

# “我在上海赶大集”成为新消费现象,市集的内容转向“小而精”的垂类深耕 “沪派市集”是如何化流量为含金量的

## 焦点

本报记者 牛益彤 杜晨薇

随着互联网短视频的广泛传播,“赶大集”这种北方市井商业形态逐渐进入全国人民的视野,就连上海市场也逐渐养成了一拨“赶集爱好者”。

在社交平台上,常有人分享在上海“赶集”的体验,不同的是,上海的“集”并不是东北大集那种根植于民生活的“烟火集”,而是不知从什么时候起逐渐流行于各大商圈的主题市集。

有一段时间,这些市集的“噱头”大于“内涵”,“热闹”多于“实惠”。也有消费者吐槽,市集千篇一律,昙花一现,就是一些小商小贩的集合。不过就在这两年,市集之于上海开始有了自己特别的释义。去年底,一场题为“汉堡节”的商圈“大集”点燃了申城消费者的好奇心,人流量一度打破商场开业8年来的纪录。今天的市集已成为一种“不容小觑”的商业形态,“我在上海赶大集”正成为各大商圈追逐的消费现象。

马年春节在即,新一轮市集即将密集登场,记者与几位资深的商业运营者聊了聊,他们用数据和实例揭示了“沪派市集”的真实魅力。



去年冬在上海万象城举办的“汉堡节”单日客流突破20万人次,成为一场现象级的市集。



去年,在前滩公园巷举办的“前滩咖啡甜品节”(左)和“膨胀面包节”市集(右),均吸引了大量消费者打卡。

均 资料图片

### 预算向市集板块倾斜

走进现在的商场,你或许已经留意到一种变化:那些曾经占据中庭、精致却安静的巨型美陈越来越少;取而代之的,是人声鼎沸、活色生香的市集。

多个商场的市场部负责人透露,他们正将大量营销预算,从传统美陈、静态展览,果断地转向更具互动性的市集活动。“以前市场部的工作中,活动类预算更多会拨给传统活动,比如美陈打卡、小型演出等。”陆家嘴商业经营管理有限公司副总经理、前滩公园巷项目负责人叶臻菁说,“但现在,我们把市场运营的关注点放在市集上,将传统活动的预算和人力倾斜给市集板块。”

传统意义上,商场都要做一些展示。有些新店开业,也要邀请一些演出团队,甚至是邀请明星路演。“不过,现在的消费者不像以前,有个表演就愿意驻足观看。他们更希望参与、社交、体验,于是市集恰逢其时地出现了。”叶臻菁说。

在位于闵行区的上海万象城,“预算转移”有量化的体现。商场推广部门负责人透露,用于市集等互动内容的预算比重,已从过去的接近10%,大幅提升到30%到40%。“因为在相同投入下,市集带来的客流和营业额增长非常明显。”

据叶臻菁介绍,前滩公园巷的常规小型市集,基本都能带动周边街区客流提升,给配套餐饮商户也带来了营收的增长;规模稍大的主题市集,比如2025年末的“巧克力盛典”,作为沪上首个巧克力主题节日市集,4天内就实现单场活动平均客流环比提升71%,带动整个前滩滨江商圈的餐饮、零售等业态销售额同比大幅增长;而结合上海城市花展举办的“前滩花集”,还吸引了大量跨区客流,活动期间客流增长超过100%。更重要的是,这些客流有效转化成了销售额。“客流增长100%时,销售额增长基本也能达到80%到100%。”

叶臻菁还发现,甜品、咖啡这类“点餐型”消费的市集,与商圈内正餐商户的互补性更好。人们逛完市集、尝尝小吃后,往往会顺势走进餐厅坐下来吃顿正餐,这种“市集引流,场内消费”的

模式,正是公园巷想要实现的良性循环。

真正引爆行业话题的,是上海万象城的“汉堡节”。去年冬天,这场由拥有500万粉丝的汉堡测评博主“小李有点饿”主办的垂类市集,汇集了全国40家汉堡品牌,其中包括来自北京的“京味汉堡”、广州的“粤式脆堡”、成都的“辣卤汉堡”等特色品牌,连续举办了12天。现场热气腾腾,汉堡的焦香在中庭弥漫,排队的人群从摊位前一直延伸到商场主通道,手机闪光灯此起彼伏,不少人举着刚买到的汉堡,或站或坐,边吃边聊,烟火气十足。活动期间,商场客流同比增长213%,一举突破了开业8年来的单日客流最高纪录。

“这是我们第一次突破开业时的纪录。”上海万象城推广负责人说,“单日就突破了20万人次。”更关键的是,流量转化成了惊人的消费:场内餐饮品牌业绩平均增长约50%,零售等其他品牌销售额增长也有近30%。

### 市集独有的招商价值

既然人们是来吃汉堡的,怎么还会到商场

里的餐饮店消费?起初,上海万象城的许多商家也有这样的担心。“但实际运营下来我们发现,还是有许多客人在来凑个热闹以后进商场吃正餐,即便以汉堡为主,也要到旁边其他小店配个咖啡、奶茶。”上海万象城推广负责人说。

