

特稿

来到乡村,他们不做“游民”

本报实习生 张思源 记者 朱雅文

安徽省黄山市黟县碧山村隐居着一群来自城市的年轻人。碧水青山间,他们边工作边生活。

“数字游民”是外界对他们的统一称呼——拿着一线城市的高工资,在三四线城市远程办公,享受着低成本和田园牧歌式的风光。只需一根网线,打破工作和办公地点的强绑定关系。这是一种在年轻人群体中颇为风靡的生活方式。

碧山村里的这群年轻人不愿被简单归为“游民”,他们想和脚下的土地产生更多的连接。

“黏菌俱乐部”

24岁河南女生刘灼热,已大半年没更新自己的社交账号了,最近终于更新了一篇日记。“太过现实(网络用语,全称‘现实生活很充实的人生赢家’)。”她在日记开头这样解释断更的原因。

一年多前,从香港大学社会学专业毕业后,她来到深圳工作。城市里,严丝合缝的玻璃窗把一栋栋高楼切割成规整而透明的“匣子”。每天上午9点,深圳某CBD大楼里的一部电梯门缓缓打开,刘灼热被挤了出来,踱到属于她的“匣子”里。漫长的一天就这样开始。生活重复且单调,她感到厌倦,“整栋楼的窗户,没有一点缝隙”。

不久后,她又去了上海工作。城市换了,生活节奏一点没变。去年2月,刘灼热回到香港参加了一场学术会议。她比原计划提前一天离开。这次不是暂别,而是不回头地离开。

很难说清楚转变是在哪个瞬间发生的。刘灼热将之解释为骨子里对乡村的认同感:她的老家在河南济源市大南坡村,城市并不是她的刚需。

去年9月,刘灼热来到距离深圳1000公里的安徽黟县碧山村。在这里,阳光从徽派民居的天井洒下,猫咪在光晕里伸着懒腰,马头墙外是郁郁葱葱的植物。最初,刘灼热选择乡村生活是有些犹豫的,毕竟这是世俗意义下“不稳定的状态”。但当她以生活的心态扎根在村里后,她发现,比起在城市里“花钱买快乐”,乡村里“免费的快乐”让她感到踏实。它可能是爬山摘一次桂花,也可能是骑车去县城吃一碗热乎乎的汤面。她称之为“靠身体感知的乐趣”。

刘灼热加入一家名为“黏菌俱乐部”的青年在地组织,一群热爱乡村的年轻人聚在一起,以项目的形式共创,一起为碧山村做点事儿。

俱乐部的创始人李泽洲。他毕业于北京交通大学,设计专业出身。从小在农村长大的他,田埂和树林是他最亲密的朋友。大学毕业后,他没有选择去上班。2024年初,他和朋友一起在碧山村租下一栋二层小楼作为设计工作室,黏菌俱乐部就这样成立了。

黏菌是介于动物和植物之间的微生物。它是一种没有神经中枢的单细胞个体,但可以自由延伸、相互连接。李泽洲将之隐喻为团队成员合作的方式,即去中心化、互相支持。

最初俱乐部只有四五人,现在的常驻成员约11人。在这里,一间房月租800元,大部分人来这里工作一段时间后,会选择留下来。刘灼热是常驻人员之一。其他年轻人的经历和她一样,有的人从事设计工作,每天被KPI追着跑,却觉得日子越来越空洞;有人是考古专业的,工作后生活状态直线下降,来到这里做自己感兴趣的田野调查。

俱乐部成员大多擅长设计,刘灼热对此不熟悉。她写作能力强,团队成员就带着她一起上山采风,鼓励她写文章发表。前年底,团队在筹备碧山村啤酒精酿博物馆的展览,策展文字就是她负责的。没有人催着打卡上下班,也没有严格的上下级关系,工作内容由兴趣导向,刘灼热认同这样的价值感,“远比追求KPI真切”。

