



手绘摊位吸引游客驻足。

大学生在泰山夜市开展活动。

泰山老鸡汤深受消费者喜爱。

游客在夜市北头购买酸奶。

大学生在夜市摆摊体验生活。

泰山夜市迎来消费旺季。

守 30年如一日，“笨功夫”藏着真智慧

入夜，奈河东路上，一盏盏红色灯笼次第亮起，与行道树上五光十色的花灯交相辉映。

夜市北头，一个摊位30年没变过。“老奶奶酸奶”几个字一挂出来，就有游客掏出手机拍照，摊位周围里三层外三层全是人。

“有夜市的头一天，我就在这摆摊。”摊主丁学香，已是耄耋之年。时下，丁学香尽管已经把生意交到了儿子手上，但每晚仍会坐在摊位旁，笑着问顾客一句：“来瓶老酸奶？”

每年腊月收摊，出了正月再出摊，一干就到深夜，丁学香身上有一种生意人的规矩和智慧——不串门、不多话、不生事，常年坚持出摊。遇到不好说话的顾客，她不急不恼，只笑着回一句：“这瓶我请你喝了，下回

来你再付钱。”这一句话，既留住了顾客，也留住了人情。

20世纪80年代初，为了拉扯3个孩子，丁学香开始学着做生意，她推着一辆儿童推车到泰山饭店门口，从5分钱一杯的热水到5毛钱一袋的瓜子开始卖，一分一毛地攒钱谋生。后来奈河东路开夜市，她把摊位转移到这儿，销售水果、雪糕、牛奶。随着年纪渐长，老人便专注于卖酸奶——玻璃瓶，喝完回收；塑料瓶，可以带走。这是山东农业大学教授研究的酸奶方子，奶质浓稠，口感醇厚，不少北京来的游客喝完也叫好。“市场就认这个味儿，有几年北京老酸奶大火，我们摊上老酸奶的人气也水涨船高，现在酸奶样数多了，好的时候一天能卖一两干

元。”丁学香笑眯眯地说。

如今30年过去，老顾客都知道：和气的老太太还在那儿，酸奶的味道也没变过。

泰山夜市最大的底气，不是位置，而是人。一批守摊多年的好摊主，是这条街最硬的招牌。

夜市中段，56岁的丁冬守着一处3米长的五金摊。插排、风扇、灯泡、电线、螺丝刀……杂而不乱，每样东西都有自己的位置。“大叔，这个风扇多少钱？”问话的是一个大学生。“25块。”听到回答，年轻人利落付了钱。

30年前，丁冬的父亲摆起这个摊子。后来父亲老了，他下岗后接力撑起摊子，补贴家用。为什么选这个行当？丁冬说得实在：“五金家电不怕过

期，不担心储存，进了货就算一时卖不掉也搁不坏。这是小生意，东西不值几个钱，但少了它，生活不方便。”

丁冬的摊位上，老客户占了绝大多数。附近谁家少个灯泡，坏了插排，头一个就往这儿跑。为什么偏偏来找丁冬？邻居们替他回答：“因为急用的时候，等不了快递。”“因为怕买错型号，得有人问。”30年守在一个位置，不卖贵、不卖假，不以次充好，本身就是一张无形的信用名片。顾客心里都有杆秤：谁实在，谁靠谱，时间说了算。

在这里，一守二三十年的摊子不是个例。正是因为有了一批守得住的人，泰山夜市才不是一阵风、一朵浪，而是一条河——30年，始终在流淌。

闯 走出“舒适圈”，老夜市也有“破圈”锋芒

在泰山夜市一南一北，有两家店很有意思：一家叫“怪难吃”，一家叫“泰山大排档”，名字一邪一正，但老板的脑子一样活，生意一样火。

夜市南段，53岁的怪难吃麻辣烫老板冯秀玲，虽然操着一口的东北话，却是泰安户籍。她的父母当年闯关东去了黑龙江，退休后思乡心切，想回山东。冯秀玲也想回老家闯一闯，经营东北麻辣烫。20多年前，她在泰山夜市落了脚。

