

“融”观中国 抖音直播间年助销农产品47亿单，淘宝“村播计划”培训新农人主播逾11万名

# 手机成了“新农具”

——“直播助农前线观察”系列报道之平台篇

本报记者 袁子涵

直播间里买农货，手机一点就下单。商务部发布的《2023年中国网络零售市场发展报告》指出，“数商兴农”成效显著，农产品销售增速快于网络零售总体情况。

各大直播电商平台直播助农做得风生水起。培训主播、推荐引流、衔接市场……昔日“卖不出县、

卖不上价、卖不对路子”的土特产，因为直播电商被亿万消费者追捧。手机也因此成为农民手中的“新农具”。

随着直播助农不断深化，直播不仅带动了农产品的销售，更成为扶持地方品牌、拓展产品增值空间、加速形成规模化产业带的新动力。

## 培育主播——让“菜鸟”变“达人”

藏族小伙尼玛次仁的直播场景“画风”百变。有时是潺潺溪流，有时是巍巍群山。这一次，背景换成了皑皑雪山，他迫不及待地同网友们分享自己的“战果”：“我在给大家挖虫草，已经挖到10多个啦！”

尼玛次仁来自云南省鲁甸县，一个远近闻名的药材之乡。滇西北高原得天独厚自然条件，让这里盛产高品质野生虫草、松茸、桑黄等药材。

过去有段时间，一提到这些药材，当地农民总会长叹一声：“我们捧着金饭碗，吃的却是粗茶淡饭。”为什么呢？尼玛次仁告诉记者，那时鲁甸卖药材的方式很传统。“要么坐等中间商主动来村里收购，价格不稳定，还容易被压价；要么就要自己背着重重的竹篓到城里农贸市场去卖，但路又太远，费时费力，还不一定能卖上好价钱。”

直到农民们开始和直播电商平台合作，情况才有了转机。

去年，听说电商平台“淘宝直播”与当地有合作，尼玛次仁所在的合作社也想试试直播卖货。村民们觉得他口才麻利，便推荐他去丽江市区接受淘宝直播培训。

“那时的我根本不懂电商，也没看过直播，完全是个‘菜鸟’。我能学会直播吗？心里完全没底。”尼玛次仁没想到，这次培训完全是从零开始，从头讲起。先向学员普及电商是什么、能起到什么作用；再一步步带学员开通直播号，教学员直播技巧和注意事项，缓解学员紧张情绪。经过一段时间培训，尼玛次仁逐渐上手，还摸索出了贴近自然、有独特民族风情的直播风格。

“有时，我会直接带大家去看药材长在哪里，让大家有更直观的感受。有时，我会拉上村民在直播间唱歌跳舞。顾客购买我们直播间的商品，还会收到附赠的哈达和金刚结，寓意‘来自高原的祝福’。分享起自己的直播经验，尼玛次仁头头是道。

质量上乘的特色产品、轻松愉悦的直播氛围，让尼玛次仁收获不少惊喜。从去年11月开播，运营不到半年，直播间月销售额就突破了百万元。这位土生土长的农村小伙，从“直播菜鸟”变成了“网红达人”，不仅通过直播把家乡药材卖到全国各地，还带动更多村民加入直播行业。酥油、藏香、珠串……从民族特产到手工艺品，如今，合作社直播间内售卖商品品类已达上百种，村民收入也芝麻开花节节高。

“感谢政府和直播平台对我们的培训。直播电商为我们这个处于高寒地区的偏远山村打开了一扇致富大门，让我们对乡村全面振兴更有信心。扎西德勒！”尼玛次仁笑得嘴角咧到耳根上。

## 搭建桥梁——送“小农户”进“大市场”

晚上8时过后，福建省屏南县城里大多数农产品门店已经打烊。但在县农产品直播中心的直播间里，“小田姑娘”田小宇正忙得起劲儿。

扎着两条马尾辫、穿着一身



红衫，她熟练地讲解手中的屏南特产：“这一款菌汤包，不熏不染无添加，每一份都有检测报告”“只需泡发30分钟就能下锅”……

屏南位于福建东北部，海拔逾800米，山清水秀，气候湿润。得天独厚的气候条件，让这里成为食用菌生长的绝佳之地。数据显示，屏南县是中国南方最大的香菇生产、出口基地之一，年产鲜香菇4万吨，全县80%农户从事香菇等食用菌生产行业。但是，酒香也怕巷子深，再优质的菌菇也害怕大山的阻隔。在全国农产品市场供应链中，零散初级产品处于弱势地位。因为不能跟消费者“见面”，无法准确获知市场需求和反应，卖得好时，难以总结经验，卖得差时，也探究不出问题根源，只能陷入盲人摸象的无序循环。

