

一个小摊也能带火一座城？

网红摊位的流量密码是什么

夜幕低垂，忙碌了一天的人们走到一处摊位前，或打包，或摆上马扎就近而坐，吃上一口热乎乎的小吃，卸下一天的疲惫，生活又多了点滴美好的滋味……这是都市生活的一个片段，也是城市中蒸腾的人情暖意。而撑起这些的，正是无数个大大小小的摊位。它们中的一些人搭上了流量快车，在网络时代一路走红，成为城市中青年男女争相追逐的一道风景。喧嚣落幕，那些长红的网红摊位，已然与城市融为一体。



江苏淮安里运河景区夜市游人如织。

1

网红摊位：网络赋能城市新风景

在山东沂蒙山区临沂市费县，曾经默默无闻的拉面小哥15年坚持卖3元一碗拉面不涨价，他的走红在意料之外却又在情理之中。朴实的外表与坚守的精神感动网友，被亲切地称为“拉面哥”。

迅速走红后，他登上多家媒体和综艺节目，却始终保持着本色，坚持做拉面，并给农副产品带货。尽管如今他已不太可能再回到大集卖拉面，但仍继续用双手劳动创造价值。

无论繁华大都市还是温暖小县城，摊位不仅极大丰富了供给，而且门槛低、灵活性强，可以全职创业，也可以利用业余时间创收。在直播、短视频等新媒体手段加持下，地摊经济迈上新台阶。《数字经济下灵活就业发展研究报告》指出，截至2024年底，全国灵活就业人员规模约2.4亿人，其中“依托数字技术和互联网平台”的新型灵活就业群体超过8000万人。

与“拉面哥”类似的还有“周饼伦”。这位因撞脸周杰伦而走红的鸡蛋灌饼摊主，是网红中坚守初心的一股清流。一位顾客偶然拍下他烙饼的视频上传网络，因酷似周杰伦的长相、搭配《七里香》背景音乐意外爆红。

走红后，众多MCN机构蜂拥而至，但“周饼伦”深知“自己只会卖饼，干不了不懂的事”，果断拒绝，继续坚守摊位。他的鸡蛋灌饼还从原本8元降至7元，呼应“爱在七元钱”的趣味梗。

面对顾客，他会用周杰伦的歌名互动，比如“给我一首歌的时间做好灌饼”，同时还有老人免单、排队等位送饮料的暖心举动。后来他开启“全国巡饼”，并在天津注册快餐店。他用“踏踏实实卖饼，不蹭流量、不赚快钱”的信条，让网友深受感动。

网络给所有怀揣梦想、有特长的人提供了一个广阔的平台，无论摊位售卖的是何种商品，都有可能因为一个“爆点”而迅速走红。

“鸡排哥”李俊永是一位因脱口秀式叫卖和高情商控场爆火的鸡排摊主，被授予“景德镇文旅推介官”称号。他坚持6元一份鸡排的亲民价格，恪守“学生便宜1元、下午四点半后优先服务学生、装鸡排的袋子永远敞开”的经营原则，拒绝预制食材，坚持现做现卖。2025年9月，一段记录他与顾客幽默互动的视频被上传网络后意外走红，全网播放量迅速突破千万，吸引大量游客跨省份打卡，2025年国庆假期景德镇旅游订单较上年同期增长近40%。

爆红后，他坚守“只赚本分钱”的初心，穿着印有“景德镇欢迎你”的定制T恤，以“为你服务是我的荣幸”的真诚态度持续为顾客提供情绪价值，成为城市文旅的鲜活名片。

2

走红中有意外，更有必然

网红摊位的走红不是无缘无故的，细究会发现，在他们身上可以明显发现一些共性特质：价廉、质朴、勤奋、专业，这些品质已经成为网红摊主的“基本盘”。

真诚永远是“必杀技”。“腰子姐”陈丽美靠着热情招呼与新鲜烤串积累了大量回头客。2018年，短视频博主“诤友”拍摄她爽快答应配合拍摄并喊出“来了，老弟”的视频，单日斩获超过500万点击量。这句充满东北豪爽的招呼不仅成为当年的抖音流行语，还让她一夜爆红。在不少网友看来，一句“来了，老弟”给人邻家大姐的亲切感，扑面而来胜过千言万语，在如今忙忙碌碌的社会尤为难得。后来她虽然辗转天津、义乌等地，但那句标志性的“来了，老弟”至今仍是迎接顾客的暖心开场白。

