

春城夜市亦店亦攤

既做生意

更為情懷

暖心公益融入煙火氣 城市地攤有溫度



昆明篇

雲南昆明（別稱「春城」），一座讓人隨時感受到愜意的城市。白天店夜晚攤的小街、起源於明末清初的商埠，共同形成了春城地攤夜市「既店亦攤」的特色。藏在鬧市中的地攤夜市，現在已經成了人們享受「慢生活」的打卡標配地，人們或來杯咖啡、或在茶館裏喝茶發呆，或三五成群、或獨享其中；攤主店主既做生意，更為情懷。而這裏持續開展的公益活動，更為這座城市的煙火氣增添了溫情。

◆文／圖：香港文匯報記者 譚旻煦 昆明報道



◆昆明市南強街巷在地攤經濟及夜經濟雙重提振下，由老街變身為備受遊客喜愛的夜市。每天人流量能達到3.5萬人次。

下午六點的昆明，天開始漸漸暗下來，在火爐旁的三五好友一邊吃着自助燒烤，一邊看着正在直播的世界盃球賽。「有燒烤啤酒的世界盃才完整。」這裏是位於南強街巷的雲小南，總廚顧雲澤說，雲小南今年改造升級，主營燒烤和民族菜品，現在每天得有七八十桌，燒烤顯得整個夜市比較有煙火氣。

而在另外一邊的露營地，石子堆成的道路、帳篷搭起的小小空間，可吃飯烤肉、也可喝茶飲酒，受到年輕人的喜愛。七點剛到，小張和四個朋友來到這裏，點的菜還沒來，趁機先來一組自拍，「這裏的環境很適合自拍，分享出去就是那種假裝在度假的感覺。」小張說，通常他們在這裏一待就會三四個小時，「挺愜意的」。

位於昆明市中心的南強街巷，起源於明末清初，是雲南省省級歷史文化街區，這裏曾經是珠寶、玉器、篾子、木材等集散地，也是昆明最早的商埠聚集地。2010年開始，經過6年的修繕打造，於2016年3月正式開街。2019年又在全省率先打造了南強集市，並先後成為雲南省夜經濟示範街區、雲南省休閒示範街區、國家級夜經濟文旅商聚集區。

有攤主月營收達30萬

如今，這裏是昆明當地人和遊客都非常喜愛的集市。除了路邊的商舖，中間設置的集市攤位一期共有141個，攤位的面積以每個約5平方米為主，租金以營業額扣點的形式繳納，平均下來每個攤位每月費用約2萬元（人民幣，下同）。今年七月旺季時，攤位的營業額都大大超出了保底額，經營得好的攤位甚至超出200%至300%。據了解，7月份有小吃攤主一個月營業額就達到30萬，而往年有攤主全年營業額達到300萬元。

負責人趙碧硯介紹，運營3年來，商戶從最初的50餘家增加到130餘家，業態涵蓋餐飲、民宿、娛樂、零售、文創、劇場、手作飾品及非遺體驗，每天人流量達到3.5萬左右，年營業收入達到3億元左右。

隔壁的同仁街，同樣是一條知名的昆明老街，這

裏有着地標式的法式建築，街道旁邊是昆明繁華的商業中心，以及銀行等商廈。這裏就是白天店夜晚攤的典型代表。同仁街陳永青介紹說，當你走進同仁街以後，這裏會讓你感受到昆明人慵懶的愜意生活。100米的小街上，白天能看到的有老牌的服裝店、咖啡外帶店、茶館、麵包店，一旦到了周末晚上，一個充滿特色的夜間市集就會出現，有時候這裏還會舉辦一些主題活動。

打工族樂閒逛 享慢生活

陳永青說，目前周末三天晚上就會有固定的市集活動，一個小攤位一晚收取80元的攤位費，攤主們會帶着自己的東西過來，有手工品，水果，還有攤主帶着紅酒，跟這裏的法式建築很配。附近的居民、還有各地的遊客都喜歡來這裏逛。

在旁邊銀行工作的陳女士，這天下班一個人來同仁街閒逛，她說平時工作緊張，節奏也快，所以下班了就想來這裏走走，「只要走進這條小街，整個人的節奏就會不由自主地慢下來，很放鬆很舒服。」

不賺錢也能起宣傳之效

在這裏逛上一圈會發現，許多攤主並不特別主動招攬客人，也不怎麼推銷商品。在一個香水攤位前，年輕的攤主介紹道，「我們是做香水和調香的，這些都是利用雲南植物等資源調出來的香水。」她特別推薦了她們家的調香水體驗，一瓶10毫升收費98元起，每個人都可以調出有自己氣息的香水。得知記者來採訪，芳香雲南調香室徐雅雅介紹，這裏現在可能一下子沒有辦法達到他們想要的那種盈利效果，但是調香室擺在這裏，人來人往的起到了很多宣傳效果。

同樣地，開在轉角的一家文創產品店，各式各樣的產品都帶着濃濃的昆明城市印記，素年文化聯合創始人王子瑜說公司的主要業務包括IP運營，文創衍生品設計、生產，品牌VI設計，品牌包裝設計，景區線下文創店運營，文創展廳設計等，坦言其實在這裏並不賺錢，但是他們希望把這些文化傳遞出去。



