

万家星光

## 房山大集

赵田格格

晨光刚刚破云而出，沉睡的乡村早已苏醒。摊主们载着新鲜的瓜果蔬菜及柴米油盐从四面八方赶来，北京市房山区的坨里大集逐渐喧嚣。时光倒流，京西的大石河出山之处，大量煤炭通过骡马、骆驼队，经坨里转运至京城或更远的地方。最初的集市，便在这煤脉上萌芽，粮食、蔬果、日用品……货物琳琅满目，便利了村民与行者的日常所需。

如今，房山区多个大集走红网络。生于阡陌交汇处，成长兴盛于时光流转中。乡村大集孕育出的独特文化，让人们的精神与物质双重需求都得到满足。烟火气中，人们寻找一份新鲜实惠，编织着对平凡生活的期望。

## 人情味

赶集时，讨价还价是乐趣，相见问候是常态，长久的买卖可能变成熟悉的交情，这是城市中足不出户点外卖，叫跑腿所不具备的。

在城市里久居之人，一时间难以融入乡村大集，听见身边乡里乡亲互相招呼“今天来得早啊，去买啥”，才慢慢回过神来。

田立红是房山大集的常客。大集上，常客们有心有灵犀的暗号，每个摊贩也有属于自己的昵称，“通州两口子”“卖香油的高个儿小伙子”“东口卖面条的”……什么东西去哪个摊子买，哪个摊子什么时间开卖，乡亲们都门儿清。

房山区健德东街与紫燕南路交叉口的开古庄大集，一对夫妇的“有机菜”摊位人气极旺。他们专营油菜菜、生菜、茼蒿等叶类蔬菜，菜品鲜嫩，品质始终如一，在附近居民中口碑极佳，“这两口子卖菜有七八年了，虽然价格比普通蔬菜贵上一两元，但都是‘有机菜’，大家都乐意去买”。

快节奏的时代，摊主们没有营销，不打广告，而是用诚心与时间换来乡亲们的口碑相传，打造出属于自己的“金字招牌”。在这里，驻扎了七八年的也不算老商户，真正的“老招牌”大有人在。

凌晨3点的北京通州，高益岭的作坊里已经升腾起热气，蒸笼吞吐着糯米香，妻子麻利地铺展豆沙，帮工清洗着粽叶——这是高家多年来的晨

光序曲。

20年前，高益岭从德州老家来到北京，下定决心做食品行当。光有手艺还不够，得看当地人爱吃什么，什么好卖。高益岭专心和糯米打起了交道，切糕的厚实、驴打滚的甜蜜、竹筒粽的新意，都在高益岭的用心下被烹制出来。

糯米要找常年合作的诚信商家购买，黄豆要亲手焙炒才放心。为什么不用市面上现成的豆粉？高益岭说：“有的掺了玉米面，吃起来不香！”自制的黄豆粉沾上软糯的糕团，一口咬下去，豆香米香纯粹，绝无杂味。

1971年出生的高益岭，越干活越有精气神。妻子是他最得力的搭档，进货、制作、售卖，默契流淌在每道工序里，耳濡目染的儿子已能独当一面，因为每日出货量大，他还雇用了数位帮工。从最初的夫妻小摊，到拥有稳定生产链的作坊，每一步都是汗水的结晶。

天色未明，高益岭载着满车喷香出发。北京郊区的许多大集都是他的“据点”，房山大集更是他的主战场，“哪里下货快就去哪里，偶尔一天同时跑两个大集”。

实在做事，品质留客。这八个字，是许多大集“老字号”的底气。大集上的诚心摊主始终秉持着食品不掺假、人心不掺水的想法，因为心系熟稔的招呼声，心系老街坊间的实在心意……

## 老味道

几乎每个大集上都有独特的风景——附近村庄的老人们骑着小三轮车，载着自家种的小批量蔬菜来卖。田立红说：“这些菜长得参差不齐的，大多是自家种的。”老人们用农家肥，原生态的种植方式吸引了不少追求健康的买家。

