

云带货、抢流量……

“县长直播”热背后的助农新思路

直播吃鸡、汉服出镜、网红助威……当下,“县长直播”在山东正成为“潮流”。“县长直播带货”模式不仅成为破解农产品滞销、企业复工难等问题的“快捷键”,也为各地了解产业发展现状,推动脱贫攻坚和乡村振兴提供了新思路。

实力带货

多地派出“最强阵容”

“大家好,我是曹县县长梁惠民,我为家乡的汉服代言,喜欢的网友尽快下单。”在山东菏泽曹县“e裳小镇”,一场名为“抗疫复工、多多美丽”的直播活动上演。曹县县长梁惠民走进直播间,与网友互动交流,推广曹县汉服产业文化。

疫情期间,淄博沂源县县长田晨光也变身“主播”,在多家电商平台为“沂源红”苹果直播“带货”。这次直播,田晨光还带来了“豪华”助威团——6名网络大V、1名明星和1名市派“第一书记”。

今年2月下旬以来,山东临沭县、商河县、单县、沂源县和曹县等近10个县的干部先后试水直播“带货”,代言的紫薯、扒鸡、鸡蛋等产品虽然“土”味十足,却是当地脱贫攻坚、乡村振兴的“金钥匙”。

为了冲量、涨粉,“主播”们纷纷亮出绝活:商河县副县长王帅直播吃扒鸡、曹县县长梁惠民披上汉服出镜、单县县长张庆国请来网红助威……

“县长直播”带来了“看得见摸得着”的好处。临沭县的直播活动开始不到10分钟,有2万名网友涌入直播间。活动上线后两小时,直播间观看人数

突破20万,8万斤紫薯售罄。

单县的“县长直播”引来约160万人围观,卖出60万枚鸡蛋,同时还带动了其他农产品的热销。梁惠民出镜的半个小时里,直播观看量超过160万,售出汉服3000余件,销量较平日上涨了7至8倍,部分参与活动的商户吸粉上万人。

硬核助威

为战“疫”注入“强心剂”

沂源县中庄镇高厂村果农张启胜在冷库清点完最后一箱苹果后,长舒一口气。通过电商等渠道,2万余斤苹果在一天之内卖完,这是他此前没有想到的。

“春节前,苹果最高可以卖到每斤3元钱。节后外地客商进不来,冷库中的苹果一直积压着。”55岁的张启胜种了200多棵果树,他本想利用春节卖个好价钱,却遇到了新冠肺炎疫情。

山东是农业大省,疫情期间多地出现农产品滞销、企业复工复产难等问题,直播“带货”成为一些地方破题的应急之举。

曹县有电商企业约4000家、网店6万余家,带动20万人创业就业,其中多数人从事汉服、演出服等加工销售。受疫情影响,当地物流一度受阻,企业迟迟不能复工。统计显示,今年2月份,曹县汉服、演出服销量同比下降明显。

“只要对产业有利、对企业 and 群众有利,我愿意直播‘带货’。”梁惠民说,疫情改变了人们的思维方式和消费方式,曹县必须抓住机会,创新电商模



(新华社发)

式,推动产业发展。

曹县电子商务服务中心主任兰涛认为,“县长直播”是提振信心的快捷方式,可以为企业和商户注入“强心剂”,让大家认识到复工复产的重要性。

苹果产业是沂源县农民增收致富的重要支柱,200多家涉农电商企业将产地、合作社和果农紧密联系在一起。沂源县果品产销服务中心主任高丰文说,“县长直播”为苹果产业发展提供了新思路,比如现在更加重视电商直播、短视频营销等营销创新。

拼多多新农业农村研究院副院长狄拉克认为,由于店铺运营早期没有口碑积累,农产品上网往往会遇到启动难题。通过县长站台,可以在短时间内让产品触达上百万消费者,一天就能帮助店铺完成从0到

100的飞跃。

应急之举

更是谋远之策

“县长直播”既是应急之举,也是谋远之策。

“作为县长,我很乐意也有责任当好单县特色农产品的代言人。希望能以此提升单县农产品的品牌影响力和市场占有率。”为了做好主播,张庆国对全县农产品深度调研,不但清楚“哪些产品好”,也了解“好在哪儿”。

单县畜牧局高级畜牧师贾成立说,农业品牌化是乡村振兴战略的重要驱动力,“县长直播”的直接影响是推动品牌化发展,提高农户的品牌化营销和标准化生产意识,实现农产品质量和附加值的提升。

“直播‘带货’既展现了俯

下身、沉下心、做实事的政府形象,也体现了政府在新媒体时代一种新的运行状态和互动方式。”高丰文说。

梁惠民认为,电商直播可以常态化,从“县长”到“主播”的角色转换,不仅是为了获取短期流量,更是通过示范和引领,助推经济发展方式的转变。

临沭县副县长陆永春说,直播“带货”不仅能有效解决疫情期间农产品销售难的问题,也是农村精准扶贫的创新探索,可以有效缩短城乡供需的距离。

专家表示,当前的一些“带货”探索引发了生产和需求关系解决的新思考。随着产业链条数字化进程的推进,未来有望架构一套生产端和消费端数据流通的新零售体系,这对乡村振兴意义重大。(据新华社)