

打造“生鲜+体验+新零售”的全新业态组合,满足和丰富市民多样化购物体验,以改造提升为契机加快转型——

农贸市场改造:“烟火气”如何升腾“时尚味”

□青岛日报/观海新闻记者 吴帅 文/图

青岛农贸市场整体水平大幅提升

目前,青岛在册农贸市场(含农产品批发市场)117处,总面积205.9万平方米。从建设年代来看,20世纪80年代建设的农贸市场27处,20世纪90年代建设的农贸市场11处,2000年至2010年期间建设的农贸市场24处,2010年后建设的农贸市场55处。

近年来,在政府推动下,一些传统农贸市场开始寻求变革,掀起了“爆改”热潮,朝着高颜值与智慧化方向发展。仅在2021年和2022年,市区两级财政投入资金5000余万元,撬动市场投资1.2亿元,新建和升级改造农贸市场23处,改造面积近10万平方米,市场整体水平较之前有了大幅提升,客流量也随之大增。

《青岛市农贸市场专项规划(2021-2035年)》提出推广集农贸市场与时尚商业、文体休闲等功能于一体的邻里中心模式,提供“一站式”服务;打造青岛市特色海鲜专业市场、滨海渔人码头海鲜市场,形成青岛旅游新型网红打卡地。

人们常说,了解一座城市最快的方法就是去逛逛当地的农贸市场。而在传统认知里,农贸市场的核心消费群体往往以中老年人为主,尤其是面对线下便民菜店、果蔬超市、线上电商平台、社区团购等日益激烈的竞争,传统农贸市场受到了真真切切的冲击。

不过近两年,在青岛众多农贸市场如织的人流中,年轻人的身影逐渐多起来,尤其是团岛农贸市场、浮山所农贸市场等竟成了年轻人热衷的“反emo”打卡热门地,一跃成为城市新晋“网红”。

貌似已从年轻人的日常中“淡去”的农贸市场缘何重回年轻人的视野?为何“网红”农贸市场不断涌现?

环境之变: 更新改造让市场有“颜”有“智”

随着二楼副食品日用品交易厅改造项目完工,这座建于1992年的市内农批市场——青岛抚顺路批发市场再次焕发出新的生机与活力。

“这里变化太大了,简直是脱胎换骨。”在市场经营了20多年冷冻品的摊主王雪难掩喜悦,“以前这里环境拥挤,顾客购物体验不好,业户也觉得憋屈。现在店铺面积扩大、环境变美了,市场里还装上了空调,就跟超市一样,我们卖货不用遭罪,顾客逛着也舒服。”

宽敞明亮的通道,整洁有序的摊位,扑面而来的凉气……二楼交易大厅呈现出流畅的动线、自在的空间感,给人耳目一新的舒适购物体验,即便在工作日也是人头攒动。

“二楼重新开业这才不到一个月的时间,客流增长了三成以上,尤其是年轻顾客群体明显多了起来。”抚顺路批发市场总经理助理孙圣告诉记者,近几年来,市场分批次实施了多次硬件设施“自我升级”,2018年建成可提供500个停车位的空中停车场,又陆续投资7000余万元,先后改造了一层蔬菜交易厅、干调厅、果品市场,负一层生肉厅、水产厅和大冷库等,市场消费环境和经营环境得到极大改善,客流量增长了30%—50%。

经营了30多年的农批市场何以开启升级改造之路?孙圣坦言,随着居民生活水平的提高,人们对购物环境的要求也越来越高。尤其对于年轻群体来说,他们更加追求时尚、舒适和便捷的购物体验,农贸市场必须主动求变,才能更好适应时代发展要求。

市市场监管局农贸市场处负责人表示,农贸市场承载了很多人的感情和记忆,几十年来经历了由露天到市内、由自发改向规范、由初级向高端的变迁。目前,青岛在册农贸市场(含农产品批发市场)117处,总面积205.9万平方米。从建设年代来看,20世纪80年代建设的农贸市场27处,20世纪90年代建设的农贸市场11处,2000年至2010年期间建设的农贸市场24处,2010年后建设的农贸市场55处。

在电商普及和各种社区生鲜零售模式不断完善的当下,传统农贸市场面临的竞争愈发激烈。为了顺应年轻群体的喜好,同时留住老年顾客群体,近年来,在政府推动下,一些传统农贸市场开始寻求变革,掀起了“爆改”热潮,朝着高颜值与智慧化方向发展。仅在2021年和2022年,市区两级财政投入资金5000余万元,撬动市场投资1.2亿元,新建和升级改造农贸市场23处,改造面积近10万平方米,解决了困扰市场多年的脏乱差“顽疾”,市场整体水平较之前有了大幅提升,客流量也随之大增。

