

开栏的话

网购,已经成为市民便捷消费的主流方式,琳琅满目的商品通过直播平台送进寻常百姓家。网络购物的蓬勃发展改变了消费模式,也为乡村振兴开辟了新路径。在青岛,越来越多的乡村干部投身直播卖货行列,成为推动乡村发展的新兴力量。临近双十二,即墨区众多“书记直播间”又忙活起来。连日来,我们把目光聚焦到田间地头,用笔墨描绘出一幅幅村书记“主播”的“群英图”。



如今,村书记直播带货已经不是什么新闻,然而,众多村书记“主播”中能出圈成为网红的并不多,85后的即墨区龙泉街道满贡村党委书记刘永龙就是其中一个。短短两年间,刘永龙通过网络直播带货,为一个经济薄弱的村庄找到了致富密码,成功搭建起一条农产品产业链。他的抖音直播间粉丝量已经突破4万,累计销售农产品9万单,带动乡村合作社年销售额达千万元。曾经相对经济落后的满贡村,如今成了名副其实的网红村。

村书记做主播 两年9万单

即墨区满贡村党委书记刘永龙开起“书记直播间”,带动乡村合作社年销售额达千万元

85后村书记被逼上“云”端

满贡村曾是一个被贴上“三无”标签的毫不起眼的小村庄,一无钱,二无优越的地理位置,三无优质资源。由于没有产业支撑,村庄经济落后,村民生活水平难以提高,村容村貌也是破旧不堪。

作为一名85后村党支部书记,刘永龙上任前曾是月薪近万元的企业高管,2017年回村担任村党支部书记后,电商产业的发展思路一直在他的脑子里闪现。2022年,在他的发动下,全村300多户村民积极筹集资金,成立了满贡村合作社,想借助电商平台撬动村庄的发展。

“初涉电商产业就赔进去了。”回忆起两年前的经历,刘永龙苦笑着说,由于经验不足、市场开拓难度大等原因,合作社接连几个月亏损,加上做商超赔的钱,累计赔了20余万元。就是在这种困境下,刘永龙在一名从事直播行业同学的劝说下,被“逼”上了“云”端。

刘永龙拍摄的第一条视频完全是临时起意,拍摄地点就在他办公室附近的香芋地。当时,他看到村民劳作的场景,灵机一动,便在这片充满乡土气息的香芋地中拍摄了一段视频,简单地介绍了自己与村庄。未曾料到,视频一经发布,点击量迅速攀升,最终突破20万次。首战告捷的他备受鼓舞,于是很快拍摄了第二条视频,点击量更是高达50多万次。这样的成绩让他看到了希望,也彻底改变了他拍摄短视频的态度,从最初的抵触逐渐转变为坚持每天拍摄一条短视频,持续了整整一个月。

经过半年努力直播“出圈”

在刘永龙电商运营的战略布局中,销售产品始终是核心目标。为了将产品销售出去,两年前,刘永龙走进了“书记助农直播间”。

由于缺乏经验,首次直播对刘永龙而言挑战重重。在当时布局尚未完善的直播间里,他面对镜头显得极度不适应,情绪紧张的他频频喝水,整场直播下来竟喝了8杯水,说起话来也是磕磕绊绊,对货物上架的操作流程更是生疏。最终,这场直播仅售出不到100元的货物。

刘永龙并未因“出师不利”而气馁。凭借顽强的毅力,他开启了连续10多天的直播之旅,每晚坚持直播两小时。在这个过程中,他逐渐克服了紧张情绪,开始流畅地介绍产品,熟练操作上架流程……从田间地头到网络屏幕,满贡村的优质农产品借助直播带货的东风,走向了千家万户。这种模式不仅增加了农产品的销量,还提升了满贡村的知名度与美誉度,吸引了外界资源的关注与投入。

黄馍、火烧、黑小麦……刘永龙在直播间里卖的都是满贡村自产的农产品。他详细地向网友介绍村里农产品的特色与优势,在他的精心推介下,黑小麦、黑小麦火烧等成为爆款产品,为满贡村的农产品打开了销路。历经半年的不懈坚持与努力,刘永龙直播带货的效果斐然,也让满贡村合作社切

实受益,线上销量呈现出显著的增长。不仅如此,还成功带动了线下销售热潮,满贡村合作社趁势在城阳和即墨各开了一家专卖店,极大提升了村庄的知名度,“满贡”品牌也逐渐成为青岛家喻户晓的乡村品牌代表。如今,满贡村合作社已开办了4家专卖店,进一步拓展了销售渠道与品牌辐射范围,线上线下相结合,年销售额达到了1000万元。

合作社成立两年半3次分红

走进刘永龙的“书记直播间”,有上百个品类的农产品,其中,黑小麦面粉是最受欢迎的网红产品。

多年来,满贡村扎根于传统农业,以花生和小麦等作物种植为主。然而,在发展中,刘永龙敏锐地意识到普通小麦产品的局限性,他大胆引入黑小麦品种,开启了特色农产品的创新之路。随着黑小麦面粉车间及面条车间相继建成,后续更逐步拓展至各类面食加工,丰富了产品种类,提升了农产品附加值。

2022年,满贡村合作社迎来发展转机。为优先保障合作社运转,为村民提供就业机会,刘永龙整合资源,帮助村里的合作社发展壮大。就这样,在疫情防控期间,满贡村合作社通过承担保供任务实现盈利,在特殊时期得以站稳脚跟,表现良好。然而,刘永龙并未满足于此,他深知,这种盈利模式难以持久,尽管合作社的产品货真价实、品质优良,但进入商超等实体店时,却因价格缺乏竞争力而销路不畅。

自此,刘永龙带领满贡村踏上了布局电商、探索直播带货的全新征程,一步步在电商浪潮中崭露头角,成功实现“出圈”,书写出乡村振兴的新篇章……

自始至终,刘永龙对自己村党委书记的定位十分清晰,他深知通过电商与合作社的有机结合,最大的收获并非单纯的经济利益,而是将村民的心凝聚在一起。为此,合作社成立两年半以来,已连续3次按入股金额的10%分红,村民切实享受到了发展的红利,对未来充满信心。

如今,满贡村合作社直播销售额伴随着经验与产品的双重加持,呈现出节节攀升的良好态势。刘永龙的常规直播时段,销售额稳定在3万元左右,最高时一场两小时的直播销售额近6万元。这一成绩的背后,是满贡村在直播产业布局上的精心谋划与持续深耕。

最让刘永龙高兴的是,满贡村农产品走出了青岛、走向了全国,成了全国网红。大家提起满贡村,不再是“三无”村庄,而是绿色健康、原生态、无污染的生态村。目前,刘永龙的“书记直播间”里还活跃着五六位年轻主播,都是专攻电商专业的返乡大学生,他们凭借专业知识与青春热情,在镜头前全面展示着满贡村的特色产品与乡村风貌。2024年,在市委网信办等部门评选的58个“青岛网红农品”中,即墨满贡黄馍成功入选,刘永龙也获评“金牌带货村书记”。



刘永龙在直播带货。



满贡村的年轻主播。



扫码观看相关视频
拍摄/剪辑 记者
康晓欢 刘世璇