追求原汁原味仿佛是城市居民的共同爱好。但要让大集原汁原味的货物走到人们心坎里，背后还得有高人指点。“咱们赶集能买到生态养殖的土猪，一个集一天能卖5头左右。”房山坨里大集负责人孟凡明说，热鲜与超市冷鲜相比是“稀有物”。老百姓爱新鲜原始的材质，但苦于无处寻找购买源头，或是采购量不够多无法买到手，大集恰恰能提供这

种销售场景。坨里大集现在已经对接了很多源头厂家、企业，包括种植养殖户，简化中间环节，直接用批发价销售给赶集人。“我们还在计划线下线上并行，毕竟大集不是天天开，要是顾客能从线上下单，大集直接配送，也能让老百姓便利地尝到这份新鲜食材。”孟凡明说。

原汁原味的新鲜速递，再加上乡土特色，是更引人注目的好招式。

“为什么人们愿意来赶集呢，回味中国乡土的原始气息是其中一点。”孟凡明总听说年轻人爱参加咖啡节、啤酒节、汉堡节，那能不能创造一个属于中国味道的“香椿节”呢？

北方普遍每年4月中旬吃香椿，上方山位于北京市房山区韩村河镇，是有名的香椿产地，但四川大竹县的红油香椿比上方山香椿早熟约45天。坨里大集算好时间差，掐准3月初的空档期，空运链条对接妥当后，实现了今早在四川采摘，明早就能到北京。在集上设专区，现场烹制炸香椿鱼、香椿摊鸡蛋等，外包装盒上溯源二维码格外醒目，扫码可见采摘实景，不仅让食客提前尝鲜，还能献上原汁原味的保障，线上互动更是增加了吸引力。

赶集的顾客听后也很感兴趣，田立红说，“别小看乡村大集的影响力”，她在大集上认识一对卖玉米的老两口，专一得可爱——一年只卖一季玉米，个头小，却格外香甜软糯。“每天6点多开卖，8点前准卖光。”老顾客都知道要赶早。经过熟客推荐，他们的名声已经传到城里，每到玉米收获的季节，总能看到城里人专程前来采购的热闹场面，驱车40公里前来购买的人屡见不鲜。

## 新想法

大集火热，离不开社交媒体“出力”。房山本地的小红书博主化身赶集“活地图”，将大部分集市的时间、地点及超详细的交通攻略整理成“赶集宝典”，在社交平台上广泛传播。住在海淀区的林笛从社交平台被“种草”，“虽然车程要1小时以上，但现在公交车可以直达，看到赶集能

买活鸽活鸡，买了回去给家人补身体”。同样因为互联网被大集吸引的曾夜说：“开始只是凑热闹，后来发现每次的体验都不一样，有时去买小宠物、鹦鹉、兔子等，有时能买一些奇特的古玩，下午再去的话还能买到打折的水果蔬菜……”

朱海波是房山坨里大集专门负责运营的人员，在干果大枣的摊贩前，他拿起两枚红枣，边摩挲边说：“你看这个矮胖圆润、形似枕头的，是新疆枣；而这个长得细长如壶瓶的，是山西枣。”拾起几粒八角，“八角有真假之分，假八角形状不规则，尖端模糊，真八角才有调料应有的香气”。触觉记忆仿佛是指纹识别，这源于20余年与糖盐酱醋茶的朝夕相对，“民以食为天嘛，就没离开过这一行。时间越久，觉得里面的学问就越多”。

在房山坨里大集，白菜也能卖出“花儿”来。白菜种在盆栽里售卖，根系完整，仍在生长，顾客购买后可以随吃随摘，实现从“菜园到餐桌”的零距离，满足了都市人渴望接触自然、体验种植的小小愿望。从集市上抱回几个“菜盆”，在阳台或厨房一角就能拥有一片“微型菜园”，享受“自给自足”的乐趣。

