



近九成受访青年旅行中爱逛菜市场 在菜市场中寻找烟火人间

人民日报 中国青年报
北京晚报

国庆中秋假期的余温未散,不少人还沉浸在假期旅行的小美好中。这个长假,“逛菜市场”出现在不少年轻人的旅行清单中。不似以往“快餐式观光”,如今,年轻人奔赴“诗和远方”的同时也在寻找“烟火人间”,渴望在旅行中触摸一座城市的生活肌理。近日,记者也走进全国各地这些人气颇高的菜市场,一探人间烟火。



年轻人在菜市场文化创意街区游玩(三秦都市报/图)

上海浦东新区书房市集 老味道,叠加新功能

早上9点,家住上海浦东新区三林镇的沈扬,走进家门口的书房市集,先买了块刚出炉的烧饼,又在Manner咖啡打了杯拿铁。这样的“早餐动线”过去是不存在的。以前想喝咖啡,要么点外卖,要么步行一公里。如今,一只自带杯既装下了便利,又装下了他对这个新菜场的好感。

脚下这片菜市场,原是附近人又爱又嫌的“爱博市场”,开了18年,摊位挤、通道窄、夏天闷热,扫码还得靠“手气”——因为常常没信号。虽然必不可少,却称不上舒适。2024年下半年,菜市场启动改造。因为挨着东书房路,今年7月1日,它以书房市集的名字重新亮相。空调、新风、宽通道、智慧秤、电子大屏……一切换了新貌,老市场成了居民“专程来一趟”的目的地。

推着婴儿车的年轻妈妈们察觉到了这里的变化。以前她们几乎不会光顾老菜市场,如今她们开车来,停好车,推着娃慢慢逛。地面干净,空气清爽,摊位规整,还有咖啡桌能歇脚,买菜也变得轻松了。

气质一变,一些原本大家“想都没想过”的品牌也来了。连锁咖啡品牌Manner咖啡开在市集门口,装修讲究。更令人意想不到的是,连肯德基也入驻了。而传统快餐品牌进菜市场,此前几乎没什么先例。

菜市场里面还有一个社区食堂,一半是老味道,另一半则是新功能——代烧菜。鱼虾挑好,交给后厨加工,稍晚来拿,已打包整齐,热气腾腾。有人家里来客,想买东星斑、帝王蟹招待,又嫌收拾麻烦,就直接交给这里处理,体面又省



北京东城区崇文门菜市场(北京晚报/图)

心。素菜也能代炒,8元起,洗菜、择菜全包。不少上班族傍晚顺路买菜,食堂代炒,再加几道现成的小菜,很快就有了热乎的一顿饭。

菜价会不会涨?这是很多人关心的话题。为此,市集专门划出一块200多平方米的供应区,每天从山东临沂直送蔬菜,一斤生菜只要1.2元。不经批发、不加环节,老居民直呼便宜。

但便宜不是唯一选项。这里既有适合烧菜老手的

“毛菜”,也有洗净分装、方便快捷的“净菜”。有人图实惠,有人求方便,都能挑到适合自己的那一把新鲜菜。

这种“双轨并行”的结构,不只稳定了价格,也拉动了人气。书房市集开业以来,日均客流稳定在5000人左右,高峰时突破万人。过去市场摊位超过70个,品类重叠,常出现摊主“弃摊”的现象。如今精减至52个,竞争减少,单户营业额反而提升了20%~30%。

北京东城区崇文门菜市场 烟火气,时尚显新潮

傍晚5点多,北京东城区崇文门菜市场已经热闹了起来,顾客们纷纷在摊位前挑选商品。小安和她的朋友从隔壁的写字楼里一出来,就钻进这家菜市场。下班后到这里逛逛,成了她们的习惯。“这里比外面的菜市场凉快,环境也好。我们常来逛逛,顺便买点小吃水果,也是放松心情。”小安笑着说。

崇文门菜市场始建于1976年,被人们称为“京城四大菜市场”之一。今年1月,这家老菜场转型升级,在合景·摩方购物中心地下二层重新开张亮相。焕然一新的新崇文门菜市场,迎

回了老顾客,也吸引了不少像小安这样的年轻人。

走进新崇菜,一眼望去,水果、蔬菜琳琅满目,周围还有各类熟食、凉菜、小吃和百货。菜市场内挂着的横幅也引人注目,有的写着“日子过得好,全靠吃得饱”,有的写着“菜蔬学浅,拒绝内卷”,既有京味儿的亲切感,又体现当下年轻人的情绪。