◆石子堆成的道路、帳篷搭起的小小空間，可吃飯烤肉，受到年輕人的喜愛。



◆同仁街是一條具有法式風情的老街。



◆素年文化王子瑜給香港遊客推薦最具昆明特色的文創品：過橋米線和野生菌



掃碼看片



◆繡花鞋奶奶在南強街巷擺地攤，有了固定場所生意好很多。

繡花鞋奶奶靠地攤改善生活

「我今年70歲了，以前我自己做的這些手工鞋子、帽子抬到街上到處賣，南強街巷開街以後，他們邀請我來擺攤，免去了所有的費用。」張學仙在南強街巷裏的攤位很小，但精緻的手工作品很顯眼，進來逛街的人都會多看兩眼，大家喜歡親切地叫她作「繡花鞋奶奶」。

奶奶說，她從單位下崗以後沒有收入，就靠着自己做手工鞋賣錢維生，沒有固定的地方也沒有固定的收入。後來市場的人邀請她來這裏擺攤，隨着南強街巷人氣越來越旺，她也賺到了錢。「好賣的時候是學生放假的時候，一天能賣個幾十上百元（人民幣，下同），有時候能賣兩三百元，現在攆到點錢，我還能出去玩一玩。」奶奶開心地說。

疫情無阻公益活動傳播溫暖

另外，公益活動也把這座城市的溫暖帶到了集市。同仁街正在舉辦「生活相館」活動，要記錄下1,001張面孔，

喚醒人與人之間的聯繫。

主辦方介紹，後疫情時代，人與人之間的交流依賴互聯網的趨勢愈發突出，老年人與青年人之間的代溝愈發加深，所有人的交流愈發變得片面淺薄化。所以打造了一個活動，從同仁街建立一個綜合互動的公共區域打造一個相片長廊，去尋找藏在民生煙火中的溫情故事，從而加深人與人之間的溝通。

不同期間舉辦的公益活動，也吸引了不少機構組織和人們的參與。今年9月首屆同仁公益節的活動上，十多家省內公益機構，使盡渾身解數推廣各自的服務，涉及事實孤兒、鄉村兒童、孤寡老人、環境保護和鄉村振興等多個公益議題。有人分享着自己十多年的公益故事，有人組織創意作畫，有人準備了漂流瓶，邀請路人為留守鄉村的的孩子送上一段祝福。這種親民、接地氣的形式，拉近了普通大眾與公益慈善的距離，在參與中進一步了解「隱身」的弱勢群體，也為地攤增加了新的亮點與溫度。

自創「新社區」 賣咖啡也交朋友

同仁街一個拐角處有一家「豆酌咖啡」，不到10平米的小店出售着雲南的各式咖啡，主理人龔紓介紹到，選擇在這裏經營，是基於他認為的一個「新社區」的概念。他認為，不是只



◆豆酌咖啡

有人固定居住的地方才是社區，「只要固定人群在一定的區域活動的區域，比如固定在附近辦公的，就應該是社區。」他管這叫作「新社區」，而他們的店能夠為這些社區內的人提供好喝的咖啡，就能找到發展的機會。同仁街正好就是這樣的一個地方，100米的街道緊挨着商場、銀行、寫字樓、住宅，所以他們選擇了這裏，做了這個比較社區性的咖啡station。

開業三個月就有盈利

「一開始我們投了大概20萬人民幣左右，開業的第二三個月我們就開始有盈利了。」龔紓說，好的時候一天大概能賣出一二百

杯左右，最近疫情、也是淡季，一天大概也能賣出50到60杯。除了這個攤位，他們還經營自己的咖啡豆和從事行業培訓等，但坦言最能賺錢的還是賣成品咖啡，「大概每天賣出四五十杯就能保本。」

「我們取豆酌咖啡的名字，是因為昆明話『逗着』，就是遇到的意思。」龔紓說，「也許是因為這個名字吧，我們在這個地方遇到了很多新老朋友。」他說自己在這裏遇到了一個很久沒見的老同學，同學喜歡唱歌，從那以後，每到周末或者假期，同學都會到這裏唱歌。有時候，還會有許多不認識的人也加入其中，慢慢地大家都成了朋友，這裏也成了大家相聚的場所。

老茶新賣吸引年輕客

說起去茶館喝茶，感覺是上了年紀的人才會喜愛。然而在同仁街的茶館「上山喝茶」，一眾茶客卻都是年輕人，用聯合創始人張宇的話說，「把茶做成年輕人喜歡的樣子，推薦給年輕人喝。」「上山喝茶」同樣白天晚上都經營，擺放在路邊大大的遮陽傘下面的座位很受歡迎，夜間市集開市的時候，這裏也是人氣最旺的地方之一，為此冬天還在戶外添置了取暖設備。

「在我們這裏喝茶很簡單，不需要自己會沖泡，也不需要茶藝師來沖泡，一壺兩杯，兩人面對面坐下，就能喝得輕鬆愜意。」張宇說，雲南是全世界茶葉的原產地，而雲南茶過去可能給人的印象會是，要上一點年紀才可以喝雲南茶，所以「上山喝茶」就立志要把好的雲南茶推介給年輕人。所以全國來旅遊的遊客，來到同仁街這個法式的老街區的時候，就可

以來喝一杯雲南茶。

「我們店人均消費大概在30至50元人民幣。去年10月份開業到現在基本上能夠保持盈利，但是因為這樣的茶館我們投資會相對重一些，就導致回本周期大概會在一年半到兩年。目前，這裏所有餐位接近60個。從經營情況來看，年輕人還是挺接受茶館的茶，到了旅遊旺季，還會出現等座情況。」張宇說，希望更多年輕人能喜愛雲南茶。