

从个体农户到村集体,从单一卖货到全链升级,农村直播电商正以多元形态赋能乡村振兴

青岛“新农人”:直播变“农活” 流量成“农资”

□青岛日报/观海新闻记者 张晋 黄光丽



■张国才在洪山大樱桃市场直播。黄光丽 摄



一部装在黑色支架上的手机,一盏散发着柔和光芒的圆形补光灯……当它们同时出现在田间地头、果蔬大棚、渔船码头时,意味着一群怀揣着热忱与梦想、扎根于青岛这片土地的“新农人”正在通过直播电商助力提振消费和乡村产业升级,为乡村带来更多活力。

把农民变成“新农人”、手机变成“新农具”、直播变成“新农活”、流量变成“新农资”,当前,青岛农村直播电商生机勃勃。直播“新农人”既熟悉田间劳作,又用手机这个“新农具”连接千里之外的世界,在方寸屏幕间打开乡村发展的新大门。

从个体农户到村集体,从单一卖货到全链升级,青岛农村直播电商正以多元形态赋能乡村振兴。2024年,青岛完成农村电商网络零售额464.7亿元,占全省的22.4%。其中,农产品网络零售额达164.9亿元,同比增长22%。

“新农人”回乡,把青岛特色端上“网络餐桌”

农村电商蓬勃
发展,有力促
进了农货“进
城”、消费“下
乡”,已成为带动乡
村产业发展、促进农
民增收、提振农业农村
消费的有效抓手,为乡
村全面振兴注入新动能。
鲅鱼、海参、大头鱼……

崂山区王哥庄街道港东村是
青岛知名渔村,这里的村民大多
从事捕鱼业,各种各样的海货是
村里的特色,尤其是甜晒鲅鱼有着
悠久的历史和庞大的消费群体。

如何让村里的特色为更多人所
知?这个问题,港东村老一辈的渔民们并
没有过多思考,出海捕鱼、与周边商户交易
是他们的生活轨迹和几十年的日常。

但在“渔二代”刘元键的记忆里,出海捕鱼
并不是件容易的事情,他的父亲大多数时候都

是出远海,一去就是四五个月,一年只能见父亲
一两次。“小时候印象最深的是村大队收到电
报,父亲的船还有几天就回来了。”刘元键说,接
到通知后,自己便每天放学后都去码头上看父
亲的船有没有回来。

因为目睹了父辈们的辛苦,刘元键开始思考
如何让村里的特色海产品为更多人所知,从而
让渔民们的生活更好。在他看来,村庄有故事、
直播有优势产品,这是难得的“流量入口”。

想明白了这件事,2016年,刘元键辞掉了原
先朝九晚五的工作开始创业,从甜晒鲅鱼这个优
势产品入手,发布父亲制作甜晒鲅鱼的视频,在
直播间展示制作过程,并推荐起自家甜晒鲅鱼。

“刚开始直播,对着手机不知道说什么,脑
子里一片混乱。”刘元键回忆说。但坚持了一段
时间后,他发现直播的引流效果“相当不错”。
通过每天坚持直播,总结经验,现在他能熟练地
为大家介绍港东村,跟粉丝互动的时候他
还会介绍产品烹饪方法,并快速应对直播间粉
丝们的各种提问。

随着粉丝越来越多,刘元键加强了与本地
渔民合作。“谈好价钱后包船,整艘船打捞到的

东西都归我们。”他表示,这样本地渔民不用愁
销量,省心省力,而销售经验丰富的自己则一心
扑在包装、加工、宣传和销售上。如此的“分工
合作”,也帮助港东村的海产品从零散销售模式
走向规模化和标准化。

“目前的客户群,可以说有80%都是线上引
流而来的。”说到直播的效果,刘元键脱口而出。
如今,刘元键全平台粉丝量突破8万人,最
高月销量达到9万单。“未来还要继续在直播平
台销售自己的产品,为家乡的特色海产品做推广。”
他说。

在胶州市,有一位逆流归乡的直播“新农
人”李春花,她致力于将拥有千余年种植历史的
“胶白”端上“网络餐桌”。

10年前,42岁的李春花辞去安稳的工作,投
资300万元租下50余亩荒废农场,开启了大棚
种植,到如今,合作社种植面积已达1400亩,拥
有21个冬暖式大棚,种植20余种新鲜果蔬,胶
州大白菜还是其中的“王牌产品”。

