

传统大集在网购时代“逆袭”，有人跨省奔赴，年轻一代青睐

曹洼大集，为何爆火？

声音

让乡村集市焕发新活力

◎ 任志霞

集市，即农村或小城镇中定期商品交易的市场。对很多人来说，赶集都是童年记忆里很有滋有味、有地方特色的一部分。随着时代的发展，乡村集市也发生着转变，不仅扮演着延续传统集市经济和乡土文化的角色，也在推动城乡经济社会融合发展中发挥着不可或缺的作用。

如何通过创新，让集市重新“活”起来，让赶集这个习俗与时俱进，融入现代生活，也为乡亲们创造更多的致富机会，这里面有着广阔的空间可以去发掘。

山西省社科院经济所副研究员刘晓明表示，对于城市人来说，逛乡村集市不仅能够放松心情、放慢节奏、释放压力，而且能够买到各有特色的农产品，贴近田园、享受烟火气、治愈乡愁。而对于集市上的售卖者或者商家来说，又为自家产品扩大了销路、增加了收入，同时也解决了一部分社会灵活就业人员的生计问题。应当看到办好乡村集市的重要意义，从大的方面讲，这是扩大农村消费的重要载体和渠道，也是活化乡村文化、带动乡村人气、推进乡村全面振兴的重要纽带。当然，要直面乡村集市存在的山寨货、冒牌货等商品质量问题，强化政府治理能力，加强市场监管，积极构建城乡统一的高标准市场体系。

具体而言，在商品质量方面，要进一步规范市场秩序，市场监管部门要加强对集市商品的抽检，严厉打击假冒伪劣产品，切实保障消费者权益。要建立农村市场信用体系，表彰诚信经营商家，同时对失信行为进行惩戒。

宣传推广方面，村“两委”应组织开展农产品加工相关技术培训，通过“三品一标”认证提高农特产品附加值，甚至可以通过农村集体经济组织统一加工和参与集市销售，宣传打造各村的农特产品品牌。政府还可以结合各类集市组织举办促销活动，如农产品展销会、文化节庆活动等，吸引更多的消费者参与，促进集市的繁荣。

传统文化传承方面，要始终注重把经济效益与文化结合起来，让中华优秀传统文化焕发新的生机，在集市中得到彰显和弘扬，让文化为产品销售和集市繁荣赋能。可以在集市中设立专门展板或借助网络直播等多元媒体介绍和宣传特色地域文化，如民间艺术、手工艺品、地方特色小吃等，提高人们对传统文化价值的认同。

此外，农村集市具有独特的商品类别和环境氛围，已经成为新媒体创作的绝佳题材，要积极顺应发展趋势，向乡村“引流”，持续拓展消费场景，激发乡村消费潜力。

链接 >>>>>>>>>

山东临沐 大集更具“文明味”

◎ 王宁

“你好，我是临沐街道执法中队的执法人员，这个地方是出入口，人来人往很容易踩到你的摊子，我帮你往后挪一挪吧！”每逢大集，山东省临沂市临沭县临沭街道的执法人员天不亮就提前到岗，在夹谷山路、夏庄东街、沭新东街的路口执勤，耐心引导顾客商贩，确保集市秩序安全稳定。

据执法人员介绍，每月农历逢四九是临沭街道曹洼大集，熙熙攘攘的人群围满了集市，大量的商户摆摊售卖，为群众生活购物带来便利的同时，也因部分商贩占道经营、摆摊无序等存在安全隐患。临沭街道多次调研论证，摸清商贩底数，充分征求群众意见，融入网格化治理理念，科学规划摊位区域，在摊位外围设置护栏、石礅，划分好各类营业区域，防止商贩占道经营、乱摆摊设点。同时，借鉴“路长制”，设置片区负责人，由工作区、相关村居进行帮包，确定到人，倒逼责任落实；路口摆放集市区域分布图，规划东北侧和西南侧2个停车场，辅路内侧一并设置停车位，通过交通安全展板、停车引导、口头提醒等形式，确保车辆有序停放。

“以前一到曹洼大集，这条路骑个电动车都挪不动窝，现在好了，路顺了，大家购物也更方便了！”赶集的游客向工作人员竖起大拇指说道。为更好地满足群众需求，该街道还在每个摊位前设置安全距离，劝阻商户后退3米，方便群众临时停放非机动车。各区域有执法人员站岗，早中晚定点巡查，做好游客引导，帮助摊主维持秩序；在集市入口处，还设有便民服务点，内有公平秤、打气筒等物品，并有专人收集意见建议。真正变管理为服务，用真情赢得满意，让大集管理有力度更有温度，保证“烟火气”的同时，也让大集的“文明味”更浓。



2025年末，波天的富贵与流量，来到了山东大集。

早上5点半，天刚蒙蒙亮，山东省临沭县曹洼大集已是人声鼎沸。羊肉汤锅蒸腾起白汽，水煎包摊前的长队里，拖着行李箱的游客与挎竹篮的本地农户并肩而立——这个运营了50余年的乡村大集，如今已成为现象级消费热点：单次开集来客超过10万人，超4亿人次在线“云赶集”，50元的人均消费却撑起了五六百万元的日交易额。