如今，坨里正计划招募大学生进行“快闪摊位”创业，年轻人的创业点子很新颖，比如让顾客用小锤子敲冰，脱模取冰棍，参与感十足。

集市造梦，管理思路要跟上。坨里大集在200米外的位置开设停车场，解决没地停车、车辆乱停等问题；召集周边村民参与管理，同时解决了村民就业问题；向政府申请支持，设置专门通往集市的公交车，交通便利才能吸引更多人的到来；门口增添添红火的大鼓摆设，喜庆感跃然眼前；为商户提供规则明确的摊位费制度……

赶集，是一场延续千年的生计奔赴。大集上的摊贩与顾客，用日复一日的往来，编织着一幅生动的市井生活图景。有人二十年如一日守着同一个摊位，有人天不亮就蹬着三轮车运来自家地里刚摘的菜，还有人别出心裁把乡村大集改造成新意——这些朴素的坚持背后，是市井中最真实的奋斗画像。

## 再品大盐

当盛夏的微风拂过青藏高原，这片土地便敞开了最迷人的怀抱。走进青海省海西蒙古族藏族自治州乌兰县茶卡盐湖景区，翡翠般的湖面倒映着蓝天白云，游客们身着艳丽飘逸的服装拍照打卡，构成一幅明丽热烈的画卷。

“茶卡”是藏语，意为盐池，蒙古语是“达布逊淖尔”，意为青盐的海。这里是中国盐文化发源地之一，拥有3000多年的开采史，古称西宫咸池，出产的大青盐闻名遐迩。游客李洁来自中原地区，她弯腰从湖边拾起一颗豌豆大小的半透明盐晶，端详片刻后放入口中，脸上顿时浮现幸福的笑容：“是记忆中的味道，就像小时候家里腌酸菜用的大青盐！”

盐是百味之王。在北方，秋冬季腌酸菜和咸菜要用大量的盐。困难时期，买盐是一笔不小的开销，有人从产盐的地方贩卖大青盐。这些湖盐经济实惠。“腌菜要用大缸。记得奶奶和妈妈放一层大白菜，撒一层大青盐；再放一层大白菜，再撒一层大青盐；最后在缸顶放上几块大石头压窝实，充分浸泡发酵。过上一段时间就能吃上美味的酸菜了！”李洁说。

因为好奇，有人像吃糖果一样尝过大青盐；因为习俗，有人喝过大青盐熬的浓茶；有人用大青盐擦牙龈止血去火；有人炒大青盐进行盐疗……“大颗粒”“淡

甜甜”是人们对大青盐的深刻印象。茶卡是青海湖的主产地之一，其既是工业盐，也是风景区。在这里一直生活和工作的讲解员孙首振如数家珍。

“茶卡盐湖位于‘世界四大无公害超净区之一’的青藏高原东部，海拔3100米，是‘聚宝盆’柴达木盆地的东大门，周边环境着祁连山脉和昆仑山脉，湖面积105平方公里，是固液并存的卤水湖。茶卡盐湖产的盐因颜色明莹青黑，被称为青盐，在《本草纲目》等古籍中有记载，具有自然结晶、物理加工、无抗结剂且含有多多种氨基酸、矿物质等特点。”孙首振不无自豪。

不止于腌酸菜，随着时代的发展，尝大青盐的方式日益丰富。茶卡景区有款蓝色的文创“盐激凌”，用大青盐打造成甜交织的独特风味，颇受游客欢迎。景区新建了大型盐文化馆，一层为参观讲解区，二层设有休闲娱乐区，现代化食用盐生产基地参观区、研学区。目前盐文化馆内设有盐雕、盐画、盐水发电、粗盐提纯、采盐挖盐、盐韵香囊6类研学项目。“实在没有想到，盐有这么妙用啊！”游客周晓霞说。

如今，茶卡盐从古代的人挖马驮发展到现代的机械化大生产。绿色品牌“茶卡”牌食用盐从茶卡镇高海拔、远离污染的天然露天食盐矿走出，迈向更广阔的市场。

## 速写

夏日傍晚，落日熔金，山西忻州古城城楼如剪影般伫立，与暮色深沉交融。晚风徐来，携着雨后山间的清爽，拂去了白日里令人难耐的暑热。华灯初上，古城自酣睡中苏醒，渐渐喧闹起来。