打从开启直播后，田小宇与顾客的直接互动多了起来。每次直播，她都会认真记录、归纳网友需求和反馈。根据这些反馈，她不仅在直播间教大家辨

别菌菇好坏，还讲解福建特色的煲汤方式，大受欢迎。和粉丝的互动，激发了田小宇的灵感。她发现，传统菌菇销售是单一品类按斤卖，但很多粉丝购买之后，反映不懂要怎么吃。“为什么我们不能提前搭配好呢？”于是，她试着把散装的各类菌菇按比例配置成70克重的“六珍汤包”，保证大家拿到就会做。这款贴合现代人快节奏需求的汤包，成了小田姑娘家的明星产品。

一根网线、一部手机，直播畅通了产销，架起了农业生产和市场需求沟通的桥梁。以往，产业链条前端种植户和企业缺乏消费市场信息，不能够对消费者细分需求和习惯做出产品上的迭代调整。如今，在短视频和直播场景下，通过实时互动，生产者与消费者实现了无缝对接，为农业转型升级找到更明晰的方向。

“在电商平台上，农户、生产者、供应商、服务商、消费者紧密合作，构建了乡村产业链新的利

益联结机制。”农业农村部农村经济研究中心副主任王忠海表示，农民主播通过与消费者的互动，能够更好地跟踪和了解消费者需求，按照需求优化产品结构，提升产品质量。由此，在实现分散小农户与社会化大市场有效连接的同时，找到了促成农民增收的新路子。

这些年，屏南菌菇市场的变化，田小宇看在眼里：“像虫草花、鹿茸菇、姬松茸这些市场需求量相对较小的菌菇品种，过去都是村民们零星分散种植，能种多少、能卖出去多少连村民自己也没数，形不成规模效益。这些年，通过电商直播，菌汤包打出了品牌，即便是需求量较小的菌菇品种，也能有稳定、顺畅的收购渠道。像羊肚菌这样的抢手货，年年供不应求，闽东地区甚至还要收购其他地方农民种植的呢！”

如今，田小宇的抖音账号已经有了将近500万粉丝，一场直播下来，最高能卖出超60万包菌菇，带动周边近300名村民就

业。现在除了卖菌汤包，“小田姑娘”还会卖黑木耳、多种口味的冻干银耳羹、甘蔗红糖、核桃油等。田小宇说：“让更多好的农特产品被看见，这是‘小田姑娘’这个品牌存在的意义。”

## 打造品牌——从“卖产品”到“传文化”

直播助农，“卖出去”只是第一步。怎样能让农民持续有钱赚？有专家认为，下一步要打造“自带流量的产品”，也就是形成品牌。

中国社科院信息化研究中心原主任汪向东指出，直播助农，改变了品牌营销的维度、深度、温度。除了将农产品优良品质广告之外，还传递着乡村特有的风土人情和地域文化，从“卖产品”到“传文化”，品牌营销变得更有温度。

不只是屏南菌菇。今年以来，海南芒果、浙江安吉白茶、湖北秭归春橙、山东蓬莱樱桃、广东茂名荔枝等农产品相继在抖音等直播平台爆火。“抖音电商先后推出了‘山货上头条’‘金产地计划’等助农专项。在推动乡村产品多元价值展现的同时，助力区域农产品品牌不断发展和升级。”抖音电商鲜食生活行业营销策略负责人马顺霞表示，在农产区调研及市场走访中，抖音电商还举办了多场商家培训会和交流会，帮助更多地方达人和中小商家了解电商经营技巧，助力农业直播平台长效发展。

据了解，目前在抖音电商的各个农产品直播间里，一年的讲解总时长约4000万小时，助销农产品超过47亿单。平均每天就有1300万个装有农特产品的包裹销往全国各地。

在2023年丰收节期间，淘宝天猫深入原产地，在130余个农业产业带直播。淘宝“村播计划”启动至今，已培训新农人主播逾11万名，并通过产、加、销一体化发展，助力农产品实现品牌化发展。未来，将会有不少像鲁甸药材一样的农产品，被更多消费者知晓。

不久前，尼玛次仁领到了作为主播的第一座奖杯。这对他来说是个巨大的激励，让他有勇气把眼界打得更开，看得更远。现在，他有了一个新目标：不但要把家乡的乡货卖出去，还要让更多人知道，它们是来自云南鲁甸的产品。