数字时代，传统集市以一种意想不到的方式重回大众视野甚至“名利双收”。更有不少年轻人像打了鸡血一般，天刚亮便奔赴集市。

传统集市为什么能逆风翻红？赶集的人又在“赶”些什么？

集市观察

跨省也要赶的大集什么样？

5元一把的酱香饼、20元一碗的全羊汤、1元钱两个的牛肉水煎包……曹洼大集上，一位从江苏自驾3小时来的游客拎着大包小包感叹：“钱没花多少，东西已经拎不动了。”

两公里长的街市，吆喝声、讨价还价声与美食香气交织。停车场“苏G”“苏C”车牌的车辆随处可见，更有来自外省的游客乘坐大巴组团而来。从沿袭数百年的鲁南传统集市到区域文旅新地标，曹洼大集一时声名远播。

曹洼大集占地170亩，有2000多个摊位，划分了美食区、花木区、非遗区、百货区等十多个区域。从业人员超过5000人。农历逢四九开集，吸引着各地游客。据临沭县商务局监测，今年前五个月大集单日最高消费额突破580万元，相

当于县城3家大型商超的月营业额总和。集市以特色美食著称，包括临沂炒鸡、牛肉水煎包、酱香饼及全羊汤，并设有烙画葫芦、柳琴戏、三弦书等文化展示区。

不同于标准化超市或电商平台的精致包装，这里的东西“土”得实在，价格“低”得惊人。

从新鲜采摘的瓜果蔬菜到现场制作的乡土美食，从手工编织的柳编制品到传统戏曲表演，曹洼大集提供了一个网购无法复制的全方位感官体验。

集市负责人介绍，为应对激增的客流量，当地已紧急扩建了3个停车场，村支书巡场当“客服”，现场加装卫生间、增设信号基站，工作人员用小喇叭监督物价和质量。这些接地气的举措让传统大集焕发新生机。

乡土情怀

年轻人追逐的“情绪解药”

不止临沭，类似的场景正在全国各地上演，北京、河南、云南、贵州……那些本该随着社会发展逐渐被时间淹没的传统集市，不仅重归火热，甚至被追捧为消费“顶流”。而拥挤的人流中，并不是人们想象的只有中老年人，而是有大量年轻的面孔。

12月2日，《咬文嚼字》“2025年十大流行语”发布，“活人感”占据一席。对年轻人来说，赶大集就是实实在在的“活人感”。

寒冬，人们贪恋被窝的温暖，别说旅游，连出门都得挣扎许久。年轻人更是将早起视作“现代十大酷刑”。但为了集市里鲜活的生活气息，年轻人掀开被子爬起床。

价格实在、氛围接地气，是“大集们”吸引年轻人的第一大优势。5角钱一个的油煎包，25元两盆的蝴蝶兰、30元两件的衣服……没有精致环境和消费符号带来的过多溢价，大集以一种实惠“直给”的方式，让经常被“消费刺客”刺一下的年轻人体会到了“买买买”的快乐。

据统计，北京诸如韩村河大集、沙河大集等集市，客流量在两三万人之间，节假日甚至能吸引4万多人。

在云南大理，赶集日历几乎人手一份，哪个集市的蔬果更便宜、早点更好吃，已成为圈子里最宝贵的“社交货币”。这里的集市似乎存在某种魔力，它们有

着与都市生活截然不同的时间流速，能让年轻人的脚步慢下来。这里没有KPI（关键绩效指标）、没有DDL（最后期限），有的是打鸣乱叫的生鸡活鸭、色彩鲜艳的水果蔬菜、沾着泥土的新鲜蘑菇……放眼望去，琳琅满目，给人一种丰盈和满足感。

而在东北的黑河早市，昨夜的白雪还未消融，手工馒头、鸡蛋汉堡、蓝莓、冻梨等摊位前已排起了长队。队伍中，不仅有来自全国各地的年轻游客，还有着一河之隔的俄罗斯年轻人。“二十元吃不完，五十元拎不动”在这里绝非戏言。

当然，集市的物价不仅低，而且透明。摊贩们习惯将价格写在纸板上，彼此之间无需猜测、不必算计，喜欢便可闭眼人，这就是最好的购物体验。

大集还接住了年轻人对“有趣灵魂”的渴望。在这里，能看到老师傅用传承几百年的手艺编柳筐，能目睹手艺人用葫芦上现场烙画，还能守着民间艺人听段地方戏。这些非遗和乡土文化，不再是书本上枯燥的词句，而是能看、能摸、能互动、能发朋友圈的“活场景”。

