

新快观察

市集里的青春模样

低门槛、强社交、多元主题……新模式成为年轻人微创业“试验田”

从北京路步行街的骑楼深巷,到车陂村废弃回收站改造的集市;从黄埔长洲岛的深井村,到越秀东山口洋楼下的广场,主题各异的“青春市集”正在广州这座城市迅速生长。它们,有着动听的名字——“青甜创市”“车陂拾光”“好朋友市集”“风物大集”……

这些门槛颇低的“逛吃市集”正成为广州年轻人最新的创业试验田。新快报记者采访了解到,这些市集摊位费低至免费,高不过100多元一天,“轻投入”让无数年轻人得以进行一场“可行性试验”。

在这里,我们看到了年轻人的迷茫与探索,看到了梦想与现实的碰撞,也看到了广州城市经济的韧性与包容。正如“98后”市集主理人海明所说:“从摆摊到创业的或许并不平坦,但年轻人有想法、敢行动、能坚持,本身就是一种成长。”

■统筹:新快报记者 梁燕芬

■采写:新快报记者 谢源源 金瑜 梁燕芬



■今年“五一”刚开业的车陂拾光集市。新快报记者 金瑜/摄



■“北斗九星”团队成员现场展示南池村杨桃咖啡特调的制作。受访者供图



■张先生在车陂拾光集市卖肉夹馍。受访者供图

零元至百元摊位费,低门槛吸引年轻人“练摊”

青甜创市、车陂拾光、好朋友市集、北京路风物大集、啡遇东山市集、荔湾夜茶文化嘉年华、鱼珠时光市集……近半年,一大批青春市集在广州接连出圈,覆盖老城商圈、城中村空地、滨江广场、特色村落、老旧厂房等多元场地,成为20—35岁年轻人休闲消费、轻创业首选阵地。

新快报记者走访发现,不同于

商场市集,这些青春市集摊位费普遍不高,零元至百余元摊位费,吸引不少年轻人“练摊”。如“青甜创市”探索“青创+青市集+青公益”融合模式,所有临时摊位由活动组织单位免费提供,展销所得收益归各团队所有,并参照公益捐赠惯例,采取“每卖出1件商品捐赠0.1元”的公益标准。此举既最大限度降低了青年创业者的参与成本,又支持了青年

创新创业和青少年公益事业发展。而今年4月18日至19日举行的“啡遇东山·Color Walk 市集”,同样采用免费入场模式。

位于天河区中山大道车陂雅景广场西侧的“拾光集市”今年5月1日开业,采用“公益+商业”的模式运行,半年期限内,集市摊位无须缴纳租金,除了一次性收取3000元摊位门头费和商户收款码费用,以及300

元管理、保洁费之外,其余按照营业额抽成,日均实际摊位投入约18元。

而位于黄埔长洲岛深井村的“好朋友市集”,收费采用“最低38元+自愿补给”的方式,希望让更多人可以没有负担地来尝试摆摊。体育西路一个集市召集人透露,市面上大多数市集摊位费在50至150元/天,包含场地与管理,“大学生、初创者都能承受。”

从“卖货”到“卖生活”,年轻人愿为用心买单

与传统夜市不同,广州近年来兴起的市集,有着极强的个性。

1998年出生的海明把“好朋友市集”做成一个线下青年社交场。这里没有叫卖声,只有轻松的交谈声。“一开始是我们工作室两周周年庆,想做一场朋友聚会,就用了市集的形式。”海明告诉记者,2023年底从泰国清迈归来,当地自然松弛、充满人情味的市集氛围给了她很大启发。

不同于商场市集、景区市集追求人流量与销售额,“好朋友市集”主打二手闲置、原创手作与内容共创,更像是一个“线下青年充电站”。每场仅开放20多个摊位,每次却有六七十人报名。“我们更关注摊主带来的内容、互动和体验。”海明说,有人卖旅行带回的旧物,有人现场写信、做问题墙,还有人卖完衣服就带着陌生人一起缝布艺。“线上买完就结束,线下可以聊生活、聊审美、聊故事,这种情绪价值是网购给不了的。”

