

社区商业空间设计的创新提升

——以传统菜市场的有机更新为例

滕 荟

景德镇陶瓷大学 江西 景德镇 333403

【摘要】在经济发展与居民生活品质提升的背景下，传统菜市场作为社区商业空间的核心载体，其功能滞后与形态老化问题日益凸显。本文以传统菜市场的有机更新为切入点，探讨社区商业空间的创新提升路径。研究基于对传统菜市场空间体验不足、管理模式滞后、文化认同弱化等现状问题的剖析，结合苏州双塔市集、杭州骆家庄农贸市场等典型案例，提出“空间规划优化—设施智慧升级—商业模式创新—服务功能拓展”的系统性更新策略，推动传统菜市场从单一交易场所转型为集购物、社交、文化体验于一体的社区生活中心，进而重塑社区商业价值生态、强化邻里情感联结、优化基层治理结构，为新时代社区商业空间的可持续发展提供理论参考与实践范式。

【关键词】社区发展；菜市场；社区商业空间；邻里社区

DOI:10.12417/3041-0630.25.24.072

随着社会进程的不断加速，单一的社区商业业态已经不能满足社区居民的日常生活，人们生活品质的提高决定了社区业态也应作出多样化的改变。从社区层面来看，传统菜市场的有机更新能够显著改善社区居民的生活环境与购物体验，满足居民日益增长的高品质生活需求，提升居民的生活幸福感和满意度。同时，更新后的菜市场可以成为社区居民社交互动的新场所，增强社区的凝聚力和归属感，促进社区和谐发展。本研究旨在通过深入剖析传统菜市场在社区商业空间中的核心地位与现存问题，探索符合时代发展需求的有机更新路径，实现社区商业空间的创新提升。

1 社区商业空间与菜市场的释义

1.1 社区商业空间的定义

社区商业空间是位于居民区周边、提供日常商品与服务的商业场所，构成社区居民生活的重要支撑。其本质特点体现为便利性、服务性与公益性。此类空间不仅保障了居民的基础消费，还有助于推动区域经济增长，激发社区活力，改善居住环境，并促进社会和谐。伴随城市发展进程的推进及居民生活水平的提升，社区商业空间亦面临转型升级的迫切要求。在此背景下，如何有效增强其在功能、环境、视觉与可持续性等多维度的表现，已成为当前需重点研究的课题。

1.2 社区商业空间与菜市场的关系

社区商业空间与菜市场的关系是多重且动态的，不能简单地用单一关系概括。在大多数情况下，菜市场是社区商业空间的一个重要组成部分，甚至是最核心的业态之一。社区商业空间是一个整体概念，它是一个功能集合体。而菜市场是这个集合体中专门满足居民“菜篮子”需求的功能单元。就像一个购物

中心（社区商业空间）里包含了电影院、餐厅、服装店一样，一个规划完善的社区商业体里通常会包含一个菜市场或生鲜超市。结构上，两者是整体与部分的关系，即社区商业空间包含菜市场。在功能上，两者是强烈的互相促进关系。菜市场是“流量担当”，为整个商业体引流；而社区商业空间则为菜市场提供配套、反哺客流并提升整体体验。因此，一个成功的社区商业空间，往往离不开一个充满活力的菜市场；而一个成功的菜市场，也受益于其所在的成熟、便利的社区商业环境。它们是现代城市“烟火气”与“品质感”相结合的最佳载体。

2 传统菜市场现状与问题分析

2.1 传统菜市场的发展历程与现状

本文所探讨的菜市场，是以独立摊位形式集中销售生鲜农副产品的终端场所，主要涵盖果蔬、肉禽蛋类及水产等品类。中国菜市场的雏形可追溯至商周时期的“商人”，《周礼》记录的“朝市”“夕市”已具交易集散功能。19世纪中叶，上海开埠后出现首个室内菜场“中央菜场”（1864年），租界通过立法规范摊贩集中经营。新中国成立后，菜市场纳入国家计划经济体系，通过“国营菜店”“供销社”实现农产品统购统销。随着农产品流通体制改革，个体摊贩取代国营摊位，菜市场从“封闭式管理”转向“开放式经营”，形成“自产自销+批发零售”混合模式。超市、便利店崛起分流客源，政府推动“农改超”（农贸市场改超市），但因成本高、灵活性差成效有限。2010年后，生鲜电商、社区团购兴起，线上渗透率从2015年的2%跃升至2023年的28%，传统菜市场面临“流量焦虑”。

