



清晨六点,文二菜市醒了,它在晨跑声、早餐铺蒸腾的热气与喧嚣的早市中,以最日常的方式,治愈着每一个到来的人。

但这里,又不仅仅是一座菜场。老人围坐喝茶闲话,年轻人点一份茄汁拌川配美式咖啡……菜市内外流淌着的,是一座城市真实可触的温度与生机。

自一年多前焕新回归,文二菜市便以独特的江南风雅频频“出圈”,不仅成为游客体验杭州市井生活的新窗口,更悄然变身为文化交流的在地现场和国际友人的“社交客厅”。它入选“杭州之光”生活微地标,吸引多个综艺节目取景拍摄,在网红流量之外,持续释放出深沉而温暖的城市影响力。

从“人间烟火气”到“文旅风向标”,人们不禁发问:在瞬息万变的流量时代,文二菜市这座被重新定义的“城市公共空间”,究竟如何实现从“爆红”到“长红”的跨越?持久旺盛的生命力又究竟源自何处?

答案,或许就藏在那些看得见的美与看不见的“魂”里。

■ 文字 / 薛学华 项捷



『面子』

风雅菜市, 杭州的生活美学样本

文二菜市的前身,是1999年由旧厂房改建的文二街农贸市场。“朝南三扇大门加上朝东边门,进出很方便。里面南北三条主道、东西三条主道,纵横交错。”当地老人还记得,东区是各色时令蔬菜;西区以荤菜为主;西南面一溜肉铺;西北面一溜水产,卖河鱼和海鱼。

2023年底,这座市场顺应城市发展,迎来重大更新,面积超过6000平方米。据文二菜市场建设运营单位西湖城投集团介绍,2024年初完成A馆改造并重新开放,同年10月B馆对外开放,正式更名为文二菜市,成为西湖区“一菜一早”民生工程标杆项目。

改造,并非推倒重来,而是一场向美而生的复兴。改头换面的店招令人眼前一亮,“文二”两字融入了雷峰夕照的暖金色与三潭印月的波光影,将地域文化与市井生活巧妙结合;错落有致的屋檐,在层叠间勾连起宋韵古雅与现代简约,竹编透光的屋顶筛下温柔光影,木质元素营造出闲适古意——西湖的山光水色、杭州的历史底蕴,被巧妙转化为空间语言。

美,成了文二菜市场“出圈”的第一块敲门砖。博主争相打卡,国际友人慕名而来,成千上万的图文攻略让它迅速跻身全国菜市场顶流之列。各地纷纷效仿扮靓菜市,却难再有文二菜市场之流量。这是因为,若只有颜值,始终难以穿越网红周期,而它真正的秘密,就藏在美的表象之下。



『路子』

价值升华, 从阅读阵地到城市客厅

文二菜市的终极愿景,早已超越“卖菜”。通过不断叠加场景,它将菜场的功能从“买菜”延伸到“社交”“文化”和“公共服务”,把“市场”变成“场景”,把流量沉淀为日常,让它真正成为城市客厅。

买完菜就地加工,喝完咖啡就能开启一场主题沙龙,桌椅搬入过道,炸酥鱼、卤味上桌,一场“菜市场TALK”就即兴开场。令人向往的是,文二菜市的能量正在向外“溢出”延伸进社区和街区,如把对面的老幼儿园改造成全国首个社区秤博物馆,将邀请社区的美食达人来给年轻人上烹饪课……

但已颇见成效的,是文二菜市场带动了一场轰轰烈烈的全民阅读浪潮。“称心书房”成了每个过路者的心灵栖息地:这里推出了“新鲜阅读超市”,用口袋书推广深度阅读,

『法子』

守正出新, 平衡“老味道”与“新活力”

冲上风口后,文二菜市场也迎来最现实的挑战:如何升级体验,又不丢失灵魂?

市场的策略清晰而坚定——改良不改价。一方面投入资金改造硬件,另一方面严控租金涨幅,确保菜价稳定,让老摊主留得住、老顾客安心来。正是这些带着岁月包浆的秤砣、磨得发亮的菜刀,构成了市场最珍贵的信任背书,保留了“社区”的温度。

与此同时,市场招商团队展现出前瞻性的眼光,没有受限于“菜市场”的传统认知,从一开始就大胆引入口碑在线的“方老大”面馆、出山咖啡等品牌业态,迅速吸引年轻人市场注入了新活力。一期改造牛刀小试,二期更是“乘胜追击”,接连引入网红

『里子』

系统重构, 编织菜市场的生命网络

杭州作为一座“网红城市”,自带巨大的“流量池”。而文二菜市场处于人口密集的老城区,自带历史底蕴和生活气息,这便自然而然形成了强大“引力场”——周边街坊要来,全球游客也想看。但真正让文二菜市场扎根生长的,是对“市”的深刻理解与再造。

菜市的内核在于市,要实实在在能承载烟火气。如果说美是文二菜市的“面子”,那它的“里子”则是一个被重新编织的精密系统。这背后,藏着西湖区打造“全国菜场样板”的雄心壮志——所谓“一菜一早”,既要有丰富的菜市,也要有热闹的早市,换言之,菜市场是城市烟火气最扎实的根基。

升级后的文二菜市场分区清晰:A馆主营蔬菜、水果、熟食和副食,B馆聚焦肉类、水产、生鲜,沿街则嵌入了本地小吃、品牌餐饮、咖啡馆、炒货店、修理铺等多元业态。这种“菜场+”的模式,模糊了买菜与休闲的界限,创造了全新的消费体验。

动线改为回字形,更流畅;智能系统上线,菜价、销量、溯源信息一目了然;智能秤具、食安检测升级,解决了“缺斤少两”和“质量之忧”的老问题。

更重要的是,这里保留了一座菜场最该有的“人情味”。老商户成了社区的“活地图”,闲聊寒暄间,是几十年不变的信任。这种由长期互动形成的情感纽带,是任何新晋网红品牌都无法在短期内建立的。文二菜市场深知,这份“不变味”的烟火气,才是它区别于其他商业体的核心竞争力。

与此同时,市场增设休息区、小哥驿站,推出外卖员专属套餐,自开放以来已服务千余人次——它不只做买卖,更编织了一张有温度的社会网络。正如文二菜市场负责人徐峥晖所说:“杭州是很有人情味的地方,我希望为市民游客提供情绪价值,菜市场同样可以很开放。”这份柔软的“里子”,才是文二菜市场无法被复制的护城河。



新,更是功能、文化与人文关系的重构。

文二菜市场,就像一面多棱镜,映照出一座品质城市建设中的创新融合与文化自信。它书写了一个“老味道”与“新图景”彼此成就的鲜活范例,也为全国城市更新提供了一个值得深思的“杭州答案”——真正的长红,不靠流量靠留量,不止于颜值,更终于价值。



有了小时候住大院儿的感觉。”他说。

顾客亦如是,至少有三成逛菜市场的人都是年轻面孔——有人拿着相机拍照,有人带着孩子分辨蔬菜,还有人拖着行李箱就来打卡。于是,文二菜市场变成了杭州非标准的商业地标,在这里,新旧共生,传统与潮流交相辉映。