

村干部解锁乡村振兴流量密码

■记者 韩爱青 胡智伟 庄媛 文/摄

当下最火的信息传播方式莫过于短视频和直播了。当很多人仅把看短视频和直播当做休闲方式时,我市一批基层村干部却从中敏锐地捕捉到了商业契机。他们放下面子拿起手机勇敢“破圈”;他们化身“搞笑博主”“非遗推手”“青春掌柜”在田间地头、工坊灶台“玩转”短视频和直播;他们用乡音代替普通话,用创意吸引流量,在收获大量粉丝的同时,也让村里的香白杏、红薯粉条、非遗陶器等特产搭上“流量快车”卖到全国各地。人红了,村火了,慕名来村里住民宿的游客越来越多,村里的收入也是一年比一年高。在这些先行者带动下,越来越多的村干部站了出来,纷纷将自己的手机变成撬动农旅融合的新杠杆,利用时髦创意书写着数字经济赋能乡村振兴的生动故事。



李敏介绍带货经验。

放下面子拿起拍摄架 村支书的“搞笑”助农路

短视频平台上,蓟州区渔阳镇小岭子村党支部书记、村委会主任刘强的形象令人忍俊不禁。他头戴柳枝花环,在杏林深处模仿“小妖”,高喊“大王,快来抓我呀,抓到我给你杏吃”;他身披自制的“超人”斗篷,顶着鼓风机强风,奋力“追赶”一辆静止的汽车,只为递上一袋鲜桃……这位44岁、扎根村庄15年的基层干部,在镜头前彻底放开了自我。他以最接地气的方式,为零基础“闯入”网络世界的家乡农产品奋力吆喝。为了小岭子村的农产品不再“养在深闺人未识”,他写脚本、拍摄、剪辑,从零开始学习短视频制作。

去年12月,刘强在短视频平台发布了第一条视频。画面里,他身着西装,操着乡音,神情严肃地介绍自己和村庄,透着一股初次“触网”的生涩与认真。“网上主播这么多,你看没看过书记做直播?”这句朴实的开场白,竟意外收获了上千点赞。这条短视频,如同一颗投入水中的石子,在刘强心中漾开涟漪。他真切感受到网络的力量,更心痛于乡亲们的困境——信息闭塞让优质农产品不为外人所知,尤其是那些飘着独特香气、产自百年老树的香白杏,常常熟透后无人问津,只能烂在泥土里。

日常刷短视频的过程中,刘强敏锐地洞察到,在信息爆炸的网络世界,一本正经地推介难以“破圈”,搞笑视频更容易吸引流量。为了让更多人了解小岭子村的好山好水好物产,打开农产品销路,他做了一个决定:突破传统形象,尝试转型创作搞笑短视频内容。

转型之路谈何容易?人到中年才“触网”,年轻人信手拈来的技能,对刘强而言都是全新的挑战,但他没有退缩,常常对着手机屏幕研究到深夜。拉上妻子和孩子当帮手,刘强从策划、拍摄到剪辑一点一点摸索,坚持两三天发布一条视频的更新频率。于是,在刘强的账号里,人们经常会看到一些令人捧腹大笑的人物:杏林里摘杏的“小妖书记”,追车送桃的“超人书记”……每一个精心设计的诙谐桥段背后,都巧妙介绍了村里的特产——香白杏、大樱桃、磨盘柿子、纸皮核桃。

烈日炙烤着果园,记者日前在小岭子村见到了正在拍摄新视频的刘强。汗水早已浸透衣衫,他却浑然不觉,操着浓浓的乡音,对着镜头热情展示枝头饱满的果子。“咱村的东西,品质没得挑!”他拍着胸脯,话语里透着不容置疑的底气。刘强质朴的推荐、独特的幽默感,成功点燃了网友的兴趣,视频评论区里“想尝尝”的呼声持续高涨。