这种“重社交”的模式反而产生了极强的黏性。海明发现,回头摊主特别多,很多人摆过一次便次次报名。市集结束后,她会组织大家围圈分享当天遇到的温暖小事,陌生人瞬

间变成了朋友。即便地处偏僻,仍有年轻人从惠州、广州各区专程奔赴,只为感受这里的氛围。海明发现,当下年轻人消费观念与其社交态度相融,“他们愿意为用心买单,为独特买单,为相遇买单。”

而在北京路,“寻脉中国·风物大集”是一个主打民艺市集的运营品牌。“每期我们都会严格控制品类,尽管如此,我们还是能收到来自全国各地的摊主报名来信,累计覆盖超13个省份。”

风物大集工作人员介绍,市集里品类十分丰富:既有社绣、苗绣、蓝染、押花、陶瓷、法琅彩、宋锦等传统手工艺,也有手工编绳、植物手作、蝴蝶标本等生活好物。“与很多固定主题的市集不同,我们的最大特点是在不同时间节点推出不同主题,采用‘市集+展览’的形式,让游客们每次来都有新鲜感。”在工作人员看来,这正是风物大集吸引年轻人的关键:“不少市集缺乏变化,品类容易同质化。我们结合策展思维,把每一场市集都做成一个小型文化展。手作人愿意来,因为尊重原创和主题策划;年轻人愿意逛,因为每次都能看到不一样的文化内容。”

新快报记者在市集现场随机采访了多位20至35岁的消费者,他们普遍表示,逛市集不仅是购物,更是另一种生活体验和表达空间。“不喜欢千篇一律的工业品,偏爱独特、稀缺、有故事的作品。”“不看价格,更看重手作温度、生活质感、情绪价值。”“每次都能淘到有意思的东西,还能认识新朋友。”不少年轻消费者如此表示。



■好朋友市集看重社交。

公益+商业
青春市集的孵化新模式

为了让更多年轻人敢于迈出第一步,广州共青团正在尝试一种“公益+商业”的孵化模式。今年4月30日至5月8日,“青春有好‘市’·集‘甜’创未来”——“青甜创市”首发场在广州市青年文化宫面向公众开放。据主办方介绍,本次市集严格遵循“公益优先、青年导向、品质达标、业态多元”的原则,重点遴选平均年龄在35岁以下的15个青年创业团队,设置21个摊位。

“为了扶持孵化‘青春小店’成长发展,‘青甜创市’探索‘青创+青市集+青公益’融合模式。”相关负责人表示,既让青年创业者在起步阶段就建立社会责任感,也为消费者的每一次购买注入善意。

“车陂拾光集市”则提供了一个城市治理范本。该市集通过“政府引导+企业运营+社区共治”的模式,将原本脏乱差的废旧回收站和流动摊贩聚集区改造为规范有序的商业空间。这种“公益疏导型”定位,既解决了城市管理难题,又为年轻人提供了谋生渠道,实现了社会效益与经济效益的双赢。

记者手记

市集正告别同质化
迈向规范品牌之路

广州的市集形态也在不断细分。在越秀区,“啡遇东山·Color Walk 市集”以咖啡为主题,融合了非遗粤剧妆造体验及植物拓染工作坊。在荔湾区,去年首届夜茶文化嘉年华累计超3.2万人次,日累计接待观众超过1万人次。第二届近期举行,进一步拓宽“茶+夜经济”新玩法,将茶饮街区、非遗演艺、月光茶席、汉服巡游等融为一体。这些市集不再仅仅是商品的交换场,更是文化的展示台和社区的黏合剂。

从38元入场的小众主题市集,到政府免费扶持的公益创业平台,再到扎根非遗、助农增收的产业化创业项目,广州各类青年市集早已跳出简单买卖商品的属性。小小的市集摊位,既是年轻人安放热爱的精神角落,也是广州培育青年创业、激活城市消费的重要试验场。随着配套扶持措施持续落地,从业者不断打磨产品与运营能力,广州青春经济正逐步告别粗放摆摊模式,逐步迈向规范化、品牌化之路。

