

# 市集策劃指南

跟邊緣人市集學如何辦市集

---

邊緣工事 x 活動家

# — Chapter one — 如何辦出一場市集

...

這次的活動人小聚中，我們邀請到「邊緣人市集」的策劃團隊一邊緣工事來分享他們的經驗。要討論如何辦出一場好市集，第一步還是需要先認識市集的組成以及它是怎麼從零開始變成一個活動。

## 什麼是市集？

邊緣工事的 Annie 認為，市集與一般我們執行的活動並沒有太大的差別，都是聚集人的一種方式。如果真的要說特別的地方，那就是多了一個「攤商」的元素，不過這就跟過去我們熟悉的園遊會很像，市集並沒有太大的差異。只是如果真的要拆解市集的組成的話，那應該會是：主題、攤主(品牌)、消費者、器材。

其他像是現場的互動裝置、音樂表演、附帶的活動等等，反而只是附帶去強化主題或增加互動的方式，即使抽掉這些，市集依然還會是一場市集。



## 市集的組成元素

一般來說，市集的組成元素就如剛剛提到的有主題、攤主與消費者、器材。然而因為市集畢竟還算是一種線下活動，因此還有一個元素是不能忽視的關鍵，也就是場地。

接下來我們就將針對這四個市集組成的元素來介紹：

### [ 場地 ]

就如同辦活動一樣，場地會大幅度的影響內容，市集也是。最常見的場地自然是一大块空地，這很好發揮卻也需要花更多心思去做佈置。因此針對尋找市集的場地該注意什麼，邊緣工事的小馬認為，應該更多地去考慮你想透過場地的表達什麼主題。

當然，場地的限制也要注意，像是空間安全、使用時間、現場可承受的電量、與周圍居民的互動與關係、進撤場通道與路線等等，這些元素都跟我們平常辦活動的「場勘」步驟雷同。舉例來說，如果今天場地有總電量限制，那在招商時就要特別去調查大家會用到的電器，並把用電量大的攤位排在一起，單獨拉線；或是今天場地周圍是有固定的老居民，那就可以在規劃主題時，思考如何讓他們也能參與進來。

關於如何正確的場勘與發現場地的問題，可參考活動家所製的「[場勘紀錄表](#)」。

<b>場勘地點</b>		<b>可容納人數 (場地尺寸)</b>
<b>場地類型</b>	<input type="checkbox"/> 露天 <input type="checkbox"/> 活動空間 <input type="checkbox"/> 表演廳 <input type="checkbox"/> 倉庫 <input type="checkbox"/> 展覽館 <input type="checkbox"/> 宴會廳 <input type="checkbox"/> 其他：	
<b>電力設備</b>	<input type="checkbox"/> 不需額外配電   現場可用總電量：110V ____ A 220V ____ A <input type="checkbox"/> 可用發電機	
* 電力確認事項： <input type="checkbox"/> 拍下配電盤 <input type="checkbox"/> 發電機需放室外哪裡：_____ <input type="checkbox"/> 配電需甲級電工執照		
<b>設備提供</b>	<input type="checkbox"/> 音響設備 <input type="checkbox"/> 投影設備 <input type="checkbox"/> 獨立舞台 <input type="checkbox"/> 舞台燈光 <input type="checkbox"/> 桌椅 <input type="checkbox"/> 無線網路 <input type="checkbox"/> 其他：	
* 設備確認事項： <input type="checkbox"/> 拍下音控台位置 <input type="checkbox"/> 確認燈光控制方法與位置 <input type="checkbox"/> 確認電源插座位置		
<b>Note</b>	搭配場勘紀錄表可以更有效的找出場地現場的問題與注意事項。	
進撤場資訊	<input type="checkbox"/> 有貨梯 <input type="checkbox"/> 有指定卸貨區：_____ <input type="checkbox"/> 時間管制：_____	
* 進撤場確認事項： <input type="checkbox"/> 量進場距離 <input type="checkbox"/> 卸貨區可當停車格 <input type="checkbox"/> 量貨梯尺寸跟出入口尺寸 <input type="checkbox"/> 場地拍照		

## [主題]

邊緣工事認為每一場市集都應該有個主題，主題是吸引人們來與讓他們記得的關鍵印象點。主題說的並不只是「手工藝市集」或「二手市集」這樣的商品類別，這當然也很重要，但若想在所有的市集中脫穎而出、被人記得，那規劃這場市集要表達什麼主題就很重要。