“摆摊本钱低，也好干一点。”最早没有铺面，就是一溜地摊。她给店取了个自嘲的名字——“怪难吃”，没想到这种反向营销迅速打开了市场。随着生意越来越好，她先盘下了一间七八平方米的小屋，后来又在不远处开了另一家店面。

摊子越铺越大，冯秀玲的脑子也在不停地转。“后来，麻辣烫这类摊子越来越多了。”她便往菜单里加东西——泰山炒鸡、泰山三美、煎饼卷

大葱。“游客来了，也能尝尝泰安特色。”摊位前，冯秀玲一会儿忙着揽客，一会儿忙着备餐，她在泰山夜市守着老味道，做出了新花样。

夜市北头，泰山大排档装修亮堂，招牌大气，客流从傍晚一直到深夜。52岁的负责人杨宇早在泰山上的宾馆工作，常年与南来北往的游客打交道，他很懂游客的心思——爬完泰山，想吃点地道的、实惠的，最好还有点新鲜感的特色菜。

6年前，他下了山，在泰山夜市开了这家大排档，主打泰安特色菜和烧烤、海鲜。这家店不仅热门菜应有尽有，还打出一套“引流组合拳”：泰山黑豆腐丝、蒜泥拌鸡蛋、翡翠龙须爽、三色花生——统统9.9元，便宜又下酒。招牌菜更不含糊：泰山黄精爆笋尖、泰山板栗鸡、泰山松尖、泰山咕咾肉、泰山豆腐丸子，道道都是本地风味。

“花了不到200元就尝了多道

菜，这里菜品质优价廉，烟火气足，很适合打卡拍照。”在泰山大排档里，背着双肩包的食客占了大半。20岁河北大学生林崇阳一顿饭尝到了好几道心心念念的“泰安味儿”。

酒足饭饱，循着喧闹声往外走，一处打气球摊吸引了他。“打枪就送礼物，10元50发……”66岁的摊主于桂芳热情地揽客。林崇阳端起气枪，瞄准，“啪”的一声，气球应声而破。打枪对面是套圈摊，30元300个圈，他抬脚过去，玩得很尽兴。

于桂芳喜欢聊天。她和记者聊来到夜市的26年，说眼前这个热闹的射击摊以前是个百货摊。年轻时，她和丈夫白天上班，晚上来夜市摆摊，就为供两个孩子上学。那时候，夜市遍地是百货——收音机、录音机、磁带、衣鞋鞋帽，“数不清多少家都是干这个的”，于桂芳也是其中之一。但随着网购兴起，百货卖不动了。“还想在这继续干，那就改行。”她

仔细观察客流——年轻人和带孩子的多，爬泰山、逛岱庙的游客也喜欢来这儿，吃的、玩的销路最好。2013年，于桂芳一咬牙，把百货摊改成了打气球兑奖品的游戏摊。这一踩准需求的转身，让她的摊位重新火爆起来。

“2005年，我在这儿卖甘蔗，后来开始榨汁。”现榨甘蔗汁摊主孔庆英与时俱进，也迎来生意的升级。孔庆英在图方便、看健康，咱咱这纯甘蔗汁肯定差不了。”他高兴地介绍，“看这夜市亮堂堂、干干净净，最让人高兴的是，这些年游客增多，夜市越来越有人气，咱也越来越有奔头。”

在泰山夜市，记者发现了它30年不衰的密码——“守”给了夜市根基，“闯”给了夜市未来。只是，摊主们的“闯”不是互联网时代的“砸钱试错”，而是既脚踏实地又敏锐观察市场，“闯”出新的机会。

新 各美其美，让“千铺千面”成为风景

30年间，各地的夜市如潮水般起落。有的火了两年便销声匿迹，有的从“网红”沦为“网黑”。泰山夜市始终稳稳扎根——它不追求一夜爆红，却从未停止悄然改变，总能让人眼前一亮。

