



产品时，钟世荣说话声音不大，总是笑着眯眯眼。一天下来，钟世荣很满意。

钟世荣入行多年，原本在杭州有一家自己的工作室。后来受疫情影响，逼他走出工作室，走上街头出摊。他告诉《新民周刊》，摆摊这件事，对手艺人相当于发现了一条新的渠道，很友好。

友好首先体现在摊位费上。和大城市热门商圈高昂的房租相比，在市集摆摊的摊位费一天一结，负担不重。据他介绍，这次摊位费是每天500块。“目前在上海，不同地方的摊位费差距不大，可能一些人流量少的地方每天也要100元、200块，像外滩人这么多，一天也就500块。”

但是摆摊并不轻松，像他这样的手艺人，第一步就是要放下包袱，敢于走出来。“我们身边有很多手艺人其实从来没有出过摊，有一些人尝试了，但总是放不开，放不下心理包袱，觉得摆摊和自己理想的状态不一样。”

钟世荣在外滩枫径市集赶上了“露营”主题，他这个传统手艺人，专门换上了一套墨绿色的户外运动装。

茶具摊老板钟世荣原本有工作室，自称“手艺人”。摄影/王仲鸣



吃亏和失败一开始也是难免的。从2020年开始，钟世荣陆续在商场、景区和公园都摆过摊。“起初我们摆一天摊，也遇到过收入‘挂零’的窘迫。”他觉得除了经济收入，更打击人的可能是“亏信心”。

“有人一开始充满激情，但是出摊后，一天下来‘0收入’，一个茶杯都卖不掉，觉得现实反差太大，然后就放弃了这条路，这太正常了。我们可能比较幸运，也能吃苦，各种试错，选对市集，最后坚持下来了，现在觉得这条路还是可以走的。”钟世荣说道。

在一次次试错中，钟世荣对于如何选择合适自己的市集和摊位，有了自己的心得。在他眼里，无论商场还是景区，或者其他地方，选择适合自己的很重要。然后是调性，要找到符合自己产品调性的市集。

说到这，钟世荣拿出自己的笔记本，向记者展示。“我觉得摆摊想成功，最核心的就是事先对潜在消费人群有初步的观察和判断。我一定要提前抽空来现场看一看。我会准备笔记本，有些观察到的内容，可以稍微记一记，比如说这边的客群人流究竟是年轻化为主，还是年龄大一点的，或者带小孩的多一点。”

外滩枫径市集的“露营”主题，钟世荣围绕着年轻人的喜好，“他们更看重颜值，所以我们这次带来的产品，不太复古，相反看上去就会给你一种闪亮闪亮的感觉。最后从销售业绩上看，也印证了我们的想法”。

当然，就算是做了功课，也不是每次都能成功。今年春节时，外滩枫径市集打造“围炉煮茶”主题，看上去太适合卖茶具了。结果春节期间连日阴雨，气温骤降，没什么人逛市集。

外滩枫径市集除了有较为稳定的人流量，吸引钟世荣的还有主办方对待摆摊人的态度。他觉得主办方很讲公平和原则，他第四次来这里摆摊，每一次位置都不一样。“我们也曾经在最后面的位置摆过，如果把产品展示做好，其实也能达到效果。外滩枫径市集的主办方讲究公平，不会让摆摊人每次来都是同样的位置。这里位置是轮换的，不是谁出价高，最好的位置就一定给到你。”钟世荣说，这种态度让他联想到上海这座城市的特质：包容，公平，讲原则。

金融白领也摆摊

工作日，璇子是金融公司白领，周末来到外滩枫径市集，变成了这里的鲜花摊主。一次偶然机会，她将心爱的斗牛犬带