

# 村干部直播带货的下半场

胡燕俊

在乡村直播中,村干部化身主播进行直播带货的故事十分常见。从最初的零星尝试,到后来“一村一主播”“村书记带货”等模式的探索,随着“数商兴农”战略的推进,以及地方政府对农村电商的政策支持,村干部直播带货向规模化、系统化发展。

一边是千丝万缕、纷繁复杂的基层事务,另一边是“流量”“起号”“涨粉”的新兴直播行业,他们在转型之路上经历了哪些?在完成身份的转型后,下半场又将如何开启和继续?

## 起步:工作和自我的平衡

王宝光关于最初学习直播的记忆,要从每天5点半下班后开始。

“小明一般是晚上或者星期天直播,我在不影响工作的情况下,5点半下班从村里往三里岗走,开车一个半小时才能到。”湖北省随州市曾都区浙河镇双堰村党支部书记王宝光与平台千万粉丝“三农”主播“小明正能量”是曾经一起入伍的战友,受到战友的邀请,王宝光抱着试试看的心态,决定从助播开始。

太板正、话太少、不爱笑——这是团队里小伙伴对王宝光的初印象,军人出身的王宝光让他离所谓的“网感”很遥远,小伙伴们都觉得“他不适合做互联网这一行”。从一言不发到开始重复主播的话,两个月之后才逐渐开始克服紧张,自己面对镜头播。“别的村都在做这个,就算是为了村子考虑,我也得试试。”王宝光说。

“起号”成功之后,王宝光在双堰村村委会门口开启了自己的第一场直播。“那天村委会门口围了100多人,村民们都提着自家大包小包的农产品,有土鸡蛋、干豇豆,还有不少人来看热闹的。”王宝光回忆,当时把土鸡蛋都卖光了,周边村里的土鸡蛋从1元/个涨到1.5元/个,村里人自己都买不到土鸡蛋了。

“直播看起来简单,但对我们主播来说是身体和精神的双重考验。”王宝光感慨道。

对于农产品直播来说,光用嘴夸不行,还得尝。香菇、柑橘、干辣椒……一场直播下来,辣的、冰的、甜的,一股脑吃进肚子里,胃受不了。到了冬天,开始带货生鲜猪肉,可以品尝的品类大大减少,随之而来身体也开始吃不消。“直播期间出现过两次低血糖,站都站不稳。”王宝光坦言。

4个小时起步的直播,不仅要吃、要讲解,还要随时看直播间粉丝数,要想怎么把直播间的人留住,还要注意避免说违禁词,下播了还要看回放分析复盘。“你违规一次,下次直播的流量就会有影响。平台不会给你试错的机会,它给每个人的机会都是平等的。”但在王宝光看来,最重要的还是直播状态的调整。

“以前都不能理解看别人直播之前要调整状态,现在自己播了就知道了,确实从上场开始就有恐惧感,因为你想把最佳的状态呈现出来,但有时候并达不到那种效果。”王宝光告诉记者,不直播的时候很轻松,一直播就有心理负担,以至于现在都有些直播焦虑症了。

在慢慢摸索后,王宝光也发现,直播效果不能“靠时长来凑”,每次直播前都会挑好时间,调整好状态,在工作与自我的平衡中,找到合适的节奏。

## 转型:见多识广 给产业找方向

短短半年时间收获28.5万粉丝。在王宝光看来,流量靠的是真诚、靠的是对品质的把控。“如果你不保证品质,你就不能达到良性的循环。”王宝光告诉记者,为了保持自己账号的流量以及口碑评分,他在带货选品时都会规避掉售后超过5%的商品。但偶尔,他也会陷入人情与规则的两难中。

“有一次一位老乡自家的小作坊做了个熏豆腐,其实我们知道这个卖出去肯定会出售后,但是很难拒绝。”因此,王宝光在思考,不仅要有产业,还需要产业的规模化发展。

渐渐地,一边是各地邀请王宝光去当地帮忙带货,一边是各地村干部前来学习带货经验。

河南郑州的“选调生小秦”“村支书胡莹”、山西临汾的“98年村支书露露”……其中让王宝光感触最深的就是年轻人对于直播电商的热情。“我是88年的,在我们镇上的书记里算年轻的,但是一看人家98年的,他们当地还特别支持,我就感觉任重道远。”王宝光调侃道。

