

挑战20元吃大集、直播引流种草……“走，去赶集！”成新潮社交 徐州大集被这届年轻人“玩明白了”

文/本报记者 吴一凡

图/本报记者 车佳

“香油嘞——！”一声拖着长腔、带着拐弯的吆喝声响彻在马山大集，千百种嘈杂声汇集一起，比任何导航都准，不仅领着老主顾找到熟悉的摊位，也勾着越来越多的年轻人，从城市走向乡土，涌向徐州各处热气腾腾的集市。

近日，记者从本地生活平台了解到，“赶大集”悄然成为当下年轻人的娱乐休闲新方式之一，一股由“在地体验”驱动的消费新热潮，正为本地经济增长注入鲜活动能。

年轻人热衷赶集

曾几何时，乡镇集市在年轻人眼中是“土味”与“过时”的代名词。然而，这股观念的转变在徐州表现得尤为明显。

“走，去赶集！”这句充满年代感的邀约，已在徐州年轻人中成为新潮的社交暗号。在社交平台上，与赶集相关的话题持续升温，年轻人分享着“挑战20元吃大集”的经历，或是展示在马山大集淘到的特色手工艺品。更有不少人将目光投向了更远、更具原生态魅力的乡村大集，邢楼大集与苏山大集正是其中备受追捧的两处新兴打卡地。

在位于邳州西北苏鲁交界的邢楼镇，年轻人在这里发现的不仅是物价的惊喜——5块一袋的纯绿豆饼、8块一斤的炸面果、9毛一斤的大白菜……还有一种在城市中难以寻觅的生动体验。

在一个陈列着各式各样泥塑的摊位前，总会聚集起一群好奇的年轻人，他们围着那些造型朴拙、色彩鲜艳的泥老虎、泥娃娃拍照。邳州泥玩具非遗代表性传承人刘洪海笑着说：“现在年轻人哪里见过这些泥响、泥娃娃，个个都稀奇得很，买回去既是玩具，也是个念想。”

专程从徐州市区开车前来打卡的曾辉说：“在这里，买香油时老奶奶敲的梆子声，一下子就把我拉回到小时候。这种感觉，是网购给不了的。”

或许，年轻人赶的并不只是一个集，而是在快节奏的现代生活中，一次对真实温度与在地文化的深情奔赴。



邢楼大集上身穿大花袄的摊主。



邢楼大集上售卖红薯的摊主。



马山大集上的传统美食制作。

赶集“赶”出消费新趋势

赶集，曾是很多人童年最温暖的期待。如今，这份期待被赋予了全新的内涵。传统大集不再只是瓜果蔬菜的集散地，它的边界正被无限拓展：手作陶艺的温润、木雕摆件的匠心、独立设计的首饰、各式奇趣挂件，乃至攀岩骑行等小众爱好用品……商家各出奇招，年轻人乐于“寻宝”。

在社交平台上，既有摊主分享“摆摊兵法”，也有网友热衷发布打卡攻略。市集为何如此好逛？它又如何持续满足年轻人更高的期待？

或许如今的市集，早已超越单纯的商品交易，演变为一个融合了文化、社交与情绪的“生活秀场”。

在马山大集，正在挑选手工编织品的“90后”王雅琪告诉记者：“这里的東西感觉更有人情味。你可

以和创作者聊创作灵感，这是商场里永远得不到的体验。”

王雅琪觉得，与网购相比，线下大集更快捷方便，“现在的集市越来越大，产品也更丰富，赶集的体验更好。我觉得网购再发达，也不会取代集市。”

正如她所说，情绪消费让商品变得“有情感”。在大集上，消费者发现新奇的玩意、感受热闹氛围、欣赏现场制作的过程，使得商品跳出了实用工具的框架，成为承载故事、记忆与共鸣的情绪载体。

而市集恰恰为非遗传承人、手艺人提供了展示创意的绝佳舞台。这里的商品在兼顾大众审美的同时，更敏锐地捕捉并满足了那些曾被主流市场忽略的个性需求。

线上联动赶集新体验

线上线下联动，则让市集体验从单向购买变为深度交互。上月6日，邳州邢楼大集就成功进行了一场“焕新”行动：通过短视频预热、直播导览，组织本土主播、村支书与官方力量共同参与，从“早市烟火”“戏曲传承”“乡愁记忆”等多维度呈现市集魅力。

当朝阳洒进集市，村支书带领网友沉浸式解锁早市：煎包在铁锅上滋滋作响，油条在翻滚中膨胀，爆米花机“嘭”的一声巨响伴随着欢笑，卖香油的老奶奶敲着梆子吆喝……这场老集市与新流量的碰撞，不仅渲染出浓烈真实的人间烟火气，更为乡村振兴注入了鲜活的文化动力与消费活力。

“我们就是从临沂看了直播专门来的！”在邢楼大集上，一对年轻情侣兴奋地说，“直播里看到村支书

介绍‘香满楼’的包子，还有那个会‘唱歌’的泥老虎，觉得太有意思了，周末就直接开车过来了。”像他们一样，被线上流量吸引而来的外地游客正逐渐增多。

线上直播引流种草，线下实地体验打卡，这种结合让消费过程充满了探索的乐趣。消费者不仅能观赏由买手和商家共同打造的视觉盛宴，还能通过实时互动，更深入地挖掘商品背后的使用价值、社交价值与审美价值。

一个个充满魅力的市集，就是一座城市最生动、最温暖的缩影。“赶”出的不仅是消费数据，更是一种连接人与人、传统与当代、乡土与城市的可持续生活方式。在互联网与社交媒体的催化下，这种充满生命力的本地消费形式正蓬勃生长，成为驱动地方经济增长坚实而温暖的新生力量。



马山大集。