▲從左到右依次為：日照大石場大集；外籍友人在青島泊裡大集上寫毛筆字；青島李村大集。

山東大集，鄉土文化可觸可感

年底未至，年集已燃，一場「潑天的富貴」湧入山東大集。地處魯蘇交界、深藏魯南小城的曹窪大集，近來成為熱搜「常客」。線下吸引 10 萬餘人次「逛吃」打卡，線上收穫 4 億人次「雲端」圍觀，這個運營 50 多年的鄉村大集，一躍成為現象級消費地標。曹窪大集的強勢翻紅讓人們窺見傳統集市的新活力。而在山東，這樣的「寶藏大集」不勝枚舉，自帶「同款」網紅潛質。

沒有圍牆的「博物館」 展示地方鄉土文化的窗口

有人說，山東大集是一座沒有圍牆的「博物館」。

濟南仲宮大集從漢朝走來，2000 多年見證農耕商貿的迭代變遷；青島李村大集最早見於明萬歷版《即墨縣誌》，沉澱了青島開埠後的市井風情；日照安東衛大集可追溯至明清衛城商貿，海防文化、漁商文化交融……到山東趕一場大集，鄉土文化可觸可感。

穿梭在曹窪大集 2000 多個攤位間，巧手編織的柳編籃、柳編包，露天展演的柳琴戲、三弦書，走出展館和劇場，在市井煙火中煥發新生，令遠方來客駐足流連。

近年來，山東大集「趕」出更多新花樣，逐漸超越單純的買賣場所，成為展示地方鄉土文化的窗口。

民衆逛「黃河大集」，聽曲看戲憶鄉愁；趕「海洋大集」，伴著秧歌嚐海味 ；探「運河大集」，體驗指尖上的非遺技藝……各地因地制宜打造特色大集，進一步活躍文旅消費市場。

▲莫言在社交平台上分享回山東趕大集的場景。

▲臨沂曹窪大集。

▲濟南仲宮大集上的年糕冒著熱氣。

「這是生活的聲音，也是生活的氣味」

「距離集市幾里路時，就聽到集市特有的喧鬧聲，再往前走一段，就嗅到混合著炸油條、蒸包子、紅燒肉、饅頭燒餅等食品的氣味。這是生活的聲音，也是生活的氣味。」諾貝爾文學獎得主莫言今年回老家趕大集，寥寥數語便勾勒出山東大集的市井風情和人間煙火。

曹窪大集的「出圈」也恰源於煙火氣裡藏著人情味。0.5 元（人民幣，下同）一個的油煎包滿口爆汁，20 元一碗的羊肉湯用料紮實，5 元一大份的醬香餅香到上頭，只要幾十塊錢，就能吃到心滿意足。

比美食更動人的，是當地攤主的真誠：「多添點，討個綵頭」「不買不要緊，隨便嚐！」一句質樸話語，一口熱乎吃食，讓人瞬間卸下心防，有種久違的親切感。

山東大集之大，煙火氣息之濃，遠不止曹窪一處。濰坊大集的朝天鍋煮得滿街飄香，淄博周村大集的燒餅脆得一口掉渣，煙台福山大集的「麵魚」炸得金黃蓬鬆，更不用說剛從土裡拔出的鮮蔥，剛從浪裡撈回的海味，剛從磨坊推出的熱豆腐……正所謂「沒有人能空著手走出山東大集」。

趕山東大集，就像一場溫暖的重逢。

▲左圖為年輕人在臨沂曹窪大集上選購手工編織品；右圖為山東「黃河大集」上的非遺文創。

別處難尋的「情緒解藥」 「趕大集」成年輕人的新風尚

「不是商超逛不起，而是大集更有性價比。」一句網絡熱梗，道出大集獨一無二的吸引力。

當下，趕集不再是中老年人的專屬，越來越多年輕人穿梭在熱鬧的攤位間，尋找別處難尋的「情緒解藥」和治癒能量。

在社交平台上搜索「曹窪大集」，年輕人的攻略筆記超萬條，他們在線「安利」網紅攤位，以視頻記錄 50 元、100 元趕大集的收穫。這裡沒有精緻商圈的溢價，沒有電商平台的套路，只有實實在在的鮮活和熱絡。一篇篇帶有溫度的分享，將曹窪大集的魅力傳遍網絡，也映照出「趕大集」正成為年輕人的新風尚。

「山東大集的物價太感人了」「山東大集是藏寶地圖」「山東大集開啟人傳人模式」……山東大集穩穩接住了年輕人對鬆弛感的渴望，對「從前慢」的嚮往，一個個百萬級、千萬級傳播量的話題，持續為這片鄉土「引流」。

山東大集一直在變，小吃更多樣、業態更豐富、體驗更新鮮，但那份刻在骨子裡的煙火氣與人情味，一如既往。

年關將至，誰能拒絕山東大集的誘惑？何不一頭鑽進那沸騰的煙火裡，去遇見生活最本真的模樣。

本版圖文均據「中新社」微信公衆號，原文標題為《人這一輩子，一定要趕一次山東大集》