

新聞熱話



近日，重慶合川網名「呆呆」的年輕女孩因一條「搖人按豬」的求助視頻意外走紅：她擔心年邁父親獨力難支，發出「1月11日殺兩頭豬，來幫忙按豬就請吃刨豬湯」的邀約，沒想到竟吸引數千名網友從全國各地前來赴約，且盛大「家宴」結束後各地民衆仍源源不斷湧向合川，湧向重慶，甚至外溢到成都。

一場源自鄉村年俗的真摯呼喚，演變為跨越山海的溫暖相聚，更意外成為2026年現象級文旅和傳播事件。面對突如其來的「潑天流量」，合川文旅喊話邀請大家「再

來過個團圓年」，推動短暫熱潮轉化為鄉村文旅長效動能；重慶、成都周邊多個農場、營地快速推出各類「殺豬宴」套餐，承接這波洶湧流量。

這場別開生面的「刨豬湯之約」，宛如一股春風，不僅奏響了傳統年復甦的歡快樂章，更成為陌生人間信任與共情交織的動人詩篇。它生動地勾勒出中國鄉村在流量時代浪潮中的人文韌性與溫暖底色，淋漓盡致地彰顯中國開放包容、熱情好客的文明底蘊，映照出神州大地生機勃勃、繁榮向上的鮮活圖景。

《大公報》用AI生成圖片的形式，再現這場跨越山海的暖心邀約。

大公報記者 韓毅

開年兩頭豬



「攪動」成渝文旅一池春水

1月12日 4.旅客絡繹不絕

- 一名廣東網友打「飛的」前往呆呆家吃刨豬宴，發現活動已結束，當地政府安排專車將其送往鄰近的鎮，讓他吃上了當地的刨豬宴。
- 呆呆家的人流越來越多，最多時現場達3000人。



1月13日 5.合川文旅謀後續

- 呆呆正式發文表示自家刨豬宴圓滿結束，13日起不再舉辦，恢復正常生活。
- 重慶市合川區文化和旅遊發展委員會公衆號「合川文旅」發文致謝每一位關注、推介、奔赴合川的朋友。
- 合川宣傳部門回應媒體表示，對於網友提議設立「殺豬節」等後續更多活動，目前正在思考中。



▲入夜時分，呆呆家刨豬宴現場還有篝火晚會及樂隊表演，熱鬧非凡。

1月13-14日 6.接住潑天流量

- 重慶合川宣布將舉辦一系列刨湯民俗文化季主題活動，開展按豬現場體驗、合川黑豬品鑒、刨湯廚藝大賽、年豬祭祀儀式等活動，同時策劃推出合川文旅新春優惠套餐包，串聯合川景點，並聯動周邊川渝區縣景點。
- 重慶市「全渝接力」，榮昌區發布「榮昌刨豬宴美食地圖」；酉陽、九龍坡、彭水等區縣相繼推出民俗年豬節活動，邀請各地遊客來渝品嚐刨豬宴。
- 此前有台灣女孩發布視頻稱自己一行十人正在前往重慶合川的路上，問現在去吃刨豬湯是否來得及。國台辦發言人朱鳳蓮在新聞發布會回應表示，歡迎廣大台灣同胞特別是青少年朋友來大陸，用腳丈量偉大祖國的大好山水，用心感受中華文明的深厚底蘊，用眼觀察大陸各地的發展變化。



▲數千網友趕赴合川雲門街道慶福村吃「刨豬宴」。

1月9日 1.呆呆視頻求助

凌晨
•重慶合川慶福村23歲女孩「呆呆」在抖音發布視頻稱家中11日要殺兩頭豬，因老父親年紀大按不住，誠邀網友幫忙，承諾請吃「刨豬湯」，並半開玩笑畫了一張「門口停滿車」示意圖。隨後，呆呆還在視頻評論區公布了自家地址。

全天
•呆呆的視頻在抖音、小紅書等平台瘋狂傳播，網友戲稱這是「2026年首場線下團建」，數萬網友留言「已出發」。呆呆建立「刨豬湯群」，統計到場網友人數。



1月11日 3.刨豬宴盛況

- 網友現場「按豬殺豬」，開刨刨豬宴。中午，現場按照報名人數開起15桌流水席。下午至晚間，呆呆家門口已聚集數百人，開席30多桌，現場還舉辦了打鐵花表演。
- 到場遊客數遠超預期，外地網友直接帶着1頭豬來到現場。合川文旅部門協調當地企業送來2頭黑豬，同時送來500份桃片、1000張釣魚城景區門票現場派發，宣傳當地文旅。
- 呆呆對刨豬宴現場進行了網絡直播，實時在線人數超過10萬。
- 合川區文旅委官方賬號一天內連發9條視頻，推介合川景點、特產及刨豬湯。
- 重慶知名網紅「滄鵝哥」到場分發滄鵝，並加入幫忙切菜、傳菜的隊伍。



▲除了刨豬湯，冬日的合川白山羊湯也是不能錯過的美食。



▲合川的文峰塔，古今交融，是遊客必到的網紅打卡地。

1月10日 2.網友踴躍響應

- 呆呆意識到響應網友人數超出預期，主動前往當地派出所備案，把家門口的一塊田地用作活動場地，並採買食材。她建立的5個500人「刨豬湯群」人員爆滿。
- 不少網友自發帶着各種禮物前來，進村車輛越來越多，在呆呆家附近排成長龍。最早趕到的一批網友及志願者開始準備工作。
- 合川文旅部門晚間抵達現場，跨部門聯動，規劃現場布置、補充食材、協調停車等，包括公安加強安保，大數據局協調電信運營商保障信號。



熱湯裏的人情餘味

熱評

2026年1月9日，重慶合川女孩「呆呆」一句「1月11日我家要殺兩頭豬，有人來幫我按豬嗎？」在網絡上投下一顆石子。誰也未料到，這陣漣漪會如此洶湧：數千名網友從各地奔赴慶福村。村道被車輛塞滿，從村頭蜿蜒至村尾，場面「比結婚還熱鬧」。

數千人奔赴，十萬人圍觀，內核是什麼？答案藏在那些未經設計的細節裏：是熱情的網友挽起袖子在土灶邊幫忙刷碗，是互不相識的人蹲在田埂上碰杯，也是一按不住年豬卻按住了鄉愁的情到濃時。真正打動人的是「呆呆」父親那句「豬被吃完了就吃完了唄」的豁達，是村民敞開家門接待陌生人的質樸。

在被濾鏡和算法精修過的網絡世界裏，「呆呆」家不那麼精緻，甚至有些忙亂的殺豬現場，提供了一種稀缺的、粗獷的真實生命力。「殺年豬」代表的是親友鄰里協作、分享豐收的儀式感。「刨豬湯」熬煮的是被城市標準化生活稀釋了的集體記憶與溫情。網友四面八方的奔赴是一次「回鄉儀式」。無關地理坐標，而是心理上對具體的人、具體的生活場景的觸摸。

重慶合川的這碗「刨豬湯」，沸騰於鄉野灶台，照見的是時代心緒。它始於一個女孩對家庭的守護，成於萬千陌生人的善意接力，終於一個地域系統的敏捷回應。最具生命力的「出圈」爆款，永遠生長在真實的生活土壤。我們看到的，不止是一場宴席的狂歡，更是一條關於文化認同、情感連接與鄉村振興的寬廣前路。這碗「刨豬湯」的餘味，悠長而深遠。

大公報記者韓毅