

# “土货”成“爆款” 店播也是必修课

□杨杰

要问质优味美的农产品何处觅得，过去的答案大多是菜场、商超。如今，随着数字经济的飞速发展，这一问题有了新的答案——网络直播间。当田埂垄沟成为网络直播现场，当工厂流水线与视频直播间相互连通，越来越多的商家和农民在自家直播间推介好物，让众多的“土货”成为“爆款”。

品牌或店铺在线上平台进行的直播被称为店播。相较于网红、达人带货直播，店播可以有效降低营销成本，及时根据市场回应进行产品服务优化，使品牌更加深入人心。

抖音电商数据显示：2024年2月至今年1月，直播带货的商家中，店播商家占比69%，超1000个商家店播销售额过亿元；从事店播的农产品商家同比增长

172%，超1万个农产品商家店播销售额超百万元。这些数据印证了“店播经济”的迅猛发展，也说明做好农产品销售，店播是门必修课。

店播的核心在于消费者的信任。农产品销售不是“一锤子买卖”，商家要严把产品质量关，借助镜头带领消费者走进田间地头、深入工厂一线，直观呈现农产品生产加工流程，让这种沉浸式体验转化为消费者对产品品质的信赖。店播时代，品牌与消费者建立了深度连接。将用户反馈融入产品研发销售等环节，同时注重售后服务，以店播积累品牌声誉，打开新的市场，如此，才能变售卖产品为经营用户，让更多农产品在自己的直播间里迎来“爆单”。

具有创意的直播间和专业团

队，也是店播销售的关键一环。农产品推介，不妨选取一些真实场景作为直播场地，或搭建有“农味”的直播间，有效提升消费者体验。在做农产品介绍时，除了阐述其本身特点，为用户答疑解惑，还要注意产品与相关历史文化、民俗风情的关联。这样，既能产生经济效益，也能让进入直播间的用户获取更多产品以外的故事。

店播火热的当下，要打造农产品品牌、积累用户，店铺直播与短视频的协同作用不容忽视。应不断细分消费者需求，丰富产品品类，对消费者需求进行精准匹配，并通过长期策划输出专业、细致的短视频内容，不断完善善后角色，为店铺直播引流，让田间地头的每颗果实都能找到“知己”。

## “水果型蔬菜” 噱头式营销当休矣

□杨茂英

“一个水果西兰花相当于15个香蕉火龙果的膳食纤维……”从水果胡萝卜到水果西兰花，近年来，“水果型蔬菜”的概念广为人知，而且在商家的宣传中，“水果型蔬菜”通常与“高营养价值”“高颜值”挂钩，为此有不少消费者奔着“水果+蔬菜”的双重营养价值为其买单。对此，部分网友因其“鲜食”口感而肯定其存在的价值，也有不少网友质疑其为智商税。

蔬菜被冠以“水果”之名，其本质仍是蔬菜。从植物学来讲，蔬菜泛指一株植物可食用的不同部分，包括根、茎、叶等，而水果则指一棵植物带有籽粒的植物器官。而在营养价值上，蔬菜含有大量的矿物质和膳食纤维，水果则含有更多的维生素和矿物质。蔬菜和水果本就是不同的品种，而且水果和蔬菜在其营养价值上大有不同，无法做到完全代替，更别提商家宣传中经常提到的类似于“一个水果蔬菜的营养价值相当于吃多少个水果”的言论。

诚然，我国也有大批农业学家投身在“水果型蔬菜”的研究中，“水果型蔬菜”在口感上与“菜用型蔬菜”相比确实更加的甜脆，十分适合鲜食，售价高但同时市场受欢迎度也高，比如甜玉米。因此就有部分商家为了盈利以“水果型蔬菜”为噱头宣传和售卖蔬菜，高价割取消费者韭菜。