沿着古城石板路缓步前行，古城内街道上人头攒动。行至泰山庙巷口，李金平的“卤猪蹄”店前早已排起长龙。“老板，我要10个，多帮我套几个袋子！”“给我来两个，拿两副手套，一会儿路上吃。”顾客争先恐后，生怕买不到这古城的“明星产品”。

“卤猪蹄40元一斤，回头客特别多，有自己吃的，也有买来送人的。”李金平忙着招呼顾客。这家仅有几十平方米的小店，只有1个外售档口7名员工，去年销售额达到1400多万元，是附近收入最高的店铺之一。按照古城运营公司“一店一品”的定位，这家店只做卤猪蹄一种产品，颇受顾客认可。

走进泰山庙巷内，路两旁各色摊点

遍布：油糕在油锅里滋滋作响，澄黄透亮，散发着诱人的甜香；刀削面摊前，师傅手中间翻飞，薄薄面片如鱼跃般飞入滚水锅中，令人目不暇接。气味蒸腾，油脂香、醋香、面香甜香搅拌在一起。游客们摩肩接踵，花衬衫、白汗衫与各色裙裾交织流动，笑语声、吆喝声、锅碗瓢盆撞击声，汇成一片喧腾声浪。

“42号，42号顾客在不在？”“七盔八碗”店老板王国栋一边忙着叫号，一边给顾客安排座位。在忻州，招待客人离不开“七盔八碗”。“我们当地俗语也叫‘七碟子八碗’，指的是七种凉菜与八种热菜。全部用粗瓷大碗上席，表示主人的诚意和对贵客的尊敬。”作为土生土长的忻州人，王国栋年轻时在外打拼，承包了多家饭店后厨，心里却一直惦记着这口美食。机缘巧合下，他决定回家乡创业，把这口老味道传下去。

忻州古城第一家网红店——“芥面河捞”店的老板王惠云也是忻州人，

姚亚宁

家就在古城里。她店里的芥面河捞多年来只做一种口味，10元一碗的价格从未调整过。“芥面河捞是忻州的特色面食，我们店里仍然保留了传统的制作方法，顾客们都特别喜欢吃。”王惠云说，开店5年多来，收入连年增长，去年店里的营业额超过300万元，“这几年游客越来越多，今年我们还计划新开一家小民宿，目前正在抓紧装修”。

行至转角处，泰山庙飞檐翘起，于庙前的泰山庙茶楼小坐，品一杯热茶，唠一会儿家常。抬眼望去，喝茶的、打牌、采耳的、静坐休憩的，热闹极了。“我们这里的茶，便宜的3元一杯，免费续水，也有精品的好茶叶，随客人选择。什么都不点也可以坐在这里休息。”泰山庙茶楼负责人索超华说，来这里除了有附近居民，也有外地游客。“挣多少钱算多呢？钱要慢慢挣，还要大家一起挣，这是我们古城商家共同的价值观念。”索超华说。

在忻州古城，不仅有特色美食，还有非遗手作、民俗演艺等。“古城里美食丰富，价格和外边店铺差不多，还可以换装旅拍，这次专门带女儿来体验一下。”家住太原的游客李燕晨说，平时没事就喜欢开车来古城游玩，1个小时左右的车程十分轻松。

文集九原，雅出秀容。忻州古城不仅是历史文化底蕴深厚的“城市会客厅”，更是寻常老百姓休闲放松的“国家级夜间文化和旅游消费集聚区”。“无论是本地居民还是外来游客，都可以在这里感受到浓浓的烟火气与人情味。”忻州古城运营公司市场招商运营部经理王建文说，古城每家商户所需的原料，均来自古城的自产自制自购，他们要打造的不是景区，而是一条城市的消费街道。

夜色笼罩，浓郁如墨，人声鼎沸，光影流丽。光晕之下，古城的每一块砖石仿佛都已微醺，浓浓烟火气缓缓升腾。