

「村播」何以向下扎根向上生长？



美丽的乡土中国,是滋养“村播”创作的丰厚土壤

辽北原野,阳光明媚,几头牛甩着尾巴,毛色油亮。镜头拉近,辽宁省开原市八宝镇样堡村党支部书记刘勇眉飞色舞:“大伙儿看,这是西门塔尔牛,散养的,肉质好……”说话间,直播间人数蹭蹭上涨,不少消费者下单。

做“村播”6年多,刘勇在短视频平台累计发布短视频1700余条,直播200余场。拍摄短视频、吸粉引流、为直播蓄势,已成为他的“新农活”。刘勇直言,对素人“村播”来说,盲目起步难见效,找准赛道很重要,他的办法是“对接需求、内容实用”。2019年,刘勇初上短视频平台,发现许多讲养殖经验的主播很受欢迎。“我搞养殖20多年,他们能行,我为啥不行?”当年9月,他用一镜到底的方式拍了1分多

钟视频,专讲猪崽保健,浏览量很快突破20万。

在短视频平台看农技直播,广大农户能以近乎零成本快速掌握农业生产技术,这也使得相关直播颇受青睐。

实用技术之外,那些真实动人的生活瞬间,也能引发人们的情感共鸣。四川省自贡市荣县河口镇曹家嘴村,在短视频平台拥有近200万粉丝的何建东,掐一把鲜嫩的香椿配以鸡蛋快炒。一盘菜热气腾腾上桌,家人围坐,幸福温馨。浓浓的生活气息,引得网友感慨:“隔着屏幕,好像闻到了家乡的味道。”

手握流量,他没有沉迷红利,而是将镜头对准身边的善意与坚守。荣县是农业大县,不少农户的农产品“养在深闺人未

识”,何建东便开启助农直播,朴实地介绍家乡物产。据统计,他年直播带货金额已突破500万元。

不加修饰的运镜和剪辑、真实直白的内容,让人们感受到田园生活的畅快自在。这种“真实感”,恰恰源于创作者对乡土产业和乡村文化的深入了解。江西省宜春市宜丰县益垦产业发达,2020年,宜丰县同安乡东槽村的季勇敢准机会,从广东返乡创业做“村播”。随着经验增长,他开始追求个性化、特色化的视频风格。点开他录制的视频,古韵悠扬、琴声叮咚,一派中式田园风格。与众不同的观看体验,让他收获了大量拥趸与客户。

美丽的乡土中国,正成为滋养“村播”创作的丰厚土壤。



从“单打独斗”到“体系作战”,带动一方产业发展

“村播”的早期形态,多是返乡青年凭一腔热情“摸着石头过河”。但如何让“村播”从一个人的战斗变成一群人的事业,带动一方乡土产业发展?这离不开系统性的制度供给和生态支撑。为此,各地纷纷做出有益探索。

今年4月,湖北省印发《湖北省万名“村播”培育计划实施方案》,明确2026年至2027年在全省范围内培育10000名“村播”骨干人才。方案提出,以“村播”为触点,推动农户初级农产品、特色加工品、手工艺品、乡村文旅资源等高效出村进城;繁荣乡村文化,鼓励挖掘创意呈现荆楚乡村优秀传统文化、革命文化、特色民俗文化,传播乡村振兴鲜活故事和新时代乡村文明风尚,推进移风易俗;提升治理效能,探索“村播+治理”新路径,支持“村播”平台用于政策宣传、村务公开、普法教

育等,搭建干群线上互动桥梁;促进城乡融合,以“村播”为纽带,推动城乡资源共享,让城市优质文化资源直达基层,让农村非遗走进城市,为乡村全面振兴注入数字新动能。

与此同时,多地也在构建长效发展路径:湖南深耕村播助农,全省同步搭建夏、秋、冬三季常态化村播赛事,坚持“政府搭台、企业助力、村播唱戏、媒体赋能”模式,构建“村播培训+品牌孵化+文旅融合”体系,持续培育懂农业、爱农村、善直播的新农人,打造可复制、可持续的“湖南村播”省级公共品牌;浙江杭州创新实施“村播成长计划”,构建市县两级村播培训体系,组织开展全市村播技能大赛,通过实战培育选拔农村电商直播带头人;内蒙古自治区鄂尔多斯市鄂托克旗依托“直播+产业+文化+理论”融合发展模式,培育“草

原村播”品牌,全旗3000余名驻村第一书记、农牧民等深度参与。

这些探索指向一个共同方向:“村播”正在从“单打独斗”迈向团队化运作、产业化运营的新阶段。通过人才队伍建设、流通机制、产业生态等多个维度协同发力,开辟出可持续的新路径。那些曾经沉默的村庄,因为镜头的介入有了表达的通道;那些曾经孤独的返乡者,因为群体的联结有了归属感、认同感和凝聚力。

“村播”走红,带富一方。关祖苹牵头成立“百村同行·助农联盟”,带动川渝90多名村支书开展助农直播1500余场,累计销售额超4000万元。刘勇则组织周边的“村播”为村里大米集体带货,去年12月的一场直播,他和10多名“村播”卖出去4万多斤大米。他们从村民处收购大米的价格,比一般的水稻经纪人每斤多出1角钱。



聚焦未来,如何从流量生意升级为“信任经济”?

