

谁都可以在社会上发光发热

■ 朱茶香 江西铜鼓 直播带货网红

2022年10月9日,在南昌举行的江西巾帼电商直播创新创业大赛三强争霸赛中,我荣获社会组冠军。不到3年的时间,从一个门外汉变成直播带货网红,我的经历印证了一句话:谁都可以在这个社会上发光发热。
2004年春,我和丈夫张显平结婚后,离开家乡江西省铜鼓县大垅镇古桥村,来到陕西省西安市大学城开店,经营日常用品。我们夫妻俩都比较勤快,生意一直还好。
2020年春节回家看到父母、婆婆年纪越来越大,干体力活越来越吃力,心里特别酸楚。随着网店的兴起,实体店压力也越来越大。思前想后,我们转让了在西安的门店,回老家创业。
丈夫张显平有视频拍摄和剪辑技术,朋友便邀我们加入他们的直播公司。在公司,丈夫负责拍、

剪视频,我则学习网络直播带货。我是一位地地道道的客家人,网友对客家文化特别感兴趣。经过两个月,我就成了一名十分受欢迎的主播。之后,我的直播带货量在同事中遥遥领先。
在朋友公司工作一年半之后,我们决定自己创业,选择了熟悉的老行当——直播带货。在带货之前的3个月里,为积攒人气,我们创作了50多个短视频发布在抖音上。内容基本上都是我和婆婆一起做美食的场景,从中体现出亲密无间的婆媳关系和客家美食文化的博大精深。这些作品深受网友喜爱,他们给我的评价是:孝顺、能干、亲切,我们因此收获了5万多粉丝。
有了这5万多粉丝的基础,我们开始直播带货。铜鼓县是长寿之乡、国家生态县,竹笋、笋干、香菇、木耳、竹荪、米粉,以及客家小吃杨梅干、酸枣糕等特产深受网友青睐,直播至今每天销售量最多达300单。当地有一家竹笋加工厂,由于疫情等原因,去年冬天有10万包产品一直销售不出去,老板很着急。我为他的产品直播推广,10天内就销售一空。这个时候,我发现网络的力量真强大,作为一名直播带货人也能体现很大的社会价值。
周边县市很多网友经常约我们为他们乡镇直播带货。只要时间允许,我们都会欣然前往。每一次外出直播,往往被几百人围得水泄不通。每次外出直播结束,我都会与当地的直播带货人一起分享各自的经验,取长补短。
作为一名直播带货人,往后我将把农家的好产品推荐给更多的家庭,让更多家庭吃到我们家乡天然健康的美食。
本报记者 朱磊采访整理

每天都笑得像朵花儿

■ 王红沙 河北邯郸 东贾北堡村村民

别看我现在每天脸上都笑得像朵花儿似的,但过去的我却曾被贫困压得愁眉苦脸。
2002年,我嫁到了河北省邯郸市肥乡区东贾北堡村,老家家境并不好,我们住的是伸手就能摸到房顶的旧砖房。一家人仅靠3亩地种粮食为生,日子过得紧巴巴。后来,二女儿出生时早产,高昂的医药费让家里欠下了4万多元外债。我们夫妻俩苦苦挣扎了好几年也没能翻身。2014年,我们家被确定为建档立卡贫困户。
说心里话,年纪轻轻的就成了“官宣”贫困户,我们两口子脸上挂不住,出门都贴着墙根走。但想要甩掉贫困帽子又谈何容易,缺项目、缺本钱、缺技术……似乎除了一身笨力气,什么都缺。
正在懊恼时,肥乡区就业局举办的电商培训班给我提供了一

条出路。在村镇干部的动员下,我抱着试试看的态度进班学习,结果发现方向还不错,电商直播低成本、广覆盖、周转快……经过一个月的学习,我对开网店及直播带货产生了浓厚兴趣。
思路打开了,但卖啥呢?我发现材质好的菜墩儿是网上的稀缺物,恰巧邻村就有不少加工柳木板凳的作坊。柳木的木质细腻,抗震和防水性能好,正是做菜墩的好材料。2018年,在乡镇工作人员的帮助下,我开办网店卖菜墩。
第一次搞网络直播,我心里像揣只兔子般“噗通”乱跳,紧张得舌头都直打结。
但真正的考验还在后头。由于不懂得菜墩保养,一位顾客买后因使用不当导致开裂要求退货,紧接着有了第二个、第三个……我都急哭了。事业刚刚起步,绝不能半途

而废。我擦干眼泪,向村里懂技术的老木匠请教,终于找到了保养菜墩的科学方法,为客户提供系统的保养流程说明书。
在直播间,我耐心地为顾客介绍保养常识。为能“秒回”顾客,我经常晚上十一二点还守在屏幕前。“我家的菜墩都是纯天然柳木的,放心用吧,半年内要是开裂包退包换。”“有任何问题找我‘菜墩姐’,货物管退又管换。”
凭着这份热忱,我的网店攒起了好口碑,还吸了不少铁粉。我家的菜墩生意渐渐好起来,加上老公打工的收入,我们还清了欠债,摘掉了贫困户,还盖起了二层小洋楼。
2020年,我和老公双双被当地政府评为“致富带头人”。如今,奖状就挂在客厅的墙上,每天看着都提神。
本报记者 张腾扬采访整理