为了进一步拉动消费,商场和商家还共同设计了“票根经济”玩法:凭市集消费凭证,可兑换场内多家餐饮品牌的专属折扣。总之,当市集流量足够大时,溢出效应远大于分流效应。

仅仅是等待市集来临时喝一杯羹,并不是商家聪明的做法。记者了解到,目前一些商家开始以“摊主”的姿态,主动参与到商场的运营中。叶臻菁介绍,目前大多数市集的摊位,都是3米x3米的尺寸。不要小看这小小的空间,“卖什么样的产品、什么产品是爆品,实际上是要对市集的逛街人群有一个深入研究的。并不是每个能开好店铺的商业品牌,都能做好摊主”。

她举例,一家主打正餐的品牌,若想在市集立足,就必须跳出常规思维,专门开发适配场景的单品,“比如‘迷你汉堡’、小分量的小吃,让顾客能边走边吃、尝试多家。因为他要兼

顾逛街的需求,一次希望能体验很多类型的小分量单品”。

9平方米的空间,陈列更是一门学问。标识的摆放高度、海报的视觉冲击力、食材与成品的展示方式,每一个细节都直接影响着营业额。在叶臻菁的观察中,集市里的赢家也有着鲜明特征:“做得好的品牌,也未必是一些大的连锁品牌,反而是一些更懂年轻消费者和社交媒体传播的‘网红品牌’”。

除了赋能现有商户,市集更成为商场尤其是新兴商圈商场成本极低的“招商前哨”。一位浦东商业体的负责人告诉记者,不少扎根浦西“梧桐区”的精致消费品牌,对浦东存在天然的认知盲区,“他们可能认为浦东没有这种小吃文化、精致消费文化,不愿意来开店”。

而市集,恰好提供了一个低成本的接触场景:品牌方无需承担高额租金和装修成本,只需摆一个小小的摊位,就能亲身体验区域的人流质量、消费潜力和在地文化。一场成功的市集体验,甚至能直接“催熟”一个品牌的开店决定。杭州著名的富春集团旗下品牌,就是最典型的案例。品牌最初通过参加前滩的国庆主题美食节试水,现

### 不到4个月932户居民100%签约

(上接第1版)这时,张殿凤站出来:“如果你们都不愿意,我出来吧!”姐弟异口同声地表示“这怎么好意思”,最终分摊了手续费。

“甘陵小区征收项目一头连着城市更新,一头连着932户群众生活。”张殿凤说,“这100多个日日夜夜,让我对‘以人为本’的认识更加深刻,也对基层治理的复杂性有了更具象的认知。这种能啃硬骨头的韧劲,将是我今后工作中的宝贵财富。”

### “一把尺子量到底”

“居民其实最在意的是公平。”普陀区第二征收事务所总经理林志勇坦言。

这种心态在成套与非成套住户混居的甘陵小区尤为明显。同样面积的房子,因建筑类型、历史改造情况不同,适用不同系数,由此造成了补偿款的差异。部分非成套住户最初心理落差很大。

甘陵路街道副主任、群众工作第二小组组长姜潇斐记得,张奎当初就在她的面前拍过桌子。

由于历史原因,张奎家的房屋被认定为非成套住房,眼见同样面积的成套住房补偿款高出不少,他的心里曾经“很郁闷,想不通”。

为此,街道干部、经办人反复上门,为他算清政策账、市场账、家庭账。姜潇斐告诉他:“政策对每个人都是公平的,最终是为了改善生活。按照现在的货币补偿标准,你们家里可以拿到400多万元的补偿款,能在附近买一套60多平方米的两室一厅二手房,不仅面积增加了40多平方米,还能存下一些作为养老金,外孙还是可以住在这里上学。”

“我想想也是,如果错过这样的机会,以后就没有了!”张奎想通后,身为组组长的他不仅自己签约,还做起其他邻居的思想工作。在他的带动下,一大批居民主动签约。

居民观念的转变,也是重要一环。年过八旬的居民朱老,去年查出胃癌入院。老人起初坚持旧观念,认为“拖到最后总会多给点”,始终不肯签约。

工作组没有放弃,先后6次带着水果前往医院探望朱老,不谈签约只关心病情。“你们一次次来看我,政策也是公开透明的,我也不好意思了。”最终,朱老签下了协议。工作组还主动协助其家庭办理补偿款支付方式变更,避免遗产继承带来的额外损失。

“我们坚持‘一把尺子量到底’。”甘陵路街道办事处主任李玮表示,“甘陵小区征收补偿标准透明,所有居民房屋补偿信息都可以通过电子屏公开查询。居民看到真的没人搞特殊,心里也就踏实了。”

