



放下手机走进市场 年轻人兴起 “Market Walk”

“没想到逛市场还能逛出这么多知识!”近日,市场达人李俊杰在广州市越秀区建设新村组织了一场市场导赏活动。在导赏员的指导下,组员们不仅在建设新村市场新街市附近找到了深埋地下的孖鱼岗涌的位置,还找到了建设新村第一批平房唯一的留存和唯一的预制件建筑,不禁发出阵阵惊叹。

事实上,李俊杰已经在广州市内组织了十几场肉菜市场导赏活动,场场爆满。新快报记者了解到,在生鲜电商30分钟送达、算法推荐精准投喂的今天,一股“逆潮流”正在年轻群体中悄然兴起:他们放下手机,走进传统菜市场,在讨价还价声和五颜六色的蔬果之间,来一场说走就走的“Market Walk”(市场漫步)。这股热潮背后,不仅是当代年轻人对真实生活的集体奔赴,更是关于自我疗愈、城市探索与文化寻根之旅。

■新快报记者 梁燕芬 谢源源

烟火治愈,在肉菜市场中寻找“活人感”

近日,新快报记者采访了8名年轻的逛市场达人,他们不约而同将“逛菜市场”看作减压、疗愈的方式之一。

作为一家文创工作室的主理人,“80后”资深导赏组织者李俊杰在过去一年做了一件在旁人看来有些“逆潮流”的事——他和小伙伴定期组织年轻人逛市场和做肉菜市场导赏。他认为,肉菜市场不仅是购物场所,更是社交中心和精神疗愈空间,逛市场是“心理按摩”,是算法推送和冷链包装永远无法替代的生命体验。

“年轻人很容易困于固定、忙碌的生活里,单位和家两点一线,每天重复。时间久了,会觉得有点悬浮,难以感觉到自己跟真实世界的链接。”1999年出生、中山大学毕业的菠萝包(化名),客观地指出了当代年轻人的精神困境。她将逛市场视为对抗“悬浮感”的良方——“一进去就能激活五感,让你锚定在当下”。

在菠萝包看来,这种“活人感”正是肉菜市场不可替代的情绪价值。在市场,不需要打扮体面,不需要精致的社

交面具,只需要花很少钱就能买到新鲜食材,这种“所见即所得”的踏实感,就像给心灵做了一次“马杀鸡”。

为了让更多人发现肉菜市场的魅力,菠萝包在沙园市场附近发起了一系列“体验式活动”,把菜市场变成“人类学工作坊”。

对于“90后”海南姑娘徐凯瑞而言,这种真实感体现为“所见即所得”的踏实——亲眼确认鱼虾的鲜活,亲手触摸带着泥土的蔬菜。“在超市买菜,东西都是格式化的,有一种被绑架的感觉。但在肉菜市场,我想买几块钱的葱都行。”

同样喜欢逛市场的“80后”媒体人紫苏(化名)说得更为直接:“肉菜市场有最真实的味道,以及最认真的日子。”作为一名常年出差的媒体人,无论是在国内还是国外,工作之余,她都必逛市场。

生于1989年的蔚贤从事文旅相关工作,作为“贪吃”且爱钻研厨艺的广州人,他偏爱在老城区的传统肉菜市场里穿梭,他亦把市场称为“都市治愈之



■米谷超级书菜市场藏身于这间文艺范的书店里。 梁燕芬/摄

所”。“压力大的时候去逛一逛,看到五颜六色的蔬菜、听到阿姨们讲价的声音,会觉得自己真实存在。这种充满烟火气的真实感,是线上买菜无法替代的。”他说。

“80后”谭家志则在逛市场过程中开启了自己的第二次人生。“数年前我遭遇职场变故,加上疫情,每天只能在家和菜市场两点一线地逛。”谭家志回忆称,正是在那段压抑的日子里,听着摊贩吆喝、看着邻里砍价,他逐渐找回了生活的节奏。2023年,他决定在沙园市场创业,卖起了鱼皮。

“守”还是“变”? 年轻人有话说

当“Market Walk”成为社交媒体的流量密码,肉菜市场的“网红化”改造浪潮也随之而来。但在这股热潮背后,几位受访者不约而同地表达了审慎态度。

徐凯瑞曾走访过多个被改造得光鲜亮丽、作为品牌营销场域的肉菜市场。“改造得很漂亮,但有些摊位卖的已经不是本地东西了。”徐凯瑞认为,虽然环境升级和营销活动在短期内吸引了众多年轻人,但如果年轻人不买菜、不做饭,只逛市场,这种热闹终究只是短暂的,无法真正留住客流。