我为什么直播带货

接地气是最大的「流量密码」

■ 阿佳旺姆 西藏拉萨「高原小卖部」主播

我在干带货主播之前,先后干过餐馆服务员和酒店保洁等工作。现在的我成了一名西藏农牧民直播带货的“三农主播”,直播间常常设在种满蔬菜的大棚或青稞飘香田间,接地气是我最大的“流量密码”。
刚上手直播带货的时候并非一帆风顺,当时带货主播又多,我也没找到自己的发力点,直播间没人气。渐渐地我才摸索出自己的优势。西藏有很多特色农牧产品,但是农牧民大多不太会讲普通话,还普遍内向害羞,自己的好产品推不出去。我童年的大部分时光都在牧区度过,虽然大学没上完,但是我的普通话还可以,所以在直播售卖西藏特色农产品时如鱼得水,因为对这些产品太熟悉了,根本不用准备台词,随口就能介绍一番。于是我把注意力放在了本地农特产品销售上。我开始辗转各个农牧民合作社,通过直播带货,将农特产品销往区内外。

今年初,我和小伙伴们又想出个大胆想法:通过直播带货的形式把西藏生产的新鲜无公害蔬菜推向市场。今年1月,我帮拉萨市达孜区金麦穗合作社销售了1.5万公斤蔬菜,带动57户群众户均增收6900元。紧接着我们又开始销售鸡蛋、菜籽油和藏香,受到消费者青睐。今年下半年,产自林芝市朗县的辣椒和其他地方的农副产品销售额突破了100万元。截至12月11日,全年助农直播销售额达279.4万元。除去平台费用外,我们已将所有农产品收入及时发到了农户手中。

我的直播间叫“高原小卖部”,小卖部不是大超市大商场,但这个卖部有当地每个乡出产的好东西。我真心希望西藏各个乡镇都有一个这样的线上小卖部,为推介家乡的特色产品贡献力量。明年,我们想培养更多的当地助农主播直播带货,因为只有拥有更多能干的主播,才能解决青藏高原上优质农副产品“后顾之忧”。

本报记者 琼达卓嘎采访整理



▲ 朱茶香（前坐者）和乡亲们正在直播中。 邱 桀摄



▲ 王红沙在展示菜墩。 金 立摄



▲ 彭治锦（右）举着自拍杆和农户一起直播。 受访者供图



▲ 阿佳旺姆在大棚内带货。 受访者供图



▲ 张明霞手捧蜜瓜向客户介绍。 受访者供图



▲ 林莺在介绍连江当地海产。 受访者供图

「烂果果」变成了「金果果」

■ 彭治锦 四川绵阳 驻村第一书记

2019年6月,我主动向组织请缨,来到四川省绵阳市的省级贫困村黄土镇芋河村担任第一书记。3年多的坚守和付出,一场场直播带货打通了芋河村柑橘销售渠道,拉近了党群干群关系,也为自己赢得了个亲切的称号:“盆盆书记”。
芋河村地处浅丘地带,土壤肥沃、有机质含量高,适合且有柑橘种植历史40多年,全村柑橘种植面积达2200余亩,品质优良,口感香甜。
2019年12月,在走访贫困户黄道英家途中,发现她家果园里全是成熟掉落的柑橘。芋河村柑橘产量大,但缺乏本土品牌,更没有统一的销售平台和渠道,产销信息不对称,大家各卖各的,商贩也借此刻意压价,柑橘售价上不去,部分乡亲又不愿贱卖,时间一过,树枝上的果子掉在地上成了“烂果果”。

为改变这一现状,我带领驻村工作队和村两委来回奔走于当地农业局和田间地头,积极向农业专家请教。在2019年12月30日村党员大会上,我们提出打造芋河村“金椽芋河”品牌,村里的柑橘由村集体成立的合作社统一销售,得到了全村党员群众的一致同意。
正当大家信心满满、摩拳擦掌,准备放手大干的时候,突如其来的疫情给了我们当头一棒。为解决柑橘滞销难题,最大程度减少乡亲们的损失,我们与村两委多次研究后决定,借力“抖音”“西瓜”等平台尝试网上销售,随即开始了“第一书记,为脱贫村代言”线上直播活动。

“第一书记+直播带货”顿时成为直播间最亮的标签,直播首日就吸引了2000多名网民在线观看,不到半天就售出水果2100余斤。网民的认可和支让我信心倍增,一鼓作气连续“直播带货”8天,累计销售丑柑1.6万斤,成功打响了“金椽芋河”品牌。