比如，它有一条让所有同行都惊讶的“铁律”：整条街上，不鼓励摆卖同样小吃的摊位，除非一个老板挨着开两个摊。

“会不会又是臭豆腐、烤面筋、铁板鱿鱼？”游客孟超被女朋友拉着来夜市时，嘴里嘟囔着。他这些年走过不少城市的夜市，越逛越觉得“天下夜市一个样”：走到哪儿都是那“老三样”，连吆喝的调调都差不多。

他本以为泰山夜市也不例外，但当他从南头摊位前挤进人潮，眼睛很快就瞪圆了，先是左手边一辆明黄色的餐车，围满了举着手机拍照的年轻

人。他凑过去一看——托盘上整整齐齐码着炸至金黄的蝎子、蚕蛹、蚂蚱……旁边一块手写招牌：云南昆虫宴，独家经营，泰安独一份。

“这……能吃？”他还没回过神，右手边又飘来一阵浓郁的麻辣香。一个冒着热气的深锅里红油翻滚，煮着毛肚、鸭血、宽粉。

再往前走几步，潮汕牛肉串裹满芝麻，泰山老鸡汤的奶白色汤汁在大锅里咕嘟，韩式炒年糕的甜辣酱红里透亮，晶莹剔透的啤酒杯上挂着细密水珠……

孟超站在街中央，手里挂满小吃，觉得这里有点不一样。他试着找了找——没有第二家卖昆虫的，没有第二家卖冒菜的，没有第二家卖牛肉丸的。连最常见的烤面筋、臭豆腐，他走了大半条街，也只找到一两家。

一个开了30年的老夜市，如何

能打破“千街一面”的固定思维？

答案，就藏在准入门槛里。

“我们这儿不是那种随便摆摆的夜市，”一位摊主边忙碌边解释，“你想卖烤面筋，可以，但假如这条街上已经有两家在卖，你就得换个买卖。市场这么大，不能让大家在一个锅里抢饭吃。”

“同质化是夜市经济最致命的毒药。游客来一次感觉没意思，下次就不来了，这条街也就歇了。”泰山区岱庙街道北新社区党委书记、居委会主任章淼说，他们很早就注意到许多网红夜市“昙花一现”的弊病。泰山夜市不怕这个，因为“自觉规避同质化”已经被写进管理规则。

章淼说，泰山夜市管理办公室聚焦小吃、零售、娱乐三大板块，建立了严格的业态审核规则：想入驻的商户

必须提前报备具体经营品类，向市场监管等部门申请相应执照。同时，夜市优先支持非遗老字号、本土特色餐饮及具有地方文化属性的文创产品落地，但一旦某个品类“过时”或不赚钱，自然淘汰更新，新品类及时补位。

这种管理，让泰山夜市“百花齐放”，商户们也从这种“错位共生”中尝到了甜头。“这边是小吃摊，那边是手工摊，隔壁是套圈的，大家卖的东西根本不会‘打架’。”40岁的李媛媛是打车来食品店老板，虽然夜市上也有一家烧烤店，但那家主营牛羊肉，她主营鸡肉、鸡翅、鸡皮、鸡胗是她家特色。“都说干餐饮头三脚难踢，但我没觉得，我们选对了品类，再加上夜市人气旺，所以一下子扎下根了。”现在，依托多年的烧烤经验，她开通了外卖业务，生意愈发红火。

问 夜市遍地同质化，泰山夜市缘何成地标？

泰山夜市30年繁华，背后站着一群人，他们管秩序、守底线、懂服务，还有一套精细的治理逻辑。

夜市发展，以人为本是首要原则。岱庙街道工作人员介绍，泰山夜市自诞生起，第一使命就是兜住民生“饭碗”。1996年，泰安国企改革，一批工人下岗。为了养家糊口，下岗工人自谋生路，拿着毛巾、鞋袜等顶工资的产品开始摆摊。市委、市人民政府对这股潮流没有视而不见，而是顺势完善市场经济体系，批准成立“泰山夜市”。夜市由当时的岱庙工商所创建，从150个摊位起步。2008年，北新社区正式接手泰山夜市。

