

市集只能是一种“夏日限定”？市集如何摆脱同质化局限？引流怎样成为乡村经济新的增长点？专家提出新的思考方向

立足文化民俗，乡村经济将真正走向“四季繁华”

□记者 黄燕玲

7月，展茅街道的路下市集、双桥街道的“去山脚”露营咖啡农夫市集、嵊泗五龙乡的咖啡露营、马岙街道的“莫懊·好市”都给人留下了深刻的印象，白泉的“H2O森活节”也在8月加入创意文化市集“大军”。创意文化市集的热潮从城市蔓延到乡村，成为当地引流的新办法。

经过一个多月的实践检验，无论是城市还是乡村市集，都存在着同质化严重的问题，这也让不少热衷于“赶集”的市民，赶了几次之后就产生“审美疲劳”。市集如何去除“同质化”，走上可持续发展的道路，真正成为当地新的经济增长点？记者对此进行调查。

审美疲劳？用文化留下乡村印记

市民余先生逛路下徐的市集后提出了一个建议：“不能在市集的基础上开拓一条乡村夜游的线路？”他之所以有这样的建议，出于短短一个小时的市集“逛吃”，让他对乡村产生了巨大的兴趣，希望更进一步融入乡村夜生活，追寻儿时的夏夜记忆。“集市只集中在路下徐的一条街上，走过了这条街，也就没什么可看可玩的项目了。如果能整村打造，比如池塘边纳凉、小茶馆聊天、井水里泡瓜果，种种原生态的项目引入到乡村夜游中，必然能让游客停留更多时间，对乡村有‘常来常新’的感觉。”他说。

挖掘“一村一品”的乡村特色或许是让乡村市集摆脱同质化的一剂良方。浙江海洋大学经济与管理学院旅游管理系主任、副教授郭旭表示，乡村市集应具备一定的人文历史底蕴并且能够满足年轻人的精神诉求，例如怀旧儿时家乡记忆，或满足对乡村生活的好奇。因此，保护并着力发扬本土文化，展现地方独具一格的特色，提升内在软实力，乡村自然会激发游客好奇心，吸引其前来“打卡”。

目前舟山有没有这样做的乡村？虽然不多，却还真有。游客的这个想法和双桥街道正在策划的紫微庄文旅项目不谋而合。当地的“去山脚”露营咖啡农夫市集，就打造了一个融创意集市于村庄，集风景与民俗于一体的氛围。来到紫微庄，映入眼帘的是潺潺流水，成片的稻田和绿油油的草坪，孩子可以戏水、奔跑，享受自由自在的田园生活。街道在景点加入宋高宗的卡通形象，以及双桥知名作物草莓的卡通形象，配置相关绿化和亮化设施，强化农文旅项目印记。

街道党工委委员叶威涛表示，策划“去山脚”露营咖啡农夫市集是双桥街道为宣传紫微庄休闲驿站打响的第一步，街道要做的，是挖掘双桥的历史文化，让紫微庄成为双桥文化输出的一个窗口。

“双桥有着深厚的文化底蕴。”叶威涛表示。从文化视角看双桥，它是两黄故里、礼学之乡，双桥的“经学大师”黄式三、黄以周这对父子是近代以来公认的重要学者，是浙东学派的“殿堂级人物”。

时间线再往前推，宋朝建炎三年(1129年)冬，金兵攻明州(宁波)，宋高宗赵构等人乘楼船逃到昌国(今定海)，隐居在县城西部紫皮岙。紫皮岙因此更名为紫微岙。元《大德昌国州图志》记载：“紫微尖山，县西十五里，一名宋家尖山，盘行幽秀，居民所聚。或曰古名紫皮，因宋高宗避金人航海至此，遂更名紫微。”相传，宋高宗在昌国停留了7天。

深藏功与名的双桥有着独特的人文底蕴，而这份底蕴，是让游客对双桥印象深刻的关键所在。就像人们提起月老会想到六横杜庄，提起三毛会想到小沙一样，双桥也需要一个文化印记来强化大家的印象。

因此，双桥街道从去年下半年启动紫微庄农文旅项目。目前通过“去山脚”露营咖啡农夫市集而被大家熟知的紫微庄休闲驿站是农文旅项目的第一个阶段，规划面积约2.9万平方米，总投资约600万元。街道对原有建筑进行功能及立面进行改造，对周边农田进行了综合治理。街道计划打造整个项目的第二阶段非遗宽窄巷子。选址狭门水库附近，以两黄文化(清代紫微乡礼学名家黄式三、黄以周)和宋高宗避难于紫微的故事为主，加上双桥木偶戏等非遗文化，用文化搭台，讲述双桥故事。二期周边还将引入加油站、游客中心、餐饮等业态，叶威涛希望，将紫微庄打造成为进入舟山本岛之后的美丽乡村第一站。

郭旭十分支持双桥的做法，他认为，宣传两黄文化和宋高宗历史故事是双桥当地打造的乡村独特IP的一种举措，也是展示自身特色文化，杜绝审美疲劳的体现，值得鼓励。



紫微庄的花海

摆脱“夏日限定”，乡村旅游该是“全年无休”