现在“金椽芋河”杂柑水果年销量达1000余万斤,带动发展经济合作社和家庭农场20余户,老百姓户均增收1000余元,村集体经济增收13万余元,“烂果果”变成了“金果果”。

本报记者 王明峰采访整理

让老乡们得到实实在在的好处

■ 张明霞 甘肃陇西 返乡大学生

我出生在甘肃省陇西县山沟里的一个村庄,打小就知道农民卖土特产的难处——价格一年好一年坏,有时候卖不出去只能拉回家,父母常常为卖不上好价钱着急。
上大学的时候,课余时间我总想着自力更生赚些生活费,就和同学们一起在网上发布苹果销售信息。有人买,我们就去老乡家里收购。有了那时候的经验,毕业之后,我打定主意把电商当做职业干下去,希望老乡们不再为了销售犯难,不再有农产品烂在地里。
甘肃的广大农村,不少地方山大沟深、交通不便。通过直播,能让我们货真价实的土特产走出大山,送到几千里之外的客户面前。为了真实、直观地呈现农产品的本来面目,我直播时从来不开美颜滤镜。

好多网友调侃我胖,我索性把账号名字改成了“甘肃胖娃娃助农”,还注册了“甘小胖”的自有品牌。
直播时,也有人质疑我们不是创业,顶多算个“二道贩子”。可是我说,老乡们不懂电商、不会直播,没有我们,农产品怎么到大家手里?我反而更坚定了走下去的决心,绝不让农民再把一年的辛苦所得咬牙贱卖!
天水花牛苹果、静宁红富士、民勤蜜瓜、定西土豆和宽粉、兰州百合……直播3年来,我们走遍了甘肃大多数县区,越来越相信农产品市场空间广阔、大有可为。
电商要想做得长久,更要注意品质,必须对产品质量进行严格把关。像我们卖的土豆宽粉,都是纯淀粉,所以销量很好,积累了不少回头客。去年,我们卖

出了6万多单、100吨左右,让老乡们得到了实实在在的好处。
一路走来,有苦有甜。事业刚起步时,为了省钱,我们住旅馆和老板谈价格,好几次被人轰出来。即便如此,我们依旧精心选择地道产品,严格把控品质,3年来已经至少为乡亲们卖出300多万斤农产品,尤其是定西特产的土豆粉,经常卖到脱销。现在我们一年能卖出去近30万单货,销售额在六七百万元。
山货有了稳定的销售渠道,村里的奶奶、婶婶们也有了固定收入,打消了她们出力流汗却卖不出去顾虑。现在,我经常在田间地头拍摄短视频,用接地气的方式宣传家乡农产品,希望有越来越多的人能品尝到甘肃的美味。
本报记者 付 文采访整理

这是我们普通人的创业机会

■ 林 莺 福建连江 全职妈妈

我是“连江妹”,是一名带货新人主播,主要向福州市区的客户直播销售连江本地的小船海鲜。虽然才开播4个多月,但我的粉丝已经从刚开播时的800多个涨到了6100多个,只要有货可卖,一天的营业额都在1万元以上。
做主播前,我是一个全职妈妈。看到家乡的特色农产品这么好却不好卖,外地的朋友又吃不到,就萌生了直播带货的想法,希望让连江的特色产品被更多人接受,同时自己也干出一番事业。
但一开始,我连怎么开通直播账号都不懂。偶然间,得知政府正在开办互联网营销师公益培训班,我便马上报名参加。短短5天的课程里,我从专业的老师

那里学习了短视频制作、账号运营、直播带货等技能,也有了尝试直播带货的底气。
课程结束后的第三天,我就开始直播带货。不过,等到真正做起来才发现,自己还有很多不懂的地方。
记得今年8月的一天,我经历了开播以来的第一次“爆单”,销售单数从平时的30多单突然涨到了100多单,营业额达到了1.3万多元。高兴激动之余,也出现了问题——因为来不及打包而错过了快递发货时间,但我给客户的承诺是当天下单、当天到货。
就算亏本也得履行承诺!打包完成后,我包车把客户定的海鲜送往福州市区,再通过同城外卖把所有商品派送到各个客户家中。“金

杯银杯,不如客户口碑”。虽然这次没赚到钱,但我赢得了许多认可。在这之后,我每次直播都能卖出100多单。
现在,我丈夫也加入了团队,我们日常的工作就是拍摄短视频积累粉丝、去海边拿货备货、直播销售、包装发货等,虽然忙碌,但充实且快乐。每次看到客户们留言说“连江的海鲜确实好”“我很认可连江海鲜”之类的话,我都非常开心。
既然想做一件事,那就用心去做。我看好直播带货的未来,这是我们普通人的创业机会。我会继续努力,开拓销售更多种类的连江特色产品,让自己的事业更上一层楼,也让家乡的特色产品被更多人知道和享用。
本报记者 施 钰采访整理