就像是浮萍找到了栖身之所,这群年轻人被乡村“托举”了。对旁人来说,乡村是退路,但



① 黏菌俱乐部社区会议进行中。
② 年轻人在村民家。
③ 俱乐部成员为乡野好货设计包装。均 受访者供图

对他们来说,乡村是主动的选择。如今,他们自然地享受当下时间的流动,安心地为生活“添砖加瓦”。

真正扎根乡村

在国内,像刘灼热和李泽洲这样的年轻人,有一个时髦的称呼——“数字游民”。他们依托互联网打破工作与地点的强绑定关系,凭借自身的数字技能获得收入,追求地理位置自由与工作自主,选择在喜欢的地方生活和工作。

拿着一线城市工资,在三线城市生活,这被称为“地理套利”。因此,在中国,风景秀丽且生活成本较低的乡村是数字游民的最佳选择。2024年12月,国内知名数字游民社区NCC发布的《全景式数字游民洞察报告》,描绘出这一群体的大致画像——平均年龄约31岁,90后、高学历。

数据显示,截至2023年底,中国大陆地区的数字游民和潜在数字游民(即虽未成为数字游民,但展现出对这一生活方式的渴望或正部分实践此类生活方式的群体)人数在7000万到1亿之间。

从严格意义上来说,李泽洲和刘灼热还不是其中之一。“我不愿称自己是传统意义上的

数字游民。”读大学时,李泽洲就萌发了想做青年在地组织的想法。毕业后,他前往国内各个数字游民社区参观体验,但始终没有一处能符合他的期待。在他看来,大部分数字游民社区更像一座座孤岛,数字游民们一方面借地办公,另一方面各玩各的,或是抱团取暖。他们的流动性极强,只在社区内停留一段时间后,便会前往下一个社区,没有真正深入乡村,也不和当地村民打交道。

李泽洲想建立的社区,不只是为年轻人提供“灵活的办公室”,而是和村民打交道,为乡村做实事,真正把根扎在乡村的土地里。

黏菌俱乐部成立半年后,李泽洲意识到,他在乡村承接城市里的项目,无非是换了地方继续打工。那时,他找来同伴商量俱乐部转型,并从当地村民手中租下一栋民居。民居共15间房,居住和办公的空间更大了,李泽洲希望有更多志同道合的年轻人加入。去年9月,黏菌俱乐部内额外分出一支设计团队,负责碧山村乡村物产品牌建设。

民居的主人是村里的木匠夏叔。他凭借出色的手艺,将老宅翻新,打造成民宿。碧山村内民宿行业竞争激烈,夏叔的民宿不仅赚不到钱,还劳神费力,他便将其租给了李泽洲。

因俱乐部人数增加需要请人做饭,李泽洲

通过村民介绍认识了村里刚失业的程姨。程姨的女儿常年在外打工,俱乐部里的年轻人和她女儿年龄相仿,程姨每天变着花样做饭。“她对我们就像对待自己孩子一样。”刘灼热说。

变为“数字乡民”

在黏菌俱乐部的工作室里,李泽洲喝着葛根粉,指着一张写着“山野货,葛根粉”的海报,“这张海报是我们设计的,让村里做手工葛根粉的老奶奶销量高了不少”。

俱乐部转型后,成员们计划推出有关碧山村的风物展,让藏在深山里的乡野好货被更多人知晓。他们分头忙活:上山走访调研,寻找合适的产品,为其设计有辨识度的包装,联系展览场地……最终,野蜂蜜、土椒酱、桂花酒酿、萝卜干、月饼等被挑选出来。去年10月1日,“言物有物”展览亮相。

宣传片将展品串成一个诗意的故事——“花儿眨眼,挤出蜜,忍不住想要捧住。蜜蜂给了我一下,很疼,作为我打扰它采蜜的回应。辣椒默默地红着,替我把那份火辣辣的感受收下,他们觉得过意不去,送我一只花篮。我猜在编织的时候,借了春天的光”。俱乐部成员为他们打造的乡村在地风物品牌取名“地儿,地儿”。“地儿”音似“Dear”,是这群年轻人对土地的真切呼唤。

