

# 暖评 “千人创猪宴”里折射出的动人乡土温情

□ 牛可心

“这两天家里杀年猪，老爸年纪大了按不住，有人来帮忙吗？管顿创猪汤！”近日，重庆合川女孩“呆呆”在网上的一句求助，竟引来上千网友驱车奔赴。

“呆呆”的视频没有精致滤镜，没有刻意策划，一句“求帮忙，管吃管喝”的真诚邀约，便让素不相识的网友跨越山海奔赴而来。年轻小伙撸起袖子冲进猪圈按猪，网友自带食材添彩，荣昌“卤鹅哥”扛来整箱卤味驰援，直播间10万人在线围观，“呆呆”的粉丝从不足500飙至50万，院子里的流水席从中午摆到深夜，5头猪肉香混着柴火气息，成了最治愈的人间烟火。

这场双向奔赴让我们看见，无论时代如何变化，真诚与善意永远是人与人之间最坚实的桥梁；无论流量如何喧嚣，那些扎根生活的朴素情感，依然能引发最广泛的共鸣。“‘呆呆’真诚邀约，我们也真诚赴约”，这场质朴的互动，勾勒出普通人之间最动人的信任，也让人们找回了“一家有事，邻里相帮”的乡土温情。这份陌生人之间不加防备的善意，是这场事件最珍贵的内核，也是乡土文化穿越时空、直抵人心的魅力所在。

当车辆从村头排到村尾，当预定的15桌饭菜变成30多桌的流水席，当地政府与文旅部门的反应堪称“教科书级”。派出所民警穿梭人群维持秩序，村干部现场指挥疏导交通，文旅部门连夜赶赴现场，一天连发9条视频

直播盛会，还向远道而来的网友免费发放钓鱼城门票。一句“欢迎来合川蹭饭”的暖心喊话，既稳稳接住了这波“泼天流量”，又牢牢守住了乡村的淳朴温度。这种不回避、不敷衍，将民间自发活动转化为地方文化推广契机的做法，不仅让网友真切感受到合川的热情，也为乡村如何拥抱流量提供了可资借鉴的样本。

当然，热闹背后也需要冷思考。当乡村习俗被流量瞬间放大，难免伴随表演化、商业化等衍生问题。有农家乐迅速推出“创猪汤体验服务”，咨询量骤增；现场涌现网红直播、企业赞助，原本淳朴的乡宴掺杂了营销色彩。此外，千人聚集的安全、环保与秩序管控，亦考验着基层治理的精细化水平。要知道，乡村文旅的核心竞

争力，从来不是流水线式的商业体验，而是根植于土地的特色文化与真实生活。如果丢掉了原汁原味的烟火气，再热闹流量也终将沦为“昙花一现”。

从“村BA”“村超”到合川“千人创猪宴”刷屏，近年来，一个个源自乡村的朴素场景，总能引爆网络。这背后，是乡村文化从未褪色的强大生命力，是大众对真实情感永不枯竭的追求。合川的故事告诉我们，乡村从不缺少流量，缺少的是发现自身价值的眼睛，是接住流量的能力与智慧。愿这场“千人创猪宴”，不仅是合川文旅的一次成功尝试，更能成为唤醒乡土文化活力的契机，让更多人看见乡村的美好，让乡土温情在新时代的浪潮里，永远鲜活，永远动人。

## 观察

### 农旅融合需打动人心的创意加持

□ 刘玉婧

“捉5条虫子换1个萝卜、花10元购袋任意装”的简单规则，使得14.5亩的萝卜地都装不下前来的游客，老板笑称“人比虫多”。曾火爆全网的“偷甘蔗主理人”近日新发布了“保卫萝卜”的亲子活动，再次引发网友关注和热议。

这场真人版“保卫萝卜”不仅化解了农户除虫清库存的痛点，更精准击中城市家庭的短途休闲刚需，奏响了城乡供需双赢的乐章。从“偷甘蔗”的意外走红到“保卫萝卜”的持续出圈，四川眉山农户童先生用一场田间创意，再次证明“高手在民间”的智慧与爆发力。

跳出传统农业销售的固有框架，将农活转化为沉浸式体验，这场爆火绝非偶然。相较于超市2元/斤的萝卜，童先生的定价看似“吃亏”，实则暗藏巧思。10元购袋自助采摘，省去了人工收割、运输分销的成本，游客则在亲力亲为中收获了远超萝卜本身的价值。孩子们俯身捉

虫换萝卜，在玩乐中接触自然、理解劳动；大人们重拾田间记忆，在低成本消费中实现轻松遛娃。这种“劳动体验+高性价比”的模式，完美契合了当下亲子家庭“不贵不坑、省心省力”的消费诉求。

更难得的是活动背后的生态闭环与经营温度。游客捕捉的菜青虫被统一收集用作饲料，让“害虫”变废为宝，形成低碳环保的农业生态链。童先生拒绝广告合作、坚持个人创意策划，用“实在不套路”的经营态度赢得信任，区别于过度商业化的文旅项目，这份纯粹让活动更具感染力。

“保卫萝卜”的成功，为乡村经济转型提供了生动范本。当下，城市家庭对短途户外体验的需求日益旺盛，而乡村拥有丰富的农业资源却常面临销路难题。

好创意还要跟上好服务。“保卫萝卜”爆火之后，还需要看到一些隐忧：泼天的流量来了，能否接得住，接得好？人流激增会不会导致秩序混乱，游客踩踏会不会造成萝卜浪

费？如何将流量转化为实实在在的收入？这些年，人们见过太多的网红项目昙花一现，从淄博烧烤到景德镇鸡排哥，从天水麻辣烫到荣昌卤鹅，流量浩浩汤汤，从没停歇过，也从来不会为谁停留。注意力经济时代，很多新业态大多经历过从繁极一时到如烟花般散去的落寞境地，农旅融合不能只靠“泼天流量”，更需要全方位提升和系统性谋划。

