武陵深山中,有个移动小卖部

鄂渝交界的武陵深山中,有一位“90后”山村卖货郎,他叫周刚。无论风霜雨雪,他每天都会开着小货车,载着百余种商品,行驶在陡峭的山路上。年复一年,他的“移动”小卖部,成为乡亲们和山外世界连接的纽带。

周刚所在的长顺坝村几乎是湖北最西边、最偏远的村子之一。利川市区到村里,110公里的山路,要坐4个多小时的汽车。我们刚出发时,正下着小雨,行驶到海拔较高的地方,竟飘起了雪花。阳春三月,此时同纬度的平原地区,已是花开遍野,春意正浓。

汽车盘旋下山,又在峡谷中穿行了许久,才来到山村卖货郎周刚的家。

见到周刚时,他正将一大麻袋洋芋往货车上搬。小小的货车,井井有条,双层不锈钢货架上,满满当当塞了上百种商品。每种东西都有它的专属位置:后面放着洋芋和散装白酒,前面是各种水果、零食、调料,上层摆着一箱一箱的饮料、啤酒、方便面。小货车就这样成了名副其实的“移动”小卖部。

第二天一大早,我们决定跟着周刚到山里的村庄卖货。车外的云雾时浓时淡,大山有时只露出深色的小尖尖,远处的郁江刚从雾中探出一点,转眼又消失不见。

“卖新鲜水果、啤酒、调料……”货车沿着山路开始爬升,车载扩音器传出带有浓厚乡音的叫卖声,在山谷间回荡。这活儿周刚干了近五年,这条路他也走了上千次,因为使用频繁,扩音器的功能键都被他按缺了一块。

乡亲们熟悉他的叫卖声,听到了就会出来。59岁的村民成贵菊花25元从周刚那里买了10斤土豆、5斤挂面。“大伙儿都跟他熟得很呐!没假货,也够秤,都喜欢在他这里买。”

告别几位村民,我们继续前行。山路旁偶尔有几小块梯田,山间零散地开着几朵野樱。山里愈发寂静,扩音器里周刚的叫卖声显得更加响亮。

周刚就出生在这样的大山里,他熟悉并喜欢这里。

这几年,周刚摸索出了5条进山卖货的路线,一天可跑七八个村子,客观上帮助打通了山村物资集散“最后一公里”。每天天蒙蒙亮,他就要出门,天黑才回来。

小货车走走停停,一路上没有周刚不认识的人。迎面走过来一个背着背篓、扛着锄头的老人,周刚慢下来,问一句“吃了吗”。看到抱着小孩子的嬢嬢,周刚下车给孩子塞两颗糖。和村民会车,他鸣笛示意,停下来给对方递根烟。

到周刚“移动”小卖部买东西的,大多数是空巢老人。周刚记得,小时候山里不通公路,更没有走村串户的货车,去街上赶集要好几个小时。2010年之后,山区交通改善了许多,物流体系慢慢建立完善,跑山的卖货郎也多了起来,他自己便是其中之一。

“老人独自在家里都很孤单,要多对他们笑,语气要好,卖东西更要实实在在。”周刚对乡亲们真诚,乡亲们待他也不薄。车子刚驶上一处山坡,一位嬢嬢听到叫卖声,从家里出来,拉着周刚去家里吃午饭,“走嘛,走嘛,去吃。”

周刚从车上搬下一箱饮料,带上一盒鸡爪,来到二楼的炉火旁。农家土灶的大铁锅烧热了,嬢嬢倒上菜籽油,很快一大锅腊排骨炖萝卜烧好,一大桶甑子饭出锅,香气四溢。卖货的这几年,周刚中午几乎没饿过肚子,经常走着走着,就有热情的老乡邀请他来家里吃饭,但他从不空手,总要拎点东西,陪老人唠一唠。

山路陡峭,去年9月份,有一次,他的货车掉进路沟里,村民们开了1个多小时的车,找来滑轮,10多个小时后才把货车捞起来,一直忙碌到凌晨1点多,中途还有村民自发回家做饭,让大伙别饿着。

除了卖货,周刚有时还会收一些乡亲们的山货,也会帮助在外务工的子女看望留守老人。他的微信好友中有100多个这样的年轻人,他们会经常拜托周刚,给家里老人送点吃的用的、包个红包。有时候,为给一户老人家送货,周刚要翻一整座山,跑上大半天。

货车又在大山中的一户人家门前停下。“嬢嬢,姑娘在外头担心你,给你买的。”周刚拿着几大兜面条、柑子、零食、面包放到屋里桌子上,又拿出一个红包递给嬢嬢,“你女儿说,你要过生日啦。”

去年夏天,周刚拿起手机,开始记录卖货点滴,发在社交媒体上。在他的视频里,可以看到大山的春夏秋冬,春天的野樱绽放,夏天的郁郁葱葱,秋天的漫山金黄,冬天的冻雨雾凇,可以看到千姿百态的生活……有的网友惦记起某位老人,会在他的视频下留言,上次镜头里的那个嬢嬢现在怎么样了?

