

上海灘 上海攤

年輕人 潮天地

扎堆賣創意商品 吸睛又吸金



掃碼睇片



◆上海地攤消費升級，購買力正逐步變強。



◆市井氣息成為地攤消費的重要特徵。



◆攤主 Kevin 的攤位上都是他設計製作的飾品和皮具。



◆攤主尼尼身後是他製作的手工香氛和各類植物標本。



◆插畫衛衣包包的攤主稱不開網店只擺攤做線下。

地攤經濟

上海灘又有上海「攤」了，這是目前上海前社交媒體上人們熱議的話題。近日，隨着上海發文允許攤販可合法擺攤，意味着上海不再全面禁止「路邊攤」，這使得擺地攤又重燃熱度。

香港文匯報記者走訪發現，現在的地攤大都以新型模式——市集的形式出現，各路年輕人扎堆擺攤，將各自創新商品帶來售賣，憑借接地氣的購物體驗和熱鬧市井氣息烘托，使得地攤的購買力正逐步變強，擺攤者獲取真金白銀的機會亦越來越多。

◆文/圖：香港文匯報記者 孔雲瓊 上海報道



◆消費者對地攤的氛圍、購物距離感滿意。

9月22日，上海發布20年來首次進行全面修改的新版《上海市市容環境衛生管理條例》。新版《條例》明確，綜合考慮市容環境衛生、交通安全、公共安全、消費需求等因素，區人民政府、鄉鎮人民政府可以劃定一定的公共區域用於從事設攤經營、銷售自產農副產品等經營活動。規定自今年12月1日起實施。實際上，上海地攤經濟已經運行了一段時間。近來，上海不少商場或相關部門都會在某些時間段、某些路段上，組織一些市集。市集上的攤位是在傳統地攤基礎上升級而來，這裏有着整齊的規劃，還有商家和相關政府部門的政策扶持，更重要的是這裏的商品不再是廉價低端的貨品，更多的是匠心獨運的手工藝品或網上無貨、僅此一家的特色商品。

日租300元 年輕人容易負擔

秋日的一個周末晚上，記者沿着蘇州河畔步行，走過一座橋樑時，橋下一條平日裏的人行通道正燈火通明並延伸數百米遠。原來這是上海新晉網紅打卡地標——天安千樹商場的周末夜市。記者剛走進夜市，入眼的第一家攤位就極具特色，攤主Kevin和他的好友一起在此擺攤，兩人都是從事藝術設計相關工作，其好友還是上海非遺傳承人。「我們出售的主要是手工藝品，有飾品、有皮具也有非遺作品，單幅作品最高價要數萬元（人民幣，下同），一個2.7米長度的攤位上商品總價值20多萬元。」Kevin和朋友的價值高昂，但相較之下，攤位費性價比極高。他告訴記者，「這裏攤位地段好，價格卻不高，300元一天的攤位費，我和朋友兩人每人只要承擔150元就可以。」Kevin喜歡在這裏擺攤，此處不僅是網紅打卡地，周邊還有大型居民區，相較實體店流量更大，一旦遇到幾個懂行的顧客可以後續展開合作或採購，擺攤更像是他拓展市場的一個渠道。

租用模式靈活 人流多銷量高

談及擺攤的優點，Kevin侃侃而談，「上海市區裏的實體店，好多年前一個10平米左右的店舖月租金就要9,000多元，這裏擺攤只要提前支付3天（周五至周日）的攤位費就可，非常靈活，不來就

不付，不用一個月那麼長跨度的交租金。」攤位雖小，但不乏銷量，Kevin表示此前擺攤生涯中，出攤不久就賣掉一件皮具賺2萬元。另外他還提供現場為人畫卡通肖像，一幅畫100元，遇到生意火爆的時候，一天售出40多幅畫不在話下。

再往裏走，一家擺滿香氛和植物標本的攤位吸引了記者的目光。攤主尼尼向記者表示，這裏所有的東西都是他手工製作而成，周末擺攤進行銷售。「現在的地攤賣的不再是什麼幾元錢的廉價貨了，更多的是創意商品和特色商品。」在尼尼經營的商品裏，有很多他自製的蠟燭香氛，裝在一個個椰殼裏，環保又可愛。還有一些形狀各異的植物種子，或是封裝在玻璃管子內或是鑲在畫框內，十分吸人眼球。「現在逛攤的人很多，剛過去的國慶節，這條路上大家摩肩接踵，高峰時期甚至人多地擠在一起快要走不動路。」尼尼表示擺攤不僅是他手工藝品的展示，更可以帶來實際收入，「最近的月利潤可以有3,000多元，擺攤的確是有收穫的。」要知道，尼尼參加的只是周末擺攤，每周五、六、日晚上出攤，一個月擺攤12天就可以獲得一份額外收入。類似尼尼的年輕人不在少數，他們平日裏有正式工作，但工作之餘就開始擺攤。縱觀小紅書、抖音等社交平台上，擺攤成為很多年輕人熱捧的副業，甚至不少會開車出來用後備箱來擺攤。

管理完善配套足 助創業者試水

另外，記者在採訪中了解到，擺攤的人群中不乏有正兒八經將擺攤視為主要營生的。在一個名為candle+的攤位上，一對香港年輕人表示來上海創業，選擇先以擺攤方式來試水當地市場。也有外貿工廠的人，通過擺攤去庫存的。基本上所有攤主均提及了現在擺攤可以明顯感受到組織方和當地相關部門對地攤經濟的支持。尼尼就拉着記者看他擺放貨物的箱子，「你看，現在出攤真的很便利，我只要準備好貨物和儲物箱，組織方提供免費的倉庫幫我們保管，不用每次出攤都大包小包的搬運貨物，直接去倉庫取貨就可。」還有攤主表示，推車、遮雨棚、照明燈具、電源都由組織方直接提供。每次出攤都是輕鬆上陣，收攤時僅帶着收入而歸即可，甚至還有人稱現在擺攤在工商審批方面也有便利。