这场田间狂欢的背后，是普通人对简单快乐、真诚消费的追求，也是乡村经营者对市场需求的敏锐洞察。当更多农户学会用创意为农业赋能，用情感连接城乡，乡村振兴便有了源源不断的内生动力。而“保卫萝卜”的火爆，正是一面镜子，照见民间智慧的璀璨光芒，也照见了乡村发展文旅产业的短板与不足。广阔乡村潜力无限，类似“偷甘蔗”“保卫萝卜”的好创意也需要提升管理与运营能力，加强规范引导，让农旅融合走出“速生速朽”的流量怪圈。

## 声音

### 小心“AI搭子”让青少年越聊越孤单

随着生成式人工智能技术的迭代演进，让主打“智能陪伴”功能的“AI搭子”、虚拟聊天机器人等新型应用，加速走进青少年的数字生活。这类产品凭借低门槛的交互模式，为孩子搭建起纾解成长烦恼的“情绪出口”，填补情感表达需求。但与此同时，其高度拟人化、即时互应的交互模式，精准契合了部分青少年社交成长长期的心理特点，也在无形中消解着真实的人际关系。

由AI生成“AI搭子”所营造的虚拟社交场景，确实展现出足够的“包容性”，它永远在线、几乎不反驳，并能基于算法“投其所好”。但它的内核终究是由代码和预设逻辑驱动，缺乏真实人际关系中复杂的情感流动、责任共担与矛盾磨合。一些孩子坦言，与AI交流“更轻松”“没有压力”，结果却是与家人、朋友的面对面沟通日渐减少。

长期沉浸其中，青少年可能习惯于这种无需妥协、无需共情的“完美回应”，从而削弱了在现实社交中学习理解他人、处理冲突的关键能力，无法在“碰壁”的过程中磨炼意志和心态，进而加剧心理问题的发生，让孩子越聊越孤单，加速个体原子化。近期，国家网信办起草的《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法（征求意见稿）》明确，提供者应通过“弹窗提醒”等构建防沉迷机制，为这类服务设定红线。平台企业也需超越“流量至上”的思维，切实承担起主体责任，防止产品设计诱导过度依赖。

更为根本的，是来自现实世界的“引力”。家庭和应创造更多充满温度的真实社交场景，鼓励孩子参与集体活动，体验人际交往中丰富的层次与挑战。同时，学校要帮助青少年理性认识AI的边界与局限，理解虚拟陪伴作为一种“工具”而非“替代”的本质。唯有通过规范发展、合理引导，才能让AI真正服务于人的健康成长，帮助年轻一代在拥抱数字文明的同时，能在真实世界中扎根更深、联结更紧。

(半月谈)

## “哭哭马”逆袭成“黑马” 更多元的情绪表达给了市场更多机会

□ 李一木

据媒体报道，一只“缝反了嘴”的马年玩偶竟然成为全网催单的“哭哭马”，相关话题冲上了热搜第一。商家表示没想到“哭哭马”因顾客分享而爆火，目前正在加急制作中，并承诺不会涨价。

“哭哭马”成爆款看似“无心插柳柳成荫”，借助着“塞翁失马焉知非福”的网络心理，有了一个皆大欢喜的结果。“哭哭马”成爆款也带来了一些宝贵的启示，这只小小的“萌马”所蕴含着的，其实还有大量的社会信息与经济信息。

“哭哭马”成爆款，首要的启示就是，作为一个现代社会来说，尊重并且包容更加多元的情绪表达，不仅仅是一个价值观的问题，更直接影响到经济层面产业链条的完备与运行。

“哭哭马”那种萌萌的、带有几分委屈的形态，很容易击中每天为了生活而奔波、而坚持的人们，人是丰富又多元的，人的情感同样不能像标准答案那样必须依照规定动作执行。尊重宏大叙事时的热血沸腾，也尊重夜深人静时小小的失落和委屈，这些更加多元的情绪只是正常的人类情感表达，让它们存在，“天塌不下来”。

正是有了更加多元的情绪表达，才给了市场更多机会。“哭哭马”成爆款，最令人欣喜的就是由此带来的“订单多到来不及生产”，由此带来的“开了十多条生产线”，由此带来的“订单已排至2026年3月”。在当下，这样的消息犹如“春消息”，令人欢欣鼓舞。哪怕你我并没有因为“哭哭马”的火爆获得直接的、看得见的收益，但在如今这个经济活动“你中有我，我中有你”的紧密联结体系里，无论

哪一个部分的“生产线全开”，无论哪一个部分的“订单多到来不及生产”，都会在那个链条中形成良性的推力。换句话说，无论哪一个工厂的满负荷运行，哪一条高速公路的川流不息，都会带来整个社会经济活力的相互激发。在这样的大环境里，你我都将成为最终的获益者。

尊重更加多元的情绪表达，相信市场本身会做出敏锐的反应，这是“哭哭马”成爆款带来的启示。尊重与相信，本身就是一种态度。只要依据这样的常识与认知，就会激发出更多类似“哭哭马”这样的商业果实，生产出更加丰硕的社会成果。到那时，有可能产业链会提前“布局”，主动设计并生产出更多多样化的产品，来丰富甚至引领社会生活，成为“中国智慧”的新表达，写就“中国制造”的新故事。