

临桂五通镇村播“破圈”记

——直播电商赋能乡村振兴微观样本观察

□本报记者黄敏 文/摄

12月15日晚,临桂区五通镇一仓库直播间内灯火通明。主播“小胖”正在推销当天早上刚下树的二代脆皮金桔:“纯甜无酸,皮不苦不涩!”主播“小胖”的背后堆满果箱,墙上贴着产品名。屏幕上订单不断滚动,产品销往全国各地。

这是桂林市临桂区五通镇一个寻常的夜晚。在这里,类似的直播间已悄然兴起7个,共32人参与其中,他们既是躬耕田亩的农人,也是活跃在直播镜头前的带货主播。今年8月以来,这些村播团队通过直播助力当地销售百香果、香芋、红薯等农产品,销售额已突破500万元。

在一个传统农业乡镇,直播电商如何从无到有、生根发芽?它又是如何重塑这里的人力结构、产业形态的?近日,记者走进五通镇,跟随多个村播团队的足迹,试图解析这个“从0到1”的乡镇样本,探寻直播电商赋能乡村振兴的可持续路径。



►五通镇福远三农电商基地主播李瑜升(左)、李远在直播间售卖自种的黑皮果蔗。

►“阿贵嫂”李丽明在田间地头直播售卖五通香芋。

►主播“小胖”正在直播间推销当天早上刚下树的二代脆皮金桔。

人·蜕变——

镜头前,找回自信与价值

“刚开始,他们连话都不敢大声说。”回忆起村民初次接触直播的场景,五通镇副镇长于善英记忆犹新。

今年8月,五通镇党委、政府联合本土的福远三农电商基地,开办了首期村播培训班,从23个村中选拔出30多名有意愿、敢尝试的年轻人、“宝妈”和返乡青年参与培训。培训内容非常“接地气”:从如何握持手机、设计开场白,到如何展示产品、克服镜头恐惧。

为了帮学员卸下心理包袱,于善英自己上阵示范。“我自己也紧张,但必须带头。”在她看来,比传授技能更重要的,是建立“敢播”的信心和勇气。为此,镇党委、镇政府还组织学员到阳朔电商基地、桂林瓦窑市场实地观摩。“让他们亲眼看到,身边人真的能做成。”于善英说。

在当地,最早摸索直播电商之路的,是军营村青年、福远三农电商基地负责人李瑜升。李瑜升的团队原本在书画直播领域年销售额已超4000万元,在取得成功,他毅然返乡开辟三农电商新赛道。“从为自己闯新路,到为团队谋发展,再到想为家乡做点实事。”李瑜升说,镇党委、镇政府的支持,给了他提前行动的信心。

在培训中,李瑜升不断传递“抱团取暖”的理念,吸引了越来越多村民加入。

“小胖”唐曾雄就是其中之一。眼见乡邻们种出的优质农产品卖不上价,利润多被外地收购商赚走,他心里很不是滋味。“为什么不能自己卖?”抱着这个朴素的念头,他与妻子、朋友共同组建了“小胖村播团队”,勤学苦练,如今已能独立完成长达4小时的直播。

转变明显的,还有“阿贵嫂”李丽明。这位在家带娃十年的“宝妈”,用两个月时间,从面对镜头“不敢说话”到能够独立掌控全场,如今她通过几个账号,一天能卖出上千斤芋头。“三人分工合作,每人月收入近万元,比去外地打工强,还能照顾家里。”“阿贵嫂”李丽明笑着说,“关键是我找到了自信,掌握了安身立命的新技能。”

24岁的秦德明曾在广东经营餐饮,今年反复刷到家乡的直播视频后深受触动。11月底,他带着伙伴回乡报名了新一期培训。“漂泊久了,一直想回来。看到家乡人真做成了,觉得特别踏实,也更信这条路。”

本土能人引领、留守“宝妈”蝶变、返乡青年加入……这些鲜活面孔,共同构成了五通“新农人”的生动群像。直播以其低门槛与强包容性,激活了乡村沉淀的人力资源,让普通人在方寸屏幕前重新发现自身价值,点亮自信光芒。

