

年轻人开始流行 和“互联网野生亲戚”互换特产？

据新华社

互换特产，是陌生网友在社交平台上口头约定、互寄家乡风物的线上社交活动。从美食到文创，从舌尖到心间，人们交换的不只是家乡味道，更是真诚、信任与朴素的善意。

一方驱车600公里花2000元采购26种特产寄去四川，另一方的“回礼”能把客厅铺满……河南与四川两地网友互换特产的新闻温暖了全网。近年来，被网友称为“天花板”级别的互换特产事件频频出圈。有人说，这种新型社交方式是互联网时代最浪漫的“以物易物”，而参与这场真挚互动的网友，更戏称彼此为“互联网野生亲戚”。

地域风味大赏
从「我家乡的」到「你那里的」

“宁夏滩羊的羊肉串、高端产品法式羊排、清炖羊肉、手切羊肉卷、羊蝎子及火锅底料、宁夏大米、贺兰山紫蘑菇、枸杞……”视频里，宁夏宁彝源牛羊肉有限公司总经理纪成军一边细数家珍，一边打包。这个满载宁夏风味的箱子，不日将抵达广东。

滩羊是宁夏特有的绵羊品种，素有“羊中贵族”的美誉，纪成军的家乡灵武市位于核心产区。从事滩羊销售30余年，纪成军建起了养殖基地、屠宰加工厂，年出栏滩羊4万只。他深耕互联网10多年，打造了线上线下的专属销售团队，全网粉丝量超200万。

参与互换特产至今，纪成军已发出四五十单。而礼尚往来，他收到了江苏大闸蟹、黑龙江大米、四川柑橘、陕西猕猴桃……这不仅是一种快递里的“双向奔赴”，“从我家乡的”到“你那里的”，舌尖社交更演变为一种地域风味大赏。

“好多地方脚还没到，舌头先到了。”纪成军笑道，“虽然互不相识，但网友的‘回礼’诚意十足。得知我爱吃大闸蟹后，江苏网友随后又寄了一大箱。”

广西博主蓝媚也是一名资深参与者。老家的螺蛳粉、腊肉、沙田柚、核桃、笋尖等发往大江南北的同时，她也被各地网友的“盲盒”深深感动。许多素未谋面的陌生网友，已从互换搭子变成微信好友。

“印象最深的不是东西有多贵，而是很多网友会手写小卡片送祝福，讲他们家乡的故事。比如宁夏网友发视频教我煮羊肉，还问味道怎么样，有种‘售后’的感觉；湖南网友寄来了板鸭、臭豆腐，还写教程教我怎么吃、怎么做……明明不认识，却愿意为你花时间、花心思，这种来自陌生人的善意特别打动人。”蓝媚说。

对蓝媚而言，互换特产看似换东西，其实是换心意、换故事、换远方。她品尝到不同城市的美食，更把广西的味道、广西人的热情传递给更多人。

为什么互换特产成为风潮？宁夏社会科学院民俗学者张万静表示，核心在于它击中了当代人的“情绪刚需”，把冰冷的网购变成了有温度的“开盲盒”。一方面，在算法推荐的同质化内容里，这种“真人随机匹配”带来了不可预测的惊喜感；另一方面，参与者既能收获“被惦记”的幸福感，又能满足“云游四方”的猎奇心。在陌生人社会，这种基于“我信你”的交换，让“人情味儿”这种社会资源重新流通。



制图：童玮（AI辅助生成）

特产互动升级 从“寄美食”到“寄文创”

“大哥快把整个山西给你了！”这一词条在2025年11月火上热搜，原因是一位内蒙古网友晒出刚拆箱的山西特产，引发网友惊叹。这些特产不仅品类丰富，其中更有一只栩栩如生的瑞兽花馍——彩绘的小狮子双眼溜圆、蹲卧送福，形象软萌、憨态可掬，让这位内蒙古汉子直呼：“长见识了！这是吃的吗？这不是艺术品吗？”