除了正宗的“水果型蔬菜”，市场上还有大批商家以普通蔬菜冒充“水果型蔬菜”，如“水果胡萝卜”一般指帝王系水果胡萝卜品种，较长且口感香甜脆爽。但部分袋装“水果胡萝卜”是将普通胡萝卜芯进行切割、筛选、磨圆加工后的产物，其口感和营养价值与普通胡萝卜并无区别，但加以营销，售价就比原品种胡萝卜高了几倍不止。

此外，生活中部分普通蔬菜只是被商家换个包装和名称，就摇身一变成了售价更高的“水果型蔬菜”，不禁让人感叹其商家营销之“高明”。“水果西兰花”本为大朵西兰花采摘后的植株上的剩余品，换个“水果西兰花”的名字，价钱就比普通的大朵西兰花高两倍。

以水果之名包装普通蔬菜，以噱头式营销提高蔬菜的附加价值，以便进一步提高蔬菜的售价，吸引消费者购买，短期内是会给商家带来可观的经济效益，但长此以往会加剧蔬菜市场的混乱。噱头式营销终不是长久之计，让“水果型蔬菜”回归本质，不仅需要商家加强自律，尊重消费者，相关部门更要加强监管，不让“水果骗局”伤了消费者的心。

## 农业高科技产品 要“接地气”

□赖雅芬

最近，渭南市临渭区官道镇小什村的种粮大户郭军遇到了一件烦心事：花6万多元买了一台高杆喷药机，本以为用起来得心应手，可实际操作起来却不是那么回事——16米的固定喷射宽度，在小地块作业时非常浪费；繁多复杂的操作按钮，对文化程度不高的农户很不“友好”。这台被寄予厚望的高科技产品，实际却没有发挥出多大作用，让郭军感到非常窝火。

眼下正值春耕。各种智能化设备在田间地头大显身手的同时，一些潜藏的问题也逐渐暴露出来：能调节多项参数的大棚管理系统，农户常用的只有温控功能；推广农业高新技术的田间实训课上，晦涩难懂的专业术语让群众像“听天书”；太过高端的农业机械，每年仅保养就得花不少钱，老百姓觉得比“伺候庄稼还费劲”……这些“够不着”的高科技，就像摆在炕桌上的西餐刀叉，看着光鲜却难以下手。

农业现代化离不开科技支撑。智能灌溉机、植保无人机等现代化设备的引入，能让农业生产变得更加轻松高效。然而，这些设备和技术的普及应用面临一个现实问题：怎样才能让农民更好地使用这些设备？

农民渴望通过科技提高生产效率，但面对复杂的操作界面和晦涩的说明书，往往觉得束手无策。对于广大农户而言，他们需要的不是悬浮的高科技“盆景”，而是真正俯身贴地的适应性创新。比起动辄十几个按键的机器，那些“一键式”“傻瓜式”设备更受欢迎。

基于这一点，相关企业应该多推广一些能看懂、易操作的认可，用接地气的设计和亲民化的价格赢得农民认可，让农民一看就懂、一学就会。除此之外，政府、科研机构及社会各方都应参与进来，做好推广、做优服务，让“够得着”的高科技在乡村落地生根。

科技的本质是服务人。当北斗导航学会识别乡间小路，当大数据能读懂农民的烦恼，当智能设备会说方言俚语……这些“接地气”的技术，才能让“郭军们”真正感受到：最好的农业科技，应该如同“老把式”使惯的锄头一样，让农民用起来得心应手。

## 无堂食外卖更应“食”不相瞒

□陈嘉

如今，外卖在很多人日常生活中扮演着不可或缺的角色。点外卖既省时又便捷，成为快节奏生活的不二选择。但近年来屡屡曝光的食品安全问题，增加了人们对餐饮外卖的担忧。随之而来的监管问题成为舆论场上热议的话题。其中，无堂食外卖成了市场监管的一大难点。

无堂食外卖店铺普遍开设在居民楼、背街小巷等区域，没有门头标识，往往处于“隐秘的角落”。消费者无法知晓食物到底是如何制作出来的，从环境卫生、原料采购验收到从业人员健康、餐饮具清洗消毒等各个环节，都可能存在监管盲区。这导致违规成本更低，卫生安全问题往往更加触目惊心。因此，从源头堵住监管漏洞，无堂食外卖更