主題有時也要和場地、搭配的活動一起思考。像是近期他們將與政大金旋獎合作舉辦市集，在主題發想上就會以「音樂」為主，招商跟現場的佈置也就都會希望往這主題靠攏。

另一個例子則是邊緣人市集與大港開唱的合作，他們發想了一個名叫「白茫一場」的主題，除了呼應音樂祭現場容易搭配酒精之外，他們在市集設計時，就變成白天販售一般的商品，晚上則改賣攤主一些自己特別但不一定賣得掉、特別的商品，藉此形塑出「白忙一場」的氛圍。



(白茫一場主題中，攤商會擺出一些根本沒賣出過的商品。)



### Note

萬聖節的時候，邊緣人市集就改以「你就是我的糖」作為主題。



## 【攤主】

市集最一開始會被稱呼為市集，就是因為在同一個地方可以逛到很多種不同的商品，是一個集合的地方，所以才被稱為市集。因此創造市集現場的商品多樣性就是一個需要留意且關鍵的地方。

不過也不用擔心同樣的商品完全不能重複，邊緣人市集中也有很多重複的品項，但因為商品的「品牌」不同，自然也會有不一樣的特色。而且品牌也會有自己的粉絲，透過集合品牌也能吸引到更多人參與。

很多人會問到另一個額外的問題，一個市集應該要有多少攤主或攤商，才算是市集呢？邊緣工事的 Annie 認為這並沒有一定，但如果要談通常多少個攤位能成功營造出「市集的氛圍」，那大概需要 20 個攤位左右。

## 【消費者】

市集與一般活動最大的差別，應該就是參與的人潮不是固定的，而是流動的。因此在規劃市集時，一定要額外考慮到會是什麼樣的消費者來逛市集。邊緣工事一樣舉了大港開唱的例子，因為在現場大家都是來聽音樂的，不會希望自己身上帶一堆大包小包的東西。所以他們在招商時就會特別考慮這一點，盡量招一些販售小商品或穿搭商品的攤商為主，讓消費者可以容易攜帶。

市集有時候是自己主辦，有時候則是和別的活動合作(ex. 大港開唱)。如果是後者還比較好猜測消費者的屬性。前者的話大多數情況下就只能依照經驗，或透過主題、場地理位置跟過往的社群粉絲來抓會來逛的消費者模樣。

## 【器材】

市集中會用到的器材，主要都是攤位會用到的東西為主。像是 3 米白帳篷、桌椅、展示架等等。邊緣工事的小馬提到，3 米白帳是市集中非常好用也非常常見的器材，一個帳篷可以放不只一個攤位，而且對攤主來說也很熟悉。

當然壞處就是太常見，很容易限制對市集的想像，他建議大家不妨去思考同樣的 3x3 空間，可以怎麼透過排列方式或其他元素，讓它看起來更有特色。

邊緣人市集也有一些他們自己設計的器材，像是「**口形框**」就是他們自己設計的攤位器材，除了可以讓攤主掛上自己的品牌設計之外，也能透過同一主題的設計，營造出現場相對應的氛圍。

至於其他器材，大部分跟活動公司或硬體公司都可以叫到。但小馬也鼓勵大家不要被器材限制，可利用場地現場的元素來做搭配，像是之前他們舉辦過一場在火車上的市集，很多攤商就是一卡皮箱坐在椅子上就可以擺攤，賣衣服的則把座位上方的行李置物架當作衣架來展示衣服，都是可以嘗試的。



### Note

邊緣工事自己設計製作的**口形框**，可以當作展示架也能在空地中製造出牆面。

## 市集的成本與收益

市集的成本不外乎場地、器材、人力等活動的基本項目，並沒有什麼額外的隱藏花費。以邊緣人市集來說，他們如果接到品牌或業主的需求，也是會先針對這些必要開支去做考量，這點與一般的活動公司並無差別。

至於收益部分，有很多種不同的來源，像是企劃費用或是攤商的報名費等。許多人好奇攤位報名是否有什麼行情或公定價？但事實上這會根據各個不同的市集而有差別，少有一定的公定價。當然收的報名費越多，提供的器材、潛在人流、額外效益等等就要越多。一般來說市集方僅會提供桌椅與位置、基本照明，其他佈置都是由攤主自己規劃設計，如果今天場地有額外提供電力，那則可能當作是選配收費。

## 舉辦市集的流程

如果要把策劃市集流程化的話，大致上可以分為以下這幾個步驟：

**主題發想 >> 活動設計 >> 招商籌備 >> 活動宣傳 >> 進場 >> 市集 >> 撤場**

其中最花時間的環節是主題發想，因為有時把主題訂好之後，後面要做的事情就會順理成章地出現。還有另一個影響因素是場地，如果是配合其他活動舉辦市集，那通常就不太存在場地問題，因為對方會提供。但也有些時候是先有了主題，才去找適合且相對應的場地，但基本上可理解為場地的確認是要在最一開始就釐清的重點。