2.2 传统菜市场存在的问题

传统菜市场当前面临的挑战主要集中在空间体验、管理模式及文化认同三个维度。首先，在空间规划上，多数市场仅侧重于满足商户经营的基本需求，如照明、排水与噪音控制等，而忽视了顾客的购物体验，尤其缺乏对通道、休息区等公共交往空间的合理设计，致使整体环境品质难以满足现代居民期望。其次，在经营管理方面，菜市场具有较强的社会公益属性，其投资规模大、经济效益偏低，常导致运营动力不足。加之部分市场管理机制落后，基础设施维护滞后，进一步制约其健康发展。此外，在文化层面，伴随数字经济的普及，年轻群体日益倾向于线上生鲜采购，逐渐疏离于菜市场这一社区公共空间。传统交易模式难以适应新的生活方式，使得菜市场作为日常生活载体的社会价值未能得到充分认同与延续。在此背景下，探索其振兴路径已显得尤为迫切。

3 社区商业空间创新提升视角下传统菜市场有机更新的策略

3.1 空间规划优化策略

针对老旧菜场空间局促问题，通过立体分层与边角利用释放空间潜力。

地上空间垂直化：将非交易功能向楼上迁移，如苏州双塔市集二层设为非遗手作工坊与网红餐饮，屋顶打造“空中花园”与露天电影场，形成“楼下买菜、楼上打卡、屋顶休闲”的立体体验；西安老菜场利用平绒厂旧房屋顶搭建“八大天台”，通过连廊串联各功能区，使原本被忽视的屋顶空间成为年接待120万人次的网红社交场。

夹层与挑高利用：在层高较高的区域设置夹层作为管理办公或仓储空间，或利用挑高空间悬挂艺术装置，既美化空间又暗示菜场属性。

灰空间活化：将菜市场入口与社区广场融合，设置遮阳棚、休息座椅，如青岛浮山所市集入口广场设“菜贩雕塑”与互动水景，成为居民晨练、傍晚闲聊的聚集点；南方多雨地区可借鉴广州永庆坊菜场的骑楼设计，形成全天候公共活动廊带。

3.2 设施设备升级策略

为顺应城市现代化与社区人口结构多元发展的趋势，菜市场可通过软硬件相结合的智慧化改造实现升级。此举旨在依托现代信息技术，全面提升购物环境与服务品质。具体而言，可构建涵盖食品安全检测、移动管理、公共服务、商户信息公示、智能称重与交易溯源、客流量统计、AI 监管及区块链追溯等八大系统的数字化平台，系统提升菜市场的综合运营效率与消费体验。

在有机更新过程中，面积 4000 余平方米的杭州骆家庄农

贸市场通过构建智慧管理、电子支付与数字化宣传三大体系，确立了“菜市场+数字化”的发展模式。其管理平台与所有智能电子秤互联，实时汇聚各商户交易信息。借此，市场方能追溯农产品来源、监测价格动态、预判市场趋势，从而为质量监管、流通溯源与生产决策提供关键的数据支撑。

3.3 商业模式创新策略

杭州东山弄市集为代表案例，以核心创新将传统菜场升级为“民生+文旅”双驱动的社区综合体。一期保留“一菜一早”基础功能，二期“东山里”以宋韵“青绿”为设计语言，融入绢纱、木结构、陶瓷等元素，打造集购物、休闲、文化体验于一体的空间。引入咖啡馆、烘焙坊、民宿、骑行中心等新型业态，同时保留西湖鱼亭、朱太公鱼圆等老字号摊位，实现“本地人日常采购”与“游客打卡”的平衡。以“西湖看风景，东山看烟火”为品牌定位，通过文化沙龙、文创市集等活动增强社区粘性，成为展示杭州市井文化的窗口。

3.4 服务功能拓展策略

菜市场凭借天然的区位与场地优势，是构建社区便民服务综合体的理想场所。它能有效集成从基础民生到休闲生活等多维度的需求，通过引入家政、维修、护理、文创等多样化业态，构建一个服务集中的便民生活圈。在空间受限的情况下，则可部署智能自助终端，以药品零售、文印与资源回收等服务作为有效补充。

