

短视频平台上的乡村青年让改变发生

“要想富，先修路。”过去，被誉为“基建狂魔”的中国，通过不懈努力，连通了无数偏远乡村，人们得以跨越重重山峦，探索乡村外的世界。

如今，短视频平台快速发展，让“路”有了新内涵。玩转短视频的乡村青年，通过平台搭建的新农人社区，走出了乡村振兴新链路。

从“朋友圈”到“生意场”，镜头下中国乡村热火朝天的改变，被更多人看见、了解。

青春是这样

当90后成为村支书，“青春”会是何模样？

五年前，24岁的张玮选择回到农村，成为宁夏固原市彭阳县城阳乡杨坪村的一名党支部书记。

今年3月16日，为推广杨坪村旅游资源，张玮在短视频平台创立账号，发布了第一条自我介绍视频。尽管收获了320万播放量和10多万点赞，但一条点赞数最高的评论却格外扎眼：“怎么看着像是42岁？”

农村工作风吹日晒，令张玮“显老”，甚至被网民质疑谎报年龄。“起初我特别生气，不明白为什么有人仅凭外貌和年纪就否认我的工作。”但很快，她决定用真诚回应质疑。

田间地头、牛棚鸡舍，张玮开始用视频记录乡村工作的日常：与村干部一起为孤寡老人庆祝生日；集体养蜂时，被蜜蜂

蜇哭；防汛时，带领村民紧急转移……

瓜果蔬菜慢慢生长，风霜雨雪艰难应对。曾经留下恶评的网友“黑转粉”，渐渐爱上这“现实版本的农村改造爽剧”。仅半年时间，张玮就在短视频平台收获了13.3万粉丝。

流量也为杨坪村带来了真实效益。今年，杨坪村游客多了1.5倍。许多游客表示，“冲着张玮的视频而来”。

为把游客真正留住、留好，张玮牵头成立杨坪村股份经济合作社，引进专业企业运营，带领村民开设精品民宿、红梅杏采摘园、开心农场、亲子游乐场。

曾经暮气沉沉的杨坪村热闹起来了。而张玮也带领着她的团队，在广阔天地大展身手，告诉大家——这就是青春的模样。

真实让改变发生

“视频记录的是乡土人情，是新时代的农民生活。”张玮认为，自己视频的成功秘诀是“真实接地气儿”。

“真实让我们与粉丝在线成为交心的真朋友。”张玮介绍说，出镜的都是支部的同事、村干部，还有村民。“时间长了，网友都认识了。我们村一位大妈特别喜欢出镜，每次拍视频她必须抢在前面打卡，被粉丝誉为村里最活跃的老奶奶。”

随着张玮“朋友圈”的扩

大，杨坪村的“生意场”愈加热闹。今年6月，杨坪村的红梅杏大批量上市，面临滞销。张玮通过直播带货，13天累计卖出红梅杏30余吨。

“我给粉丝讲红梅杏怎么种植、如何养护、真实口感，第一天就卖出了600多单。”打包发货，张玮和同事、村民连着三个周末没休息，从红梅杏上市一直忙到上市。“最后给村民累计结账10多万，村民们一年的耕耘没有白费。”

从一个人到一个村，通过小小的屏幕发光发热，让美好被看见。数据显示，像张玮这样的村支书创作者，仅在快手平台上就有200多位。

“每天有800万人来快手追更‘三农’作者。”近日，快手“三农”社区内容中心负责人乌日娜表示，“三农”百万粉作者的销售额中，68.9%都由粉丝贡献。“真实的人、真实的关系、真实的生活，让私域和信任在短视频平台社区自然地生长出来。”

新农具赋能新农人

农业农村部相关数据显示，我国返乡入乡创业人员累计超1200万人，农村实用人才超2300万人。

为返乡人才搭建助农舞台，用数字化手段为乡村育才，短视频平台社区里，一支与乡村新业态发展需求相适配的新农人队伍悄然成长。

90后新农人宋丹阳，如今已是70多万果农的“老师”。在短视频平台创作的4年里，她通过2400多个视频，向果农传授桃树种植技巧。“过去以文字形式介绍果树蚜虫危害的症状，农民只知道学名。拍成视频后，他们就能直观看到枝条有什么症状，这时候再讲技术，他们更容易接受。”

一边“短视频+直播”讲农技，一边线下亲自指导，宋丹阳的努力帮助无数果农走上致富道路。“相册里最多的不是自拍，而是我和果农的聊天截图。每次果农发微信说跟着我种桃，现在一年多赚好几万，我就感觉做这个事情特别有干劲。”

近年来，短视频平台通过扶持“三农”创作者、进行普惠型新媒体职业技能培训等方式，帮助乡村青年、女性、残障伙伴等群体掌握新农人必备的数字新技能。

快手平台数据显示，快手“三农”深度兴趣用户规模达1.4亿，乡村用户每日互动量达29.4亿次。与此同时，“三农”万粉月活创作者达7.7万人，每年累计涨粉量超过12亿。如今，每天有94.8万农产品包裹会通过平台销往全国各地，“短视频+直播”已经成为新时代乡村的“新农具”。

短视频平台社区里的新农人们，也不再“靠天吃饭”，在快手“普惠”价值观下，于平凡中记录不平凡。（来源：中国新闻网）

唱响县域经济“椒”响曲

□赵佳乐

走进位于重庆市石柱土家族自治县小天鹅百福食品公司生产车间，只见工人们在操作台前忙碌，自动化炒料机器不停运转，“石柱红”辣椒伴着香料在油锅中翻滚，释放出诱人的麻辣香气。

