



码上看报



码上订报

田头的“村播”火了

“村播”正在中国农村兴起。多家电商平台最新发布的数据显示,与农村相关的直播场次、农产品直播销量达到百万量级、过亿单。

围绕“村播”,去年底,商务部、农业农村部等多个部门相继明确,大力发展农村直播电商,建设“村播学院”、农副产品直播电商基地等。“村播”为何越来越火?给乡村发展带来了什么改变?



村民在江苏省沭阳县颜集镇堰下村幸福花海电商直播基地进行网络直播。
新华社记者季春鹏摄

手机变身“新农具”,直播成为“新农活”

“直播间的朋友现在下单,新鲜的莲藕今天就给您发走。”在安徽省阜南县苗集镇张古村,王传宝早上9点30分准时出现在直播间,手捧莲藕,认真解答着弹幕里网友提出的问题。

2个小时下来,王传宝的直播间销量已超过前一天全天。“我们的直播间就设在藕塘旁,今天直播效果超出预期。”上午的直播结束,王

传宝走出直播间,立马跟村民开始装箱、贴单、封装。

这是王传宝在乡村做直播的第三个年头,如今他已成为当地的直播带货能手。“最开始做直播粉丝少、关注度低,每天的销量也不多,村里人不是很愿意让我帮他们在直播间卖东西。”王传宝说,“现在不一样了,我拿着手机跑遍了村里的田间地头,大家都挺欢迎,而且村里不

少人也跟着做起了‘村播’。

“村播”,即农村直播活动,近年越来越火。中国计量科学研究院、中国海关科学技术研究中心等单位近日联合发布的直播电商发展报告显示,中国直播电商呈快速增长态势,2022年重点监测电商平台累计直播场次超1.2亿,累计观看超1.1亿人次,直播商品超9500万个,活跃主播近110万人,其中“村播”是重要部分。

带动农产品销售,也增加了就业

在贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县,“村播达人”唐胜忠的直播间每天都很热闹:“这是刚挖出来的天麻,可以炖鸡、泡茶”“纯天然杨梅熬制,收到货后要放进冰箱”“青白茶茶汤绿明清亮,色翠而幽香”……

“通过我们的直播间,榕江特色

农产品卖到了粤港澳大湾区”。唐胜忠翻开他的“村播”账本细数道:贵州天麻线上单品销售超800万元,今年带动周边乡镇增加种植天麻超400亩,前10个月各类农产品直播带货总销售额已超2300万元。

农业农村部信息中心副主任张

国庆认为,作为一种新业态,“村播”正在成为带动农产品销售、创新农业品牌营销、推动乡村旅游的重要力量,也有效带动了乡村创业就业。截至2022年底,全国返乡入乡创业人员数量累计达1220万人,带动乡村就业超过3400万人。

让“村播”持续火下去

“大家常看到的多是那些在‘头部’火了的主播,但平台就那么大,流量就那么多,并不是播了就能火。”山东省泰安市岱岳区大汶口镇杨庄村党支部书记宋晓斐说,去年杨庄村探索“村播”路子,不仅腾出村委大院办公室做场地,还拉来年轻村干部当主播,专门直播销售本村合作社生产的黑小麦面粉、面条等农产品。

业内人士分析认为,“村播”发

展已经取得不错的成效,但也面临不少挑战。例如,一些“村播”流量小、有效粉丝少,直接影响了助农销售的效果;不少“村播”内容、形式存在明显的同质化以及产品质量一致性差等问题,还有精细化管理不到位、订单运营配送跟不上等问题。

如何让“村播”既能火起来又能火下去?一系列政策措施正在加快出台落地。

商务部等9部门发文提出,大

力发展农村直播电商,鼓励电商平台、直播团队充分挖掘农村“土特产”资源,为农业生产企业、农民合作社等提供产品设计、视频拍摄、文案策划、品牌推广等服务。加强与全国及本地直播平台的合作,“以工代训”“以赛代训”,面向返乡大学生、农民工、退役军人等开展直播带头人技能培训,提升直播带货技能,激发农村直播电商创业就业热潮。

(据《人民日报海外版》)

沙窝萝卜借电商“出圈”

眼下,正是沙窝萝卜口感最佳的时期。在天津市西青区辛口镇小沙窝村,“90后”新农人郭庆和张蕊夫妇,忙着将沙窝萝卜订单打包发走。

这几天随着气温回升,夫妻俩还要为沙窝萝卜的集中上市做准备。一个支架、一部手机、一张凳子……张蕊在自家大棚里,对着镜头就开启了直

播带货,自带喜感的她从沙窝萝卜的历史,讲到如何种植、采摘、发货……滔滔不绝,引人入胜。郭庆则在一旁拿着手机,时刻不停地回复粉丝的留言。

回想起当初返乡创业的决定,张蕊说:“一是响应当地政府号召,二是自己有网络销售的工作经历。”2018年,辞掉工作的夫妻俩在当地创办了

圆圆沙窝萝卜种植基地,并坚持直播带货。

如今,夫妻俩将沙窝萝卜点“绿”成“金”,使之成为全家增收致富的主渠道。去年11月中旬以来,夫妻俩仅通过线上直播就销售了7万箱沙窝萝卜,预计全年销售收入在500万元以上。

(据新华社)



张蕊在大棚里直播带货。

大山里的「直播间」

眼下,天寒地冻,但在陕西省洛南县保安镇东湾村的山坳里却是一幅热火朝天的热闹景象。连日来,村里“秦岭野丫头”养殖基地负责人周红珍每天都会直播散养的黑土猪宰杀过程,并在直播间售卖。

地处秦岭深处的洛南县资源丰富,连绵起伏的山脉不仅带来了秀丽的自然风光,还孕育了一批电商达人。他们以山间地头为背景搭起直播间,电商直播成了当地农民的“新农活”。“秦岭野丫头”周红珍就是其中一位。

在直播间里,周红珍总会声情并茂地推荐自家养殖的黑毛猪肉。每公斤猪肉卖价120元,当天一个多小时的直播,100多公斤猪肉被抢购一空。不光如此,直播间里的蜂蜜、香菇等农特产品也备受大家喜欢。

在周红珍的直播中,她经常会穿着一件红色土布花棉袄,在田间地头干农活,在山坡沟壑放养猪。“除了直播生态养殖外,我也会把我们这儿的风土人情展示给大家。”周红珍说,山上只住了3户人家,她家房前屋后都是林子,一出门就能看到山和地。

养黑猪、养土鸡……为了让网友了解传统散养畜禽的过程,周红珍每天在抖音直播间准时直播,并给自己起了个“秦岭野丫头”的网名。真实、接地气的风格让她收获了10多万粉丝。

通过短视频和直播,周红珍越发感觉到城里人对山里绿色健康食品的喜悦。如何把流量变现,让更多的山货走上市民的餐桌?2018年,周红珍注册了“秦岭野丫头”商标,当地的玉米、木耳、核桃油等特色农产品通过她拍摄的一条条短视频,走进了千家万户。如今,她通过电商直播销售当地的散养黑猪,年利润近百万元。

(赖雅芬)