用心用情为居民做好事办实事

龚正指出,希望广大基层干部在促进高质量发展中展现实干担当,积极找准工作结合点、发力点,为全市高质量发展大局多作贡献。在增进民生福祉中展现实干担当,时刻把老百姓的事放在心上,认真解决城乡群众急难

农产品背后,藏着和土地有关的故事。让刘灼热印象最深的,是在农户程叔家喝到的一杯水。那次,团队成员上山走访,程叔招呼大家进屋喝水。水是蜂蜜冲的,带着点儿琥珀色。原来,程叔的老伴患有直肠癌,医生建议吃蜂蜜保养,程叔担心买到假蜂蜜,便自己学习养蜂,从1箱养到了10箱。程叔乐意将蜂蜜卖给这群年轻人,他不想卖更高的价格。他知道他们在给乡村做好事,也希望长期合作。

在夏叔心里,这群年轻人是“来帮村里做宣传的”,和村里人关系很好,见了面都会互相打招呼。“村里年轻人多,都出去打工挣钱了。”夏叔的语气中倒没有悲伤,在他看来,这是个正常的规律。传统的农业生产早已很难糊口,村里有老人算了一笔账:种植两亩水稻,去掉人工成本,一年仅挣800元左右。

李泽洲提到一个细节:在视溪村走访时,他的手机接收不到任何信号。就凭这一点,年轻人很难留在村子里。

村里的年轻人离开乡村为了生活,俱乐部的年轻人来乡村同样是为了生活。只是这两种生活之间有很大的不同:一边是生存逻辑驱动下的必然出走,另一边是带着知识与城市经验的反向回游。李泽洲希望通过自身与乡村的深度连接,探寻出一条弥合这道裂缝的出路。“我们既然留下来了,真的希望能为村子里做点事儿。”

复旦大学新闻学院教授姚建华指出,当数字游民在乡村定居后,他们会转变为“数字乡民”。这群新乡民参与到乡村振兴与城乡融合发展的浪潮中来,并成为乡村振兴的活力源泉。“这无疑对中国乡村发展,特别是数字乡村建设有着不可估量的作用。”在姚建华看来,数字游民群体对乡村振兴主要表现在文化赋能上。他们凭借对年轻化审美和新时代需求的敏锐把握,利用数字化的传播形式,将原本不加修饰的乡村产品,变得更符合年轻消费者的审美与购买习惯。

李泽洲说,目前俱乐部已经和村里多位村民建立了联系,正在探索合作模式。“不能急于求成,我们想做长久的事,而不是一阵风的‘表演’。”

有个“十年计划”

国外一项关于“继续寻找数字游民”的调查显示,多数数字游民持续“游牧生活”的时间不会超过三年。

当被问及婚姻和社保等现实问题时,刘灼热和李泽洲均表示,“考虑这些事情为时尚早,一切顺其自然”。他们不能确定是否会一直留在乡村。在李泽洲看来,俱乐部的成员正在做一场社会实践——没有固定的剧本,没有结束的时间,却有清晰的方向。

俱乐部成立至今,对于成员们来说,生活恰好到达一个平衡点——每月生活成本仅两三千元,虽没有固定工作,但一直在做自己坚持且认同的事。刘灼热将之归纳为一种“农民心态”,踏实且自在。

对于俱乐部,李泽洲规划了未来十年的发展路径:第一阶段,吸引更多愿意长期驻村的年轻人,由于俱乐部会承接政府改造项目,李泽洲希望未来能多招募建筑、景观行业的人才;第二阶段,他希望俱乐部能和全国多个青年社区建立联动,相互赋能;第三阶段,提升俱乐部的自我造血能力,尽管黟县政府出台了《黟县支持数字游民共居共创政策10条》,给予数字游民经济上的支持,但仅靠政府支持很难长期维持下去;第四阶段,他希望搭建区别于城市教育的“乡土学院”,让孩子们摆脱内卷。

