

隨着疫情逐漸平息，中國的大江南北迎來徐徐展開的春天。這爛漫天光裡，各行業陸續復工復產，而在廣袤的農村地區，為破解之前受疫情影響而導致的產品滯銷困境，不少農業從業者開始嘗試直播，憑自身獨特風格變為「網紅」，再通過網絡推介自家產品，或為當地特色產品「帶貨」。這樣特殊的直播間，吸引了不少「久居城中」之人的視線，也令他們得以一窺農村地區的自然風光和生活方式，而正是因為這些關注，帶動了地方經濟的復甦與增長。反映出目前中國的農民不光是只懂落田的鄉下佬。 文：綜合新華社報道 圖：新華社

# 農民當網紅

## 從田間到直播間 帶動農業創收

早前，湖北恩施9位縣市長在網絡平台參與「青村有你」直播帶貨活動，通過網絡直播推介當地產品。四小時的直播吸引近1,700萬人次的觀看，網民對於領導幹部走入直播間「帶貨」的援鄂方式十分認可，笑稱9位縣市長已「組團出道」，亦紛紛下單表達對湖北的支持。其實，直播早已成為疫情之下的一種風潮，而那些「帶貨」的網紅，不止於這些領導幹部，更多的是那些生於民間，普普通通卻又勤勞勇敢、勇於創新的農業從業者。

### 十八洞村裡的苗鄉「網紅」

湘西土家族苗族自治州十八洞村，風景秀美，以景觀奇特的「十八洞」聞名。該村有着深厚的苗族文化底蘊，葆有完好的苗族原生生態文化，風情濃郁。這裡不僅擁有苗繡、蠟染、花帶、古花蠶絲織布等傳統工藝產品以及臘肉、酸魚、酸肉、野菜等多種綠色食品，人們的精神生活也格外豐富，每年間民族文化活動舉行不斷。

1996年出生的苗族女孩施林嬌，是十八洞村第一代返鄉創業的大學生。2019年畢業於浙江音樂學院的她，曾在一家公司做宣傳工作，2020年初辭職回到家鄉，和另外兩位返鄉大學生施志春、施康一拍即合，共同創業。施志春負責策劃，施康負責短視頻拍攝和製作，施林嬌負責出鏡直播。他們希望通過直播平台幫助鄉親們的特色產品拓寬銷路，目前在直播平台，施林嬌團隊已有近5萬粉絲。

從小就在該村生活的她，對於這裡的一切都很熟悉，除推介本地產品外，苗族特色文化和日常生活都是她直播的靈感來源，在直播中她還會做農活、烹飪苗族特色菜、唱苗歌。「回到家鄉創業，能為家鄉作點小小貢獻，我就實現了自己的人生價值。」施林嬌說。

### 柑橘之鄉的大學生「賣橘哥」

地處四川省成都平原東北部的金堂縣，有「天府花園水城」之稱，中河、毗河、北河穿城而過，孕育出千年古銀杏樹，還有著名的柑橘之鄉。這裡產出的橘子飽滿圓潤、汁水充沛，果肉細嫩化渣，品質優良。因此，在這小城之中家家戶戶大多以種植果樹為生，果園面積覆蓋達萬餘畝。

西華大學體育學院的大四學生肖欽仁，就和他的朋友們在這果園內做直播。受前段時期疫情影響，肖欽仁家鄉的橘子大量滯銷，熟悉使用網絡的他決定嘗試透過直播平台幫助鄉民們「帶貨」，拓展銷路。他與兩位朋友一起「出道」開播，因風格輕鬆幽默，與網友互動頻繁，深受大家喜愛，短短數十天就賣出了18,000多斤橘子，最多的一天收穫訂單1,300多個，肖欽仁也被網友親切地稱為「賣橘哥」。「我們希望把自己樂觀的態度傳遞給大家。」肖欽仁說。他還願與老家的更多年輕人交流直播銷售心得，一起把更多家鄉土產推廣到全國。

肖欽仁在直播中與網友互動頻繁，深得大家喜愛。

肖欽仁(中)和朋友在成都金堂縣趙家鎮陽河街社區的一片果園做直播。

肖欽仁被網友親切稱為「賣橘哥」。



江北大朱村一家電商直播培訓機構，主播通過直播銷售商品。

### 義烏「帶貨村」用直播為產業賦能

「直播帶貨」的新模式被越來越多消費者所接受，各地商家紛紛通過這種新型模式進行推銷，為自己的產品拓寬銷路。事實證明，只要產品足夠優質，「直播帶貨」確實是一個促成更多訂單的「快捷鍵」。在浙江義烏，這個以小商品市場著名的城市，甚至形成了一個「直播帶貨村」。