娱乐是形式,助农是初心,流量是手段,增收是目标。如今,刘强在多个平台的粉丝总数已突破16.3万,短视频带来的流量转化效果日益凸显。过去,村民只能拉杏到路边叫卖。现在,网友主动在视频评论区求购。刘强将村民的电话留在评论区,精准地将短视频的热度引流给村民。曾经的滞销杏,如今销路畅通。

流量激增也伴随着不同的声音,面对部分网友对他突破形象和视频风格的议论,刘强坦然回应网络质疑:“只要能帮乡亲们把东西卖出去,让更多人知道咱村的好,这点点个人形象上的突破算啥?所有视频的内容都聚焦乡村发展,没占用公家资源,更没传播负能量。只要是真心实意为村民办事,有些反对声音也没啥。”这份源于初心的坦荡,赢得了更多网友由衷的尊重与支持:“这样的村支书有想法、肯实干,为家乡代言,暖人心!”

更令人振奋的是,刘强的短视频在带火农产品之余,也为小岭子村的乡村旅游发展按下了“加速键”。短视频画面中小岭子村的独特山水与淳朴乡情,吸引了众多都市游客的目光,村里民宿预订量随之攀升。刘强敏锐捕捉到这一机遇,凭借早年从事古建筑修缮时积累的人脉,邀请美术学院专家驻村指导,带领村民将农房精心改造升级。如今,十几家充满艺术气息的特色民宿如珍珠般散落村中,化身都市人向往的“世外桃源”。一部手机,几段充满创意的视频,就这样为小山村撬动了农旅融合发展的强劲新引擎。

从商海精英到“红薯掌柜” 村干部的流量致富经

前一秒,衣着大气、用流利英文推介特产;下一秒,纯正乡音热络拉家常——这种强烈反差,成为蓟州区出头岭镇东李各庄村党支部书记李敏的鲜明标签。更令人印象深刻的是,她将在商海淬炼的敏锐头脑与天然的亲和力完美融合,凭借一部手机、一根网线,为东李各庄村传承百年的红薯粉条开辟出一条响当当的品牌化之路。

2003年嫁入东李各庄村的李敏,骨子里就敢闯敢干,其真正的核心竞争力,在于十几年开饭店、经营加油站淬炼出的敏锐商业头脑。担任东李各庄村党支部书记后,她精准洞察了村庄面临的严峻挑战,村里655名户籍人口中常住人口仅400余人,老龄化问题突出,村庄长期缺乏支柱产业,发展受限。2021年,她慧眼锁定“土壤水质优、百年红薯粉条手工艺”这一村庄核心传统优势,果断拍板:整合资源,全力打造红薯粉条品牌。

深知产业链源头是根基,李敏直言:“老百姓种红薯没销路,加工还得跑河北省,村集体得担起来!”随即,她带领村两委成员,以高于市场的价格收购村民种植的红薯。这一策略,既牢牢锁定了优质原料的稳定供应,更直接、显著地提升了种植户的收入,让真金白银落进村民口袋。与此同时,李敏强力扭转过去散户加工、品质不稳的被动局面,由村集体主导建立集中生产机制,对纯手工粉条统一规范生产、严格质量把控,确保每一份粉条都品质如一、安全可靠,为后续品牌化建设和赢得市场信任打下了坚实基础。

初次“触网”的李敏,面对镜头也曾生涩紧张,但她将创业时的韧劲用于学习新技能,每天午休雷打不动背台词、练话术,反复琢磨直播节奏和镜头表现技巧。为了更好地推介农产品,她从零开始学习英语。持之以恒的付出带来了显著变化:镜头前的她愈发自信从容,表达精准流畅,可自如切换普通话、英文与方言,用真诚、清晰且极具感染力的话语打动屏幕前的消费者;着装愈发利落得体,彰显出基层村干部的干练与专业。她更懂得如何通过镜头突出产品特色,并巧妙运用村民互动的真实场景传递乡村温度。这份由内而外的精进,见证的不仅是技能的飞跃,更是自信的绽放,让她在竞争激烈的直播赛道中,凭借真实与亲和力赢得了网友的信任。这份信任也直接转化为红薯粉条销量的激增。东李各庄村的红薯粉条,迅速从鲜为人知的地方特产,成长为广受认可的市场新锐,从最初年销售500多公斤,到如今仅半年便销售超5000公斤,回头客纷至沓来。

