



新消费 激活新动能

文/图 羊城晚报记者 黄颖琳

“走进天河区国六宝肉菜市场，早餐店热气腾腾，肉菜档口不时传来吆喝声。这里，有赶着吃完早餐开工的上班族，有拎着拖车来买菜的老人，也有骑着电车的外卖小哥，为大家的口腹之欲忙碌。”这是小张“逛100个菜市”计划的最新一站。在她眼中，逛菜市和逛公园一样，是抽离工作之外的体验。

打开小红书，搜索“菜市场漫游指南”，相关话题浏览量高达1.1亿。当年轻人开始把菜市场列入City-Walk(城市漫步)目的地，他们到底在逛些什么？或许，在于人间烟火，在于芸芸众生。菜市场是触手可及的“附近”，人们从中感受四季流转与人情温度。更重要的是，近年来，越来越多菜市场通过叠加休闲、社区服务、文化展览等业态，颜值和功能双重焕新，升级为“15分钟生活圈”核心节点，同时也增加了社交和文化属性，成为当代“复合型公共空间”，由此实现民生与商业的共生。

打卡：当菜市场成为CityWalk新宠

传统观念里，逛菜市场本是中老年人的日常，但如今，年轻人的面孔也渐渐多了起来。在小红书上，“菜市场漫游指南”相关话题浏览量已过亿。90后的小张在广州从事品牌行业，她给自己制定了一个名为“逛100个菜市”的计划，目前已打卡超过30个，如棠德综合菜市、上社肉菜市场、员村市场、石牌菜市场、体育东市场、怡怡苑肉菜综合市场、龙津市场等。

次意犹未尽，还会专门再找时间一次，好好感受和体会。”

“每到一座新的城市，必去的地方是菜市场，可以感受不同地域的市井文化和生活气息。”大学生阿诚调侃自己为“菜市场游民”，他举例说，“之前去过福建南平市的仙阳市场，那些摊主都很热情亲切；去了潮州的枫春市场，和朋友尝试了蚝仔烙、炒粿条；还去了云南的弥勒菜市场，各种各样的蔬菜水果一起摆放，看了心情都能高兴起来。”

此例，阿诚还喜欢到菜市场附近街道闲逛，用相机捕捉一些路边小摊的鲜活面孔和故事，发布在社交平台上。正如汪曾祺老先生在《食道旧寻》中提到：“买菜，也多是运动。我是很爱逛菜市场的。到了一个新地方，有人爱逛百货公司，有人爱逛书店，我宁可去逛逛菜市。看看生鸡活鸭、鲜鱼水菜、碧绿的黄瓜、通红的辣椒，热热闹闹，挨挨挤挤，让人感到一种生之乐趣。”

对她来说，逛菜市和逛公园一样，主打一个体验，可以暂时逃离工作节奏。“虽然不常做饭，但只要路过菜市场且时间允许，都会进去看看。我属于买得少、逛得多、看得多的人，有时候一



东山肉菜市场“彩色走廊”



大塘生鲜市集蔬菜区上方的标语网感十足



越来越多菜市融入文化和旅游元素，在方便附近居民买菜的同时，也成为体验文化、品味历史的打卡地 新华社发

治愈：把烟火气逛成新潮流

有网友说，如果景点是一座城市的“面子”，菜市场就是一座城市的“里子”。

打开小红书平台，“菜市场漫游指南”话题浏览量高达1.1亿，“爱逛菜市场”“逛菜场的乐趣”“菜市场里有万物”“逛市场有多治愈”等相关话题浏览量均突破3000万。有公开报道称，大众点评2024年数据显示，北上广深“菜市场”搜索量

同比激增180%，25-30岁用户占比62%。

逛菜市场咋就成了新潮流？

“菜市场成为年轻人新宠，本质是消费逻辑与生活方式的重构。”北京社科院副研究员王鹏接受记者采访分析道，一是性价比与反消费主义驱动，菜市场以“高体验-低成本”模式，成为年轻人对抗消费陷阱的实践场域，其即时性与参与

感重构了消费主动性。二是情感治愈与文化身份需求，市井烟火、方言互动与代际记忆，构成对抗城市孤独的情感载体。三是社交货币与体验经济升级，菜市场演变为“第三社交空间”，其低门槛、强互动特性成为内容生产与社交资本积累的场域，市井体验被转化为文化符号，满足年轻群体对“独特性”的追求。

知名战略定位专家詹军豪同样表示，从社会层面看，这是年轻人“重建附近”的体现。随着城镇化和互联网发展，人们对“附近”元素日渐淡漠，真实社交稀缺。而菜市场是触手可及的“附近”，能让人感受到四季变化和人情温度，帮助大家寻回归属感和踏实感，激发对生活的热爱。

