

75 以文匯友 風雨同舟

上海夜經濟

之連鎖品牌入市 全系列完

夜市是夜經濟的重要組成部分。如今上海的夜市，正逐漸擺脫廉價和低端的傳統印象。海底撈、耶里夏麗、喜茶，甚至美團、迪士尼等知名企業，都推着小推車出現在夜市中，這裏正成為這些品牌們展示形象和賺吆喝的另一個舞台。通過品牌化的運作，做好品控、專業服務，這些曾經只與豪華商場掛鉤的標籤，現在也被夜市緊緊擁抱。正因為有大型品牌帶頭，讓夜市地攤不再是小打小鬧的象徵，而成為一個品牌雲集、活力四射的全新商業平台。

◆香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道



◆上海浦東東城路夜市一片熱鬧的景象。香港文匯報上海傳真

消費者看品牌入夜市

李女士：
我真沒想到在地攤上能碰到海底撈，這簡直改變了我對地攤的認知。現在地攤也有品牌和質量了。

愛小琳：
這種地攤經濟品牌化讓我更願意去消費。我覺得這是一種市場進步，也更有保障。

吳先生：
夜市現在更像一個露天的購物中心，有各種品牌和商品可選，逛起來更有趣。

品牌擺攤吸網紅 創新貼地贏點讚

豐富消費選擇 助力夜市擺脫廉價標籤

今夏天，海底撈的地攤在社交媒體上火了。這家以高品質服務和美味火鍋為人們所熟知的餐飲企業，用一個小小的地攤向人們展示了品牌的大力量。在多個夜市中，海底撈攤位都成了人氣的「網紅打卡點」，鉢鉢雞、茴香小油條、冒腦花、消費者站等火鍋涮菜，別有一番風味。儘管攤小，但該有的專業一樣不落，鏗亮的不銹鋼爐灶，鮮艷的品牌標誌，穿着統一制服的服務人員，又讓人幾乎無法相信這是一個地攤。

貫徹專業服務 因地定製產品

夜市裏看到海底撈的消費者反應異常熱烈。有人好奇地圍觀，有人則是興高采烈地點餐。即使是在地攤環境中，海底撈依然沒有忘記其一貫的優質服務。服務員穿着工作服，戴着口罩和手套，不僅提供菜單上的推薦，還主動詢問是否需要額外的調料或服務。在等待食物準備好的過程中，他們甚至不忘和排隊等待的人進行互動，讓消費者感到賓至如歸。

香港文匯報記者從海底撈官方獲悉，近期在夜市出現的外擺形式，是門店結合當地顧客的消費喜好進行的個性化創新試點。因此每個門店推出的擺攤

產品不盡相同。在上海外灘，海底撈攤位選擇在南京東路夜市，主要以賣申申為主；上海松江地區，海底撈則在戶外選擇和露營結合。另外，其他城市的各個海底撈攤位均有其獨特的賣點。

重在體驗分享 變身流量密碼

除了海底撈外，其他多家知名品牌也進入了地攤市場。奈雪的茶、喜茶、Cafe MUJI等都推出了便攜式飲品攤位。全球最大的迪士尼商店陸家嘴旗艦店攜迪士尼100周年奇遇系列產品，在今年的夏季裏首次參與上海的夜市擺攤。另外，盒馬、美團、同程等App平台近期也頻頻選擇來夜市湊個熱鬧。這些大品牌的加入不僅豐富了夜市的消費選擇，也讓夜市經濟擺脫了「擺攤、低端、廉價」的標籤。這裏不僅僅是一個交易的集散地，更是一個文化和生活方式的碰撞點。顧客們不再只是匆匆過客，而是成了體驗和分享的主體。他們在這裏品味美食、購買商品、探索新奇的同時，很多人都會選擇在這裏拍照留念，並在社交媒體上發布，其中不乏網紅的參與，大大增加了品牌的曝光量。



◆漂亮的冰飲受年輕人喜愛。香港文匯報記者孔雯瓊 攝



海底撈 網上圖片



耶里夏麗 香港文匯報記者孔雯瓊 攝



迪士尼 香港文匯報記者孔雯瓊 攝

堅持多元共建 激發無限活力

記者手記

夜市已成為上海商團的標配。如何避免夜市變得單一乏味，是運營者最關心的問題之一。有消費者表示，持續的新鮮感是夜市經濟不可或缺的元素，這不僅需要多元化的模式，也需要不同特色和文化的融入。

多元共建正成為當下夜市經濟最重要的議題。在上海，公園可以推出露天夜市，旅遊景點也有機會展示其在夜間的不同魅力，一些政府職能部門也開始成為夜市的指導方甚至是主辦方。上海正在經歷一場夜市變革，以商場為中心的模式正在被打破，公園、景點、街道紛紛加入到這場變革中。