### 一张“房票”暖民心

“我的膝盖受过伤,知道这次征收每天走路不会少于一万步,提前做了个小程序,在腿内安装了支架。”志丹居委会主任叶闻说。

起先,这位居委干部完全没提自己的腿伤,直到记者发现她走路有些不便,问起,她才平静地告知。这就是甘陵小区征收工作背后,一位平凡的工作者发自内心的举动。

征收不仅是数字与协议,更是人心工程。

独居的李莉(化名)阿姨性格敏感,签约时握着的笔一个小时也落不下去。她身体不好,此前叶闻曾多次带她到医院看病,帮她送饭送菜。她害怕,签约后搬走就“没人管了”。

为此,叶闻和甘陵路街道干部上门不下30次,有时去家里,有时去她常吃饭的社区食堂“偶遇”,最终以耐心和真心换来了她的

信任。

“我们不仅要签约,还要负责安置,要让他们平稳过渡到新生活。”姜潇斐表示,许多工作人员都成为了居民的“政策顾问”“租房中介”,甚至“搬家帮手”。

针对85岁以上老人租房难的问题,街道联动辖区内9家养老机构,提供短期过渡居住;对于大病、重残、低保家庭,工作人员主动对接民政、人社部门,厘清征收补偿与民生保障政策界限,打消居民“拿补偿款就去低保”的顾虑;面对无亲人依靠的独居老人,居委干部始终关心照顾,以多年的感情积累,化解其对未来生活的担忧。

尤其值得一提的是,这也是普陀区首次在征收地块中试点“房票奖励”,甘陵小区由此成为上海中心城区率先试行“房票奖励”机制的旧改征收项目之一。

按照普陀区“房票奖励”政策,被征收居民在选择货币补偿后,若购买本区居住产权房房,按被征收住房房屋建筑面积给予每平方米1000元的“房票奖励”,不足5万元的,按5万元计。

记者了解到,包括张奎等将在普陀区购房的居民,均可额外享受5万元的房票奖励。这个举措更提升了被征收居民在普陀区购房的意愿。

随着二轮签约完成,甘陵小区居民的生活新图景也徐徐展开。近日,居民正在陆续搬家。普陀区相关部门负责人表示,甘陵小区的探索为全市同类非成套住房改造积累了宝贵经验。“成本可控、群众受益、社会平稳——这条路走通了,未来就有更多老旧小区可以通过城市更新获得新生。”

甘陵小区征收成功的背后,是“情理法”交融的群众智慧,是“公平公正”的坚定底线,更是“以人民为中心”发展思想的生动实践。

### 更好为国家试制度测压力探新路

(上接第1版)聚力服务构建新发展格局,更大力度提振消费,着力扩大有效投资,全力稳外贸稳外资,让内需成为经济发展的主动力,进一步强化上海在国内大循环中的中心节点作用和在国内国际双循环中的战略链接作用。聚力实施高水平改革开放,坚持以国家重大战略任务为牵引,发挥重点区域改

革开放试验田作用,更好地为国家试制度、测压力、探新路。聚力推进现代化人民城市建设,切实加大保障和改善民生力度,深入实施城市更新行动,加快建设美丽上海,提高城市安全韧性水平。要全力以赴抓好今年经济社会发展各项工作,推动“十五五”开好局、起好步。

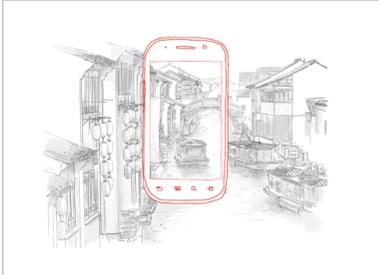
### 确保“十五五”开局年实现“开门红”

(上接第1版)要增强产业韧性,促进权重行业、新兴产业、承压行业共同发力,为全市经济多作贡献。要提升制度质效,强化要素保障、政策保障、机制保障,更好稳预期、强信心,持续提升工作的科学性、精准性、有效性。市区领导要加强重点企业走访服务,上门送政策、送服务、送关怀,积极协调解决制约企业发展瓶颈问题,及时掌握企业投资经营动态,支持吸引各类企业扎根上海、发展壮大。

改善民生福祉,提供优质公共服务,构建便捷内外交通,厚植生态绿色优势,尤其要为青年人打造宜居宜业环境,满足市民对美好生活的更高需求。

会议原则同意《上海市关于进一步强化食品安全链条监管的若干措施》并指出,要切实构建“源头可溯、过程可控、风险可防、责任可究”的监管闭环,聚焦生产环节,严防源头风险,坚决把好食品安全初始关。聚焦流通环节,加强过程监管,堵塞管理漏洞,创新运用智慧化监管手段,聚焦复杂场景,着力加强跨部门、跨区域监管衔接,构建全链条、无死角的流通风险防控责任网。聚焦消费环节,加大对餐饮单位特别是校园食堂、养老机构食堂等重点场所抽查抽检力度,创新开展公众监督活动,切实保障食品安全。

会议还研究了其他事项。



### 美景不止于方寸之间

回归自然生活·拥有健康人生

中宣部宣教局 中国文明网