品牌也練攤 「親民」又吸客

從傳統意義上來說，個體戶和地攤比較搭配，因為人們印象中擺攤吹噓賣貨的向來都是個體經營者。但有趣的是，隨着地攤經濟的興起，品牌們亦紛紛下場開始練攤，在商場裏它們是高高在上的知名大牌，但在路邊它們更顯接地氣的攤販，願用煙火氣來拉近和消費者的距離。

外灘風徑、安義夜巷、虹橋天地、天安千樹森林裏，在上海這些耳熟能詳的夜市地攤聚集地，背後都有着大型商場進行組織，因此商場裏不少品牌也會走出商場來到路邊擺攤。今年8月，外灘風徑曾舉辦過一場咖啡周活動，當時各路國內外知名的咖啡品牌，均以擺攤的方式呈現在消費者眼前，類似意大利咖啡PENINI、LAVAZZA等品牌悉數亮相，吸引消費者爭相排隊購買品嘗。另外，比利時白熊啤酒、美國網紅漢堡Shake Shack也出現在上述的夜市中以餐車形式擺攤。

地攤成趨勢 品牌深圳試水

品牌除了將上海夜市地攤作為試金石外，也在全國範圍進行嘗試。就在上海剛立法解禁路邊攤的那幾日，深圳福田的香格里拉酒店開始擺路邊攤賣早餐了，而且生意很好。類似這樣的擺攤品牌化趨勢，早在兩年前就出現了勢頭。據了解，早在2020年6月，包頭的香格里拉酒店就開始試水路邊攤了，重點還在於價格親民，10元一份炒麵或一碗皮蛋瘦肉粥，3元一顆茶葉蛋，買滿58



◆品牌咖啡也會擺攤攬攬顧客。

元還能減免停車費。那一年加入路邊攤大軍的還包括肯德基、麥當勞等國際品牌，這些品牌單憑一輛小推車、一個保溫箱、一名服務員，就可以將每天的營業額增添幾成。

推展全國 規模或達1500億

中投顧問此前發布《中國地攤經濟數據分析》顯示，若全國城鎮地區推廣「地攤經濟」可能增收約1,500億元，地攤的日營業額一般在100至800元之間，利潤率一般在30%到40%之間。另外，消費者對個體商家特質、購物氛圍和購物距離的滿意度相對較高，市井氣息成為地攤消費的重要特徵。前瞻產業研究院《2020年中國地攤經濟行業研究報告》顯示，在短期內，「地攤經濟」對於我國經濟從疫情復甦有重要作用；長期來看，「地攤經濟」將會是我國社會零售業的重要補充業態。

「擺地攤實現了當老闆的自由」

目前電商購物依然衝擊線下消費，這就使得受到疫情重創的實體店雪上加霜。不少規模小的實體店要麼就是在清倉轉讓，要麼就索性關門歇業。地攤經濟的出現，讓一些店主看到了機會，有人表示：「只要東西好，給我一個1米的攤位，我就可以養活自己。」

手作產品適合地攤出售

開過小店、和人合作過小型超市，怎麼搞騰實體店面都不賺錢的王義（化名），最終在擺攤裏找到了自己的歸宿。王義喜歡網上淘來一些老物件，經過創作加工後變成一件件有趣的文創作品，因為是手工製作，無法量產，因此之前開的小型禮品店並不能用他的商品完全填充，反而顯得店內空空落落。之後偶爾被朋友拉去擺攤，一個僅一米寬的攤位，上面但凡擺上幾件特色商品都格外顯眼，這就一下子打開了他的商品銷量。「今年暑假的時候，我報名了一個博物館的創意市集，做了一些和展覽主題相關的公仔，結果當天不到收攤，營業額就突破了4萬元，那天光賣貨就賣得我滿頭大汗啊。」王義表示，現在只要有主題較好的市集擺攤，他都會報名參加，因此他每天狀態不是在擺攤就是在擺攤路上。「我很喜歡擺攤，不僅能養活自己，還實現了自己當『老闆』的自由。」他笑稱儘管是經營着一個隨時會流動的攤位，但只要坐鎮攤位上，自

己就彷彿成為一家大店鋪的老闆，因為賺錢效應並不差。

幫線下消費從電商那裏扳回一局的還有千樹市集上一名賣插畫衛衣的攤主，這名攤主稱「商品只在線下出售，網上絕無」。記者開始抱着懷疑的態度，用手機找圖的方式想在各家網店上找出同類商品，結果連找若干件，真的發現網店上一件都沒有。「你不要以為開網店容易，現在線上開店都是條條框框的規矩，不像以前那麼容易了。」這名店主告訴記者，自己不開網店只擺攤，一來是網店門檻越來越高，二來他認為自己的商品更適合線下，能讓消費者親眼看過圖案、親手摸過衣料質量。

消費者厭倦線上銷售

其實隨着消費風潮再次向實體時代過渡，人們又開始青睞線下有體驗有互動的買賣。消費者吳小姐稱，在電商平台上搜索「韓系風衣」，可能連翻幾頁出來的都是千篇一律的款式，但在夜市攤位上，絕對不會找到一件重複的商品。

另外上述提到的攤主Kevin，看似在佛系擺攤，實則是個社交達人，有路過的消費者對他腰帶上的銀質扣頭感到興趣，他可以立刻解下腰帶給顧客講解這個扣頭如何設計，用了哪些金銀寶石，如何製作等細節，這樣輕鬆又隨意的消費體驗，正是線上銷售完全不能帶來的樂趣。