



一场以“共富”为名的市集实验

走进市集，最先跃入眼帘的是“富春山集”快闪店。“近我者富”等个性标语引得众人驻足打卡。在这里，设计师毛宝团队将地名文化化作触摸的体验：23枚印章串联起富阳地标，黄公望表情包可以免费下载，“半瓶酒”礼盒用现代设计重新定义传统场口土烧。这个由区民政局地名服务中心联袂打造的文创空间，更像是一个城乡要素的转换枢纽——非遗传承人在这里找到市场接口，农村妇女通过“守艺人召集计划”组建手作生产队，胥口镇下陈村的青笋经窑炉烤制变身网红披萨。“每个产品都是城乡对话的媒介。”毛宝指着展位的衍纸作品说，在深入探索地名文创的开发与推广过程中，他们发现了许多底蕴深厚的村落、技艺精湛的非遗传承人，以及那些被边缘化的宝藏品牌，它们都急需被看见、被传承、被推广。作为一个公益组织，“富春山集”以富阳的地名文化为根基，融合当地特色非遗技艺、精心打造涵盖农产品、地名美食特产等在内的文创及农副产品。“希望能够把钱实实在在地给到农户手中。”他说。

达夫的朋友们茶摊前，“95后”新茶人平珈怡正用

荔枝龙井西井打酒刷新年轻人对茶文化的认知。这个以郁达夫文化IP为载体的品牌，通过“茶山托管”模式盘活200亩荒废茶园，让茶农亩均收益翻番。“我们要让每片茶叶都产生价值。”平珈怡向大家展示着与农户联合开发的茶香鸡翅、茶香蒸汽眼罩、茶味冰激凌等。其背后不仅是茶农的增收账本，也藏着更深的城乡共生逻辑：城市消费力通过市集反哺乡村，茶农从生产者升级为产业链合伙人，连以往废弃的茶碎茶沫都找到了增值空间。

沿河长廊的“富春好礼”专区，19家本地摊位一字排开，油面筋、米酒、酒酿馒头等传统美食穿上“国潮”新衣。在市场监管部门联合打造的标准化展位里，每个产品都贴着“315”认证标识，让消费者放心消费。摊主柳东是第二次参与富春山居生活季，谈及上一次的经历，她满脸笑意，“前一次生意还不错，每天销售额都能达到一两万元。”柳东的感慨背后，是富春市集构建的产销一体化体系在发挥作用：政府背书的质量认证破除消费顾虑，专业团队的品牌包装打开市场通路，数字化供应链让深山好物直抵城市餐桌。

这些摊主希望推广富阳文化，情怀满满

在生活季上，可以遇到很多有趣的摊主，匆匆略过会很可惜，简单聊上几句，他们都有故事。记者在市集上，遇到几位富阳摊主，他们用产品吸引客人，但产品背后都是想要把富阳文化推广出去的情怀。

森海天天天在户外长廊尽头，市民路过时都会多看几眼，因为春意盎然，绿植总会给人带来愉悦。主理人杜阳锋是浙大研究生，从事互联网工作，但摊位上

的布置，与一个理工男完全联系不起来。有大盆景、小盆栽，还有一些稀有品种，其中种在茶杯里的小理藻受到不少关注。他开了一家会“隐藏”的店铺，店里有绿植、鱼缸，但实际上，他做的是物联网设备。“富阳附近有中国美院，我希望用浙大的技术加上美院的艺术，把富春山居图的文化融合进去。”杜阳锋有自己的情怀，希望向外推广富阳隐士文化。

这些摊主点赞市集，依依不舍

蜻蜓山房的主理人丹姐是第二次参加富春山居生活季，这几天，她忙得不亦乐乎，最早出摊，最近收摊。“能获得这么多人喜欢，我们很开心。”丹姐告诉记者，这次收获了很多审美同频的客户，很多客是在抖音、小红书平台刷到了生活季的消息，从萧山、桐庐、滨江等地赶来的。丹姐说，山居市集这样的活动应该多办，因为线下实体店经营性价比较高的，这个平台给了实体店非常好的展示机会。

这是开书店在生活季的第三次出摊，主理人赵彩霞说，有了前面两次的出摊经验，她特地在书摊前

准备了几张小凳子，可以供小朋友们坐下来阅读。赵彩霞说，不管社会如何变化，家长对孩子的教育都是很重视的，所以这几天她的销售情况也很不错，不少童书绘本都紧急补货了。“这个市集活动很好，让很多不愿意出门的人也走出来。”赵彩霞也抽空逛了市集，称每次逛市集都有新的发现，这一次又有很多新面孔，让市集保持新鲜感。

在富春山馆大厅内，Um.由米摊位上人头攒动，不管是首饰类还是香氛类的商品，都很受欢迎。“我们的产品都是原创手作，价格也实惠。”主理人文文说，有

放眼整个市集，科技的影子无处不在。“共富工坊”数字化平台整合24个乡镇特色产品，溯源认证、物流对接一键完成；“乐潮快兜团”直播间里，村干部变身带货主播，将山货卖向全国。这些创新场景，正悄然改变着共富实践的底层逻辑——从单维度的物质帮扶，转向培育内生发展动能。正如市集设立的“共富IN计划”，每笔交易按比例注入产业孵化基金，既为乡村持续“造血”，又让消费者成为共富事业的参与者。

“市集每季活动55%以上参展商为本地文创企业、手工艺人以及残疾人等重点帮扶对象和地区，助力打响“鹤山啤酒”“合毕手作”等本土品牌，助农销售额突破300万元。”区发改局有关负责人表示，为进一步提升共富市集的覆盖面和影响力，下一步将着力“增收致富、数字赋能、模式升级、多方联动、品牌传播”五大方面，超越简单的“摊位聚集”，从“物理拼盘”到“化学融合”，实现“资源变资产、农民变股民、手工艺变生意”的转化。