30年过去，摊贩换了一茬又一茬，泰山夜市始终收取较低摊位费，让利民生成为长久繁荣的基石。应季水果下来了，果农提着篮子就能卖，一天只需缴纳10元临时点位费。

夜市管理不仅有温度，也有底线。对租赁商铺，夜市统一进行燃气改造；对沿街小吃摊，夜市统一接电，“宁可花大力气铺线，也不能让煤气

罐进夜市，从源头掐灭安全隐患”。食品安全是另一道红线，夜市有声明——原材料务必证照齐全，一旦监管部门查实有食品安全问题，立即清退。卫生一直是治理难点，泰山夜市干脆把卫生外包给物业公司，让专业的人干专业的事，确保收摊后街面整洁。

从“自发”到“批准”，从“无序”到“规范”，泰山夜市管理井井有条，人气越来越旺。

一对青岛夫妻看到招商广告来考察，问得很专业：车停哪？能不能摆摊？现场没达成一致，章淼很懊恼。在对方回青岛的路上，他打过电话：“你们提的问题，我想办法解决，能不能来？”现在，这对夫妻在泰山夜市经营了好几个摊位，生意红火，孩子毕业后也来泰安上班了。

“商户需要的，我们该改就改。”章淼说。以前，夜市摊贩各自为战，推车五花八门。现在，夜市摊位布局重新调整，小吃车统一了款式，沿街排开并适当外扩，看上去更统一了，小餐车也

有了安放之处。白天不营业时，所有营业车辆集中存放在停车场，商贩没了停车之忧，街面也更加利落。

社区还鼓励商户拥抱新事物，鼓励摊贩直播引流。“毛蛋大哥”的账号天天坚持直播，已经积累了2.6万个粉丝。“多一条腿走路，生意就更稳当。”章淼说。

“东风夜放花千树”“凤箫声动，玉壶光转，一夜鱼龙舞”……这是辛弃疾笔下宋朝人的夜生活，繁华又热闹。千年以降，今天的人们还期待夜生活有时代感、独特性。

今年，泰山夜市丰富休闲配套，增加了墙绘，奈河沿岸增加了灯带、水雾，打造出亲水景观带——夜市还是那个夜市，却一天比一天更好。

站在30周年的节点，章淼没有沉浸在过去的成绩里。他一直带领夜市管理人员往外跑——西安、开封、东北……“冬天都冷吧，可人家的夜市照样火，说明我们的商品、业态、产品还得继续升级……”

章淼很清醒，泰山夜市还在继续发展的路上。他希望做精品，推出更有代表性的美食体验——泰山火烧坊、泰山豆腐坊、泰山煎饼坊……让游客来了不光吃饱，还能记住这个味道，记住这条街。“一个真正好的夜市，不是让人吃一顿、玩一次就走，而是让人为了再吃一顿、再玩一回，专门再跑一趟。”章淼说，三十而立，不是终点，是起点。下一个30年，他希望泰山夜市更好——更规范、更漂亮、更有味道，成为泰安人心中持续认可的夜市，也成为外地游客泰山旅程里不可缺少的一处人间烟火。

三百岁泰山夜市「闯」出新江湖

五百八十米长街，三百四十个摊位，旺季客流日均过万——

□记者 徐文莉 张芮 杨玉洁文 陈阳图

暮色四合，万家灯火。距离泰山红门进山口3公里左右，位于奈河东路的泰山夜市人头攒动。580米长、340个摊位，日均客流过万——入夏后的泰山夜市，用一组“滚烫”的数字点亮了泰城的夜。

培育发展夜经济，泰安探索由来已久。30年前，泰山夜市为了安置下岗工人而生。1996年夏，市委、市人民政府的一纸批文，为奈河东路零散的摊位明确了“身份”。

今年，泰山夜市建成30周年。历经发展，它从小摊集散地发展成城市新地标。当越来越多的夜市陷入同质化泥潭、客流量下滑时，泰山夜市用“能守摊子、敢闯路子”的韧劲，真正留住人、养活人、温暖人，闯出了一条“长红之路”。