李敏不满足于初级原料销售和简单加工,在她的强力推动下,村里即将启用一座多功能冷库,以解决粉条成品储存保鲜的问题,拓展销售半径,未来还能无缝对接储存村民种植的樱桃、桃子等时令性强、易损耗的农产品。这一步棋,精准命中中小农户最头疼的农产品储存难题,有效拉长农产品销售周期,提升农产品附加值和市场竞争能力,为村庄特色农业的长远发展提供了多重保障。

直播风口与李敏的商业智慧、亲和魅力相遇,产生了强劲的“化学反应”。手握流量密码的她,目光已投向更广阔的天地。她看到线上市场的无限潜力,不断精进技艺,只为更宏伟的目标——不仅要卖好红薯粉条,更要成为蓟州区优质农产品的“云端推广大使”。她正全力将东李各庄村红薯粉条打通的渠道,转化为推介整个蓟州区“宝藏”的捷径。



刘强在果园中忙碌。

让文化赋能 两位年轻村干部的 特色带货路

冯超超的直播带货之路,展现出文化赋能特色。这位宁河区板桥镇盆罐庄村党支部第一书记是一名“85后”,他将直播间直接开在陶艺工坊,将非遗代表性传承人现场演示拉坯、刻花等古老技艺作为直播背景。他深挖600年制陶文化,巧妙将“三揉九转”的匠心工艺、韩克胜改良甌具的创新故事融入产品叙事,精心打造玉龙把手甌、“柿柿如意”茶叶罐等高端文化伴手礼。此举不仅带动村内陶艺产业收入翻番,突破500万元,更产生了显著的辐射效应——同步拉动当地土鸡蛋销售,并有效激活民宿产业,形成“非遗展示+高端制造+特色农产品+文旅体验”的融合业态。其核心模式在于依托不可复制的文化底蕴,驱动品牌化、产业化运营,让沉睡的古老手艺焕发新生机,成为富民强村的新引擎。

赵蕊,北辰区双口镇赵圈村党支部书记,网名是“94年村支书小赵”,她作为医学生放弃高薪的经历引发关注。她带领村两委和村民组建直播团队,打造村集体账号“云上赵圈”,聚焦真实朴素的乡土生活与“三农”故事,以解决农产品滞销为起点,逐步建立起村集体电商公司。通过百余场高频次助农直播,不仅销售本地特产,还积极整合推广天津优质农产品,并前瞻布局农文旅融合项目,如亲子农场、采摘园,打造可持续发展的助农电商体系,实现从“卖产品”向“卖体验”的拓展。

简言之,如果说冯超超是非遗产业的“淬火者”,那么赵蕊则是村集体电商的“筑基人”。

村干部直播带货火热兴起 跨域互助共促乡村振兴

当前,一股由村干部领衔的直播助农热潮正在全国多地兴起。记者观察发现,在某主流短视频平台上,认证为“村书记”的账号已达数百个。村干部们活跃在田间地头、生产一线,通过短视频发布和直播带货,积极推介当地特色农产品。这股热潮不仅有效拓宽了农产品销路,更探索出乡村振兴的新路径。