“十年计划”藏着雄心,李泽洲并不着急,“走一步看一步,得先把这个事情做起来”。他将现阶段比喻为“小树破土”——就像农民知晓种子破土自有其规律,他们只负责深耕脚下的土地。

姚建华表示,数字游民与乡村振兴之间是一场双向奔赴。政府资源投入,让数字游民的创意有了落地的土壤。同时,大量青年群体拥入乡村,也能带动当地餐饮、住宿等消费市场。“他们在满足自身生活需求的同时,与政府或是乡村社区合作协商,最终实现个人价值与乡村发展的双赢。”

(复旦大学2024级新闻学学生白潮然对本文亦有贡献)

占GDP8%的“支柱”挖增量育生态

重新规划后,租赁和商务服务业将重点落向浦东、静安、徐汇、黄浦、青浦、长宁、普陀7个区,每个区都有明确的赛道,每条赛道都有头部区域。在此基础上,各集聚区将实施企业梯度培育行动,瞄准全球化与世界城市研究网络(GaWC)评价体系 and 全球性服务机构名单开展精准招引。

当然,这并不是不让其他区域发展相关行业,而是要通过支持重点区域,做大服务业市场增量,加快产业的整体发展。上海市发展改革研究院副院长马海倩表示,租赁和商务服务业分支领域很多,各个区域明确了细分赛道之后,可以有效避免同质竞争和资源错配,做强当地的区域特色。

记者从相关部门了解到,规划到2028年,7个集聚区营收占全市比重超过70%,其中浦东、静安、徐汇、黄浦等4个重点集聚区营收占全市比重近六成。

空间聚集背后的化学反应

“产业聚集”有了规划,“空间聚集”要如何落地?上海的回答是:不仅要建园区,更要造生态。

漫步徐汇西岸,这里除了有高档写字楼,还经常举办大型展览活动,即便在工作日也充满生活气息,一到周末更是热闹非凡。这种变化,源自城市规划者对于产业生态的全新理解——吸引更多企业之外,更重要的是营造一个个功能复合、活力持续、便于交流碰撞的创新空间。

这种理念尤其适用于需要高频人际交往和思维碰撞的租赁和商务服务业。因此,打造高能级、配套完善的载体空间是各区发展各自细分产业的重中之重。位于青浦的虹桥国际会展产业园已经尝到甜头。2021年揭牌至今,虹桥国际会展产业园入驻企业超500家。这

以看到要素聚集重点指向人才、数据、专业服务

等领域。而且,这些要素保障还针对产业需求进行了细化。就拿人才保障来说,《行动计划》并没有泛泛而谈“吸引人才”,而是点出了涉外法律、境外税务、国际仲裁等服务业企业“走出去”急需人才的领域,针对性地提出配套措施,比如打造海外人才一站式服务平台;优化人才居留、出入境流程;甚至单列赛道,增加商务人才在各类计划中的名额。

除此之外,根据细分赛道定位,《行动计划》还鼓励各区出台特色的配套政策。在此之前,已有部分区展开服务业政策探索的探索。例如,浦东、静安出台专业服务券,徐汇出台新质服务券,让企业购买法律服务、咨询报告等都能获得补贴,收获了不错反响。

这次《行动计划》创新性提出“出海服务券”,企业开拓海外市场时,从设立分支机构到购买当地服务都能使用。要素精准匹配的背后,折射出上海服务业发展思路的转变,“服务业同样需要培育生态——在这个生态里,产业需要什么,我们就提供什么。”马海倩指出。这意味着,要素与空间的聚集不再仅是物理上的叠加,更是为了服务产业、激活创新。由此形成的“产业引领—空间承载—要素赋能”闭环,正成为上海服务业迈向高质量发展新阶段的核心思路。

