

“村播”成长记

手机屏幕方寸间,是他们的主场;乡村广袤的天地,有他们竞逐的舞台。近年来,随着电商和短视频平台加速下沉,“村播”正悄然兴起。

村播,顾名思义就是活跃在乡村的主播,他们链接城市和乡村,贯通资源和市场,甚至还为当地文旅推广“添柴加薪”。

群山环抱、炊烟四起,西翥街道是昆明市五华区唯一的涉农街道,也是网红打卡地。这里不仅有浓郁的白族风情,还盛产各类农特产品,深受都市人青睐。

当村庄抬头能仰望月亮,俯身可拾六便士;当麦田里除了生计,还藏着诗和远方。西翥开始变身青年创业的热土,一批“村播”也在这片土地诞生、成长。

出道

“这是我们本地产的腌木瓜丝,非常脆爽,大家可以来听一听。”在西翥街道大村社区,一个农家小院内,身穿白族服装的主播张茜茜一边尝着木瓜丝,一边将麦克风凑近嘴边。

伴随着清脆的咀嚼声,隔着屏幕,网友们好像感受到了木瓜丝的脆爽。

画面中,张茜茜头戴上的白穗随风飘荡,露台上竹筛里的甜柿金黄透亮,再搭配扎染的桌布,乡土气息十足。透过镜头,网友们似乎能沉浸式走进这个白族农家小院。

1997年出生的张茜茜是大村社区两委主任,与她直播搭档的“金花”和“阿鹏”,也是大村社区的工作人员。他们宛如邻家走出的白族姐弟,向网友们讲述着当地的历史文化。

近年来,大村社区的村集体经济公司已经实现了市场化、品牌化运营,成立了6家子公司,同时也具备物流仓储的能力。万事俱备,只欠推广。

2024年10月,曾经有过几次直播经验的张茜茜和同事作了一个大胆的决定:他们要组建一支村播团队。今年10月,一个年龄跨度80、90和00后的组合顺利“出道”。

入职社区前,张茜茜曾被评选为全省金牌导游,对云南的民族文化如数家珍,这样的“斜杠青年”,正是村播的最佳人选。

正如四年前义无反顾选择回到家乡,这一次张茜茜的选择也非常坚定:“像我们这些年轻人回到家乡,就是为了改造发展家乡,既然到了基层工作,肯定要为之努力。”

张茜茜和同事一方面要帮本土企业做推广,另一方面也要帮助农户打开销路。

他们选品的地点不局限于选品间,还有乡村的集市。土鸡蛋、南瓜、葫芦……这些集市上不太显眼的农特产品,有可能会成为直播间的“香饽饽”。穿梭在摆摊老人期盼的目光中,张茜茜



资料图片

和同事熟练地拍照、上传产品信息,为下一场直播做准备。

成长

“大家好,我是今天的主播茜茜!”这是张茜茜早期的开场白,热情自信,但辨识度并不高。

如今,镜头前的她习惯身着白族服装和网友们问候:“五华风采,西翥灵仪,大家好,我是白族金花茜茜。”

一句开场白的变化,背后是直播理念的转变:不仅融入了乡土元素,还打造了鲜明的个人IP。而这些变化,得益于“村播小院”的培育。

2024年10月25日,云南首家“村播小院”在昆明五华西翥揭牌成立,首期培训,就有35名来自各社区的村播报名。他们当中,有的是和张茜茜一样的社区工作人员,有的是青年创业者,

绝大多数是“直播小白”。

在大多数人眼中,直播技术门槛低、有手机就能播,事实并非如此。不同于头部主播,素人出镜的冷清场面,足以劝退很多新主播。

深耕农业领域十余年,孙立刚掌握大量产业链上的企业资源,也曾在全省培育了一批头部主播。在他看来,村播看似很简单,背后需要一整个体系支撑,比如需要打造独特的个人IP、直播中要展示乡村最真实的一面,要有当地乡土文化的输出。再比如,需要成熟的供应链解决农产品发货、售后等细节问题。

而村播小院的成立,就是为了解决这些问题。“村播小院,实际上就是为我们广大的村播提供一个孵化培育、学习成长的空间。”孙立刚介绍,通过专业运营人员定期组织培训,帮助新主播们打造个人IP、分析后台数据,逐渐提升流量。后方“村播云仓”更是汇聚了200多

个品类农产品,供村播们选择。

开播一个多月来,张茜茜团队最好的成绩是销量突破千元,这对于新主播而言实属不易。

回归

村播的兴起,也让更多外出的乡村青年,有了留在家乡的理由。

张艳丽就是其中之一。大学毕业后,家住大村社区的她决定辞职回乡,经营父亲的养兰事业。直播一年来,张艳丽结交了不少兰友,也逐渐找到了喜欢的事。

父亲养兰24年,靠着一屋子的兰花养大了两个女儿。张艳丽从小耳濡目染,对兰花有着独特的情感。毕业后的她曾经在外工作过一段时间。每天面对烦琐的工作、冰冷的出租屋,让她萌生了想回家的念头。2014年,她回到家乡,和父亲一起经营家里的兰花生。

