

◆导报记者 戚晨 济南报道



“几乎没人能空着手走出来”

# 黄河大集生意咋这么好

各具特色的年集，历经时间的洗礼，承载了许多珍贵的记忆，并在今天成为齐鲁大地的旅游新名片。

“2024春节山东乡村文化旅游节”活动提出了“过年就到山东来，过年就买山东货”的口号。新春佳节之际，经济导报记者特地到济南西营赶了一次黄河大集，品味好品好物、体验美食美景。

## 几乎无人空手而归

“几乎没有人能空着手走出山东大集”。对于山东人来说，大集吸引力的关键词是“鲜活”“原产地”“乡土气”。

刚摊好的煎饼、热气腾腾的熟食炸物、一杯醇香的豆浆……在济南市南部山区西营的黄河大集上，很多附近的乡里乡亲一大早就来赶集的市民热闹地吃着早餐。“今天在大集吃了早餐就开始采购，10元4斤的苹果，田里刚采摘的青菜，再加上土鸡蛋，一桌年夜饭的食材不愁了。”从市区来赶集的孙鑫告诉记者，他带着父母一大早就来赶集。他说，与城市里的商超不一样，这里的产品更加新鲜，价格更加亲民。

西营黄河大集商品种类繁多，摊位绵延几公里。年画春联，猪、牛、羊肉，时蔬干货，水产海鲜，服装鞋帽应有尽有，也有适合孩子们的糖画、老式爆米花。从清晨起整个大集就人头攒动，热闹非凡，火红的对联、灯笼，喜庆的福字、挂饰等传统年货纷纷亮相，烘托出红火的年味。

做水果批发的商户李大爷告诉记者，低温天气也挡不住大家逛大集、买年货的热情。新鲜的瓜果蔬菜，农村的新鲜牛羊肉，成为大家争相购买的“抢手货”。据介绍，西营大集辐射面积很大，周围十里八乡的居民都会来这里赶集。

通过黄河大集，人们可以品味到传统与现代的融合，感受到文化和旅游相互交织的魅力，让年味更加浓厚



济南融创茂年货大集上，各个摊位前人头攒动，十分热闹。 戚晨 摄

山东省文旅厅在春节前的新闻发布会上提出，“黄河大集”作为“2024春节山东乡村文化旅游节”的一项重要工作和文旅活动，将贯穿乡村文化旅游节三个阶段，进一步汇聚消费人气、加速聚集商气、推动发展提气，打造更具影响力、吸引力的“好客山东好品山东”黄河民俗节日品牌。

“赶大集不再是‘老一辈’的专属。在沉浸式消费场景下，黄河大集立足不同地域特色，进一步提升消费品质、改善消费体验、促进消费升级。”山东儒翔文化传媒有限公司总经理贾轶说，他们也尝试将花鸟虫鱼、文玩手串等更高品质的产品融入黄河大集的线下消费场景。在他看来，“黄河大集”的消费升级，带动的不仅仅是山东文旅产业的发展，还让文化消费有了新载体。

“春节假期使人们体验亲情文化、传统文化的渴望更强烈。”山东大学经济学院教授、山东省旅游协会会长王晨光在接受经济导报记者采访时说，春节的“年味”更多的在于文化价值与社会价值，寻找年味儿成为吸引人们出行的重要元素。

黄河大集作为“年味”的一种呈现形式，已经不仅是一个集市，更是文化的载体。“春节期间很多家庭都选择外出旅行，我却更愿意带着老人和孩子去赶集，这样不仅可以近距离感受春节的喜庆氛围，还可以体验浓厚的‘乡土味’。”孙鑫告诉记者，自己今年还准备专程带着家人到青岛赶一次王哥庄的大集，采购一些海鲜，还可以体验青岛独特的风土文化。

互联网上买年货，文博场馆过大年，新年俗、国风潮大放异彩，非遗手造的上新也解锁了更多齐鲁文化的魅力。山东省文旅厅相关负责人表示，此次乡村文化旅游节，致力于展示民俗文化、活跃乡村市集、丰富群众文化、激活乡村文旅，让每一个场景、每一项活动、每一场演出，都蕴含着丰富的文化韵味。