4 传统菜市场有机更新对社区商业空间创新提升的重要意义与作用

4.1 激活商业生态

传统菜市场的升级打破了单一农产品交易的桎梏，通过业态重组与功能叠加激活社区经济活力。上海阳普邻里将 20% 的空间用于纯公益服务（如社区工坊、共享厨房），其余 80% 引入生鲜超市、餐饮等商业业态，形成“公益引流+商业变现”的良性循环。这种模式既保留了修鞋、裁缝等便民服务的“市井温度”，又通过连锁商超优化供应链，降低生鲜成本，提升居民消费黏性。苏州双塔市集日均客流量超 1 万人次，日均营业额达 18 万元，证明菜市场可从“民生配套”升级为“商业引擎”。此外，商户结构的年轻化（如杭州古荡菜市 90 后、00 后创业者占比 20%）和经营模式创新（线上社群运营、真空包装配送）进一步推动商业生态迭代。菜市场“颜值”大变身！把传统的烟火气用现代方式重新包装，瞬间成为网红打卡地。这不仅拉动了消费，更成了展示城市个性的时尚窗口，成功“圈粉”年轻人。

4.2 联结社区情感

菜市场的有机更新与其所处的乡土、市井及社区环境存在

内在关联，并蕴含着丰富的地域文化、民间习俗与日常生活底蕴。在这过程中菜市场从单纯的交易空间，转变为延续集体记忆、承载文艺实践与促进居民学习的复合场所。通过深化地方文化挖掘，市场不仅强化了居民间的社会联结，增强了社区认同与文化向心力，更被赋予了独特的地方、时代与情感记忆，最终成功转型为社区凝聚力的关键节点与“生活客厅”。

西安建国门老菜场的“微更新”项目就是一个很好的例子，该项目通过对平绒厂历史建筑的保留与改造，利用天台与连廊将闲置区域转化为公共活动空间。这一空间重构策略不仅回应了居民的社交需求，更依托“熟人社会”中建立的信任关系，强化了商户与消费者之间的稳固联结。

4.3 创新治理格局

菜市场不仅是一处社区公共空间，更因其特有的社会交往属性而富有亲民特质。当前，将其与便民服务、党群工作、公益职能及邻里中心相融合，正逐步成为社区发展的主流方向。菜市场凭借其聚集人群的特性，能够有效缓解社区公共空间闲置与运营缺失的问题。在此基础上，它有助于促进居民参与社区事务，并增进邻里互动与社区凝聚力。

4.4 文化价值创新

传统菜市场的有机更新，在文化价值上的创新，其核心在

于将原本被视为“土气”、“过时”的市井文化，通过现代性的转译与赋能，升华为一种具有吸引力、传播力和经济价值的“新市井文化资本”。像上海的乌中市集、Prada 的跨界合作，杭州的红石板菜场等，它们凭借高颜值和独特的文化氛围，吸引了大量游客、摄影师和年轻人前来“打卡”。这不仅仅是保护和展示，更是一种创造性的活化与再生产。

5 结语

传统菜市场的有机更新绝非简单的硬件升级，而是以民生需求为导向、以文化传承为灵魂、以技术创新为驱动的社区商业空间重构。它不仅解决了“买菜难、环境差”等基础问题，更通过功能复合化（购物+休闲+社交）、运营智慧化（数据驱动+线上线下融合）、治理民主化（多元参与+长效管理），将菜市场转化为社区活力的“心脏”。未来，随着商务部“一刻钟便民生活圈”等政策深化，菜市场或将进一步整合养老托育、健康服务、文化教育等功能，成为“15分钟生活圈”的核心枢纽，为超大城市基层治理与商业创新提供可持续样本。这种转型不仅关乎商业利益，更承载着城市记忆延续、社会公平保障与居民幸福感提升的深层价值，是中国式现代化进程中“人民城市”理念的生动实践。

参考文献：

- [1] 李虹肖,陈玉飞.“15分钟生活圈”下的社区商业空间设计探索——以上海市武夷路社区为例[J].艺术家,2025,(04):27-29.
- [2] 鹿杨.“小而美”商业综合体蓬勃生长[N].北京日报,2025-02-12(005).
- [3] 黄雪倩,周景崇.传统菜市场的智慧服务设计优化[J].时尚设计与工程,2024,(05):24-26.
- [4] 李苏豫,洪玉琪,韩洁.新型智慧城市视角下社区型传统菜市场更新模式初探——以厦门八市为例[J].华中建筑,2024,42(08):57-61.
- [5] 葛贵明,许锋,梁科.城市商业空间的创新提升——朝阳区北京凤凰汇里巷更新[J].城市设计,2024,(03):48-51.
- [6] 黄浏英,唐婧怡,应天煜,等.未来社区视野下的菜市场有机更新[J].商业经济,2021,(11):57-61.
- [7] 韩冰雪,何颂飞.基于社会创新背景的城市菜市场服务设计研究[J].设计,2018,(23):11-13.
- [8] 王利成.健康宜居视角下的社区商业空间更新优化设计——以北京市沿海赛洛城社区商业空间为例[J].艺术教育,2024,(01):221-224.