作为国家级非遗，花馍无疑是山西的一张耀眼名片。视频中，这位网友多次表示，舍不得吃，要留给即将过生日的女儿作为惊喜。网友纷纷点赞，称“互换特产开出‘非遗盲盒’，这才是最顶级的伴手礼”。

张万静认为，从寄美食到寄文创，折射出人们对特产的期待正在变化——不只是“吃进肚子”，更想“装进脑子”。这场互换风潮，已从1.0时代“尝尝你们那儿啥味儿”的口腹之欲，进阶到2.0时代“拥有你们那儿的文化符号”的精神认同。

特产之外，温情联结下的互换形式也在不断升级。

马年春节前，湖北省嘉鱼县肖家洲村的00后村干部朱晓杰发布视频，诚邀网友参与“年货

大礼包互换”，本意是让本地特产丰富外乡年味。评论区中，一位远嫁广东惠州的老乡称已多年未回家过年，怀念家乡味道。收到留言后，朱晓杰决定做一回“娘家人”，驱车千里送去妈妈的味道。

他提前联系了她的家人，悄悄带去了妈妈亲手加工的豆皮、莲藕、豆子、锅盔……到达惠州当天是凌晨4点。“天亮后上门送惊喜时，‘姐姐’感动得几次流泪、哽咽，让我觉得这趟值了。没想到后面我收到了更大的惊喜。”他说。

朱晓杰说，“姐姐”一家热情招待了他，广东“姐夫”做了一桌子美食，其中就有当地特色的白切鸡、烧鹅。聊天中得知他生日临近，“姐姐”悄悄订了蛋糕为他庆生、唱生日歌。“提前4天过了生日，提前一周吃了年夜饭，很感动、很温暖、很美好。”朱晓杰说，走的时候，他的后备箱里塞满了“姐姐”送的腊肠、水产等广东年货。

张万静说，在原子化程度越来越高的现代社会里，人们其实在寻找一种“可以被验证的真诚”。朱晓杰也表示，真正打动人的不是那袋特产，而是陌生人愿意为你奔赴山海这个事实本身。

助攻地方文旅 从“味觉记忆”到“脚底冲动”

互换特产，远不止于社交层面。收到一份好吃的，你会好奇“它老家长啥样”；收到一份好看的文创，你会想去“打卡同款地标”。每一个参与者都可以是家乡的推荐官。他们的开箱视频、在线测评，比官方宣传片更真实、更有感染力，这种亲测“攻略”直接降低了旅游决策成本。

蓝媚没来过宁夏，但一直对这里的大漠风光、黄河风情、“塞上江南”灵秀充满遐想。她和3位宁夏网友互换过特产，枸杞的甘、羊肉的鲜、八宝茶的甜、辣糊糊的香让她对来宁夏旅游的冲动与日俱增。“宁夏网友还说要带我逛吃银川，我感觉银川应该是个宝藏城市，有机会一定要去实地看美景、吃美食，感受一下那边的风土人情。”她说。

“我们灵武是个西北小城，却是全国百强县。灵武长枣、牛羊肉、蜜瓜等物产，吃过的都说

好；灵武还有亿年恐龙化石、万年水洞沟遗址、千年古枣树、百年古建筑……”说起家乡，纪成军满满的自豪感，“比涨粉更重要的是，我希望通过互换特产让家乡走出去，让网友走进来。”

把乡村寄出去，也是朱晓杰互换特产的初衷。他说，在互换过程中，结识了不少同为驻村工作者的00后互换搭子，他们扎根于山西太原、河北唐山、山东淄博、湖北武汉等地的农村或社区，都想通过互换特产做同一件事——助力乡村发展，讲述乡村故事。

从个人到电商平台、村集体、企业，再到地方文旅，这股风潮吸引了多元主体持续参与。张万静表示：“从味觉记忆到脚底冲动，从一次互换到一场奔赴，互换特产在带货之外，更呈现出一种‘种草即拔草’的文旅新链路。”