如今，“黄河大集”四个字已经成为展示山东文化和物产的舞台。贾轶认为，“黄河大集”是山东推出的一项留住年味儿、留住传统民俗的创新举措，应当积极探索形成“线上+线下”相结合、“文化+旅游+好品+传播”相融合的发展模式，逐步拓展为黄河流域各省区共同讲好黄河故事的重大文旅品牌。王晨光表示，通过黄河大集，人们可以品味到传统与现代的融合，感受到文化和旅游相互交织的魅力，让年味更加浓厚。

期待更高辨识度

黄河大集作为“2024春节山东乡村文化旅游节”的重要组成部分，展现了山东挖掘黄河文化时代价值、推动文旅融合发展的新思路。2024年以来，山东紧扣腊八、小年、除夕、春节、元宵节、二月二等时间节点，通过线上线下相结合的方式，着力打造既具有黄河特色、地域特色，又能满足人民美好生活需求的“文化大集”“年货大集”“惠民大集”。例如，济南仲官大集、青岛李村大集、淄博周村大集、日照安东卫大集、威海桥头大集等便汇聚了消费人气，加速了商气聚集，成为山东文旅消费的新品牌。

“近年来，山东在文旅方面持续发力。持久的努力会产生累积效应，山东文旅事业的发展有了长足的进步，黄河大集也形成了独特的文旅品牌。”王晨光介绍，国内旅游业正处在转型中，游客逐渐改变以游山玩水为主的旅行模式，越来越重视城市旅游、文化旅游、体验旅游等“深度游”。因此，各地更应该挖掘城市个性、文化底蕴，增强文旅市场的吸引力和辨识度。

新春之际，泰安市冬季“黄河大集”就专门开设了非遗产品展区，大汶口花边伞、泰山泥塑、张氏酒窑制陶等手造非遗产品通过“活态展示+体验”的方式，成为“黄河大集”上的畅销产品。走进特色农产品展区，范镇油酥火烧、泰山栗仁、金六斋八色果子等地方美食数不胜数，让人垂涎欲滴。

顺应消费升级，推进文旅深度融合，市场热度持续攀升。贾轶提出，让“黄河大集”持续火爆，山东还有必要继续提升服务水平，对游客释放出更多的善意。“我们到集上消费什么？体验什么？这就要解决供给问题。为满足消费新需求，黄河大集也需要有年轻人的加入，推出新产品和新服务，激发文旅市场强劲活力。”贾轶说。

## 让年味蕴含文化价值

“春节假期使人们体验亲情文化、传统文化的渴望更强烈。”山东大学经济学院教授、山东省旅游协会会长王晨光在接受经济导报记者采访时说，春节的“年味”更多的在于文化价值与社会价值，寻找年味儿成为吸引人们出行的重要元素。

黄河大集作为“年味”的一种呈现形式，已经不仅是一个集市，更是文化的载体。“春节期间很多家庭都选择外出旅行，我却更愿意带着老人和孩子去赶集，这样不仅可以近距离感受春节的喜庆氛围，还可以体验浓厚的‘乡土味’。”孙鑫告诉记者，自己今年还准备专程带着家人到青岛赶一次王哥庄的大集，采购一些海鲜，还可以体验青岛独特的风土文化。

互联网上买年货，文博场馆过大年，新年俗、国风潮大放异彩，非遗手造的上新也解锁了更多齐鲁文化的魅力。山东省文旅厅相关负责人表示，此次乡村文化旅游节，致力于展示民俗文化、活跃乡村市集、丰富群众文化、激活乡村文旅，让每一个场景、每一项活动、每一场演出，都蕴含着丰富的文化韵味。

如今，“黄河大集”四个字已经成为展示山东文化和物产的舞台。贾轶认为，“黄河大集”是山东推出的一项留住年味儿、留住传统民俗的创新举措，应当积极探索形成“线上+线下”相结合、“文化+旅游+好品+传播”相融合的发展模式，逐步拓展为黄河流域各省区共同讲好黄河故事的重大文旅品牌。王晨光表示，通过黄河大集，人们可以品味到传统与现代的融合，感受到文化和旅游相互交织的魅力，让年味更加浓厚。

期待更高辨识度

黄河大集作为“2024春节山东乡村文化旅游节”的重要组成部分，展现了山东挖掘黄河文化时代价值、推动文旅融合发展的新思路。2024年以来，山东紧扣腊八、小年、除夕、春节、元宵节、二月二等时间节点，通过线上线下相结合的方式，着力打造既具有黄河特色、地域特色，又能满足人民美好生活需求的“文化大集”“年货大集”“惠民大集”。例如，济南仲官大集、青岛李村大集、淄博周村大集、日照安东卫大集、威海桥头大集等便汇聚了消费人气，加速了商气聚集，成为山东文旅消费的新品牌。