### 【主題發想】

根據需求來企劃一個市集主題，如果業主或邀請方沒有想法，通常就會由市集方這邊自行發想。因此邊緣工事的小馬就說自己其實有一整本點子紀錄，把任何想到的主題都寫進去，有需要時就從中找一個適合的去提案，創意是累積而非意外。

### 【活動設計】

當主題定調後，下一步就是開始根據這主題去做主視覺設計以及活動中的設計。像是「白茫一場」的活動設計是白天與晚上販售不同的商品，主視覺設計則能帮助大家更明確的瞭解本次市集的調性，也是應該在最一開始就確定的。

## 【招商籌備】

市集最重要的就是招商，如何邀請到符合主題規劃的品牌來進駐攤位，是這一階段的關鍵。以活動家的經驗來說，許多品牌其實檔期很滿，因此能越早預訂下他們的時間其實越好。而招到品牌之後，其實還會有許多活動細節需要溝通，因此我們會建議招商的截止日與活動日之間，最好有三週至一個月的間隔。至於招商的時間要多長，則是看要招收的攤位數而定。

招商的方法有很多種，像是開設表單讓人報名或直接邀約都有，如果是長期有在辦市集的單位，通常都會有一些固定合作的品牌，這也會是每個市集的最大資本與招商時的幫手。

關於招商用的表單，除了明確講清楚市集時間、地點、主題、提供的攤位尺寸與器材之外，通常會需要以下資料：攤位名稱、攤主資料、聯絡電話、品牌簡介、主打商品、商品照數張、陳列照數張。這些資訊也可根據主題或場地需求而有增減調整

## 【活動宣傳】

活動宣傳的環節，不只可以讓更多人知道市集下一次出沒的地方，另外也可在這時候適時地透露當天會來擺攤的品牌，並邀請所有參與市集的攤位都能在自己的粉專或其他宣傳管道同步曝光，藉此讓來參與的人潮可以更多樣性一些。





## [ 進場 ]

活動進場會分為兩階段，第一個是市集主辦方的進場時間，像是器材架設、場地佈置等等，都是要在這時候完成。比較理想的進場時間當然是活動的前一晚就完成，但有時場地可能還有其他活動，只能當天進場，那這時就要特別小心，因為市集主辦方進場完後，還有品牌攤位要進場，至少先預留給他們一至兩個小時的進場佈置時間會比較好。

舉例來說，如果市集活動開始時間是 12:00，那麼攤主可以開始排隊的時間是 10:00、開放報到時間就是 11:00。之所以要有一個排隊時間，是因為邊緣人市集覺得攤位的順序應該要盡量公平，所以大多數都是採取先到先選+公開抽籤或猜拳的方式來選位置，而非直接強硬規定攤商的順序。

### 市集基本須知

\* 往後市集資訊將事先寄給優良品牌邀約mail，以『過去一個月未有遲到早退、無故缺席等狀況之記錄優良品牌』為考量優先入選，若沒收到邀約信依然可報名，每個月會不定時更新邀約名單。

\* 雨季期間，若活動取消會在場次前一天下午五點於FB社團『邊緣人市集』公告，不另行通知，請多加注意粉專及社團最新資訊

\* 若有任何問題可來信：[edge@gongshi.tw](mailto:edge@gongshi.tw)

\* 任何場次有候補需求，請按照：(1) 上表單報名欲候補場次 (2) 粉專私訊希望候補即可，若有品牌請假，邊緣人會幫忙遞補寄出入選通知。

\* 最新報到規則為以下：

1. 「排隊時間」為「報到時間」前一小時
2. 在排隊時間前抵達的攤位一律以猜拳（或其他公正方式）決定排隊先後順序
3. 開始排隊後攤位代表人請務必站在現場直到報到時間
4. 若於排隊時間即有過半攤主抵達現場，則可提早開始報到

-  
Ex1:

白茫一場活動時間為12:00開始，則報到時間為11:00，開放排隊時間為10:00。  
10:00前到達的一律猜拳（或其他公正方式）決定排隊順序，決定好排隊順序請站在排隊列直到11:00開放報到。

Ex2:

