

一根网线,连接城乡。近年来,电商销售、直播带货已不是新鲜事。尤其随着互联网的发达,现代农业全产业链活力满满,直播、短视频等传播方式更是“飞入寻常百姓家”,农村地区涌现出一大批短视频博主、农民主播等。他们借助电商、直播等新技术,把越来越多的“土特产”搬进直播间,不仅畅通了从田间到餐桌的“网络”通道,也解锁了土特产“C位出道”的“流量”密码。



在铜川市耀州区锦阳路街道南村的农产品前置仓里,工作人员正在发货。

科技加持 电商助阵

“土特产”如何“C位出道”

本报记者 黄敏 文/图

1 “土味”十足,乡货“触网出村”卖得好

随手拍的一条短视频,让43岁的陈国学成了拥有60多万粉丝的“村播”大咖。更让他没想到的是,村里不起眼的土味山货借助“一根网线”竟然卖到了全国各地。

秋日的秦岭,层林尽染。11月1日,当阳光越过山头照进安康市岚皋县四季镇竹园村时,村民陈国学已经在自家院子里架起直播架,调好镜头,开始直播了。

“岚皋魔芋为啥好?今天我就给大伙儿介绍一下……”没有美颜,没有滤镜,陈国学操着陕南口音一出现在直播间,就引来了粉丝们的点赞。看着屏幕上的留言,他吆喝得更卖力了。

短短两个小时的直播,魔芋、腊肉、木耳等岚皋“土特产”轮番登场,直播间人气火爆,下单量达500多单。

“我们这儿最不缺的就是土味山货,加上山清水秀的田园风光、特色风土人情,卖点多着呢。”自打走红网络后,直播卖货就成了陈国学每天少不了的“农活”。

手机变农具,直播成产业。这搁以前,陈国学想都不敢想。因为行动不便,陈国学很少走出大山。几年前,一次偶然的契机,他把家里人挖魔芋、熏腊肉的场景

拍成视频发到抖音上,没想到竟收获了一拨粉丝。这之后,他每天都在抖音上发“土味”视频,粉丝量蹭蹭上涨。特别是第一次直播卖货时,货品链接一挂出来就被抢购一空。这让陈国学的干劲更足了。

“卖产品更要卖文化。”从每天和粉丝的互动中,陈国学摸索出了门道,“土味山货不光原汁原味,也是特色的乡土文化。”

卖产品、卖故事、卖文化……手握流量“密码”,陈国学打造出了高山土豆、手工魔芋豆腐、美味腊肉等多个爆款产品,直播间的销量越来越高,最多时5分钟就卖了1000多单。陈国学不仅让自家日子红火,还帮助其他村民把山货卖出了村。

这两年,陈国学还把乡村生活、田园美景搬进直播间,并开了一家“土特产”实体店,实现线上线下联动。去年,仅线上就创收100多万元。

“土味”直播改变的不只是陈国学的生活。这几年,岚皋县打造创业示范街、电商直播基地,电商产业蒸蒸日上。2022年,全县线上销售额2.6亿元,网络交易额6.1亿元。



陈国学把家乡的“土特产”搬到了直播间。

2 科技助力,产品特色优质是亮点

种得好才能卖得好。“土味”直播带火了“土特产”,也促进了全产业链升级。

在咸阳市礼泉县烟霞镇袁家村陕西欣农兴现代农业产业园里,葡萄、石榴、苹果挂满枝头,水肥一体化、无人机喷药设备、自动监测系统一应俱全,满满的科技感尽收眼底。

这两天,园区200多亩葡萄陆续上市,工人们在果园里采摘、装箱、运输。

“我们园区是‘数字果园’,大数据精准指导,管理精细、水肥适量,果子的产量和品质都上去了。”园区电商运营达人张翠最近从早忙到晚,直播带货、制作视频、配送发货……每一个环节都不敢马虎。

在张翠看来,直播带货打破了农产品销售的时空限制。消费者借助手机下单购买,品质成了最关心的事。为了让消费者买得放心,园区种植管理全程生态绿色、规范标准,发货时每一箱产品都贴上了溯源码。

“我们是产地直发,所有产品都带着‘户口本’。消费者只要扫码,就能看到所购产品的产地环境、管理流程等信息。”张翠告诉记者,园区种植特色瓜果蔬菜和新品种农作

物6000多亩,产品除了自家线上销售外,还供应县内各大电商平台和直播间。

与此同时,园区的“现代范”也吸引了当地很多农民主播、网红达人进园直播,又“圈”了一拨粉。前段时间,园区和当地网红合作在苹果园直播卖苹果。高标准的生产场景、明晃晃的“户口本”往镜头前一摆,大家的购买欲望就跟着上涨,秒售1000余单。

“质量要过关,服务也要跟上。”对于农产品“触网出村”,园区负责

人聂辉说,“线上看不到产品,消费者难免对质量打问号。在提高产品质量的同时,我们通过直播、短视频把产地生态、人文风情、技术运用原原本本地呈现出来,不断增强消费者的体验感和认可度。”

漫步在园区,现代化、数字化气息扑面而来。一条集示范种植、仓储物流、精品包装、研学培训、电商运营等业态于一体的全产业链,不仅种出了好产品,还“种”出了“好风景”。前来打卡的游客、博主络绎不绝。



陕西欣农兴现代农业产业园。

3 渠道畅通,物流高效便捷是保障

10月31日,在铜川市耀州区锦阳路街道南村,陕西丰硕振农供应链有限公司新建的农产品前置仓里,十多条生产线快速运转,工人们将农产品分类、打包后再贴上配送信息。配送车辆停在车门外,准备第一时间送货上门。

这是铜川市最大的农产品前置仓,通过线上下单、线下配送、社区团购等模式,架起一条从田间到餐桌的直供通道,日常配送农产品3000多种。订单一个接一个,配送种类多、体量大,大伙每天忙得热火朝天。在这里上班的南村村民邵云咪最有体会。

“离家近,上班很方便。虽然忙一点,但每天只工作五个小时,工资还不低,再忙我都乐意。”邵云咪很珍惜这份工作,每一样农产品到了她的手里,都被拾掇得整整

齐齐。用邵云咪的话说,这些农产品都是农户辛辛苦苦种出来的,卖得好不好,决定着他们的收入。“而且客户花钱消费,都想买到新鲜的好货。咱把产品打理得妥妥当当,订单一到就能发货。客户满意了,我们的订单就会更多。”邵云咪手脚利索,干起活来一点都不含糊。

作为“土特产”出村的最后场所,农产品前置仓一头连着农户,一头连着市场,能直接从农户手中集采农产品,并及时按订单分类包装,快速把农产品送上“云端”。

不久前,前置仓又与“多多买菜”、“美团优选”等大型电商平台达成合作,利用四通八达的网络渠道,推动工业品下乡、农产品进城。

“前置仓就像一个中转站,农产品、工业品都得搁这儿进行分

类、打包、配送。同时它也有自己的线上渠道,可以深入到田间地头,更好地推动特色农产品上行。”前置仓运营后,南村党支部书记张广孝轻松了不少,“不光周边的农产品不愁卖了,还带动70多人就业。”

线上下单、线下配送、快速便捷……前置仓把小农户和大市场连起来,在确保供应的同时,直接上门服务,给种植户和消费者打了一针“强心剂”。

从长在田间无人知,到走出乡村天下闻,“土特产”变成“香饽饽”,少不了数字、电商、直播等新技术的功劳。放眼陕西,一条完整的农业现代化产业链、供应链正与电商、直播等线上平台紧密融合,让一个个乡味十足的“土特产”走出了现代感、时尚范。