周末的时候营业额能达到6000多元,周中也能有一两千元。“卖得好的摊位,都有共性。”刘程说,首先产品要契合市集主题,比如圣诞市集的圣诞配饰、限定餐饮等;其次要有差异化,避免同质化严重的产品,手工类、原创类产品更受欢迎;最后,摊主的用心程度至关重要。那些主动与游客交流、精心装饰摊位、积极推销产品的摊主,往往业绩更好。

在采访中,刘程提到,有一些来自外地的摊主,带着自己的产品来到青岛后遭遇“水土不服”,刘程建议他们适当调整定价策略,优化了产品造型,增加了适合打卡的摊位装饰等,调整后,营业额有了明显提升。“市集创业不是‘躺赚’,需要不断调整产品和运营方式,才能适应市场。”他列举了一位卖西班牙火腿的摊主,该摊主在上海生意火爆,但在青岛一天最多卖两三份,根本原因就是产品不符合青岛本地的消费习惯和口味偏好。另外,在采访中,刘程还提到,如今的市集早已过了“网上进货赚差价”的时代。“如果只是单纯照搬别人的产品,没有自己的特色,很难在市场立足。尤其是在青岛,消费者见过的东西多,不会轻易为同质化产品买单。”

幕后:寒冬里的“市集经济”

市集的火爆,不仅改变了消费者的生活方式和创业者的创业路径,更催生了一系列相关产业链,带动了周边经济发展。刘程所在的公司本身是一家设计公司,负责市集的全案策划与设计,而现场搭建、展位租赁、桌椅租赁、电力供应等环节,则需要第三方团队配合完成。

“市集火了之后,专门做市集搭建、设备租赁的公司越来越多,形成了完整的服务链条。”刘程说,除此之外,市集策划师、摊位设计师等新兴职业也逐渐兴起,为市场注入了新的活力。

像赵女士这样的原创手工摊主还为“宝妈”、退休人士等提供了就业机会,“这些产品的设计和制作都是靠自己摸索,还有一个小团队一起打理。要是工作量大,会找一些退休在家的阿姨来帮忙,核心的技术性工作还是我们自己来做。”赵女士说。

与此同时,市集还带动了周边餐饮、零售等业态的发展。刘程策划的市集特意为消费者提供了合作餐厅的代金券,引导游客前往周边餐馆消费。“从商家反馈来看,市集的人流确实为周边商户带来了一定的客源增长。”刘程说,“市集与周边商业形成了互补,共同激活了区域消费市场。”

不过,市集作为一种“小而美”的商业形态本身的发展也面临着诸多挑战。“今年冬天,青岛同一时间段内就有六七家市集同期举办,而冬季本身就是青岛消费市场的淡季,人流分流严重,导致部分市集经营困难。”刘程说,“青岛是典型的旅游城市,消费季节性波动明显,这给市集招商和运营带来了不小压力。”

此外,刘程还提到,青岛市集行业的发展还需提升整体策划和运营水平,借鉴南方城市的先进经验,结合本地特色打造差异化IP。“市集不是简单的‘摆摊集合’,而是需要专业的策划、设计和运营,才能形成可持续发展的商业模式。”刘程说,近几年,青岛市集的发展和壮大,其实也是城市消费升级与创业活力的缩影。尽管目前仍面临诸多挑战,但随着行业的不断成熟和政策的逐步完善,相信市集这份独特的烟火气,将持续为青岛的冬日经济注入温暖与活力。

青岛早报/观海新闻记者 于健 摄影报道



扫码观看相关视频
剪辑 记者 滕丹宁