白茫一場報到時間為11:00，當天總共有40攤，於11:00前即有20攤以上抵達排隊，由現場人員指示即可開放報到。

\* 邊緣人市集往後最新資訊將公布在此

<https://www.facebook.com/groups/edgeman/?fref=ts>

(白茫一場市集招商時提供的注意須知)

## 【市集】

到了市集正式開始後，市集主辦方也還不能算完全沒事。這時市集主辦方通常就需要擔任與各個攤位溝通、提供協助的角色。像是解決他們的垃圾或指引現場場地路線等等。

## 【撤場】

與市集進場時一樣，撤場會分為品牌撤場與市集主辦方撤場。前者通常會是在搭配的活動結束後或提早一點點撤場，這時主辦方要做的就是點收出借的器材是否有遺漏或損壞、垃圾與場地是否已處理完，若沒問題就可以讓品牌攤商先行離開。

市集主辦方最後的撤場則是將器材、佈置等等都還原，因此進場需要多少時間，撤場最好也預留相同的時間，避免有些場地會因為超時而加收費用。如果市集活動剩下的大型垃圾比較多，也可以直接考慮請清潔公司來載垃圾，會比自己慢慢搬運來得輕鬆許多。

### 額外補充：支付方式

有鑒於現在數位支付的方式越來越多，像是街口支付、Line pay 等等，在許多夜市也能看到支援，但這對於一般市集的攤商來說其實並不樂見。

許多攤商仍舊比較喜歡以現金為主的交易方式，若是為了配合場地或贊助商而選擇使用特定的支付方式，那在招商時就要特別注意可能會有攤商因為這個原因而不報名。



(邊緣工事的小馬分享市集的設計經驗)

## 邊緣工事怎麼辦市集

...

了解一般的市集可以怎麼做之後，邊緣工事也在分享當中提到了一些他們能不斷辦出特別市集的方法，其中有些雖然是應用了他們自己的建築專業與特色，但有許多核心的思考方式，是很值得要舉辦市集的人可以參考學習的。

### ▶ 創意與場地如何取捨？

場地既然屬於市集的重要元素，反過來說也常常是限制市集變化的一大主因。邊緣工事就舉例說如果今天市集是辦在百貨公司之類，那確實能做的創意就很受限，因為你不能去破壞建築或是影響到其他的櫃位，因此只能在商品展示上下功夫。

另外就是透過輸出物、裝飾物來改變場地的調性，也是他們常常使用的方式，像是立架、ㄇ形架上掛布條或其他裝飾等等，都是在場地限制下，依然能搭建出主題氛圍的方法。

邊緣人市集過去也有辦過幾場活動在比較特別的場地，像是在火車上、在已經廢棄的南夜大舞廳等等。遇到這些乍看之下完全不適合辦市集的場地時，他們的做法就是抓緊其他的市集元素，主題、攤商、氛圍……只要這些其他的市集必要元素到位了，那麼即使場地看起來不合適，大家仍然會把這邊當作一個市集。



### Note

舉辦在已廢棄的南夜大舞廳的市集活動，融入了剪髮、攤商、8-bit 音樂表演，讓場地重新展現不一樣的面貌。



## 活用「以終為始」的概念

在一次邊緣人市集的活動中，他們發現佈置場地用的紙箱，撤場後最好的方法並不是丟掉回收，而是留給北車附近的流浪漢們使用。這也給了他們後期「以終為始」的概念。

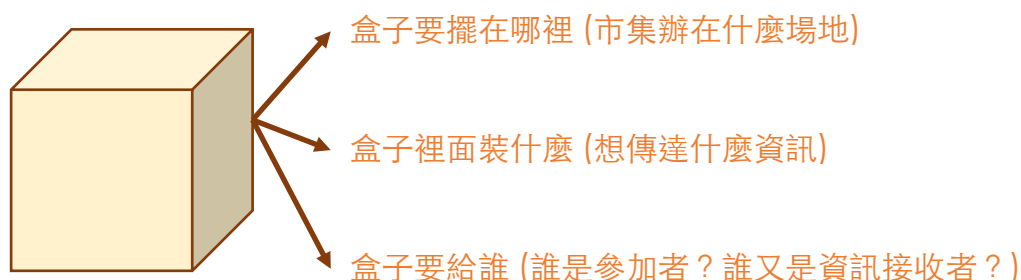
過去很多時候我們在策劃市集時，都會很單純的去想要在活動現場加什麼東西，思考的方式是一條直線，這會導致有時無法提前預知到前方會遇到什麼問題。而以終為始的概念，則是不先從市集前、市集中開始考慮，反而是先想市集後我們要怎麼處理所有的東西、市集後我們要在這空間或場地留下什麼、市集後我們希望大家有什麼感想……