不过,青春市集的涌现也带来了一系列挑战。记者发现,部分市集存在同质化严重、食品安全隐患、噪音扰民等问题。如何在激发市场活力与维护城市秩序之间找到平衡点,是摆在管理者面前的一道必答题。未来的方向或许在于更加精细化的管理——例如对市集进行分类评级,加强食品安全与环境卫生监督,建立摊主信用体系等,让“青春经济”在规范中走得更远。

从业者说

“集市创业绝非摆出来就能赚钱”

然而记者走访发现,并非所有人的市集之旅都如此励志或顺遂。有的摊主每天辛苦经营,盈利仅够覆盖摊位费和物料成本;有的则因为产品同质化严重,在激烈的竞争中难以脱颖而出。一位售卖网红小吃的摊主坦言,现在市集越来越多,顾客的口感越来越刁钻,如果没有核心产品,很难坚持下去。

到底怎样经营才能更好地生存下去?独立咖啡创业者、青春小店主理人阿明认为,低门槛意味着白热化的市场竞争,市集创业绝非摆出来就能赚钱,“产品技术、核心品质是创业的基础,交流服务、运营推广才是决胜关键。不管是早年坐等顾客上门的实体店,还是线上网店,如今的直播带货,商业核心永远是宣传、交流、成交。”

阿明以自己的经历为例,他原是互联网技术从业者,跨界入局咖啡行业,仅咖啡豆试错成本就高达数十万元,历经开店、闭店、合作经营、重启新店等多次摸索,才形成成熟的产品体系和运营模式。“青春市集为年轻人搭建了很好的创业展示平台,但青年创业者切忌跟风入局。”阿明建议,摆摊只是展示产品的渠道,真正支撑长期经营的,是过硬的产品、真诚的服务和持续的运营能力。

深耕市集运营一线多年的业内从业者持信则结合自身实操经历,给初创摆摊青年提出了更务实的建议——优先保障生存,先实现营收保本,坚守原创,拒绝抄袭,可拜师传承传统手工艺再改良创新;提高辨别能力,规避行业套路与合作陷阱;秉持“小成本快试错”理念,创业学会取舍,可控成本内大胆尝试。

持信直言,户外市集经营也有不少痛点,诸如物料损耗、设施整改、安防培训等持续性隐性开支;文创新品研发试错成本高,滞销极易造成亏损;阴雨、工作日客流低迷等客观因素,进一步加剧淡季经营压力。他透露,目前有多所院校主动寻求校企联动,计划组织学生体验摆摊创业,但落地合作难度大。不过,持信对青春市集与青年“微创业”整体保持乐观,“青年群体消费逻辑已然转变,文创产品不再拘泥实用属性,颜值创意与文化内核成为拉动消费的关键,也推动市集朝着精细化、特色化方向转型。”

工地小哥“微创业”:日赚约300元

记者走访发现,年轻人“练摊”状态差异颇大。在广州车陂拾光集市,32岁的张先生,在摆摊卖肉夹馍之前,他在工地工作了十年,常年从事“刮大白”等工作,2019年从北京来到广州务工,直至今年下定决心跳出工地,尝试“微创业”。转行创业源于他多年的味蕾执念,“我在广州吃过很多肉夹馍,味道跟河北老家差很远。”于是埋下摆摊的念头,今年3月开始在东圃流动摆摊。

今年“五一”,车陂拾光集市全新开

业,张先生闻讯入驻。他十分认可市集的创业模式:“不用摊位租金,只抽佣金,十块钱抽八毛,在广州属于很低的档次,给我们普通创业者留了很大的资金流转空间。”同时,市集重视环境卫生与食品安全,管理规范,让他经营得更安心。他介绍,入驻流程简单高效,现场即可报名,提交身份证、健康证等材料,仅需缴纳可退押金5000元、3000元摊位门头及统一收款码费用,300元管理保洁费,“整体创业投入是可控的。”张先生说。