7月8日，记者实地走访了位于越秀区的东山肉菜市场，没想到在“潮到风湿”的东山口，藏着

一个始建于上世纪60年代的菜市场。现场观察到，东山肉菜市场的沿街外立面是一组自带岭南气息的骑楼，顶部采用彩釉材料等，呼应了广式彩色玻璃窗的传统文化元素，室内的走廊也采用了彩色的天花板设计。

詹军豪也提到了这点，“菜市场能提供独特的烟火气和真实的生活体验，让年轻人感受当地的历史传承、民俗风情和城市记忆。”

寻找：市井烟火与城市记忆

对于这些巧思，设计团队上海交通大学奥默默工作室发布的文章中有所解释：传统空间更新的意义不仅在于物质性的场景，也是对于柴米油盐酱醋茶的

生活场景之重构。更新后的菜市场吸引更多游客和外来艺术家了解到广州东山的地域文化，使用人群的多样化使得整个社区的活力提升，实现从一个传统菜场转变为传播地域文化的当代活力公共空间。

詹军豪也提到了这点，“菜市场能提供独特的烟火气和真实的生活体验，让年轻人感受当地的历史传承、民俗风情和城市记忆。”

转型：当菜市场不再只是卖菜

曾几何时，说起菜市场，大家的第一印象或许是脏乱、嘈杂。不过，这种刻板标签正成为“过去式”，除了颜值的焕新，还有功能定位的转型。

仅以广州为例，近年来，广州市市场监管局联合市商务局等多家单位，积极推动农贸市场分级分类管理。2024年，推动119家农贸市场完成提升行动任务，成功培育打造16家“五星”农贸市场，在智慧赋能、服务升级以及环境优化等方面进行了探索。

作为其中一家“五星”农贸市场，大塘生鲜市集位于海珠区赤岗商圈，前身为恒丰肉菜市场，现改造升级为社区服务、农产品销售等一体化的综合智慧生鲜市集。

记者在当天走访过程中，便被“来逛菜市场，顺便看看展”的标语吸引住了。市场设置“食文化”展览，将多巴胺色系应用到鲜肉、蔬

菜、熟食、粮油、水产五大分区标识中。例如在水产区，档铺上方会挂有一些可爱的标志牌——“禁止内‘蚝’、‘蚌’住了，常来摸‘鱼’啊、生‘虾’咁跳、今日‘鮟’惑”，结合了粤语文化和当下打工人网络“梗”。另外，市场还设有休闲阅读区、便民服务区等共享空间，满足街坊百姓日常生活需求。

2024年11月，商务部等9部门印发的《关于完善现代商贸流通体系推动批发零售业高质量发展的行动计划》提到，支持菜市场标准化改造，丰富便民服务等多种业态，提升设施环境，扩大净菜销售。今年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《提振消费专项行动方案》指出，要加强服务供给能力建设，支持服务消费场景创新、业态融合、产业集聚。

在高速运转的城市里，逛菜市场，不仅仅是生活的必需，也可以是一种主动选择的生活美学，是触动人心的那片烟火角落。

“菜市场向复合型公共空间

转型，是城市空间进化的趋势。”

消费新 观察

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

据新华网报道，市场监管总局将推动建立完善生产经营单位食品安全风险隐患内部报告奖励机制，发挥食品从业人员“内部知情人”作用，鼓励其主动参与监督。

意见指出，食品从业人员可通过“全国食品安全内部知情人举报系统”，选择向所在单位或市场监管部门报告风险隐患；生产经营单位相关负责人收到报告后，需及时组织核查，核查属实的要尽快整改到位，依据隐患大小给予报告人员不同程度的奖励，对报告重大隐患的予以重奖。

对消费安全来说，就是一句话，内部爆料有奖。

究其原因，食品安全外部监督太慢太表面。因为企业生产都是关起门操作，后厨也不会给你完全公开。食品生产流程中的添加剂使用、卫生管理等风险点往往具有隐蔽性，外部监管难以及时发现。一线员工工作为“内部知情人”，能够穿透组织壁垒提供精准线索。如有的国家推行内部举报人保护制度，使企业自查率提升40%，印证了内部监督的有效性。

相比政府抽检等传统监管方式，内部举报具有靶向性优势。因为监督成本高昂，监督不到位，不精准，这已经成为市场监管中普遍的弊病。内部报告机制可优化资源配置，将有限监管力量集中于高风险领域。

这样一来，企业就得更加自律，对于构建企业的约束也就有了内生动力。奖励机制将食品安全与企业内部治理绑定，倒逼企业完善质量管理体系。

有资料显示，美国《食品安全现代化法案》要求企业建立员工举报渠道后，相关企业食品安全违规率下降约25%，显示制度

健身、婚介、摄影…… 当心这些“消费套路”