今年6月至7月，黃浦江畔的世博崑園擺起了一個名為「世博崑園 Weekend Park」的大市集，總佔地面積1.8萬平方米，雲集100多個攤位，由半崑園路街道推出。不同於其他多位於商場周邊的夜市，這個市集選擇在公共空間舉辦，更加突出公共屬性和共建參與性。該市集不僅有琳琅滿目的商品和美味的餐飲，更有一系列特色戶外活動，如飛盤（又稱飛碟）、落日瑜伽和燃脂搏擊操等。更讓人心動的是，是市集歡迎攤主和顧客攜帶寵物進場，給主人和寵物提供新去處。

在上海的夜市經濟中，限時步行街正在不斷擴大影響力。這類型夜市多由政府部門與商業主體合作，旨在利用道路的公共空間，在限定時段內開展夜市經營，成功激活街道流量，同時也讓居民有更多消費娛樂選擇。

總而言之，上海的夜市依然處在不斷的探索和升級中，如何讓這個平台更生動、更具吸引力，不僅需要商業模式的創新，還需要多方的參與和支持。只有這樣，才能真正激發城市夜經濟的無限活力。

時尚試驗田 潮牌實驗室

除了既有的大品牌，很多初創品牌、潮牌和設計師品牌也喜歡在夜市試水市場。新品牌和設計師品牌，更多地將這種低成本的展示模式，視為嶄新的時尚試驗田。

在上海普陀區天安千樹的夜市上，既是上海絨繡傳承人，也是國潮飾品設計師的攤主王擘打點着攤位上的飾品——與其說是商品，更不如說是藝術品，王擘售賣的包括價格不菲的絨繡作品，小小一副價格上萬，還有各種瑪瑙、青金石、琉璃手串項鏈、純手工銀燒藍頭飾等，不少動輒上千。在這位設計師看來，「主要帶來做個展示，交些朋友。老祖宗留下的手藝需要在現代

生活中綻放異彩」。另外，不少設計師也喜歡將夜市攤位視作一個「實驗室」，跳出傳統的精品店圈子，這本身就是一個足以引發關注和討論的賣點，甚至有人認為，通過夜市來靠近市場前線，擺攤就算不賺錢也要時不時擺一擺。

在蘇州河邊上的一個夜市裏，兩名到內地創業的港青展示他們創新品牌的香氣和蠟燭。他們告訴香港文匯報記者，不是在繁華的商場，也不是在專賣店中，而是選擇在夜市這個充滿活力和多樣性的場合，就是為了來與消費者近距離接觸。「夜市是最能反映人們日常需求和消費習慣的地方，我們在這裏擺攤，可以直接與消費者對話，並收到反饋，這對我們來說無疑是一個巨大的優勢」。



◆創新品牌喜歡選擇夜市作為試水地。香港文匯報記者孔雯瓊 攝

品控+激勵+保障 做好夜市巧心思

特稿

夜市上的小推車是品牌的小分身，使夜市與門店經營呈現出截然不同的風貌。為了深入了解這背後的運營之道，香港文匯報記者近日採訪了一家餐飲品牌，得知員工激勵措施、品控以及後勤保障，是做好夜市的關鍵點。

選爆款菜品 要好做好控

在華東地區頗有名氣的新疆菜品牌耶里夏麗正大廣場店，近期參與了浦東東城路夜市的正大濱購市集，並在這個夜市上取得了火爆的成績。

這家品牌攤位日均可賣出1,500串羊肉串，周末晚市銷量高峰可達日售500個大份羊肉串和2,000個小份羊肉串的成績。該店店長卡單單說：「當初決定參加夜市，主要想讓品牌進行一些新的嘗試和展示，希望通過這個平台來推廣新疆特色美食，結果出乎意料的好。」

擺攤工時長 提成不可少

耶里夏麗正大廣場店在夜市上銷售的產品，主要是羊肉串和石榴汁，好做、好品控、好賣是選擇進入夜市菜品的第一要點。「我們特意選擇了店裏的兩個爆款產品，也算是比較有代表性的產品。」卡單單分享了他們如何精心挑選菜品，羊肉串是半成品，運到攤位後只需烤熟加工即

可，考慮到客人吃了羊肉口渴，於是選了甘甜清爽的新疆特產石榴汁作為搭配。

此外，卡單單對在夜市擺攤的兩位員工提供銷售提成，「這樣的激勵機制讓員工在繁忙、工時略長的夜市環境中愈發賣力，也為整個攤位帶來了更高的效益，有時候員工為了多賣一點，可能會主動加班。」

此外，後勤保障也是夜市運營的關鍵點。這位店長說，門店會專門為夜市進行調貨準備，確保食材的新鮮和口感。如果夜市銷量好，還會進行一次補貨。另外，門店還會留門，方便員工收攤後將設備和材料搬回店舖。

卡單單的描述可以讓人們了解到，想要把夜市運營好，也需要花不少巧心思和精細工夫。