

2024年，乡村大集为什么还能火“出圈”？

乡村集市如何变『流量』为『留量』？

■ 甘怡淳 之江轩

近两年，一到传统节日，视频平台上“逛大集”主题就会成为流量密码，引来众多网友的沉浸式观看。年轻人为何突然又开始逛大集了？一方面，农村集市随着时代的发展变得更加活泼有趣、更具吸引力；另一方面，年轻人在快节奏的现代生活中，更加渴望回归朴素，用人情味治愈“精神焦虑”。在这些因素的共同作用下，越来越多的年轻人开始把“赶集”作为一项新的休闲活动，进而演变成一种新的文化行为。

农村集市作为传统的商业活动，在现代社会元素的推动下迸发出了新的生命力，但在未来也面临着新的挑战 and 机遇。如何保存住民众这份“赶集”的热情，让集市经济一直持续火热？笔者认为，至少可以从以下三方面着手：

深挖文化这口“井”。乡土文化是乡村集市的鲜明标签，也是乡村集市得以生生不息的基因密码。如何避免“特色小吃都是淀粉肠”的尴尬？破题关键还在于深挖在地文化这口“井”，从当地的历史人文、民俗风情、非遗技艺等特色文化中汲取养分，让乡村集市成为文化交互交流的新场景。

比如在云南，乡村集市往往与传统节日庆典结合在一起，形成独具特色的“民俗狂欢”，比如苗族的“踩花山”、傣族的“泼水节”、哈尼族的“黄饭节”等，每年都能吸引成千上万的游客，既带动了当地的旅游业，也让民俗民俗搭载着集市平台的流量得到传承和弘扬。

“旧瓶”也要装“新酒”。乡村集市作为一种传统民间风俗，要吸引新一代年轻赶集人，除了保留原汁原味的乡土味、烟火气，也要契合现代人的生活方式与审美需求，在视觉设计、品牌包装、打卡玩法、传播方式上创新升级，线上线下玩转属于乡村集市的“土潮风”。

比如浙江省丽水市缙云县壶镇去年夏天举办的“五·廿八”大集，既有传统的戏台表演，又引进了电音泼水节，还找来本地村民扮演“卖货郎”和“王婆”，与赶集人互动问答壶镇的历史人文故事，答对了就能获赠文创产品。这些新玩法，吸引了不少年轻人。

“尽精微”方能“致广大”。尽管乡村集市已然迎来“又一春”，但环境卫生脏乱差、“三无”产品泛滥、售后服务与维权不便等问题，或多或少还存在。要想寻求长远而健康的发展，让更多人愿意为乡村集市驻足，就得不断完善细节、补齐短板，提升服务质量。比如，加强市场监管，改善基础设施，优化乡村环境，建立更长效机制，为乡村集市的繁荣提供“硬支撑”。

比如有的乡村依托集市这一平台打造创意园区，吸引大学生创客入驻；有的乡村出台助农政策，鼓励支持当地农户进场交易；还有的乡村特别设立“共富摊位”，通过直播带货带动当地特色农产品销售，让乡民成为“共同富裕人”。

有人说，市井长巷，聚拢来是烟火，摊开来是人间。但愿乡村集市归来以后，就不再远走。

顾客在吉林省长春市近郊的卡伦大集上购买冻梨和冻柿子。新华社记者 唐成卓 摄



石榴

单时“只看图尝不着”的距离感，很多摊主会热情地邀请你免费品尝。大集里售卖的东西不会像连锁商超那样精心挑选，也没有光鲜亮丽的外包装。在这里，蔬菜是论堆的，饼是论袋的、排骨是论扇的、瓜子是论兜的，付过钱后，各类商品一股脑儿塞进塑料袋，拎起来就回家。

同样让人感到亲切的，还有熙熙攘攘的人群和喧嚣热闹的叫卖声。比起大城市中习惯“快递驿站、外卖送上门”的无接触生活，大集里拥挤的人群和鼎沸的人声显得格外真实；听惯了格子间里“高端互联网职场黑话”，大集里简单质朴的叫卖声显得更接地气。