熟悉的真诚感还体现在江苏南京冲咖啡的阿姨身上。当在热搜上看到有人驱车400公里、坐3小时高铁，去打卡一度爆火的“10元一杯手冲咖啡”时，不少网友的感觉是有些不可思议。这位南京咖啡阿姨最早走红，是因为有人去她店里点一杯标价10元的“手冲咖啡”，结果发现阿姨直接从柜台里掏出三条雀巢速溶咖啡，一股脑放进塑料杯里，然后掏出老式暖水瓶，在杯子里倒满开水，还贴心摇匀。

“阿姨明明可以偷偷冲，但选择了当你的面冲”“南京人有自己的阿姨手作”……不少网友调侃。但很快，更多网友从中体会到了真诚的意味：“一条咖啡3块钱，她足足给你加了3条，没什么利润的”……相比有些商贩的斤斤计较、缺斤少两，当网友体会到不一样的真诚时，很容易瞬间感动，忍不住“捧场”，以示对这种真诚发自内心的激励。

“蛋烘糕主理人”彭先生则是改变了大众对于摊位“油腻”的刻板印象。彭先生在四川成都温江二中旁做了20多年蛋烘糕，凭借实惠的价格、有趣的个人风格在网上走红。每次出摊，他便开启“军事化”备餐模式，麻利摆上价目表，反复擦拭准备台和工具，确认干净后才正式开摊，让人直呼彭先生是不是有“强迫症”。无怪乎网友称赞“活该”他走红。

3

从网红到长红，摊位路漫漫

如果说城市是万花筒，那么小小的摊位就是万花筒中绚烂的点缀。因为有摊位的存在，城市更具烟火气、人情味。这既是城市悠久历史和文化底蕴的体现，也会在网络时代受到更多网友的追捧，“为一个摊，带火一座城”并非无稽之谈。

2025年底召开的中央经济工作会议提出，“坚持内需主导，建设强大国内市场”，“拓展内需增长新空间”。作为内需市场的重要补充，地摊经济迎来了新的发展机遇。在新媒体赋能下，网红摊位可能会给城市经济带来意想不到的收获。

当然，这些年网红塌房的事例也有很多。如何让网红变长红，是一个绕不开的话题。任何成功都需要脚踏实地的努力，想靠摆地摊一日暴富只是一个梦。产品和服务质量可靠，才能走得长远。南京夫子庙的“彩虹冰粉”摊位，就曾经从爆火全网到回归常态，整个过程短短100多天，就如同经历了一场过山车般的起伏。其实，摊位在网上爆火虽有偶然因素，但更多是久久为功的必然结果——比如十年如一日坚持物美价廉、真诚待人、技艺精湛。而回归常态也并不意味着失败，更多是因为网络关注趋于平淡、审美疲劳或热点转移等客观规律。

在“流量为王”的时代，探店视频是网红摊位爆火的关键因素，但这背后有商业逻辑在其中。算法不可能持续推流，如果偏信了某些MCN机构不停投流，就会陷入“不投流，就没流量；没流量，就没生意。投流花费又巨大”的无底洞，荒废了原本的摊位生意，本末倒置。

城市的细致管理对网红摊位的发展非常重要。作为上海北部人口集中导入区域，近年来美兰湖和罗店大居片区年轻住户和租客人数上升，夜市运营之前，在罗店自发形成的占道经营摊点日均达100余处，流动餐饮摊贩带来的噪声、垃圾、油烟等各种扰民问题，是罗店镇城运中心最常接到的市民投诉。

一边是客观存在的消费需求，一边是实实在在的管理问题，点燃城市烟火气的同时，如何让城市管理文明有序？流动摊贩集中规范运营便民点应运而生，当地希望通过这一探索找到社区治理新路径。管理方为此制定了详细的管理规定和操作规程，明确摊位经营时间、消防安全要求；同时，还统一提供基础水电、消防设施、移动厕所、机动车停放区域，安排保洁人员及时清理现场垃圾、维持场地整洁。通过多维度监管，既满足居民生活需求，又维护市容秩序，实现双赢。

只有管理科学合理，摊位问题才不会成为城市治理的痛点，反而会成为亮点。从网红摊位到网红夜市、网红街区，再到网红城市，只要用心用情，一切并非遥不可及。

(半月谈)