村干部直播带货缘何迅速火起来?记者调查发现,其火爆背后,互助共学是关键推力之一。村干部带货绝非“一个人的战斗”。蓟州区小岭子村的刘强刚尝到直播的甜头,手机便涌入全国各地村干部发来的好友申请,都是要交流经验的。很快,“跨区域助农互助联盟”应运而生。“分文不取,你帮我卖杏,我帮你卖桃!”朴实的承诺打破了地域壁垒,涌动着真情互助。一个会聚全国村干部的大群,更是热闹非凡的“云上课堂”。这里氛围火热,互帮互助成风。谁的直播间人气飙升,求教信息便瞬间刷屏。听说外地有位资深流量密码的“田姐”,不少村干部专程登门拜师。这种抱团取暖、传帮带学的浓厚氛围,让直播技能如星火燎原般在全国传播。

短视频平台的兴起,如同一股东风,吹散了横亘在城乡之间的信息迷雾。它架起一座便捷的“云桥”,让深藏乡村的优质农产品,瞬间触达亿万消费者的指尖。一部手机、一个支架,田间地头便化身天然直播间。平台的极简操作与强大传播力,助力村干部们轻松跨越地域鸿沟,将优质农产品,连同泥土的气息、质朴的乡情,直观地展现在网友眼前。地方党委、政府敏锐洞察这一新潮流的潜力,积极搭台赋能、创新引导。例如我市宁河区,精心构建“全域协同直播矩阵”——以区级“组工视频号”为旗舰,整合各街镇、村资源,将流动直播间灵活设于田间地头、非遗工坊、乡村大集。这种“1+N”立体网络,实现了专业力量与乡土活力的有机融合。

成效几何,数据为证。宁河“组工视频号”已发布视频137条,总浏览量突破74.1万次,粉丝近3万。这跃动的数字,正是组织引领下聚合效应转化为发展新动能的生动写照。



专家观点

小屏幕 大作为

“当村干部们走进直播间,架起手机开始吆喝,小小的屏幕便成了连接乡村与市场的新桥梁。”天津市中国特色社会主义理论体系研究中心市委党校基地研究员赵静静评价道,“这场由村干部带头掀起的直播带货热潮,不仅快速解决了农产品滞销难题,更在乡村振兴的道路上,开辟出一条充满活力的‘数字通道’。”

第一,卖的不仅是东西,更是农产品的“出山路”。过去,村里绿色健康的米、有机的水果,常常因为信息不通、交通不便,丰收了却发愁没有销路。现在,村干部带着一身泥土味走进直播间,把产品的产地真实地展示出来,把背后的故事讲清楚,亲自为好东西“代言”。消费者能直接看到农产品的品质,感受到那份实在。农产品从卖不动到顾客抢着买,村民不仅腰包鼓了,也更认“好东西能卖出好价钱”这个理,大家更愿意用心种好地,给农村发展带来了源头活水。

第二,卖的不仅是东西,更是“体验”。村干部的直播间正在改变乡村赚钱的方式。他们不光推销产品,还在镜头前展示怎么种地、秀出田园风光,邀请网友“云逛”果园、“云看”稻田,把乡村的好生态、好文化变成吸引城里人的卖点。这种“卖产品+卖体验”的模式,让城里人买的不仅是商品,更是乡村的生活场景和文化韵味,顺带还带火了乡村旅游。以前只是农产品往城里卖,现在变成了城乡双向交流——城里人的钱、技术,顺着直播间流量进了村;而乡村的生态价值、文化特色,也通过网络变成了实实在在的收入,让发展的好处真正留在乡村、用在乡村。

第三,卖的不仅是东西,更是振兴乡村的“好法子”。乡村振兴关键是要盘活人、地、钱。村干部亲自下场拍视频推介和直播带货,正好解决了“谁来干、怎么干”的难题。他们用自己的公信力打消买家顾虑,用熟悉本地情况的优势整合资源,用直播工具跨过了城乡之间的鸿沟。这种“干部带头+数字工具+市场引导”的模式证明,振兴乡村不能“等靠要”,而要激发乡村自身活力,让乡村在市场中学会自己“造血”。从香白杏、红薯粉条到非遗陶器,越来越多的乡村照着这个办法,把自家的特色产品变成了发展优势,让“网络上的乡情”变成了口袋里实实在在的“乡村财富”。