福田街道江北下朱村，距離義烏的國際商貿城僅兩公里。這裡有來自全國各地的主播、供貨商、平台運營商、培訓機構等，目之所及是各種商品的「爆款」，也流傳着各種暴富「神話」。這個小小村落構築了電商直播產業鏈的閉環，甚至被業界冠以「網紅直播第一村」。村內有約5,000家市場主體，社交電商從業者約五萬餘人。近年來，該村電商業態不斷迭代，經已形成社群團購、快手電商、抖音直播等社交電商聚集產業。



主播在義烏國際商貿城一樓直播間內直播。



近日，廣西龍勝各族自治縣的枇杷進入收穫期，工作人員通過網絡直播銷售枇杷。



施林嬌(中)在工作室內和施康(左)、施志春(右)一起商討直播內容。



施林嬌在直播中切臘肉。



正在十八洞村直播砍柴的施林嬌。

### 秦嶺深處的美女「豬倌」

秦嶺深處的陝西省商洛市洛南縣地區，地處中國南北氣候分界線秦嶺東段，橫跨黃河、長江兩大流域，平均海拔800至1200米，氣候涼爽，降水充沛，即使是夏季，平均氣溫也只有21.8℃，被認為是天然的避暑勝地。該地區遠離人口密集區域，林坡資源豐富，森林覆蓋率高達68.9%，且生態環境優良，非常適宜生態養殖。

生於這裡的「90後」女孩周紅珍，在大山深處，用最傳統的散養方法，發展黑土豬養殖，透過直播加網店銷售的方式，闖出了一條生態養殖的致富路。她每日按時直播，展示土豬的飼養環境和生長情況，而直播的地點，通常就在散養土豬的山溝裡。如今，周紅珍集散養黑豬繁育、養殖、加工、銷售於一體，並註冊了自己的品牌，受到廣大消費者青睞。她販售的新鮮豬肉及臘肉，銷往北京、上海、廣州等一线城市。

周紅珍的黑土豬養殖基地，從當初的50頭已經發展到現年存欄1,200頭，年出欄300頭，實現年利潤80餘萬元。周紅珍不僅自家走上了富裕之路，還帶動了本村3個貧困戶擺脫貧困。秦嶺深處的黑土豬，正通過電商平台，走進千家萬戶。

周紅珍用蒸熟的臘肉招待慕名而來的客人。

周紅珍(右)與哥哥一起趕着母豬和豬崽上山活動。



日出時分，哥嫂將成群的母豬驅出欄圈，周紅珍(左)在一旁直播。



湖南省婁底市漣源市古塘鄉申家村，南華大學青年志願者直播平台的志願者(左)與南華大學駐村幫扶工作隊的隊員(中)在幫助養雞專業戶(右)直播銷售土雞、土雞蛋。

### 高校生協助農民直播 引入經營新思路

在農村地區，儘管不少農業從業者有着高超的栽培技術，亦能產出優質的農產品，但他們不懂得利用網絡，宣傳效力低下，產品無法得到曝光，便很難多銷、高銷。早前，在湖南省婁底市漣源市古塘鄉申家村，南華大學青年志願者直播平台的學生與南華大學駐村幫扶工作隊的隊員，幫助養雞專業戶進行了一場直播，銷售該戶所產的土雞和土雞蛋。有了熟稔網絡使用、深諳傳播「套路」的年輕力量加入，直播間瞬間變得熱鬧活潑起來。

年輕人助力農產業還不止於此。湖南師範大學的碩士畢業生賈茜，因為看到老家湖南常德石門縣八戶山茶園的沒落與閉塞，毅然辭掉銀行主管的工作，帶着全部積蓄與經營思路來到了茶園，為這個股東平均年齡超過50歲的公司，注入了一股新鮮的血液。負責人王建國說，這個茶葉生產合作社辦了10年，茶卻沒走出過大山。儘管此地氣候、光照和土壤都適合種出好茶，銷路打不開卻是最大的障礙。賈茜在這時出現，及時拓展了宣傳途徑，從家家敲門推廣，到利用各

種社交平台打廣告，一舉改變了「茶在深山人未識」的膠着局面。她還將產品更換上更加時尚且具有新意的包裝：印上二維碼，消費者用手機一掃便可以看到採茶、製茶的全過程。在她的助力下，茶農們的收益明顯增加，今年的採茶季，上山遊覽、買茶的人，比去年同期翻了兩番。同時，賈茜還有着更長遠的「茶園夢」——在山上建一個茶文化體驗中心，再建一個民宿，這樣遊客來玩還可以住下。「我想讓更多人知道，這裡有最美的人間四月天。」