相关政策制定者表示,目前各区对于租赁和商务服务业细分赛道的打造十分积极,“过去发展服务业很难找到抓手,现在有了‘三聚集’这样一套行动指引,区里会觉得省力很多”。

作为开年首个重磅产业政策,“三聚集”的探索开了一个好头。未来,这种产业发展理念贯穿到更多改革中去,探索超大城市现代服务业发展新范式。

所以,在这次的《行动计划》中,可

回应不同背景观众需求

近年来,外国观众越来越多。为尽可能消弭语言隔阂与文化差异造成的理解障碍,中共一大纪念馆持续升级国际化服务体系,回应不同文化背景观众的需求。

比如,在《时间图》展板前,讲解员会多停一会儿,让外国观众直观感受西列强瓜分中国情景,有助于他们了解中

走近百年大党,在上海感知中国

国共产党成立的背景。有的非洲游客说见到“自己国家的影子”,他们的祖国也曾遭受西方殖民侵略。因为产生了共鸣,他们会饶有兴趣地继续看下去。

此外,多语种服务贯穿游客参观全程。从8种语言的电子导览器到图文并茂的纸质资料,外籍游客都能获得相应的语言支持。新升级的英文导览地图上,展厅布局、重点展位与服务设施一目了然,方便境外观众快速定位、自主规划参观路线。

“任何问题都能用英语沟通,工作人员总会帮我们找到解决办法,参观体验非常顺畅。”来自德国的米歇尔与朋友结伴来到上海旅游,他坦言,尽管自己不懂中文,但在工作人员引导下没有遇到阻碍。

目前,纪念馆已配备英、日语专业讲解员6名,去年累计完成英文讲解56场、日文讲解3场。去年进博会期间境外访客激增,纪念馆与上海外国语大学合作组建多语种青年志愿服务队,提供英、法、德、阿等语种讲解引导。曾为印尼青年代表团讲解的志愿者任天阳回忆:“全场凝神倾听,一位女士听不完感叹‘太震撼了’——那一刻,我真正感受到‘红色故事超越语言隔阂’的力量。”

通过上海感知中国脉动

当天11时抵沪,19时离沪,老赵总理宋赛一下火车直接前往中共一大纪念馆,聆听中国共产党百年奋斗史,“要让老赵领导干部和老赵人民革命党员们都来此参观学习、接受教育”。之后,宋赛一行前往上

的基石,将强化为基层减负措施,持续推动资源、管理、服务向基层下沉,加强对基层干部的有关关爱,支持基层改革创新、大胆探索,完善基层治理体系,努力走出一条符合超大城市特点和规律的基层工作新路。

副市长岑长武出席。

海城市规划展示馆参观,“在这里,我看到人民生活在中国共产党领导下发生翻天覆地的变化”。

如今,越来越多外国政要要把参观纪念馆与城规馆列入外访行程——前者可以看到中国共产党百年历史;后者可以通过了解上海变化,知晓中国发展,行程充满连贯性。对于更多外国游客而言,走出中共一大纪念馆后,或走进新天地的主理人店铺,或驻足在附近石库门街区,或漫步在苏州河畔,能看到市民日常生活与城市面貌。细节最能打动人心,一个个小而美的故事构成中国式现代化宏大叙事。

这样的故事有强大的传播力。加拿大视频博主库罗什·卡穆雅比在境外平台发布多个来华旅游视频,其中一条就是记录参观中共一大纪念馆的经历以及周边环境。各国网民在这个视频下展开讨论。卡穆雅比发现,视频得到很多好评,“特别是来自加拿大和美国的观众,他们感谢我展示了他们未曾见过的中国的一面”。

采访中,张粟向记者展示了厚厚一叠纪念馆外文留言条,来自巴西、德国、斯里兰卡、意大利等国的观众,用不同语言表达对中国发展成就的赞叹。在这背后,是外国观众逐渐了解中国共产党,理解中国发展的叙事逻辑,以及认同中国的发展道路。一位没有留下国籍的游客用英语写道:“我还会再来,这仅仅是一个开始。”

中共一大纪念馆负责人表示,将不断创新服务模式,丰富服务内容,进一步国际化国际游客参观体验,继续向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象。