也有难过的时候。今年春节前,一位90多岁的老人还可以出门买橘子,但正月十五周刚路过他家的时候,门口已经搭起了灵堂,老人不在了

周刚记得住众多乡亲的容貌,他甚至知道谁家孩子喜欢喝花生牛奶,谁家孩子喜欢喝AD钙奶。但如果问他这些人叫什么名字,他常答不上来,也许他从来没问过。

或许,这里是一个不需要名字就能和人打交道的地方。“我喜欢在农村生活,跟乡亲们打交道简简单单,很安逸。”周刚说。从这个意义上说,周刚的“移动”小卖部是乡土社会人与人之间情谊联结的一块自留地。

我问周刚,以后村里的老人越来越少,没生意怎么办。他说,等到在外打工的青壮年五六十岁了,都是要回来的,落叶归根嘛。 新华社记者 张阳

陪爬员、探店达人、文创设计师……“玩”出来的就业新天地

春到四月,各地繁花似锦,人们纷纷走出家门,享受美好时光。露营爬山、骑行运动、游学观展……层出不穷的文旅新产品、新业态、新服务,不断激发消费新活力,同时“玩”出就业新天地。

清晨5点多的泰山红门游客中心,26岁的王阳已开始清点背包里的物资:充电宝、登山杖、急救药品,还有特意准备的山东煎饼。作为专职陪爬员,接下来王阳要带一家五口完成到玉皇顶的全线攀登。

“其实多年前就有陪游客爬泰山的服务,那时候叫讲解员,后来变成陪拍,再到现在的陪爬员。”王阳告诉记者,除了本地大学生兼职外,今年以来,更多自由职业者和外来人员来泰安成立专门的陪爬公司。“大家基本通过直播或者平台账号接单。流量高的团队,到假期基本每个人都会有订单。”

一季度,泰山累计接待进山游客127万人次,同比增长12.6%。陪爬员这个新兴职业群体,也随着旅游热快速崛起,部分从业者月收入可达2万元,受到社会广泛关注。尽管仍属于小众旅行方式,泰山景区也表示,正在考虑规陪爬服务。

“用镜头记录真实体验,用内容激活消费需求”,27岁的贵州姑娘、探店达人李燕这样形容自己的工作。

一次偶然的机会,李燕用手机拍到贵州省息烽县一条自带“仙气”的瀑布。没想到这条短视频发布后,播放量达到数百万,点赞量也突破了10万,原本不为人知的野瀑布一下火起来。

“连山脚下卖水的村民,一天矿泉水都能卖好几百块。”李燕后来才得知,她无意中“造就”的网红景点,还带动了周边餐饮、民宿发展,给当地村民增加了收入。

数据显示,越来越多人和李燕一样以探景、探店为业。他们通过视频、直播、图文等形式,在社交媒体或短视频平台分享自己在餐厅酒店、景区景点等真实体验。截至2024年11月,仅抖音上就有超过336万人靠探店获得收入。

“探店达人已经覆盖广泛的应用场景,涉及人们吃喝玩乐、旅游出行等各个方面。但要成为一名优秀的探店达人,需要具备内容创作与策划、市场洞察和分析、沟通协作、短视频制作等综合能力。”中国社会科学院人口与劳动经济研究所副研究员周晓光说。

人力资源社会保障部最近一批职业“上新”里,探店达人成为28个新增工种之一,并被命名为生活服务体验员;滑雪巡救员和文创产品策划运营师,则正式成为国家认可的新职业。

四月的吉旅万峰通化滑雪度假区已告别繁忙,高山上新绿点点,山地运营总监于伟近日受邀参与国家体育总局牵头的滑雪巡救员国家职业标准研制。“‘玩’出来的职业,也在逐渐规范化、制度化。”

文旅达人正在拍摄湟源皮绣作品。何倩楠 摄

刚刚过去的雪季,51名巡救员为雪场铺开一张巨大“安全网”——每18分钟巡查一次主雪道,在客流高峰期,有时要每天工作12小时以上,夜场结束才能卸去浸透汗水的厚重雪服。

“一名合格的滑雪巡救员除了最基本的滑雪技能,还需经过急救培训,必须懂得专业的救援动作和方法,会驾驶雪地摩托、救生船和使用救援辅助工具,甚至还包括规划雪道标识、设置救援牌等。”于伟说,随着巡救员等更多雪场工种进入考证体系,滑雪产业将提供更规范、专业的服务,让人们玩得更安心、舒心。

文化、旅游、体育等消费潜力加速释放的背景下,各种文创产品成为新的消费增长点。据不完全统计,我国文创行业从业人员已超百万人。

成都天府国际动漫城,“90后”文创产品策划运营师曾舟的店铺里,以三星堆青铜神树、青铜纵目面具、青铜兽面等文物为蓝本,结合当下潮玩元素设计的一件件文创作品俏皮可爱。

“我小时候的梦想是能一直玩玩具,没想到长大后真的将爱好变成了事业。”曾舟说,“这几年潮玩市场快速发展,但我想做的不是玩具快消品,而是有内容、有温度、有意义的文化IP,让年轻一代随手摸到的就是沉淀千年的中华文化。”

正是层出不穷的消费新需求、市场新变化,让职业二字拥有无限可能。

从游戏策划、电子竞技指导员,到民宿管家、露营地管家;从妆造师、旅拍摄影师,到剧本杀主持人、密室逃脱设计师……一批“职业新鲜人”,以独特的技能、经验为市场注入新意,开拓出发展的新天地。

新华社记者 姜琳 金津秀