“以前农户上街卖菜会吆喝,直播就是上网
‘吆喝’,让更多人知道胶州大白菜。”突破了种
植关,销量成为李春花的“头号问题”。如何破

题?李春花想到了网络直播这个“新打法”。

2021年,李春花转型成直播“新农人”,并将
有机胶州大白菜作为直播间主打产品。“我们的
有机胶州大白菜清脆可口,可以炒着吃、蒸着吃、
炖着吃,吃法多种多样。”从此,在翠绿的菜地边,
经常能看到李春花手捧着大白菜对着手机绘声
绘色介绍的身影。不但如此,她边卖货边传播胶
州非遗,还在直播间分享种植技术。因为她的直
播间内容丰富,充满浓郁的乡土气息,吸引了不少
网友下单。

“有个来自广东的买家给我们评论‘好大
一棵白菜,包装精美’,那个评论我拿着手机
看了好几遍,给了我很大力量。”李春花说,直
播不但助力胶州大白菜的年销售数量突破6万
棵,还为其园区采摘引流了大量客户。“我们
的采摘板块主要是同城直播,在大白菜生长
期推出优惠的大白菜预售卡,这样就可以把
大白菜提前预订出去,避免大量上市影响菜
价。”李春花告诉记者,下一步她计划设计关
于胶州大白菜的文创产品,通过直播卖货形
式,进一步将品牌和文化宣传出去,留住老客
户,拓展新客群。

村书记直播当先锋,用电商叩开乡村振兴之门

细数青岛农村直播电商的特色,“村书记直
播带货”可算作关键一条。在青岛诸多村书记
的带领下,一个个带着乡土气息的直播间散作
满天星,将青岛的乡村风光和特色产品展示给
全国网友。

在平度市云山镇洪山大樱桃市场,穿梭在
樱桃摊位间的云山镇张家庄村书记张国才格
外引人注目,只见他穿着灰黑色的西装、胸前别
着党徽、拿着便携可折叠的手机支架,时而对着
镜头滔滔不绝地讲着樱桃的品种和口感,时而将
手机镜头对准筐筐展示红彤彤的大樱桃。他
账号的介绍里写着:“希望通过抖音,让大家认识
张家庄村。”

张国才今年年初才接触直播,虽不似成熟
主播那么游刃有余,但胜在方方面面都不落下。
一场直播下来,最多的时候涨粉上百个,有
次下播之后,8个看了直播的人通过企业号给
他打电话。“尽管是虚拟号码,但是通了电话就
留下了联系方式,客户群就这样建立起来了。”
张国才说。

这些数字和经历让刚尝试直播带货的张国
才看到了希望。“直播有效果,现在一场直播有
3000余人观看,如果十几个人都直播上一场,

就能吸引上万人观看。”张国才用带着
乡音的普通话告诉记者,就像蚂蚁搬家
一样,一点一点地把村里的好东西宣
传出去,让村民不出村就能挣钱。

“我先打头阵,同
时号召村里人都开始
直播,目前报名
了十几个人,下
一步我要把他们
们先推进这扇
‘门’,迈出第一
步。很多平台对
‘三农’内容有扶
持,我们要抓住
这个机会把自己
的村宣传出去。”

张国才表示,大家开始可能会害羞腼腆,但只有
开始尝试,才有可能成功。

与初试直播的张国才一样,即墨区龙泉街道
满贡村“85后”村党委书记刘永龙对直播助农
的作用充满信心。

“无钱无地无资源,村路泥泞人心散”,这句
话形容的便是曾经的满贡村。刘永龙靠着直播
电商将满贡村“三无村庄”的标签撕下,用一根
网线为满贡村带来新生机。

担任村党委书记之前,刘永龙曾是一位在
企业拿着近万元月薪的“白领”。放弃万元月薪
回村后,他提出“用电商叩开乡村振兴之门”。
2022年,刘永龙成功发动全村300余户村民凑
够20万元启动资金,成立满贡村合作社。然
而,首次试水电商超市便遭遇滑铁卢,面对账本
上的赤字和村民质疑的目光,这位年轻书记彻
夜难眠。“开弓没有回头箭。”刘永龙说,亏损就
意味着没有退路,不干出一番成就无法给300
余户村民一个交代,迎难而上是他唯一的路,如
今看来也是正确的那条路。

2023年春,流量悄然“光临”满贡村合作
社,刘永龙在村口香芋地拍的短视频点击量突
破20万次。镜头里,他穿着黑色衣裤走进正在
翻土的农田,身后是充满乡土气息的村舍,因为
阳光刺眼,面对镜头的他眼睛眯成一条线。第
一条视频的小成就让刘永龙紧接着拍摄发布了
第二条视频,点击量突破50万次,从此刘永龙
时常揣着手机扎进田间地头。

