



『短视频、直播带货拓宽农产品销路』同行者在电商平台助力乡村振兴

“电商时代,让手机成为‘新农具’,让数据成为‘新农资’,直播成为‘新农活’,我认为这不是一句简单的口号。村干部直播带货,不仅为农产品销售按下快捷键,也为产业发展和乡村振兴提供了新思路,这也是改变农村现状的必经之路。”吉林省吉林市经开区九站街道哨口村党支部书记王飞在短视频中说。

直播带货解决农民实际需求

2022年年初,福建省南平市浦城县仙阳镇百丈村党支部书记杨欢开通抖音号“福建90后村支书小小杨”,初衷是宣传自己的家乡美景和家乡的农产品。“作为村党支部书记一定要为村民服务,所以我当时想成为一名农民真正需要的主播。”杨欢说。

于是,杨欢从乡村的生活拍起,村中的日常工作、特色的旅游景点、农田里的农活,都成为她短视频拍摄的素材。

“前期很多人觉得我们拍视频是装模作样,甚至是不务正业。”杨欢说。直到杨欢开始通过抖音销售农产品,这种情况才慢慢转变。

2023年7月,家乡的茶果成熟了。为帮助农户销售茶果,杨欢连续几天进行抖音直播,成功将农户一万多斤的茶果售罄。这次直播引起了其他村的果农、菜农的关注,在他们的邀请下,杨欢先后开启了30余场直播,帮助销售农产品2万余件,带动村民增收40余万元。

“第二次直播带货的时候,我两三个小时卖出了四万多块钱。当时我身后的村民一直不让我下播。我看着村民眼里渴望的神情,体会到他们希望把农产品换成钱的心情,那一刻我觉得之前的辛苦都是值得的。”杨欢感慨。

与此同时,随着账号的热度逐渐上升,越来越多的人通过抖音知道了百丈村。在杨欢看来,通过抖音为村庄建设提供更多助力,是她做抖音账号最大的意义。

大学生返乡注入创新活力

新疆巴楚县夏马勒乡人民政府干部韩修惠是一位坚守在喀什基层的支边青年。2019年,刚刚大学毕业的他从山东菏泽来到新疆巴楚,怀着家国情怀,致力于服务祖国最需要的地方。

驻村工作进行不久,韩修惠参加了一场直播大赛,开启了自己的第一场直播带货,并取得了第一名。他就这样顺势开始了抖音电商生涯。

然而,短视频和直播电商对于韩修惠来说,需要摸索学习的东西有很多,在拥有粉丝量和影响力后,开启直播带货。

如今,韩修惠的抖音账号“支边李团长”已经有了5.5万粉丝,卖出1万多单新疆

好物,他自己也成为巴楚县文旅推荐官、巴楚好物推荐官以及喀什地区好物推荐官。

事实上,返回乡村的大学生和“新农人”与乡村发展之间更像是一场“双向奔赴”,这一点在韩修惠身上体现得尤为明显。

一方面,“新农人”和大学生对新技术和新方法的接受能力强,可以将先进的农业技术和管理经验引入乡村,提高农业生产效率和质量。另一方面,在韩修惠看来,大学生怀着情怀到了乡村以后,会把自己所学的内容与乡村的实际情况相结合,这样可以发挥他们最大的潜力。“这是一个良好的正向引导,时代发展需要这样的平台引导。”韩修惠说。

电商带动产业优化升级

王飞作为村民口中的“玉米书记”,以抖音电商为渠道,带领村民走出了一条“电商+农户+合作社”的致富路。而这条致富路为哨口村带来的不只是农产品销量的提升,更是产业的发展升级。

受限于哨口村人口老龄化问题,种植和销售经济作物成为村中的一大难题。2022年年底,卖不出农产品的村民找到了王飞。“村民们说,只要有收入,能卖出去什么,他们就种什么。”王飞说。

权衡之下,哨口村选择种植玉米,王飞也想到了通过互联网平台销售农产品。在发现抖音电商可以直播卖货以后,王飞注册了抖音号“小王支书·甄选”,开始了学习实践的过程。

可以看到,以抖音电商为代表的平台不仅推动了特色农产品规模化扩张,更是培育特色产品品牌、拓展产品价值增值空间、加速产业带形成的新动力。

如今,哨口村已经将玉米打造为“一村一品”产品,因此增收的村民们也开始扩大种植面积。至此,短视频、直播电商帮助哨口村的农业实现了从0到1的突破。

在王飞的努力下,越来越多“同行者”加入电商事业,他们逐渐打通上下游产业,带动周围人和产业的改变进步。现在,王飞组织了大约26位村民和她一同直播带货。

王飞介绍称,哨口村正在打造电商村,有了抖音矩阵和产业支持,村民们可以整合本村的产品,也可以聚集全国各地村子的好产品,在哨口村的电商平台进行销售。

如今,王飞的抖音号已经拥有12万粉丝,而抖音上还有千千万万这样的“同行者”。抖音电商“寻找同行者”计划就致力于挖掘王飞、韩修惠、杨欢这样的优质创作者,通过专项扶持计划,助力他们获得更多关注和机会,在平台实现更长远的发展。