这或许正是乡村振兴中最动人的蜕变——人的成长。当越来越多面孔在镜头前变得从容,乡村发展的内生动力便有了最坚实的依托。

货·焕新——

从“土疙瘩”到“金招牌”的进化

“咱们不是那种作秀直播间,我给你们现挑现选,真实面单打出来!”在五通镇的村播间里,类似的承诺不断回响。主播“小胖”唐曾雄对此感触颇深:“网上货不对板最伤口碑。‘真实’是我们的底线,也是起点。”

这份对“真实”的坚守,正悄然推动着一场从田地到餐桌的“品质革命”。

田间地头,刚采挖的香芋新鲜得还沾着泥土,在村民们的仔细分拣下一个个装筐。与过去粗放收购不同,如今小芋、中芋、大芋被严格区分,装入不同的筐子。“以前批发可能只粗略分大小,现在做电商,必须更精细。”临桂区广胜农产品种植农民专业合作社社长莫云玉指着分级好的芋头说,“规格越清晰,线上定价越有优势,消费者体验也越好。”

莫云玉介绍,合作社的500多亩香芋,过去主要依靠传统批发渠道,价格被动,常被压价。自从与村播团队合作以来,已通过线上渠道售出近万斤。“电商价格每斤平均能高出1到2元。”

严控品质,已是所有团队的共识。李丽明坦言,如今常有人找她带货,但实地考察后,她会因品质未达标准而婉拒。她提到一个警示案例:外地有主播因坏果率高引发大量纠纷,账户资金被冻结。“这对我们震动很大。品质是生命线,口碑砸了,就什么都没了。”

与此同时,农产品的“出圈”逻辑也在转变——从“地里有什么就卖什么”,迈向“市场需要什么就引导种什么”,数据开始从销售端反哺生产端。

福远三农电商基地负责人李瑜升介绍,团队会借助后台数据分析流量趋势和消费偏好。“哪种产品潜力大、复购率高,就可能引导农户进行更有针对性的种植。”目前,脆皮金桔、黑皮果蔗、百香果已成为五通镇的“爆款”,香芋、马蹄等特色产品也在加速布局。

细微之处见真章。如今,从五通镇发往全国各地的快递箱上,“广西桂林五通镇土特产”的字样醒目。这不只是一个发货地址,更是一种品牌意识的觉醒。五通镇党委书记陈树云表示,他们的愿景是打造出如“福利甘蔗”“恭城月柿”般具有影响力的地域品牌,让“五通产”成为优质农产品的代名词。

从田间的“土疙瘩”,到消费者手中的“金招牌”,直播电商倒逼的远不止于分级、包装的优化,更深刻地触动了生产思维的转型:从“生产导向”迈向“市场导向”,从追求“产量”到注重“质量”,从出售“原料”到经营“品牌”。

这场始于屏幕方寸之间的进化,正在重塑五通镇的田野,而其深远的意义,才刚刚显现。

聚·合力——

从“单打独斗”到“协同作战”

一个农户单枪匹马闯电商,难在何处?

“快递费,自己谈要五六块一单;包装箱,零星采购价格压不下来;货源时有时无,真爆单了,连打包人手都凑不齐。”五通镇副镇长于善英直言,“很多乡亲不是不想做,是被这些‘拦路虎’吓退了。”

五通镇的破局之道清晰而坚定:抱团。

共享,是降本增效的钥匙。镇上7个村播团队共用一个物流账号,聚合起来的稳定单量,将快递单价从市场价5—6元/单,压至2.5—2.6元/单。“物流公司看到单量有保障,主动安排车辆下乡取件,团队不用再自己送。”于善英说,包装箱等耗材集中采购,价格也降低近半。

协同,是稳定供给的核心。合作社社长莫云玉成了后端“总调度”,各直播团队划片对接周边农户。“西南片区的货由‘阿贵嫂’团队负责,西北片区归‘小胖’团队。若某片区订单暴增,可通过莫社长从别处灵活调配。”于善英说,这种机制确保了货源的稳定与弹性。