很多赶集人从街头暴走到巷尾，手里拎满了各色塑料袋。逛累了也没关系，随时可以停下补充能量。现炸的油条、现包的小笼包，再配上一碗热气腾腾的豆腐脑，瞬间就能让赶集人“满血复活”。

也有网友说，有时候不是爱逛大集，而是喜欢大集里的人。在挑选商品和等待付钱的短暂间隙，摊主们经常会亲切地跟顾客拉家常。“蔬菜都是我

们自己家种的，保准新鲜”“我在这摆摊30多年啦，好多人爱吃我做的炉包”“凌晨3点多就起来准备了，哪份工作不累呢”……不管是否能成交，无论卖出多少，摊主们似乎都乐呵呵的，这种乐观和满足也不自觉地传递给摊位前的赶集人，疗愈了很多年轻人的精神内耗。

有观点认为，乡村集市的回归与“出圈”，是民俗传统与现代生活的结合、乡土文化与乡村经济的碰撞，也是人文经济学的生动诠释。在一声高过一声的吆喝里，在大伯大妈的热情招呼里，在摩肩接踵和人声鼎沸里，集市以一种质朴、温暖的方式包裹着身在其中的人。在浓浓烟火气和暖暖乡土情中，赶集人得以放下满身的疲倦与焦虑，享受一场直抵心灵的“精神按摩”，获得一份属于自己的“小确幸”。

赶大集正在社交平台走红

除了兴趣爱好，年轻人爱上农村大集，或许也受各内容平台和创作者的影响。每到传统佳节，以赶集为主题的短视频就会在各大社交平台走红，打卡、怀旧、逛吃，还有不少博主贴心地整理出赶集攻略。记者以“赶集”为关

键词搜索发现，在小红书上，相关笔记超过13万条，抖音上相关的短视频轻松就能收获几十万的点赞。在短视频的带动下，赶集进入了越来越多年轻群体的视野，年轻人的扎堆涌入也造就了一批“网红大集”。

农村大集在社交媒体走红，除了“沉浸式体验”和“新鲜感”之外，还有一个重要的原因是物美价廉。

如今，更多的年轻人在购物时追求性价比，而农村大集中商品种类繁多，价格相对较低，还能随时货比三家，为很多消费者带来了在城市中感受不到的新消费体验。在短视频平台中，“论堆搓、巨便宜”“挑战100元在东北大集能买什么”“不是超市买不起，而是赶集更有性价比”等表现集市商品有着更高性价比的内容往往能斩获一大波流量。

由此可见，农村大集凭借独特的商品类别和环境氛围，成为求新猎奇的新媒体创作的绝佳题材。有专家认为，在短视频博主的聚焦之下，乡村大集的活力被进一步激发。乡村大集可以顺应这种发展趋势，运用电商和智能化技术，扩大自己的市场和影响力，或建立自己的网店和社交媒体账号，吸引更多的消费者，让乡村集市持续火热。

集吸引了很多赶集人。浙江省台州市临海市桃渚古城的市



图片来源：网络



▲ 农村大集上，新鲜出炉的烤鸡腿散发着香味，也给集市增添了一份烟火气。李熙爽/摄



▲ 长春大屯集市，摊主挂起福字，摆好对联，等待赶集人来挑选。李熙爽/摄



▲ 游客在山东省日照市南湖大集挑选非遗手造。图片来源：直播日照

农村大集的“前世今生”

有观点认为，中国最古老的集市，可以追溯至神农时代。《周易·系辞》记载：“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”在特定的时间和场所进行物物交换，这便是集市的由来。

到了魏晋南北朝时期，以乡村集市为代表的“草市”开始出现，销售蔬菜、水果、茶叶、药草等初级农产品。宋朝时期，乡村集市开始蓬勃发展，逐渐演变成了时间、地点固定的活动，一般是逢年过节举办大集会，平时以小集会为主，每个乡村集会还有自己主打的特色产品，十分热闹。

乡村集市不仅是乡村的“商业CBD”，也是“八卦”的集散地。赶集当天，来自十里八村的村民们汇聚到一起，大家在街头巷尾说话、在茶馆酒肆聊天，不知不觉就把国家大事和小道消息打听个遍，带着沉甸甸的收获回家。