“城市在发展,有些东西注定要转型。”蔚贤说,他不认为肉菜市场会消亡,但是“户外街市”会向“室内超市”模式发展。对于当下书店市集、文艺生鲜店等网红新业态悄然兴起,蔚贤表示,这类便捷又兼具文艺氛围的新业态适配商圈工作室、年轻上班族的消费需求,但是这种模式并没有普适性,在社区建立不大合适。

“网红来得快,去得也快。”李俊杰则直言,盲目打造“网红点”往往弊大于利:“硬件升级如果未征求商户意见,会导致租金上涨、成本增加,最终逼退原有商户甚至客流。”

作为菜市场从业者,谭家志的观察则更为具体。“肉菜市场改造升级不能只做表面功夫,环境干净整洁、性价比高是留住消费者的基础,盲目追求科技感、网红化,反而会令物价上升,失去肉菜市场原本的烟火气与亲民属性。”他直言,他害怕市场改造。在他看来,菜市场的未来不在于“讨好年轻人”,而在于守住那份“人间值得”的温情——无论时代如何变迁,总有人需要在这里,找到生活的踏实感。他计划在沙园市场附近开一家主打“长者饭堂”概念的小餐厅,用肉菜市场的食材做平价餐食,既服务社区,也为自己在菜市场的档口引流。“菜市场不该只卖菜,它可以是社区的情感纽带。”

展开“城市探索”和“文化寻根”的漫步

如今,“Market Walk”超越了单纯的采购行为,成为深度的城市探索,甚至是文化寻根。在徐凯瑞那里,“逛市场”就变成了“读懂一座城的速成班”。因为工作原因常驻北京的她,习惯在出差途中逛当地的肉菜市场。从宁波开海时最肥美的螃蟹到广州东山肉菜市场的菜心、丝瓜,她发现肉菜市场能最直观地告诉你“本地人在吃什么”。在她看来,肉菜市场是展示城市性格最直观的博物馆,每一处摊位都藏着当地居民的生活密码。

紫苏则将这种探索推向极致。出差结束,她放下工作包,骑自行车漫游城市,看到市场就下车。为了品尝最正宗的法国蜗牛,她从巴黎专程赶往里昂的保罗·博古斯市场;在曼谷西蒙蒙市场,她在榴莲飘香的季节感受“舌尖上的泰国”诞生地的热烈。

“菜市场是城市最真实的切面,这里方言最密集、摊主多为长者且态度亲切,未加工食材的价格与形态让人感到踏实。”网名为“书鱼”的广州西关女孩李淑瑜如此定义菜市场的“在地性”。

她曾设计过串联西关老市场与历史建筑的导赏路线,将市井生活与城市记忆巧妙串联。“我逛菜市场不只是为了买菜,更多时候是为了‘看’。”书鱼说。

李俊杰则从“传承断层”的忧虑出发,将买菜升维为“文化导赏”。他定期组织年轻人深入广州十数个菜市场,挖掘城区变迁历史与老广生活智慧。他说,组织导赏活动正是要重建文化传承。从肉菜市场出发,他带大家解读市场中的粤语歇后语场景,探讨广州市天河区从城郊变成CBD的沧海桑田。

170场直播里的“市场人文课”与“书菜共生”实验

当文化探索遇见商业创新,菜市场的边界正在被重新定义。

谭家志在广州沙园市场扎根创业后,从2025年至今一年时间里完成了约170场菜市场直播,以“主播导游”的身份带观众“云逛”沙园市场:从烧鹅档的热气腾腾到水产区的讨价还价,再到沙园市场周围的广州早茶文化。他设计的路线充满仪式感——周末一早,先饮早茶,再去逛乐峰广场,然后到沙园市场附近的餐厅吃顿地道午

饭,最后买上新鲜食材回家做晚饭。“我希望传递的是一种平凡的幸福。”谭家志说。

另一场具有颠覆性的实验发生在广州番禺西坊大院。2024年8月,米谷书店推出“超级书菜市场”,将“精神食粮”与身体食粮有机结合,打破传统书店与肉菜市场的边界。商务运营负责人姚琪介绍,书店围绕书店、生活、旅行、商务、心理、文创六大模块运营,采用主理人模式引入年轻人创业品

牌,并定期举办书友节、艺术疗愈节等活动。

新快报记者近日走访“米谷超级书菜市场”,发现现场环境既时尚又具文艺范儿。姚琪表示,“五一”假期,园区日均人流量高达3万,其中八九成是25岁至35岁的年轻消费者,书籍销售与蔬菜市场(含文创生活类产品)的销售额基本持平。

■米谷超级书菜市场借鉴了国内外市场的成功范例。 梁燕芬/摄