如今的他每天连轴转,上午10时采购鲜肉、配菜,11时开始肉肉各料,傍晚5时出摊,营业至深夜零时,日均卖出六七十个肉夹馍。在坚持选用优质鲜肉、足量用料的情况下,利润还可以控制在38%到45%之间,如今摆摊日均收入300元左右。“摆摊是心累,事事都要操心。比干工地累,钱也少一些,但更能锻炼自己。比打工更有奔头,我始终相信广州的包容与机遇。”张先生告诉记者,如今积累了不少回头客,自己的心愿是踏实深耕,稳步前行。

听障学子从赛场走向市场

在众多市集摊主中,一支由听障学生和健听学生组成的团队“北斗九星”引人注目。团队分工明确——听障学生多为视觉传达设计专业,专注岭南非遗文创设计、特色果咖制作;健听学生则主攻人力资源、市场管理等工作。

团队负责人廖一格告诉记者,这支团队的创业之路,最初源自乡村振兴类青年创业竞赛,直到2025年9月底,一次

校外市集出摊成为项目从赛场走向市场的重要转折点。“半天时间里,我们售出杨桃咖啡约50杯,五六十斤的杨桃、番石榴也售罄。”这次市集出摊,让他们发现了“农产品+特色饮品+非遗文创”三品联动模式的潜力。廖一格表示,此后该团队不断复盘试错,经过三四次市集摆摊的实践,最终确认了三品联动模式的可持续性。

“听障小伙伴们从最初的羞涩内向,

到如今能够自信地用手语和顾客交流,市集不仅给了他们经济上的回报,更赋予了他们融入社会、实现自我价值的勇气。”廖一格表示。

在市集历练中,内向腼腆的听障学子完成蜕变,还独立设计“桃南南、桃星星、桃漾漾”三款IP形象。听障学子从中发现了更多的职业发展可能,自己正在从“受助者”转向“合伙人”,用自己的力量助力乡村振兴、奉献社会。

专家说法

中山大学经济学教授林江:

从练摊到正规创业
存在五大关键难点

中山大学岭南学院经济学教授林江从专业角度深入分析了这一业态。他指出,摆摊本质上是一种低成本试错型创业,具备成本低、经营灵活、机会导向三大特征。“摊主依托网红流量、节庆热点快速创收,入场门槛低,是青年最佳的创业起步方式。”林江充分肯定青春经济价值:“灵活就业有效缓解就业压力,市集自带社交属性,激活城市夜经济,还孵化出手作、二次元、情绪消费等新业态。此外,边缘小微市场更是民间创新的重要来源。”但他行业短板同样突出,同质化扎堆网红小吃、饰品,行业收益持续走低,业态靠短期热度存活,抗天气、政策、消费波动风险偏弱,多数项目仅停留在浅层创意,缺乏技术与产业链支撑。

同时,林江强调,从地摊转向规范化创业绝非易事,转型难点不在扩规模,而在经营结构跃升。”他详细阐释了五大关键难点:其一,成本结构的突然变化,摆摊摊位的销售往往具有偶然性,难以支撑稳定的长期成本。其二,需求稳定性不足,很多青春市集属于体验型消费而非刚需型消费,成长天花板明显。其三,摆摊阶段的核心能力在于选品、选址和短视频运营;而正规创业需要财务管理、供应链管理、税务合规、团队管理、风险控制等多方面能力,从摆摊到创业的年轻人,容易出现能力结构断层。其四,许多创意类、小众类产品在规模扩大后,个性化会消失,成本反而上升。并非所有摆摊项目都适合规模化。最后一点,摆摊依赖自有资金或亲友借贷,而规范化创业需要银行贷款、风投等外部融资。青年创业者缺少信用积累、担保和规范的财务报表,融资难度大。

林江认为,只有项目具备标准化能力、品牌化能力和可复制模型,从摆摊到正规创业才不远。如果项目高度依赖个人红利,情绪经济、个人IP,那么成长距离就较远。“摆摊是创业的试水池,但真正能够跃升为规范化企业的比例不会太高,这符合经济学中的创业淘汰率规律。”



■充满人情味的好朋友市集。