近年来,青岛积极探索农贸市场新的发展可能性,升级改造则是实现现代化转型的模式之一。农贸市场的升级改造不仅仅停留在改善环境上,还使用了高科技手段。崂山区欢乐大家庭就是在这波变革中首家完成升级改造的农贸市场,不仅优化了购物环境,还植入了数字化“大脑”,安装智慧农贸工程,增加了数据共享、商品溯源管理、非正常价格监控、索证索票、计量监管等功能。作为曾经的“老大难”市场,西海岸新区武夷山农贸市场去年投资4000余万元实现整体搬迁,引进了智能溯源电子秤,让消费者买菜买得明明白白。



模式之变:“新业态”成就网红农贸市场

在过去,农贸市场作为一个农产品流通的民生场所,功能相对单一。面对消费者多元化、个性化需求的不断涌现,一种崭新而时尚的消费场域,正在从农贸市场形成。

团岛农贸市场在去年夏天开始“火”了起来。外地游客或是本地食客在市场买了海鲜,再去市场小吃街加工海鲜,吃海鲜成为一种既经济又实惠的时尚消费模式。由于海鲜加工业务太火爆,许多商家选择在暑期改变原先的主业,全部投入海鲜加工业务。

在团岛农贸市场逛上一圈,摊贩自发推出的系列网红标语和打卡地标牌格外引人注目,不时能遇到专门来打卡的年轻游客。团岛农贸市场有关负责人介绍,餐饮区域设计之初是为了满足周边居民和商户的用餐需求,伴随着越来越多游客到农贸市场打卡,餐饮区域在暑期成为整个市场最“火”的地方。

除了团岛农贸市场,这股“打卡菜市场”的风潮同样刮到了浮山所农贸市场、埠西市场等各大农贸市场,到农贸市场消费游玩的年轻人逐渐增多,市场里的一些特色店铺成为网红博主和大批年轻人的“旅游目的地”。

浮山所农贸市场也看准了海鲜加工模式的巨大商机,在去年改造时特意在紧邻着海鲜区的位置开辟出约2000平方米的餐饮区,商家平时各自经营烧烤、火锅等品类,也承接海鲜来料加工业

务,在这里可实现买海鲜、吃海鲜“一站式”服务。“这种现场加工制作的模式不仅可以让游客吃到最地道的青岛海鲜,价格也很实惠,因此受到消费者的欢迎。”浮山所农贸市场负责人齐鲁介绍。

在一些市场管理者看来,很多新改造后迭代升级的农贸市场,卫生状况、基础配套和管理理念等都得到大幅提升,增添了更多新业态,并加入了社交功能和文化属性,成为集生活、消费、娱乐等多功能于一体的综合性场所,打造“生鲜+体验+新零售”的全新业态组合,供给端的这一新变化是让年轻人“重返”农贸市场的一个重要原因。

“为了吸引年轻人,我们增强了农贸市场的时尚元素和社交属性,就餐区专门配备了舞台和电子大屏,可唱歌可跳舞,周末和节假日还有乐队演出。”齐鲁介绍,他们把品牌运营理念融入传统农贸市场管理,将农贸市场、农历大集、夜市小吃、地下停车场等多种功能叠加,让浮山所农贸市场不局限于农贸市场,成为一个能够体现城市文化的场所。

原本以批发为主、兼营零售的抚顺路批发市场经营范围十分广泛,在今年的改造更新中也“费尽心思”,以“城市中央厨房”为新定位,打造市内餐饮、伙食团的批发、配货“一站式采购”平台服务商。为了吸引年轻人,还特意引进了15家新业态商户,满足和丰富市民多样化购物体验。

理念之变:新社交媒体带火传统农贸市场

680个摊位、190个网点、1200多个停车位,生鲜农产品、网红餐饮、服饰家具、日用五金、棋牌娱乐、健身等各种业态应有尽有……这里便是青岛最大的农贸市场埠西农贸市场,也是深度游爱好者的热门“打卡地”。

“我们也是在手机上刷到埠西农贸市场才过来玩的。这里太大了,只有想不到,没有买不到。”湖南女孩孙菁菁告诉记者,到一个陌生的城市,她很喜欢去逛农贸市场,除了可以沉浸式感受当地人的生活,还能用比较便宜的价格吃到最有地方特色的食物,还可以顺便买些土特产作为“伴手礼”送给亲朋好友。