在走“远道”的过程中,王宝光也在

见多识广中了解各地产业,对于如何做好农产品电商有了更多的感悟。

“很难想象新疆的哈密瓜在当地5块钱能买两个,但新疆实在太大了,物流运输成本远超农产品本身的价值……”

“甘肃的马铃薯和我们湖北恩施的小土豆也不一样……”

“宁夏的灵武长枣是真不错,品相好,口感也不错,就是保鲜期太短,不好储存……”

王宝光所任职的双堰村并没有成规模的产业,自从开始直播带货之后,他一直在为村里“物色”合适的产业。以前考虑过种生姜、香菇、药材,但是种出来的产品放在市场上没有优势,“现在云南的正宗小黄姜9.9元3斤包邮,你拿什么去跟别人比?”

多次尝试后,再综合考虑种植成本和经济效益,王宝光把视线放在了贝贝南瓜上。打算让村民们种贝贝南瓜,他负责带货销售。

“水平可以不高,但一定要学习。”这是王宝光做直播带货以来最大的感悟,从电商行业学到的经验也让他日常工作有了“更年轻”的思维,这也让他在跟其他三个村干部沟通交流工作时更融洽,“年轻人的思维方式确实不一样,跟他们一起处理基层事务很省心。”

## 未来:乡村力量主心骨

“走出去是为了更好地回归。”王宝光告诉记者,下一步他也打算把重心往家乡转移,在本地直播。一方面是身体原因,另一方面也是想更多带动当地村民致富。“作为村党支部书记,不光要守土有责,把村里一亩三分地管理好,还要发展产业,带动村里老百姓致富。”

像王宝光一样的“多面手”村干部还有很多。在辽宁省葫芦岛市绥中县范家满族乡邱家村,“90后”村党支部书记王宁通过拍短视频记录基层日常,在平台收获了18万粉丝,为乡村农产品打开了新销路。在内蒙古通辽市库伦旗库伦镇马家洼子村,村主任谢艳杰通过直播宣讲政策,解答养老、医疗等问题,积累了70万粉丝。她还直播带货帮助村民销售小米、干豆角等土特产,带领村民开

设网店、培养主播,成立“村书记互联网助农团”……

如今,我们看到越来越多的村干部在短视频平台上化身“代言人”“推介官”,投身家乡特色农产品带货、文旅景点推荐中。农忙时,他们深入田间地头,带消费者实地感受农产品的生长环境等等;农闲时,他们或用镜头记录下村子里的日常,或科普一些行政便民服务,或展现乡村特色文艺活动,呈现出一个立体、饱满的乡村图景。

不得不提的是,在农产品直播带货方面,村干部有着不可替代的优势。相比于一般带货主播,村干部对本地农产品的生长环境、种植养殖方法、品种特性等有着深入了解,而且以这种行政身份为农产品产地背书,消费者更容易相信农产品的正宗性和质量保证。同时,村干部具备组织动员村民的能力,可整合村庄资源,协调农产品的生产、加工、包装等环节,确保产品供应的稳定性和质量一致性。

下一步,各网络平台也将大力支持相关人才培育和发展。在内容扶持上,“快手三农耕耘计划”未来1年计划投入1亿元现金,扶持田园生活、农技知识、“三农”资讯类内容,给予高用户喜爱度的创作者补贴激励。在人才培养方面,“快手三农村村红计划”也帮助地方孵化优秀的区域红人,带山货出山,助力农产品产销对接。还会加强培训指导,为村干部提供直播带货、视频制作、账号运营等方面的培训,提升其在平台的发展能力。在农业农村部的指导下,抖音等网络平台也将开展“星乡村”“星农人”培育工作,以公益方式扶持培育一批有特色有潜力的乡村和发展带头人,发挥示范引领作用,推动数字经济与乡村产业深度融合,培育乡村领域新质生产力。

可以看到,在农产品电商领域,直播带货或许是很多新农人们走进这片蓝海的初心,但随着行业的纵深发展和乡村的蓬勃涌进,通过这个“大舞台”,更多乡村的宝藏被带到了聚光灯下,让更多人了解、认识乡村,从而挖掘出乡村的巨大潜力。

据《农民日报》



王宝光在村委会门口直播