为什么乡村市集会给大家一种“夏日限定”的感觉？郭旭分析，从季节性的角度来说，大家所看到的“夏日限定”乡村市集现象是旅游资



“去山脚”市集

源、游客需求以及人为宣传等多方因素共同导致的结果。夏季乡村景观优美，瓜果成熟，且气候较城市而言相对凉爽，夏季正值暑假，处于游客集中出游的时间段，加上大众对“凉爽”“避暑”等意境的渴望，导致乡村市集扎堆出现，也给了大家乡村市集是“夏日限定”的错觉。

实际上，乡村市集作为典型的具有人文气质的休闲活动，并不存在明确的季节性，应该是四季可办，且每个季节都各具特色。例如秋季是村民们屋前屋后晒各类鱼鲞的好时节，这种特殊生活方式也可成为独具地方特色的乡村文化景观。当地主管部门及经营者要善于把握各个季节特色，及时推出时令活动，打破“夏日限定”，实现“全年无休”。

如何吸引大家来到乡村，实现“全年无休”？郭旭提出了自己的见解。

以双桥为例，首先要做的是让大众了解什么是两黄文化和宋高宗的历史故事，激发起游客们的兴趣，让游客们游有所得。这就需要各方努力加大宣传力度，例如在短视频平台推出文艺作品，或者与校方合作发展研学旅游等。

有了关注度，就可以将概念层面的宣传落实到实物上。例如推出相关主题的文创产品，

为了打响在年轻人群体中的知名度，可选择将文创产品与市面上广为人知的著名品牌联名合作。在这些方面，乡村市集可以作为载体之一，吸引游客前来实地游玩。

郭旭还建议，乡村IP打造要把握时机，不断创新，借助时下流行的社会文化，推出不同时期的节庆活动。

在郭旭看来，舟山的渔农村有着丰富的文化底蕴，舟山蚂蚁岛是“海上红岛”，虾峙岛被游客称为“舟山圣托里尼”，白沙岛上可以望见独特的“海上布达拉宫”，这些都可以成为当地开发乡村创意市集的吸睛点。“蚂蚁岛精神”深入人心，原先蚂蚁岛红色教育基地的主要功能是学生研学、干部培训，如若结合乡村市集发展思路，在市集重现当初蚂蚁岛妇女筑海塘艰苦奋斗的场景，可以让游客们切实体会到蚂蚁岛红色精神的传承。同时，市集中可以售卖展示时下海岛妇女们生产的农副产品和手工艺品，体现出美好生活的来之不易，或许可以进一步发扬“蚂蚁岛精神”。

“打造乡村市集作为发展乡村旅游的思路之一，最重要的还是结合当地特色，奠定乡村旅游基础，再打造符合自身气质的乡村市集，在此过程中形成百花齐放的乡村旅游盛况。”郭旭说。

未来乡村，文化打造还得以人才为本

2021年，《舟山高质量发展建设共同富裕示范区先行市实施方案(2021-2025年)》发布，让渔农村闲置宅基地和闲置农房这一“沉睡资产”成为共同富裕的“活水源泉”。郭旭觉得，乡村市集是一个很好的切入方式。

郭旭很喜欢德清莫干山脚下的庾村文化市集。市集包含了文化展示、艺术公园、乡村教育培训、餐饮配套、艺术酒店等在内的特色文化，盘活乡村闲置农房的同时，形成了独特的市集文化，吸引了来自四面八方的旅游者、商家、文化学者、农产品经销商，不同的人群在这里寻找自己需要的情感、物产和交流方式。

在体验经济和网络经济的时代背景下，人们更注重服务体验所带来的多层次感官印象。乡村市集作为一种吸引都市游客的新型休闲方式，必须在食住行游购娱各方面提升服务质量。相较于以商品交换为主要目的的传统乡村市集，年轻人不愿接受“砍价”的交易方式和嘈杂脏乱的买卖环境，现代乡村市集可以在统一合理的价格区间之内尽可能提高服务质量，打

造自身口碑，提升游客的体验感、忠诚度，促进其重游意愿且自愿帮助宣传。

这些要求也对市集的组织者提供了更高的要求。郭旭认为，新时代下，新的业态、新的受众对乡村市集提出了新的要求。目前的乡村市集是文化创意时代背景下的产物，市集的发展、乡村文化的挖掘和振兴，关键还在于“人”。当前舟山的市集缺乏相关专业团队和人才的集聚参与。在人才保障方面，郭旭建议政府大力扶持、深入推进。

“人间烟火味，最抚凡人心。”乡村市集通过打造休闲空间、手工体验活动、文化交流活动等形式，传递的是一种慢下来的生活态度。通过市集，探索乡村生活美学，在致敬匠人精神的同时，也在传递生活最简单、纯粹的美好。

市集为乡村带来了客流，但游客逛的，不该只有市集，还有越变越好的新农村。围绕乡村振兴目标，通过顶层设计、生态保护、环境提升、文化挖掘，实现乡村人居环境的“有机更

新”。通过市集，我们看到我们的乡村留得住青山绿水，也留得住绵延的乡愁，不只是“夏日限定”打卡游，更有四季的繁花似锦。

(本版图片由双桥街道提供)