“因为有了直播，更好的日子，就在前方啦！”尼玛次仁眉目间流淌着笑意。

图①：浙江省湖州市长兴县泗安镇二界岭中心幼儿园青年党员志愿者通过网络直播销售樱桃。

图②：在广西壮族自治区梧州市六堡镇，主播在电商助农直播大赛上“打擂”。

图③：在河南省洛阳市伊滨区寇店镇孙窑社区电商助农直播基地，主播正在屏幕前热情地向网友们介绍番茄。

图④：在云南省昆明市举办的第七届中国—南亚博览会上，网络主播正在推介农产品。

图⑤：在重庆市綦江区赶水镇石房村，主播在进行直播带货，助农销售当地特产草蓼萝卜干。

陈星宇摄(人民视觉)

## 新媒视点

# 善用直播发掘农业多元价值

武拉平

从数字助农到智慧兴农，数字红利是实现乡村全面振兴亟须激活的宝贵资源。尤其是直播助农，让田间地头的农产品畅销全国，激发了农村丰沛的产业活力。

这主要得益于直播电商的4个特性：形象生动，立体再现；可长可短，灵活自如；制作方便，传播迅速；老少皆宜，人人均可。

上述4个特性，很好地挖掘了乡村特色产品的多元价值。与其他媒介形式相比，直播具有很强的现实感和说服力。它彰显了农产品的更多价值——除食品和使用价值外，还挖掘其历史传承、民族文化、人文关怀、生态文明等价值，实现了农产品在价值链上的攀升。

这首先体现在直播的展示功能上。从宏观记录到微观叙事，从现场拍摄到深度解读，直播电商通过其动态性和全媒体性，全方位展现乡村特色产品相关的物、景、人，让消费者更立体地感受到农产品的各种特性。

直播有助于挖掘乡村产业的内涵价值。中国各地资源丰富多彩，既包括物质资源，也包括非物质资源，如历史、文化遗产、传说、风俗、工艺等。通过直播及其衍生的短视频等形式，可以达到生产场景再现，为乡村产业赋予地域文化特色，提升产业影响力。

直播电商还善于发现消费者的个性化需求，挖掘潜在消费价值。通过直播电商，消费者能发现更多自己喜爱的产品，卖家也能找到精准的目标客户，挖掘潜在消费价值。高效的粉丝互动，也激发创作者们生产更有价值的内容，实现产品成交和复购，让产品价值在消费端被充分挖掘。

近年来，一些直播和短视频平台围绕乡村产业发展，推出多个直播助农项目，聚合网络达人开展直播活动，打开农产品销路，取得较好效果。但也要看到，直播电商平台本身也面临着创新升级的要求。

未来的直播电商，不应止步于仅提供产品销售渠道、技术学习来源、农资购买手段和日常交流工具，更要根据使用者特点，利用大数据技术针对性地为用户提供决策咨询，包括生产决策、经营决策和产业创新升级的决策等。

平台还要积极面向农业农村现代化需求，挖掘更多应用场景。这需要平台企业不断研究农业农村现代化的新需求，突破单一卖货模式，全面推动本地农业的产、供、销体系建设，畅通物流和金融服务，探索城乡一体化发展等更多应用场景。

短视频直播平台自身也需继续做好平台环境建设。直播助农已经走过了十余个年头，对一些影响行业生态的乱象，既需要有关部门予以规范和整治，也需要企业积极带头创造一个安全有序、健康发展、高效运行的网络环境。唯有如此，才能助推直播助农向直播兴农转变。

(作者为中国农业大学经济管理学院教授、国家农业农村发展研究院研究员)

## 前沿动态

### 联合国发布“全球信息诚信原则”

据新华社联合国电(记者潘云召) 联合国秘书长古特雷斯日前在纽约联合国总部发布“全球信息诚信原则”，旨在遏制错误和虚假信息以及仇恨言论的传播。

古特雷斯介绍，“全球信息诚信原则”包括“社会信任和韧性、独立、自由和多元化的媒体、健康的激励机制、透明度和研究、赋予公众权力”五大原则，是与联合国会员国、青年领袖、学术界、民间社会、私营部门以及媒体进行广泛磋商的结果。它们为可持续和包容性发展、气候行动、民主与和平奠定了坚实基础。

### 新技术助力AI减少“胡诌”

据新华社北京电 人工智能(AI)中广泛使用的大语言模型不时出现的“一本正经地胡诌”是其难以克服的问题。近日，英国牛津大学研究团队开发出一种名为“语义熵”的新方法，有望大幅提升AI回答的可靠性。

大语言模型的“胡诌”在业界被称为“幻觉”，牛津大学计算机科学系的研究人员提出“语义熵”方法试图解决这一问题。让大语言模型对同一问题生成多个答案，然后将语义相近的答案聚类，最后根据聚类结果计算熵值。熵值越高，表示大语言模型的回答越不确定。

研究人员说，“语义熵”技术有望在问答系统、文本生成、机器翻译等多个领域发挥重要作用，帮助AI生成更可靠、更有价值的内容。

陈星宇摄(人民视觉)