(李蒙)

“五一”假期结束,各类消费数据也新鲜出炉。相关数据显示,叮咚买菜、盒马等平台应季商品和户外出游相关商品热度增长较快,涉及水果、烧烤、酒饮等,此外,鲜花也成为假期“点缀”商品,备受消费者欢迎。

水果、鲜花销量快速增长

夏天是水果的旺季,多种应季水果已陆续上架,叮咚买菜、盒马等平台瓜果类商品销量也快速增长。

叮咚买菜数据显示,“五一”前一周,叮咚买菜水果整体销量环比增长30%。此外,叮咚买菜方面介绍,随着上海“南汇8424”西瓜近期的上市,上海消费者已经开启了“吃瓜”盛宴。据了解,叮咚买菜华东地区后续还会引入上海本地的三林崩瓜、江苏东台“8424”等,北京则是以知名的庞各庄西瓜为主打,华南消费者则有机会尝到4K西瓜、小玉甜丸西瓜等。

5月份,芍药迎来盛放。盒马方面介绍,五一期间,盒马鲜花整体销售量比去年增长20%,最受消费者关注、增长趋势较好的有芍药、百合,以及混搭小花束和蝴蝶兰等。

另外,针对去年的稀缺商品,盒马通过跟基地定向种植的方式,今年的产量大幅度提升。从城市来看,除了上海、北京外,苏州、长沙、杭州、成都、西安等城市的鲜花销售量增长也比较明显。

露营、烧烤成假期关键词

近两年,“五一”假期成为烧烤消费的高峰期。此外,露营、野餐相关用品等也是假期消费关键词。

据叮咚买菜数据显示,“五一”小长假期间,平台时令水产、烧烤、水果、饮料、冰淇淋等品类销量迎来爆发式增长,其中冰淇淋销量增长预计翻番,烧烤、水产等品类销量增幅则高达60%。露营经济也催生烧烤品类爆发,目前叮咚买菜上架了多种烧烤食材,涵盖牛羊肉、海鲜及各类家庭组合套餐,以及各种蘸料、淄博烧烤小饼、竹签等,方便消费者进行一站式购物。

此外,叮咚买菜今年“五一”期间还主打“烧烤露营直送”。消费者在App(手机应用程序)上搜索“露营”“露营烧烤”等关键词,便可直观看到各类露营烧烤套餐与调味料,包含牛羊肉、海鲜等各种适合烧烤的免切免处理食材,可以一站式购齐露营食材,在户外开袋即烤。“五一”前一周,蔡长青露营烧烤套装整体环比前一周增长超60%。

盒马数据也显示,烧烤相关商品涨幅同比达到124%,深圳、广州、青岛、南京、长沙、杭州等城市销售同比增幅均在150%以上。

假期期间,各类酒饮也呈现热卖趋势。盒马方面表示,今年“五一”期间,消费者更倾向于购买口感清爽的鲜啤,盒马精酿系列销售同比增长24%,最受欢迎的单品包括盒马德式小麦白精酿原浆鲜啤酒、盒马单一麦芽精酿啤酒、盒马超爽鲜啤。销售表现最好的城市分别是合肥、济南、郑州。此外,方便携带的小罐啤酒也呈现较好的增长趋势,适配短途旅游、露营等需求;另外,盒马去年新出的0糖皮尔斯啤酒增长态势明显,贴合了一部分“控糖”人群的需要。

运动与户外出游产品备受关注

“五一”假期期间,运动与户外出游仍是消费的主题。唯品会数据显示,相比去年“五一”假期,运动T恤销量同比增长20%以上,跑步鞋销量同比增长35%,运动裙销量同比增长60%;户外用品也备受消费者关注,数据显示,户外桌椅销量同比增长124%,天幕销量同比增长106%。

在出游热潮下,防晒成为了热议的话题,唯品会上,“五一”期间,防晒衣销量同比增长76%,儿童防晒衣销量同比增长53%。防晒霜乳、防晒喷雾等也成为消费者青睐的防晒用品。

“五一”假期不仅是出游的季节,同样也是美食的季节。唯品会上,中式糕点销量同比增长76%,适合出游享用的零食如巴旦木、腰果、夏威夷果等销量同比增长50%以上。

(张洁)

电商平台『五一』消费热: 露营烧烤成关键词, 水果、酒饮热卖