

◀ 上接02版

◀直播不仅拓展了销售,也为更多人带来了就业岗位。图为村民在打包黑皮果蔗。



→“阿贵嫂”团队主播小敏在直播间介绍五通马蹄。



↑五通镇党委、镇政府联合福远三农电商基地开办了村播培训班。图为二期培训现场。

### 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。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至6元/单,压至2.5元至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。”于善英说,包装箱等耗材集中采购,价格也降低近半。

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。

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。

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。”

### 振·远见

#### ——从“流量变现”到“长远发展”

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。

在快速发展的同时,挑战与隐忧也逐渐显现。

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”;大多数团队仍处于“边走边摸索”的阶段,缺乏专业的视频剪辑、内容策划、品牌运营和数据分析人才;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,也是摆在面前的现实考题。

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”的人才培养机制,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。

记者黄敏 文/摄

↓主播“小胖”正在直播间推销二代脆皮金桔。

↓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。