“近年来，山东在文旅方面持续发力。持久的努力会产生累积效应，山东文旅事业的发展有了长足的进步，黄河大集也形成了独特的文旅品牌。”王晨光介绍，国内旅游业正处在转型中，游客逐渐改变以游山玩水为主的旅行模式，越来越重视城市旅游、文化旅游、体验旅游等“深度游”。因此，各地更应该挖掘城市个性、文化底蕴，增强文旅市场的吸引力和辨识度。

新春之际，泰安市冬季“黄河大集”就专门开设了非遗产品展区，大汶口花边伞、泰山泥塑、张氏酒窑制陶等手造非遗产品通过“活态展示+体验”的方式，成为“黄河大集”上的畅销产品。走进特色农产品展区，范镇油酥火烧、泰山栗仁、金六斋八色果子等地方美食数不胜数，让人垂涎欲滴。

顺应消费升级，推进文旅深度融合，市场热度持续攀升。贾轶提出，让“黄河大集”持续火爆，山东还有必要继续提升服务水平，对游客释放出更多的善意。“我们到集上消费什么？体验什么？这就要解决供给问题。为满足消费新需求，黄河大集也需要有年轻人的加入，推出新产品和新服务，激发文旅市场强劲活力。”贾轶说。

擦亮品牌，讲好故事。山东国信国际旅行社董事长张晓国在接受经济导报记者采访时表示，探索乡村文旅发展新模式，黄河大集是一个很好的抓手。“积极探索农文旅融合发展新路径，依托‘黄河大集’挖掘优秀传统文化、丰富本土特色产品，全面助推乡村文化振兴，健全乡村旅游产业体系，山东应结合‘黄河大集’品牌不断完善配套服务，打造更具辨识度、更有温度的产品和服务，把文化的传承、童年的记忆融入到百姓的生活中，让大家领略到传统文化的魅力，这才是文旅产品最能打动人的方式。”

品牌。

“近年来，山东在文旅方面持续发力。持久的努力会产生累积效应，山东文旅事业的发展有了长足的进步，黄河大集也形成了独特的文旅品牌。”王晨光介绍，国内旅游业正处在转型中，游客逐渐改变以游山玩水为主的旅行模式，越来越重视城市旅游、文化旅游、体验旅游等“深度游”。因此，各地更应该挖掘城市个性、文化底蕴，增强文旅市场的吸引力和辨识度。

新春之际，泰安市冬季“黄河大集”就专门开设了非遗产品展区，大汶口花边伞、泰山泥塑、张氏酒窑制陶等手造非遗产品通过“活态展示+体验”的方式，成为“黄河大集”上的畅销产品。走进特色农产品展区，范镇油酥火烧、泰山栗仁、金六斋八色果子等地方美食数不胜数，让人垂涎欲滴。

顺应消费升级，推进文旅深度融合，市场热度持续攀升。贾轶提出，让“黄河大集”持续火爆，山东还有必要继续提升服务水平，对游客释放出更多的善意。“我们到集上消费什么？体验什么？这就要解决供给问题。为满足消费新需求，黄河大集也需要有年轻人的加入，推出新产品和新服务，激发文旅市场强劲活力。”贾轶说。

擦亮品牌，讲好故事。山东国信国际旅行社董事长张晓国在接受经济导报记者采访时表示，探索乡村文旅发展新模式，黄河大集是一个很好的抓手。“积极探索农文旅融合发展新路径，依托‘黄河大集’挖掘优秀传统文化、丰富本土特色产品，全面助推乡村文化振兴，健全乡村旅游产业体系，山东应结合‘黄河大集’品牌不断完善配套服务，打造更具辨识度、更有温度的产品和服务，把文化的传承、童年的记忆融入到百姓的生活中，让大家领略到传统文化的魅力，这才是文旅产品最能打动人的方式。”



第二十一届 (2023) 山东财经风云榜  
The 21th (2023) Shandong Finance & Economics List

# 转换新动能 转型新阶段

## Convert new kinetic energy & Transition to a new stage

●主办单位：大众报业集团(大众日报社)

●承办单位：山东财经大学 山东省宏观经济研究院 山东省互联网传媒集团 《经济导报》社



理性·个性·公信力

扫码进入 山东财经风云榜专题