近两年,随着直播行业开始下沉乡村,张艳丽开始琢磨:能不能通过直播把自家的兰花卖出去?她尝试把直播间设在养兰室,让网友们看到自家的兰花养在室内也能长得很好。

从一开始怯生生地和网友打招呼,到如今自如地和兰友们分享养兰心得,张艳丽逐渐喜欢上了直播,也很享受与兰友聊天的过程。

庭前屋后瓜果飘香,父母常伴左右,张艳丽曾经最向往的生活变成了现实。

随着全省第二家“村播小院”落地石林县,孙立刚正在谋划:“未来两到三年内,希望‘村播小院’在全省每个县区都能落地,通过壮大村播队伍,让云南的农特产品走向更广阔的市场。”

当传统的乡村集市日渐冷清,村播正以另一种方式,延续乡村往日的热闹。这份事业,不仅吸引着外出的青年归乡,也让乡村这片土地重新焕发生机。(期俊军)

“村播”兴起 直播电商助推乡村经济多元发展

“手工制作的木锤酥,喜欢的朋友可以在直播间下单。”“牛奶大草莓,果香浓郁,直采直销。”……2024年12月19日,记者在抖音平台多个三农直播间,看到来自全国各地的村民向网友介绍着自己家乡的特色产品。

记者注意到,近年来,随着互联网技术的不断发展和普及,乡村经济也迎来了新的发展机遇。有越来越多的村民拿起手机,“摇身一变”成为乡村带货主播,通过直播和短视频平台,将农产品推向市场。该模式不仅拓宽了农货的销售渠道,更成为推动乡村振兴的重要力量。

村民“化身”带货主播

数字化革新农产品流通模式

数字化时代,手机已经成为村民的“新农具”,直播则成了“新农活”。

目前,由全国各地村民构成的“村播”群体正在迅速崛起。他们利用电商平台,将原本滞销的农产品变成了热销商品,为乡村经济注入了新的活力。《2024中国农产品电商发展报告》显示,2023年全国农村网络零售额达2.5万亿元,同比增长12.9%;全国农产品

网络零售额达5870.3亿元,同比增长12.5%。

在农产品电商的浪潮中,涌现出诸多“村播”代表。例如,甘肃省庆阳市庆城县十里坪村的杨忠政便是“村播”领域的佼佼者。2019年,他组建庆阳五兄弟团队,并在快手平台开设了“庆阳苹果走天下”账号。通过直播带货、短视频推广等方式,他不仅推销了家乡的苹果,还带动了周边群众共同增收致富。而在浙江省杭州市桐庐县横村镇杜预村,村书记姚兴军亲自上阵当主播,推销村里的稻鸭共生米等农产品:“我们把鸭子放到田里,鸭会吃田里的害虫,鸭粪用来肥田,这样就形成了绿色无公害的生态大米。”据悉,截至目前,姚兴军的“桐庐姚书记”直播间已累计实现总成交量9000余单、总成交金额50余万元。

“‘村播’在一定程度上改变了农产品的传统流通方式,形成了新的流通模式。该模式不仅拓宽了农产品的销路,而且提高了其附加值。比如,乡村带货主播借助电商平台,将创新种植农产品的故事传递给消费者,使其能更加了解

农产品的价值,以进一步提升销量。”业内人士指出。

“村播”破解产业发展等难题 助力乡村振兴

“村播”打破了农产品销售依赖线下市场和中间商这一传统模式的局限性,直接将农产品推向消费者,缩短了销售链条、降低了成本、提高了效率。“同时,乡村带货直播还可以通过直播了解市场需求和消费者偏好,从而调整销售策略,推动农业产业的转型升级。”产业观察家洪仕宾在接受记者采访时说道。

因此,洪仕宾认为,“村播”的兴起并非偶然,其深层机制就在于它能够有效解决农产品销售难、农民增收慢、乡村产业发展滞后等问题。而取得一系列成效的背后,离不开政策的支持与指导。记者注意到,为了推动乡村振兴走深走实,各级政府纷纷出台了政策举措,鼓励、支持村民利用电商平台,开展农产品销售活动。比如,在陕西省宝鸡市,政府通过出台扶持政策,鼓励村民电商创业。同时,政府还不断加强农村物流基础设施建设,为农产品的销售提

供了有力保障。

持续创新

拓展“村播”发展空间

“‘村播’模式在推动乡村振兴的过程中展现出了较大潜力,但也面临着诸多挑战。比如,产品质量参差不齐、物流配送体系不完善、村民缺乏电商知识技能等。”针对这些问题,电子商务领域专家洪勇建议,“首先,有关部门应加强农产品质量监管,建立标准化生产流程。其次,需完善农村物流基础设施,缩短配送时间。此外,可以开展电商培训,提升村民的网络销售能力。”

“未来,‘村播’还应在技术创新、人才培养、产业链延伸等方面持续发力。相关部门通过应用更新的技术和引入更先进的设备,提升直播的画质和互动性;通过培养更多的乡村直播人才,为‘村播’注入新的活力;通过延伸产业链,推动农产品与其他产业的深度融合,如乡村旅游、文化创意等,打造多元化的乡村经济体系。同时,要进一步挖掘和整合乡村资源,发挥乡村的独特优势,为乡村振兴贡献更大的力量。”农文旅领域专家袁帅在接受记者采访时表示。(卢岳 王紫茜)