要“食”不相瞒。

日前，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》，强调了从“农田到餐桌”的全链条监管。针对网络订餐，明确提出要加强线上线下一体化监管。线上线下一体化监管，要求市场监管部门会同工业和信息化、网信等部门对存在食品安全严重违法情形的平台依法处置，要求推动平台和商户实行“互联网+明厨亮灶”，强化无堂食外卖监管和社会监督。这不仅强调了发挥部门联动机制的作用，还瞄准新业态发展中相应的监管方式要与时俱进的问题。

过去，一些传统的监管方式，例如行政执法、消费者投诉等，有时监管难以达到不留死

角、不漏盲区的目的。在互联网时代，通过“互联网+明厨亮灶”，监管人员可以通过手机等移动终端随时查看店铺的生产状况，以公开透明倒逼餐饮店压实自身责任。

值得一提的是，外卖行业的健康发展，离不开全社会的共同管理、共同维护。此前，一些地方推动建立外卖骑手食品安全监督员队伍，鼓励发挥“内部吹哨人”作用，在配送过程中发现食品安全隐患或违规行为，立即向平台报告，探索建立激励奖惩机制……这些举措都很好地发挥了社会共治的作用。

一粥一饭关乎群众生活，食品安全更是民生福祉，守护“舌尖上的安全”，每个人都不是局外人。

## 在“共享奶奶”身上看到银发族价值

□丁家发

“谁来接孩子”，一直是家庭里的重头戏。最近，浙江台州市一社区的“共享奶奶”火了。

当职场爸妈苦恼于下班时间与放学时间冲突时，“共享奶奶”们开启硬核救援，准时在校门口等候“神兽出笼”。无独有偶，重庆也有一支“共享奶奶”队伍。“小云妈妈，最近娃儿说牙疼，在家要少吃零食、少吃糖哦……”“共享奶奶”暑期活动结束后，重庆市九龙坡区石坪桥街道的奶奶们还不忘给家长叮嘱。

“共享奶奶”活动，让热心的银发族发挥余热，既实现了“老有所为”，又有助于“幼有所养”，还能升温邻里关系，可谓是多赢之举。

这类模式，扎根于现实、作用于实处。在现实生活中，众多双职工家庭工作繁忙，无暇顾及孩子的日常照料，孩子接送

和看管成为棘手问题。而社区里的退休奶奶们空闲时间较多，有的甚至只能靠刷视频消磨时光。成为“共享奶奶”后，老人有了发挥自身价值的机会，还能在与孩子们的相处中收获陪伴与乐趣，一定程度上增强了老人的社会存在感。这样一来，孩子有人带了、老人有事做了、双职工父母安心了、邻里关系更亲密了，一幅暖意流动的基层治理图景就此展开。

不仅如此，“共享奶奶”模式还在更深层次上发挥着价值。目前，我国已步入老龄化社会，与此同时，国家强调建设生育友好型社会。当越来越多银发族赋闲在家，如何让他们跟上时代步伐，成为亟待解决的现实问题。“共享奶奶”这种邻里互助模式，折射出一种理念，那就是以良性机制为依托，将社区建设为温暖的情感共

同体，进一步实现“人人有所为”的良性循环。

这样的机制，可以上升为制度层面的设计。今年《政府工作报告》提出，“扩大普惠养老服务”“大力发展托幼一体服务，增加普惠托育服务供给”。近年来，为更好地解决“一老一小”照护难题，一些城市开始试点“老幼共托”一体化模式。要意识到，不管是“共享奶奶”还是“老幼共托”，都不是牵个线搭个桥那么简单，老人、父母、幼儿各方的权益都有待进一步保障。这，不仅需要强化跨部门协同，还需要相关政策精准发力。

老人怡然自得，孩子欢声笑语，这样的景象抚慰人心。期待越来越多“共享奶奶”“共享爷爷”走进公众视野，让全社会看到银发族的晚年“含金量”，给基层治理增添更多动能。