不少年轻人感慨，有时哪怕只是在大集上漫无目的地闲逛，也能在热闹氛围中汲取治愈能量，“遇见”那个不那么“社恐”的自己。

体验经济 农贸大集提供网购缺失的感觉

与便捷高效的网购相比，农贸大集提供了独特的价值体验，这也是其能够在数字经济时代存续并焕发新生的关键。

真实触感取代虚拟浏览。在大集上，消费者可以直接触摸商品的质地，嗅闻食物的香气，品尝摊主递来的样品。这种全方位感官体验是隔着屏幕购物无法获得的。一位售卖手工编织品的老匠人说：“我的篮子，你得亲手提一提，才知道它多趁手。”

人情温度弥补算法冰冷。网购是人与界面的互动，而赶集是人与人的交流。大集的摊主们会记住老顾客的喜好，交易时还常常抹个零头、添个彩头。而年轻人常常在漫游中收获惊喜，学得新知。不被“猜你想买”捆绑的交易方式，让年轻人买了想要的，也买了他想不到的。

当一部分年轻人身体力行地奔赴集市时，另一场规模或许更为庞大的“赶集”正在云端同步发生。通过主播的镜头，更多人“漫步”在湖北荆门“八角赶大集”的摊位间，看沾着露水的瓜果，听村支书用乡音讲解本地特产。贵州务川的“村抖”集市直播，更是直接将镜头对准

了田间地头和农家院落，82岁的村民冉启常在镜头前卖自家山货时慈祥的笑容，也击中了无数网友的思乡之情。

“云赶集”也催生了新的社交模式和关注视角。它不再仅仅是“观看”，而是变成了可互动、可分享的社交事件。观众在弹幕里交流哪家包子看起来更香，分享自己家乡大集的特色，甚至通过直播链接直接下单，将千里之外的乡土风味搬上自家餐桌。在湖北武汉黄陂青云村，一场“云端赶集”直播能在11天内突破百万元销售额，这不仅是一场交易，更是城市消费者与乡村生产者之间建立的情感联结。

深植于地方的文化特色，更是打破文化与生活的割裂，让乡土价值“活”起来。在曹洼大集，1400多年历史的柳编技艺，从展柜展品变成游客可亲手编筐的体验；烙画葫芦、沂蒙剪纸等文创摊位前，游客驻足询问的不只是价格，更是其背后的民俗渊源。

“‘赶大集’生生变成了‘打卡游’”，“氛围特别热闹，找到了小时候赶大集的感觉。”“很享受这种赶集的快乐。”线上线下游客的心声，让这份快乐、热闹具象化。

服务升级

传统大集如何持续保持人气？

“人均50元”的曹洼大集，为改造农贸市场打了一个样。如何让一单单50元的消费细流，在农村大集的熔炉里裂变成几百万、上千万元的大市场，让“流量”变为“留量”，让“网红”变成“长红”，避免火热劲儿昙花一现，是对地方治理智慧的考验。

传统集市要想在现代消费环境中保持竞争力，必须在保留乡土特色的基础上融入现代服务理念。

基础设施的完善是首要任务。曹洼大集扩建停车场、加装卫生间的做法，正是解决基础设施痛点的有效措施。

商品质量的保障和特色化是关键。大集管理者应建立基本的质量监督机制，防止以次充好、缺斤少两的现象。同时，鼓励具有地方特色的产品和服务，如曹洼大集的非遗展示、地方戏曲表演等，形成不可复制的核心竞争力。

曹洼大集的走红，为乡镇集贸市场改造明晰了可行路径：以平价守住民生底色，以文化注入独特魅力，以治理护航消费体验。当越来越多的乡村集市能如此运作，让赶集不只是购物，更成为一场融合实惠、文化与温暖的综合体验，它们便成为展示乡村新貌、拉近城乡距离、提振县域文化自信的窗口。

数字技术的融入能拓展大集的影响。曹洼大集在线上获得的4亿人次关注表明，传统集市与新媒体结合能够产生

巨大能量。通过直播赶集、线上推广特色产品等方式，大集可以打破地域限制，吸引更广泛的消费群体。

此外，要保持原真性与创新性的平衡。在改善服务的同时，必须保留大集原有的乡土气息和人情味道，避免过度商业化而失去灵魂。曹洼大集村支书巡场当“客服”的做法，正是用本土方式解决问题的创新尝试。

曹洼大集火爆的背后，是城乡关系重构和消费模式转型的大趋势。随着城市居民对乡土文化和真实体验的渴望日益增强，乡村集市正从单纯的商品交易场所转变为文化体验空间。

这种转变与乡村振兴战略高度契合。一个成功的乡村大集能够带动周边农户增收、促进手工艺传承、激发乡村活力。曹洼大集的出圈表明，传统与现代并非对立关系。当地方以开放的态度对传统集市进行适度改造，保留其核心价值的同时提升服务品质，就能创造出既有文化底蕴又符合现代消费习惯的新业态。

治理不再只是“维持秩序”，而是转向“服务需求”，从“事后补救”变为“提前预判”。既守住诚信经营、公平交易的底线，又让游客逛得舒心、买得放心，把一时热度转化为持久口碑。这或许是乡村全面振兴进程中接地气的市场活力，亦是最动人的乡土温度。

（综合新华社、《徐州日报》、36氪等）



曹洼大集。(资料图)