为功。

农产品不同于工业品,品质受气候、土壤、仓储等多重因素影响,标准化难度大。要让粉丝从“一次好奇购买”变为“长期回头客”,必须推进农产品标准化生产与全链条溯源体系建设,完善冷链物流基础设施。没有品质的流量,终究是过眼云烟。

如果“村播”只停留在“卖货”层面,就永远摆脱不了价格竞争的泥潭。真正的出路在于品牌化——深挖本土特色与田园文化,讲好农耕故事,推动“村播”与文旅、非遗等多业态融合,让产品不仅有乡土气息更有文化味道。同时,还要守牢诚信底线,加强行业管理和培训,坚持诚信经营,摒弃虚假营销,充分展现真诚质朴、务实上进的“新农人”面貌。

“村播”最深远的意义,在于它让乡村被看见、让农民有尊严、让乡土文化在数

字时代找到新的表达方式。当帽石村90岁的李仲益老人第一次通过直播卖出60支竹刷时,当留守老人的十几坛咸菜从卖不掉变成抢光时,这种改变远不止于收入——它让一些“被遗忘的人”变成了被需要的人。

但田埂上的“村播”要真正留下来、火下去,功夫在镜头之外。归根结底,“村播”要向上生长,必须向下扎根。扎下去的根,是真实的乡村生活、深厚的情感连接、独特的乡土文化;长出来的果实,是值得信赖的产品、有温度的品牌、有尊严的乡村。当越来越多的“村播”从流量生意走向“信任经济”,从一时热闹走向长久繁荣,这股从田埂上长出来的数字动能,必将成长为助推乡村全面振兴的硬核力量。

(综合《人民日报》、《湖北日报》、《内蒙古日报》、四川文明网等)

新闻多一点

“村播”“田播”等特色直播获政策支持

商务部、中央网信办、工业和信息化部、农业农村部等6部门今年印发《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》(以下简称《意见》),构建电子商务高质量发展框架体系。

《意见》提出助力中小企业转型、深化农村电商、培育产业电商3条举措。其中,深化农村电商包括:实施农村电商高质量发展工程,拓展农村电商应用场景,推广电商直采、定制生产等模式,提高农村电商产业化发展水平;深入实施“数商兴农”,结合特色农产品集中上市节点,推动平台开展产销对接与技能培训,开设“地方好物”专区,打造乡村土特产品牌,助力农产品上行;推进“互联网+”农产品出村进城工程,支持电商企业下沉供应链,发展“村播”“田播”等特色直播;推动县域商业提质增效,完善农村寄递物流网络,加快农村商业网点数字化改造,打造农村电商发展新动能。

《意见》提出压实平台责任、加强常态化监管、指导合规出海3条举措。其中,压实平台责任强调:推动电商平台和平台内经营者、劳动者共赢发展;引导电商平台规范优化对平台内经营者收费行为,鼓励电商平台对新入驻的小微企业和个体工商户合理减免费用;推动电商平台建立健全中小商家权益受损申诉救济机制等。

《意见》提出优化金融产品供给、激活数据要素价值、加强人才精准培养3条举措。其中,加强人才精准培养包括:推动电商新型职业岗位设置,完善职业标准和技能评价体系;支持高等院校、职业学校深化产教融合、职普融通,与电商企业联合精准育才,开展定向、订单式培训;鼓励有条件的地区制定电商专业人才认定标准,纳入人才目录,设立产教融合实践中心,深化电商创业创新。(据商务部官网)



声音

直播间的价值不该是制造一次性流量脉冲,而应是品牌展示和用户教育的窗口。

——华中师范大学中国农村研究院教授 郝亚光

我们下一步将探索“田间课堂+直播间”融合模式,手把手教农户边采边播,让原产地成为最好的直播间。

——湖北省随州市商务局电商科科长 赵希

学习电商直播一个多月,从完全不懂到慢慢入门,现在已经熟练掌握短视频拍摄、直播带货全套流程。我打算留在家乡做“村播”,用学到的本领推广桐梓农特产,实实在在帮自己也帮乡亲增收。

——贵州财智悦电子商务有限公司主播 姜敏

乡村直播要的就是真实、有烟火气,讲的是原产地优势。农民最懂自家农产品,学院的核心是帮他们把种植经验转化为直播内容,把田间好物转化为线上销量。

——江西省吉安市青原区村播学院负责人 宋水平

本版制图 刘英卉