先有這些最後的結果，再往前去想前面可以怎麼做，或是讓所有環節都更加有意義，這是邊緣工事在規劃市集時會不斷活用的觀念。

## 盒子思維

聊到怎麼讓市集現場可以有更多的體驗與互動，邊緣工事的小馬提出了他的盒子思考方法。他認為市集就像是一個盒子，它就只是一個載體，你可以透過去想這盒子放在哪裡(場地)、盒子裡面裝什麼(主題與傳遞的訊息)、盒子要給誰(參與對象或希望傳達資訊的對象)，來讓自己更明白怎麼做一場有趣的市集。

舉例來說，南夜大舞廳的市集，盒子不一定只有給現場的消費者，同時也是要傳達給場地方以及其他當地居民「這地方還是有活力」的訊息。透過反覆的用這三個問題來檢驗自己舉辦的市集活動，可以讓市集的主題與意義更加明確，同時也能順藤摸瓜的想出現場可以做的搭配活動。





## 模糊「觀看者」與「表演者」的界線

為什麼邊緣人市集的活動總是可以吸引人流，而且讓人覺得互動的氛圍非常自然？這點小馬說那是因為邊緣人市集模糊了觀看者與表演者之間的那條線，大家都是同樣的參與者，那這市集自然就會好玩。

市集的基本元素中有攤商與消費者，原本是兩個在不同角度的角色，所以許多市集主辦方大多數是跟攤商站在一起，或者說市集主辦方跟攤商常常會有上、下級的關係。但如果在最一開始規劃市集時，就先不要預設誰是一定的表演者、誰是一定的參與者，而是讓市集也可以變成讓攤商覺得好玩有參與感的地方，讓消費者也能參與整個市集的互動，這樣現場的氛圍就會逐漸往大家更願意互動靠近。

實際的作法有很多種，邊緣人市集比較常用的是透過攤位的排列方法，讓攤位不要死板的排排條列，改用錯落式或棋盤式的交錯，讓來逛市集的人必須走入攤位之中，更深的參與市集。

另外，邊緣人市集在其中還會擔任另一個角色，就是攤位與攤位之間的潤滑劑。因為每個攤位互相之間可能不認識，這時邊緣工事的成員就會來擔任開啟話題的角色。讓他們互相認識，不只認識不同的商品與品牌，也能交流擺攤的經驗。這也是讓市集不只是市集，讓許多攤商願意一直參與邊緣人市集的一個因素。



(邊緣工事的小馬分享市集的設計經驗)

## 舉辦市集最困難的地方

最後我們請邊緣工事分享九年來，覺得舉辦市集最困難的地方，他們一致認為還是與人溝通這件事，而這也是影響一個市集能不能走得長久的關鍵。

對邊緣人市集來說，攤商與市集主辦方並不是明確的上下級關係，所以他們在溝通上很少去命令攤商要怎麼做，也不會刻意的去抹平參加品牌的特色。這因此讓整個市集變得多元，也讓攤商更願意下一次合作。

而當這些攤商與品牌跟久了，自然會開始形成一些社群與關聯，這就變成每場市集招商時非常重要的誘因與參加者來源。



(邊緣工事的小馬與 Annie 分享市集的設計經驗)

## — Chapter three —

# 補充資料

...

在小聚之中，許多參與者提到一個問題是不知道該怎麼開始，或是不知該去哪裡尋找市集相關的資源與宣傳。對此邊緣工事認為無論大或小，想開始辦市集最重要的是自己下水試試，先從參加的市集中，找出 5 個可改進的地方當作練習會是不錯的方法。

### Facebook 上市集相關社團

- [創意市集+街頭藝人全國大會師](#)
- [市集Market。Creative。Handmade](#)
- [創意生活DIY俱樂部（玻璃瓶、木工、手作、生活](#)
- [全台市集/文創/手作資訊中心](#)
- [手作·動手做~各類手作分享交流園地](#)
- [擺攤資訊網 \(粉絲專頁\)](#)
- [台灣藝術市集協會 \(粉絲專頁\)](#)
- [市集招募資訊 轉貼站 \(粉絲專頁\)](#)
- [市集拍著走](#)

### 推薦書籍

- [新零售藝術:全球60家最美獨立店，教你最佳策展、行銷、陳列、服務的操作祕訣](#)
- [策展人工作指南](#)
- [展示陳列設計聖經](#)

內容提供：邊緣工事、活動家

資料整理、編輯、補充：活動家(好奇心創意有限公司)