将情怀与潮流融合,新崇菜在场景上做了精心设计。新崇文门菜市场运营总负责人袁鸣介绍,改造升级后的菜市场,开在了购物中心里。“老崇菜关闭后,周边很多居民仍然有买菜的需求,我们便做了升级改造,用现代设计把传统的老字号重新包装,让菜市场变得既有趣又舒适,目标是打造‘15分钟便民服务圈’。我们设想的客群不仅是那些爱逛传统菜市场的中老年人,还包括在周边工作的年轻白领。购物中心挨着崇文门地铁站,交通方便,更有利于达到客群叠加的效果。”袁鸣说。

除了优化环境布局外,新崇菜在品质内容上也更加用心。市场里不仅有六必居、稻香村这样的传统老字号,更有像来一葫这样年轻人喜爱的养生饮品牌。开业之前,新崇菜运营方专

门做了调查,了解周围居民的口味和需求。“我们到周边多个社区调研,采纳了居民的建议,让老字号回归,也邀请新品牌入驻。”袁鸣表示。

新崇菜承载了不少周边的烟火气,让更多人愿意回归线下消费,助力实体经济更好地发展。“新崇菜开业后,购物中心的客流量增长约50%,销售额增长约40%。”袁鸣告诉记者,“其实‘高级感’与‘烟火气’并不冲突,菜市场作为基础业态,创新归根结底是为了更好地服务民生,接下来我们还会继续在商品质量、商户赋能、社区活力上下功夫。”

数据

62.7%受访青年 建议增设美食加工区

日前,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对**1337名**青年进行的一项调查显示,**89.9%**的受访青年旅游时喜欢逛当地的菜市场,其中**46.3%**的受访青年表示是“必打卡项”。旅行爱上逛菜市场,**60.5%**的受访青年表示独特的生活气息能带来旅行新鲜感,**52.5%**的受访青年表示能感受原汁原味的市井风情与人文,**28.4%**的受访青年则是为了品尝当地限定的特色食材与地道美食。

让旅行中有更好的逛菜市场体验,受访者期待增加哪些消费场景?**68.7%**的受访青年期待结合数字技术提供导览服务,如美食地图、摊主故事;**62.7%**的受访青年建议增设美食加工区,即买即烹可提供就餐位;**47.7%**的受访青年期待融入文创市集;**44.1%**的受访青年期待引入文化艺术、教育业态,打造社区第三空间。

海都锐评

多些“先锋”市场 广传闽韵闽味

当“逛菜市场”成为年轻人旅行打卡的新风尚,这股追寻“烟火气”与“生活肌理”的消费新潮,为城市更新与消费提振打开了新的思路。福建坐拥深厚的饮食文化与独特的市井风情,更应顺势而为,打造一批如福州先锋农贸市场般既葆有地域特色又吸引年轻群体的“网红”市集,让闽韵闽味在烟火升腾中广传四方。

福建打造特色菜市场,底蕴深厚,优势独具。从福州的鱼丸、肉燕,到厦门的海鲜、沙茶面,再到闽南的各式糕粿、药膳食材,每一地都有引以为傲的“古早味”和饮食名片。我们需要的,不是简单的复制照搬,而是将这份独特的在地文化进行创造性转化。试想,在改造后的菜市场里,不仅能买到最新鲜地道的食材,还能在融合了骑楼、土楼、闽南古厝等建筑元素的舒适环境中,现场品尝一碗热气腾腾的福州锅边糊,或是一杯融合了闽南元素的创意茶饮,耳边或许还能传来软糯的闽南唱段或南音表演。这样的菜市场,已超越单纯的买卖场所,成为一个可逛、可品、可感的微型地方文化展览馆。

吸引年轻人,更要懂年轻人的“便利需求”与“情绪价值”。我们应鼓励和支持各地对传统菜市场进行“一市场一策”的个性化改造。一方面,要硬件软件齐升级,引入智慧管理系统,提升卫生与环境标准,鼓励年轻创客、老字号和新潮品牌共同入驻,形成业态互补。另一方面,要深度挖掘并植入地方文化基因,以艺术装置、文创产品的形式点缀其间,使市民和游客在购物之余,能沉浸式体验福建独有的文化魅力。

让“烟火气”对接“时尚感”,让“菜篮子”焕发“新生机”。多打造一些像先锋市场这样既能留住城市记忆、服务社区居民,又能吸引年轻人打卡、激发消费新活力的特色菜市场,不仅是促进消费的有效途径,更是传承“闽都”文化、提升城市品位的有力举措。

(一醉)