新世纪以来，随着我国城镇化的快速推进、互联网电商的高度普及，商品经济的繁荣渐渐压缩了传统大集的存在感，乡村集市提供的购物、娱乐功能，在现代花样翻新的娱乐、消费方式面前，似乎也变得微不足道。

近些年，在城乡融合的发展趋势和数字平台的助力下，乡村大集重回大众视野，除了传统的以物易物、荣耀“归来”的集市出现了更多新玩法，由此收获新关注、焕发新生机。

在这里被人间烟火气治愈

走进农村大集，瞬间被一眼望不到头的小摊和各式各样商品包围。这里没有网上下



▲ 摊主在吉林省长春市近郊的卡伦大集上展示自家养殖的“笨鸡”和大鹅。新华社记者 唐成卓/摄



▲ 不少顾客来到吉林省长春市近郊的卡伦大集上购买年货。新华社记者 唐成卓/摄

逛大集，感受温暖富足的新年滋味

■ 中国妇女报全媒体见习记者 李熙爽

临近年关，赶集成为很多年轻人的新时尚。东北农村大集、山东农村大集、苏北农村大集……打开网络平台，各式赶集视频层出不穷。原生态的环境、便宜的物价和热闹的场景，农村集市让年轻人“大开眼界”，赶集视频也成为很多人的“精神零食”。

线下，赶集大军中的年轻人也在不断增加，约上三五好友一起去集市，成为很多年轻人周末休闲的新选择。赶集，这个带有年代感的词语，为何在互联网上焕发新生机？年轻人又为何爱上了农村大集？近日，中国妇女报全媒体记者走访吉林多个集市，感受农村大集的独特魅力。

热闹的农村大集 蒸腾的烟火气

每逢农历一、四、七，长春大屯集市就迎客开集。从长春市区出发，乘车一个多小时就到了集市所在地——富锋镇。从下车点到集市，还有一段不短的距离，但是当地人告诉记者：“只要开集当天去，人流就是最好的向导。”果然，下车后，拉着小车的赶集人纷至沓来，像河流一样涌入大屯集市。

22岁的仇美晗就是赶集大军中的一员，今天是她的赶集“初体验”。她告诉记者，自己对农村大集的第一印象是新奇。

在这里，一切都是“壮观”的。猪肉是成扇卖的，酒水是整桶装的，冻梨、冻柿子被码成整齐的小山包，被火燎过的猪踹层层叠叠地堆在一起。笼子里的肉鸡，站起来跟人的小腿一样高；地摊上的冻鱼，比人的手臂还要长。

这里的一切，又都是鲜活的。鲫鱼在水盆中吐着泡泡，头顶红冠、身披黑羽的大公鸡

警惕地打量着行人，农家大鹅“嘎嘎”地叫着，笼子里的小狗挤成一团儿。“走过路过，不要错过”“苹果嘎嘎甜，不好吃不要钱”“大娘你就放心买，不好吃送回来”……吆喝声、还价声、聊天声，声声入耳；柴米油盐、果蔬生鲜、家居杂物，各色货物门类齐全。

同样令人记忆深刻的是大集上的物价。白菜7角钱一斤，冻柿子一元钱一斤，苹果梨10元7斤，刚卸的猪肉7元一斤……就连丹东草莓的价格也被“打下来”了，15元一斤，个个又红又甜。仇美晗告诉记者，农村大集的物价让自己“见了世面”：“我打算花100元吃遍集市里的零嘴，逛了1个小时，才花了35元。难怪大家都说，东北有自己的‘货币’。”

“一切都是生动的、丰满的、明亮的，生活在这里变得特别具象。”28岁的李雪是农村大集的常客，她告诉记者，在钢铁森林生活久了，热闹的大集对她格外有吸引力，“琳琅满目的物品，喧嚣热闹的声音，农村大集里总是充满生机和活力，蒸腾着热乎乎的烟火气。”烟火气，最能抚慰凡人心。

赶的不仅是集，还有童年的回忆

具有百年历史的乐山大集，售卖香油、烟叶的雁鸣湖大集，以驴肉为特色的新安大集……在长春，各式特色集市吸引着年轻人，特别是“80后”、“90后”，对他们而言，农村大集不仅是一个交易场所，还是乡愁，是内心深处童年记忆。