在一些新媒体平台上,当记者输入“青岛农贸市场”等关键词后,便会涌现出“青岛农贸市场攻略”“青岛第一好逛农贸市场”等内容。有美食博主探营海鲜档口、人气美食店,也有普通市民、外地游客打卡特色农贸市场,视频、图文后的跟评非常热闹,烟火气扑面而来……

不可否认的是,更多年轻人走进农贸市场离不开现代社交媒体平台的助推。微信、抖音、小红书等新媒体是年轻人获取信息的主要渠道,市场管理方和摊主主动求变,开辟线上渠道,通过网上直播等形式扩大产品以及市场的知名度。

《舌尖上的中国》总导演陈晓卿说过:“一座城市最吸引我的,从来不是历史名胜或者商业中心,而是菜市场。”年轻人热衷于“菜市场游”,离不开蕴藏其中的烟火气、人情味。农贸市场的硬件越来越现代化、业态越来越丰富,但属于农贸市场那

迷人的“人间烟火气”始终未曾改变,这也成为农贸市场最核心的竞争力。

“在农贸市场,人的感官是被打开的,你会听到你来我往的还价声、看到鲜活美味的奇异蔬果、闻到独属于农贸市场的味道,还有小吃摊唤起你的味蕾,治愈着来到这里的每一个人。”“95后”姑娘谭晓君坦言她爱逛农贸市场的原因,除环境升级、功能多元之外,最吸引她打卡农贸市场的,是农贸市场所代表的平价与新鲜,以及浓浓的生活气息。

同时,农贸市场不仅是一个购物的场所,更应当成为具备社交功能的空间。在当代城市生活中,农贸市场能够扮演一个桥梁角色,通过营造温馨亲切的社区氛围,增强居民间的互动与联系。因此,需结合功能布局与周边居民的需求,构建起以农贸市场为核心的全新社区生态圈,实现从简单买卖到生活方式重塑的转变。

农贸市场的未来还会有无限可能。《青岛市农贸市场专项规划(2021-2035年)》对此亦有布局。譬如,提出推广集农贸市场与时尚商业、文体休闲等功能于一体的邻里中心模式,提供“一站式”服务,满足居民多元生活需求;传承滨海文化,推广青岛滨海旅游与农贸市场相结合的时尚消费模式,高标准建设农贸市场海鲜水产专区;充分结合现有渔业码头及游艇码头规划,融合海鲜市场、海鲜美食体验、滨海旅游休闲等功能,打造青岛市特色海鲜专业市场、滨海渔人码头海鲜市场,形成青岛旅游新型网红打卡地。



▲埠西农贸市场人来人往。

◀旅游旺季,浮山所农贸市场海鲜加工区人头攒动。

▼抚顺路批发市场二楼改造后焕然一新。



记者手记

“一碗人间烟火”生动起来

吴帅

“四方食事,不过一碗人间烟火。”农贸市场事关老百姓的“菜篮子”“米袋子”“果盘子”,是一座城市最具烟火气、最显人情味的地方。

一直以来,青岛不仅把农贸市场作为民生工程来抓,更作为展示青岛城市建设的“窗口”和“名片”来打造,在农贸市场建设发展方面持续发力。

2017年至2020年,连续四年开展星级农贸市场创建活动;2021年至2022年,组织开展大规模农贸市场升级改造活动;2022年至2023年,连续组织开展规范化农贸市场创建活动……在政府推动下,青岛农贸市场不断提档升级,在管理制度、设施设备、经营秩序、环境卫生、食品安全、安全生产等方面有了大幅提升,越来越多规范化、智慧化、便民化、特色化、高品质的农贸市场出现在市民“家门口”。

颜值高且更智慧的网红农贸市场近年来也在全国各地不断涌现,较为出名的包括上海的乌中市集、苏州的双塔市集、南京的科巷新市集、广州的东山肉菜市场等,他们希望通过年轻化、市场化的改变,夺回“买菜社交”的话语权。但一些农贸市场“爆红”之后也逐渐显现出一些相似的困境:短暂的人潮涌动营造了热闹场景,而随着网红效应消退,市场便容易重归平静,实际营业额增长不多。

业内人士表示,网红农贸市场若要保持高人气与活跃度,关键在于供应品质优良且价格合理的商品,或者是独具特色、不同于常规市场的差异化产品,以此吸引顾客。

实际上,农贸市场连接的不仅是居民群体,还有与之共生的周边小商业系统,比如小吃店、小卖部等。市场的发展与改造不仅限于农贸、生鲜的交易功能,而且要注重农贸市场对社区生活文化与情感的承载功能,从消费到服务,从农贸到休闲,被社区接纳、受消费者喜欢的农贸市场,一定是与时俱进的充满现代气息的农贸市场。



■康定路农贸市场海鲜区人头攒动。