目前,刘永龙个人账号全网粉丝量达到
16.9万人,满贡村合作社某平台的“云上小铺”
显示已售10万余件产品。结合前期账号运营
的经验,刘永龙还带领大家打造满贡青春剧团、
满贡合作社小凡、满贡合作社城阳旗舰店等账号,
形成矩阵式传播。满贡原浆花生油、手工地
瓜粉条、满贡黄酒……各种各样的当地特色农
产品通过矩阵直播销往全国各地。截至目前,
满贡村账号矩阵全网粉丝量达到30余万人,平
均每天直播3场,单场最高销售6万余元,年网
上销售额达660万元。

从传统农耕文明的“守护者”转变为数字时
代的“弄潮儿”,这群“新农人”的镜头里,有脚沾
泥土的务实,也有仰望星空的创新。随着“新农
人”的不断创新和探索,直播间的商品类别不断
扩展,通过网络推广出去的不只有农村各种各
样的纯天然食品,还有乡村的自然风光和特色
文化。

峰山西村党支部书记王同功是青岛首批
“网红书记”。2023年,在街道乡村振兴数字化
培训计划推动下,这位年过花甲的老书记毅然
决定跨界尝试直播带货。毫无直播经验的王同
功在街道专业团队指导下系统学习脚本策划、
镜头表现和流量运营。他组建了由村干部、青
年志愿者构成的直播团队,将村委会会议室改
造成简易直播间。

“王庄大馒头名声在外,直播的效果很好,
过年的时候大馒头特别受欢迎。”王同功告
诉记者,在大馒头的销售旺季,他就直播卖大
馒头;崂山茶上市的时候,他就到茶园里去直播,
让大家看到崂山茶的种植环境。

直播本地农产品“出圈”后,王同功不断探
索创新直播销售的新方法,将场景直播和文旅
消费融合,把卖产品升级为“卖风景”,由此实现
差异化乡村直播。

比如,他把峰山西村的民宿和“村咖”作为
商品挂在直播间,将依山傍水的山间民宿、临海
的“悬崖咖啡厅”作为直播地,通过直播将本村
的风风光景展示出去,为文旅引流。“游客从直播
间下单民宿,一下飞机就赶来。”王同功介绍,
很多游客会在村里住上几天,感受海边乡村的
宁静。

广阔的田野里不会
生长一种生物,乡村的发
展也不只有一种可
能。与王同功文旅
直播路线不同
的是,西海岸
新区大村镇院
前村网格党支

探索多元形态,“新农人”出招求升级

书记王本顺开发农产品衍生品,以“直播+
物流”双驱动模式,探索出一条产业升级的新
路径。

王本顺被大家亲切地叫作“木耳书记”,因
为最初他凭借着直播卖木耳“一战成名”:2022
年,王本顺在走访中发现,村民面临“丰产不增收”的
困境。随后他注册了“大村优品”商标,自
费购置直播设备,通过各种途径学习直播知
识。从田间到车间,从采摘到加工,王本顺用镜头
还原农产品从“泥土”到“餐桌”的全过程。

黑木耳销路打开后,王本顺接着建设了黑
木耳深加工车间,开发即食木耳、木耳粉等衍生
品,并通过直播预售、认养农业等模式锁定订
单。2024年“双十一”期间,合作社推出的“木
耳养生礼盒”销量突破1万件,单品销售额达80
万元。自2023年试水直播带货以来,王本顺及
合作社(全网粉丝量达到40万人),累计销售农
产品超5万单。

在大村镇,外形萌趣可爱的无人驾驶快
递车载着满满一车的农产品在路上行驶——这
是王本顺推动引进的无人驾驶快车,一次充电
可续航180公里,载货量达5立方米,覆盖镇域
内20个行政村的分拣站点。虽然外表“萌萌
哒”,但这有效解决了长期以来农村“快递进村
难”和“农产品出村难”两大问题,助力大村镇
的黑木耳、芹菜等特色农产品源源不断地直
供城市餐桌。

当手机从通信工具升级为新型生产工具,
其承载的已不仅是信息流,更是重构农业生产
关系、激活乡村发展动能的关键要素。在数智
技术的持续赋能下,“新农人”们正通
过手机这个“新农具”,催生出
更具活力的乡村发展生
态,绘就农业强、农村美、
农民富的时代画卷。

■为了给观众
有直观体验,李春花
常常在菜地直播。



■扫码查看
“新农人”李春花
将“胶白”端上
“网络餐桌”。



■刘元键在展销会上推介甜晒鱼。