春日里的富春山居生活季 让富阳人感受热情与活力



记者 许媛娇 周晓露 方利丹 李欣瑶
通讯员 孙泽璋 摄影 骆晓飞 朱啸尘

刚刚过去的周末，富阳人的朋友圈又被富春山居生活季刷屏了。从4月18日至20日，“跑进春天放风去”富春山居生活季(第四季)再次成为富阳人的共同记忆。七大板块、120余家优质摊位、美食、美景、首饰、手作艺术品、音乐，交织在一起，把春天的活力与热情全都带进富春山馆，宝藏摊主们准备了各自产品和故事，游客们找到心仪的美食、手作以及互动方式，这是一次双向奔赴的春日盛会。



相关新闻

“青荷对对·放风绿野” 青年人才交友活动在生活季开启

本报讯(通讯员 孙桢怡 记者 骆晓飞)4月19日，富春山馆小屋顶上洋溢着青春活力，一场别开生面的青年人才联谊交友活动浪漫开场。这些青春的面庞为此度生活季增添了一份欢乐与活力。

此次活动由区委人才办、团区委主办，杭州富阳文化传媒有限公司承办，众多单位合作参与，吸引了40余位区内外各领域的单身青年人才参与。

活动创新采用MBTI组队模式，青年们依据前期填写的性格测试结果、佩戴“E人I人”徽章和彩色手环，随机组成10支临时CP小队。这种方式让性格内向的青年也能迅速融入集体。“YES OR NO”快问快答环节妙趣横生，主持人抛出的趣味问题引得现场笑声不断，大家在互动中逐渐熟络。

“放风好搭子”打卡任务充满挑战，合影、集章、DIY风车三项任务考验团队默契与速度，“不摆烂挑战赛”中魔方速拧、画画我猜等游戏让现场欢笑不断……

活动尾声，青年们围坐享受下午茶，分享趣事。积分排名前三的队伍获得丰厚奖品，参与者互换联系方式相约逛展。

此次活动是富春山居生活季系列的重要组成部分，以“放风交友”的模式，巧妙融合富阳本土市集文化与年轻人的兴趣爱好，为单身青年人才搭建了拓宽社交圈的新平台。团区委相关负责人表示，未来还将推出更多青年社交新场景，持续创新活动形式，助力青年人才在富阳安居乐业，为区域发展注入更多青春活力。



亲子游、闺蜜游，跑完半马逛市集

生活季第一天，上午10点多，就有不少游客涌入富春山馆，很多是带着孩子来的家长。“小孩在附近春游，结束了就来这里逛逛。”西西妈妈说，孩子是鹿山中心幼儿园学生，跟着幼儿园春游结束后直接开启亲子游，他们在咨询台购买了市集专属礼包。西西妈妈说，礼包里有专门给孩子体验的手工，还有打卡抽盲盒，孩子看到盲盒就很心动。

闺蜜组团来逛展的也不少。来自宁波的陆芳园是市集爱好者，这次专程从宁波赶来。她说，富

春山馆本身就很有吸引力，这次市集的品类很多，可以好好逛一天。“好吃的东西很多，我特别喜欢萌叔手作的美食。”陆芳园和闺蜜打卡了不少宝藏摊位。

昨日，记者发现有不少身着马拉松服饰的游客出现在市集上。“上午跑富阳半马，下午逛市集，很舒服。”市民菲菲在朋友圈发布动态，表示在富阳的这一天很满足。参加完马拉松欢乐跑的双胞胎姐妹戴锦洋、戴锦卿跟着爸爸逛市集，她们购买了生活季礼包，

兑换凤梨气泡水，喝了后连连点赞，“太好喝了”。同样从欢乐跑现场转战到生活季的还有来自萧山的朱嘉奇一家三口，为了更从容，他们前一天就来到富阳，女儿哟哟是幼儿园大班小朋友。“马拉松和山居市集是一次很棒的结合，我们结束比赛后，还能继续参与这么有趣的活动。”朱嘉奇说，生活季礼包性价比很高，女儿体验了手作，还拍了全家福，是非常值得纪念的一天。

音乐会、打卡点、春日汽车展……乐趣多多

音乐会是生活季的一大亮点，连续三天，三个不同的独立乐队现场演出，音乐一响，氛围就来了。逛着市集的游客们会不由自主聚集到音乐会区域，坐在台阶上，听着熟悉的音乐，享受悠闲的午后。

来到生活季的游客，最大的需求就是“出片”，拍到一张让自己满意的照片，是逛展的目的之一。洛芙特婚纱荟的photobooth装置很诱人，进门先留个影，美颜版照片“直出”，打印出成品的照片，让不少人心

动。“想要体验一下吗？咨询台可以购买生活季礼包，免费兑换。”进入富春山馆的游客们，大多拎上了市集礼包编织袋，春天的绿色调，成为逛市集的“时尚单品”。

中庭的宝藏摊位很多，蜻蜓山房和playpark两家摊位面对面，都在一旁的矮墙处设置了“打卡”场景，给游客提供一个可以坐下来拍照的地方，让“出片”轻而易举。户外长廊处，大大小小的白色风车，随风转

动，也是一处亮眼打卡点，春天感满满。而这些美照，都在各大社交平台上传播，让山居市集更“出圈”。在生活季上，还有一场春日汽车展，奇瑞和极氪两大品牌的新能源汽车亮相，让游客在逛展的同时还能了解最新款的新能源汽车。

“每一季都有惊喜。”一位生活季常客感叹，期待下一季新的惊喜。