广州市监管部门出手整治

羊城晚报记者 詹淑真 通讯员 穗市监

扫雷



摄影行业普遍采用“预付费+预约制”模式(图文无关) 新华社发

“霸王条款”现形记

“霸王条款”套路深，遇到请坚决说不！

广州某健身有限公司
利用格式条款排除或限制消费者权利案

2023年9月，海珠区市场监管局在日常监督检查中发现当事人涉嫌违反《合同行政监督管理办法》相关规定。

经查明，当事人向消费者销售私教训练课程时，合同中“甲方在签订本协议前，有权在乙方教练名单中自由选择私人教练，一经选定，甲方不得随意要求更换……”……因甲方自

身身体原因或其他原因导致训练过程中受到伤害的，乙方不承担任何责任”，含有排除或限制消费者依法自主选择服务权利、免除或者减轻经营者造成消费者人身伤害依法应当承担责任的内容。

当事人的上述行为违反了《合同行政监督管理办法》第七条第一项、第八条第三项的规定。

2024年7月，依据《合同行政监督管理办法》第十八条、第十九条和《中华人民共和国行政处罚法》第二十九条的规定，海珠区市场监管局依法作出警告、罚款30000元的行政处罚。

“爱情买卖”藏陷阱

近年来，婚介行业迅猛发展，但也存在诱导签订高额服务合同、设置模糊的限制性条款拒绝退款、机构登记地址与实际经营地分离等个别乱象。

广州市某信息技术有限公司
故意拖延退还服务费用案

2023年10月，天河区市场监管局根据线索对当事人经营场所进行执法检查。

经查明，当事人不在登记地址实际经营，执法人员多次发出询问通知书，其均未接受询问调查。经消费者配合调查，查明消费者郑某某、黄某某、张某分别于2023年4月16日、2023年4月15日、2023年4月21日与当事人签订了《会员服务合同》。

在消费者提出退款诉求后，经双方协商，当事人与消费者郑某某、黄某某、张某分别签订了《合同解除协议》和《VIP会员服务合同》终止协议》，约定在签订协议后90个工作日内退还18000元、25483元和11760元。但当事人自约定期满之日起超过十五日均未给上述消费者退款，故意拖延履行退还服务费用义务，未退还费用共计55243元。

当事人的上述行为违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》第八条第二项的规定。2024年3月，依据《侵害消费者权益行为处罚办法》第十四条和《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条的规定，天河区市场监管局依法作出警告、没收违法所得55243元、罚款55243元的行政处罚。

“卷款跑路”遭重罚

当前，摄影行业普遍采用“预付费+预约制”模式，但由于抗风险能力弱、逃逸成本低和合同责任规避等问题，个别无良商家动了“卷款跑路”的念头。

广州市某摄影有限公司
故意拖延及无理拒绝退还服务费用案

2024年9月，番禺区市场监管局发现当事人投诉工单数量异常猛增，对当事人的经营场所进行执法检查。

经查明，当事人采取预收款方式，先向消费者收取摄影款，后由消费者预约时间进行服

务。然而，当当事人停止营业导致不能向消费者提供既定服务，但也无法退回此前的预收款。

同时，消费者曾向当事人提出补足商品或退还服务费用的合理诉求，但当事人仅以一张《职业说明》回应，故意拖延或无理拒绝合理退款要求。

上述行为违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》第十一条的规定。2025年1月，依据《侵害消费者权益行为处罚办法》第十四条和《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条规定，番禺区市场监管局依法作出罚款160000元的行政处罚。



大塘生鲜市集设置“食文化”展览

企业自律不会自动自觉 奖励内部曝光黑心货早该如此

设计能产生行为引导作用。

不过，也要注意相关副作用，如果不正视甚至可能让一项机制走向消亡。一个是举报者权益保障困境，遭遇职场报复是最常见的。因为一旦被揭发，能知道内情的人员随之也可能身份暴露。

这样以来，企业就得更加自律，对于构建企业的约束也就有了内生动力。奖励机制将食品安全与企业内部治理绑定，倒逼企业完善质量管理体系。

有资料显示，美国《食品安全现代化法案》要求企业建立员工举报渠道后，相关企业食品安全违规率下降约25%，显示制度

举报老板这不好那不好是很容易的。那么举报奖励制度也要建立分级评估机制，设置专家委员会对举报线索进行专业评判。从近年来曝光的食品安全问题来看，内部网上爆料已经超过了媒体发现和部门抽查，成为了主流。多少消费者就是因为看了这些爆料，而提升了自我防范意识。因此“内部知情人”政策的推出势在必行。尤其是对预防重大食安事故的举报，更是要给予重奖且上不封顶，才能让内部人监督这股力量真正爆发出来。