集约,是提升效能的保障。打包、分拣等用工在团队间实现灵活互助,根据订单情况动态调配人力,避免了忙闲不均。

在这一体系中,镇政府定位于“组织者、搭台者、服务者”:组织培训、协调资源、化解矛盾。“我们不直接卖货,而是搭建平台、优化环境,让大家心无旁骛闯市场。”于善英说。

协同作战的成效是直观的。自今年8月抱团发展以来,7个团队通过直播助销百香果、香芋、红薯等农产品,销售额已突破500万元。李瑜升团队自种的80亩黑皮果蔗,线上月销售额达60万元,“小胖”团队的金桔日均订单约500单。

“我们既鼓励‘小而美’的个性化直播,让农户卖自家好货;更需要构建‘大而稳’的协同机制,应对市场竞争。”镇党委书记陈树云描绘未来,“希望村村都有‘新农人’,形成‘人人可参与、户户有收益’的生动局面;在推广地域标志性产品时,所有团队迅速集结,形成合力。”

组织化、协同化,正是五通这个传统农业乡镇在电商新路上实现“破圈”的核心密码。它有效弥补了分散小农户市场的短板,初步构建起“政府搭台、市场运作、能人带头、群众参与”的良性生态。这簇由合力点燃的星火,正照亮更多乡村振兴之路,渐成燎原之势。

振·远见——

从“流量变现”到“长远发展”的升级

当直播间的订单声此起彼伏,其回响远不止于数字增长,正以多维度的力量悄然重塑五通的“乡村肌理”。

最直接的推动是农民收入的提升,而收入的保障反过来激活了产业。李瑜升团队自种的80亩黑皮果蔗成功“触网”热销,为周边农户提供了可复制的样板。莫云玉坦言,过去农户们总是“怕种多了卖不掉”,如今合作社已经改变了过去的观念,鼓励扩大种植规模,“因为销售渠道稳了,心里有底,就敢投入”。

更为深远的影响在于人的回归。返乡青年秦德明的选择并非孤例,直播电商创造的“家门口创业”机会,正成为吸引人才回流、化解“留守”困境的新路径。

与此同时,以村播团队为节点的新联结正在形成。各团队按片区对接农户,无形中构建了新的乡村网络。记者通过走访观察到,许多农户看到直播团队的销售能力后,主动要求加入合作社或建立稳定合作。这种基于共同利益和市场信任的新型关系,为乡村治理注入了新活力。

然而,鲜花与荆棘总是并存。在快速发展的同时,挑战与隐忧也逐渐显现。

流量依赖与不确定性是首要焦虑。多位主播坦言,目前销售很大程度上依赖于平台的自然流量和有限的付费推广,他们渴望“更稳定的流量支持”。

专业人才与运营能力的短板制约着升级。大多数团队仍处于“边走边摸索”阶段,缺乏专业的视频剪辑、内容策划、品牌运营和数据分析人才。

季节性供应与可持续性的矛盾有待破解。农产品具有强季节性,如何从依赖单一“爆品”的模式,转向全年持续、品类多元的稳定供应体系,是摆在面前的现实考题。

面对成长中的烦恼,需要更系统的思考和更长远的构建。桂林学院文化与传媒学院院长莫其逊教授表示,五通实践的本质是“数字技术与乡土资源的深度耦合”。他建议,下一步应着力构建“校地共建”人才培养机制,破解专业技能短板;推进农产品标准化与溯源体系建设,夯实品牌根基;探索“村播+文旅+非遗”的融合业态,拓展产业边界;最终构建政府、市场、社群多方协同的可持续发展模式。

“今年我们完成了‘从0到1’的框架搭建,算是迈出了第一步。”镇党委书记陈树云清醒地认识到,前路仍长。下一步计划包括引入人流、探索农旅融合,让乡村的价值被更立体地看见。

夜幕下,五通镇的灯火依旧。主播“小胖”唐曾雄的直播间里讲解声热烈;“阿贵嫂”李丽明正准备下一场直播的样品;李瑜升基地的打印机,不断“吐”出一张张发往全国的快递单……这光亮源自一块块屏幕,映照的是一个传统乡镇在数字时代的积极转型。

当手机成为“新农具”,直播成为“新农活”,数据成为“新农资”,一代“新农人”的命运便与脚下土地的振兴紧密相连。

◀“阿贵嫂”团队主播小敏在直播间介绍五通马蹄。