石柱因其独特的立体气候和肥沃土壤，孕育出了享誉全国的“石柱红”辣椒。这种辣椒色泽鲜艳、油分重、香气浓，很多川渝火锅底料加工企业都对其青睐有加。近年来，石柱县将辣椒产业作为县域经济发展的重要支柱，通过科技引领，实现了产业的全面升级。

石柱全县辣椒种植面积常年稳定在10万亩，覆盖全县75%的乡镇，年产鲜辣椒超8万吨，综合产值7亿元。优质又稳定的辣椒产出也为石柱吸引来小天鹅百福食品公司等30余家辣椒加工企业，推出高端红油、火锅底料等精深加工产品200余个，助力“小辣椒”身价“更上一层楼”。

石柱辣椒产业的崛起并非一帆风顺。“石柱从2001年开始大规模种植辣椒，此前，由于缺乏优质的高辣杂交朝天椒品种，这里的辣椒产业一直难以突破瓶颈。”石柱土家族自治县农业特色产业中心主任王小军介绍，2023年以来，石柱加大品种研发力度，推动辣椒育种、种植、加工等关键技术迭代升级，为石柱辣椒产业的崛起奠定了坚实基础。

“春天一片白，夏天一片绿，秋天一片红。”这是石柱椒农们对辣椒从育苗到收获最形象、最直观的描述。“辣椒种得好，离不开技术专家的帮助。”家住石柱万安街道华丰社区的椒农告诉笔者，街道联合重庆市农业产业技术体系调味品创新团队，派遣技术人员专程来到田间地头，以“田间课堂”的形式，从辣椒品种选择、栽培管理到病虫害防治，“手把手”传授辣椒种植技巧，帮助大家种出了“好收成”。

谈及地里越种越“红火”的辣椒，石柱县石家乡九龙村村民徐世荣满脸笑容。“现在我们种辣椒，前期有专人指导管理，后期价格有保障，销路不用愁。我今年种了5亩多辣椒，增收了2万多元。”（来源：新华社）

IT女孩转型“带货主播” 传承雪菜“接力棒”

□黄彦君

“纵然金菜琅蔬好，不及我乡雪里蕻。”11月后，天气转凉，江浙一带迎来“冬雪菜”收割、“春雪菜”播种时节。

浙江省嘉善县天凝镇麟溪村内，“85”后新农人蒋瑜佳正盘算着雪菜库存，“今年雪菜供不应求，‘双十一’期间基本卖完了所有存货，新收割的雪菜腌制30天左右才能上市。”

三年前，蒋瑜佳还是大城市互联网从业者。如今，线上直播间里，她常戴一顶宽边草帽，左手边放着腌菜坛，右手拎一颗雪菜，向观众推荐家乡特产。

雪菜冬笋、雪菜肉丝……江南饮食离不开这味“鲜”。作为江浙沪地区远近闻名的“雪菜之乡”，天凝镇有300多年雪菜种植历史。在麟溪村，蒋瑜佳是“雪菜三代”，她从祖父蒋福兴、父亲蒋森林手中，接过了卖菜“接力棒”。

嘉善县位于长三角中心地带，靠近江苏昆山、上海松江。在蒋森林的描述中，蒋瑜佳的爷爷总是沿着四通八达的水路，挑着担子、摇着船，去周边

市场卖雪菜。

“那时雪菜产业没有形成规模，由农户自家种植、腌制、销售，受自然条件影响很大。”蒋瑜佳从父亲的回忆中得知，20世纪末，一场洪水使农户种植了大半年的雪菜烂在地里，几乎颗粒无收。从那时起，担任村干部的蒋森林便开始谋划雪菜销售转型。

采用传统方式，雪菜运输、储存存在困难，是否可以在包装上下功夫？仿照彼时开始流行的小包腌榨菜，蒋森林尝试将坛装雪菜做成小包装售卖，办起雪菜加工厂。

“规模化加工打开了产品销路。自家种的不够卖了，就跟几家亲戚订购，后来扩展到了几百家农户，以批发的形式卖到上海、杭州等地的商超、农贸市场。”蒋瑜佳介绍，眼见生意有了起色，周边农户纷纷把自家雪菜送到工厂，统一加工、销售。

近年来，电商销售兴起，传统批发模式一度陷入低潮。望着滞销的雪菜，蒋森林又犯起了愁。

“从2020年起，我开始注册



蒋瑜佳在直播卖雪菜。

网店帮工厂卖货，接到了一些订单，但规模不大。”蒋瑜佳说，起初，她只是用互联网经验帮父母开拓销路，从未想过全职卖雪菜。

2021年的一天，回乡探亲的蒋瑜佳随手拍摄一条爷爷为雪菜开坛的视频，发布到网上并附上购买链接。几天后，该视频播放量达上百万。

“库存一下子清空了，我们叫了许多工人来帮忙，甚至把已运给经销商的货品召回，优先完成线上订单。”蒋瑜佳回忆道，见识到视频带货的力量后，

她决定辞职做电商，当起带货主播。

三年间，蒋瑜佳在全网直播平台上积累了二十万粉丝，当地品牌“杨庙雪菜”直播销量翻了三番，年均销售额达400多万人民币。

在她看来，与普通主播相比，自己肩上责任更重，直播间背后，是上百户乡亲的期待。“做农业是很纯粹的，我们仍然坚持上门收购雪菜、严格把控质量，销售方式在变，但初心不变。”蒋瑜佳说。

（来源：中国新闻网）

新

型农业经营

主体

龙头企业·家庭农场·合作社·新农人