1987年出生的冯峰，从小在农村长大。四五岁时，他就会跟着家人一起赶集。“每年春节，赶集是孩子们的头等大事。有集市的日子，我不用人催就会早早起床，跟家人一起

出发。”那时候，物质生活远不如今天丰富，但在冯峰心中，集市上物品繁多、无所不有。“糖葫芦、长白糕，再买上几盒小摔炮，这就是我心中的年味儿。”小时候，他和父母一起赶集；长大后，他和堂兄弟弟一起赶集；离乡后，他又带着妻儿一起赶集。他说：“每次进入农村大集，就好像回到了老家，回到了童年。”集市，缩短了与故乡的距离。如今，每年春节前，他都会带着儿子来赶集：“希望大集带给我的快乐，也能传递给儿子，让赶集成为我们共同的记忆。”

在32岁的林凯看来，农村大集牵连着自己的童年。“小时候，年关将至，二叔就会将家里的孩子招呼到一起，蹬着平板车，将他带去集市。”村里的小路坑洼不平，但就连颠簸也让孩子们乐成一团儿。等到了集市，大家更是尽情撒欢，四处奔跑。“对联、福字、红枣、糖葫芦，映入眼帘的一切都是红彤彤、喜气洋洋的；吆喝声、叫喊声、招呼声的声音，在耳边此起彼伏，十分热闹。大人们一边购物一边聊天，孩子们四处寻找没炸开的鞭炮。中午回家，母亲正在炸麻花，空气里弥漫着食物的香气……”林凯说，这就是他心中的年味儿。遗憾的是，随着时间的推移，童年回不去了，年味也越来越淡了。“年货逛大集，是过年的仪式感，也是少有的能感受年味儿的时刻。”林凯说，他对农村大集的感情，是对童年的留恋，也是对年味儿的怀念。

东北大集，浓浓的人情味儿

因为毕业设计与集市相关，最近几个月，21岁的刘文贺在不同的省份赶年集。她告诉记者，与其他地区相比，东北大集特点鲜明——充满人情味儿。

她从商贩的吆喝声讲起：“在这里，买货的不是消费者，是‘大姨’‘大姐’‘妹子’和‘大兄弟’，尽管大家来自五湖四海，但在摊主的嘴里，咱们都是一家人，全是亲戚。”

不仅通过称呼拉近距离，这份人情味还落在行动中。“询问了一句瓜子香不香，摊主直接抓了一把塞到我手里，告诉我随便尝；水果的价格是16.4元，即使用微信支付，店主也给我‘抹零’了；听说我就买一个冻柿子尝味道，卖货的大哥笑了‘就买一个还称啥，丫头你就拿着吧’。”这一系列举动，让刘文贺心里暖洋洋的。她说，在农村大集里，看到了东北人的大方与热情。

张璐是来长春旅行的游客。为了体验当地民俗，她和朋友结伴来到大屯集市。她告诉记者：“看出来我对买菜不熟悉，东北大姐特别自然地跟我搭话，告诉我蔬菜怎么选、水果怎么挑，这个价位是否合算。跟路人问了一句‘好吃吗’，身旁四个人跟我分享他们的试吃感受，大家你一句我一句，就像朋友在聊天。”可以放心地“只问不买”，可以跟商家讨价还价，还可以跟陌生人从菜价聊到生活，张璐说，“在东北大集，我的‘社交恐惧’不药而愈。”

更让她感动的是“农村大集中看到的‘众生相’。卖鱼的摊主，天还没亮就为生计开启一天的忙碌；卖老式糕点的大姐，冻得跺脚不忘招揽顾客；一对“80后”夫妻，为了补贴家用，从零学起制作手工艺品；一起赶集的一家人，一边购物，一边商量着过年的种种安排……一个个奋斗的身影，代表着人们对好日子的期盼。漫长寒冷的冬日里，看到他们奔向未来的劲头，就让人对新的一年充满盼头。张璐说，无数平凡人为之拼搏奋斗的新年，必然是一个温暖、富足、有滋有味儿的年。 (采访对象皆化名)