

# 千年商都带货忙 黔地好物出深山

今年4月,钟南山院士走进直播间,为刺梨产品带货,吸引258万多人次观看。远在贵州深山里的这颗小野果,通过一罐刺柠吉饮料纷至沓来的订单“加持”,如今种植面积已超过176万亩,惠及6.5万农户、21.7万名农户,仅去年一年即实现户均增收6138元。

“我们苗族每家每户的女孩子都会做蜡染刺绣,但直播开始前,老铁们先点关注哈。”镜头前,苗族姑娘杨君熟练地运用着各种直播术语,在织金绣娘与带货主播双重身份之间自由切换。今年以来,贵州省毕节市织金县的十余名绣娘仅通过网络直播,便带来了20多万元的蜡染刺绣订单。

“天无三日晴、地无三里平”,黔地独有的气候地貌,孕育出独特的文化与好物,但同时亦设下了多重天然屏障,使得文化不出门、好物难出山。助推“黔货出山”,一直是广州对口帮扶毕节市、黔南州的重要施力点。

作为千年商都,广州拥有成熟的市场体系与前端的市场思维,其智慧与底蕴在消费扶贫中展露无遗。自2016年9月以来,广东市场销售毕节、黔南农产品46.47亿元,带动23.22万贫困人口增收。其中,直播带货更是让一众黔货佳品在今年疫情期间“逆势”出山,涨了山里人的荷包,亦美了老广们的生活。

## 千万订单“拉”回了3万余名绣娘

“蜡染刺绣也能赚钱?”2018年,贵州省毕节市织金县的罗英瞄准了来自广州的蜡染刺绣订单,开始游说身边的小伙伴,想要一起成立合作社“接单”。然而,每问一人,她便得面对相同的质疑——千年来只用在自穿传统服饰制作上的手艺,怎么就能赚钱了呢?

一块白布,蜡刀游走,最细的刀尖如同发丝,绣娘们不借助任何丈量工具,仅凭借2000多年来的技艺传承,便让鸟纹、水波纹、太阳纹、螺旋纹、鱼卵纹等各式寓意着吉祥的纹样跃然布上。这是织金县每户苗族女子必备的技能。在当地,若苗家女子不会这门手艺,是断然嫁不出去的。

然而,这一被誉为“指尖上的芭蕾”的非遗文化项目,早在2017年前,却被视作寻常苗族姑娘的普通技艺。在

家,她们用这项手艺制作自己穿着的传统服饰。外出,这门手艺便遗忘在忙碌的打工生活之外。

2017年11月,唯品会通过“电商+非遗+扶贫”的模式,陆续在毕节市织金县成立了两家苗绣和蜡染的合作社。隔年,该企业与织金县政府签订了1000万元的年度生产订单。这一笔千万订单,不仅让当地政府摸清了贫困绣娘的“底子”,更留下了“拉”回了3万余名绣娘,让她们不再需要外出打工,实现在家门口即能就业,“背着娃、画着花、养着家”不再是梦想。

最终,罗英与另外4人一同成立了合作社。在价值千万的这笔订单中,有30多万分到了他们这个合作社中。“那笔订单是在一个小包上勾勒简单的纹样,无需用到小蜡刀,40分钟就能



■蜡染刺绣这项非遗文化被称为“指尖上的芭蕾”,充满民族风格的图案在大山里的苗族绣娘的巧手下一代代延续。

## 延伸

### 推广下单两不误

### 直播间成传统手艺新市场

去年11月底,织金县的绣娘们开始与广州欢聚集团YY直播合作,通过直播平台让蜡染、刺绣走上直播带货之路。不料,这一“试水”动作竟在今年疫情期间发挥了大作用。

“受疫情影响,绣娘们出不去,但过了春节后,她们就通过线上直播,带动了全县的所有蜡染刺绣合作社的复工复产。”黄英介绍,得益于广州的“撑腰”,织金绣娘无论是在市场拓展、网上带货或个人意识提高方面,均已走在了不少传统民族手工艺前面。

杨君是织金县里十多名懂得直播的绣娘中的一员。“直播后才发现,原来有很多人都不知道我们蜡染、刺绣是什么。”在直播中,她总会带上苗族文化、传统手艺的介绍,有时更会走出“直播间”,走进苗族寻常人家,带着网友们一同体验蜡染过程、上山采药、苗族节日庆祝等。

推广文化的同时,蜡染刺绣的订单亦不断在直播间内实现。“有些商家会通过直播间找到我们,说他们的想法,表达如何跟我们一起合作。”杨君透露,今年以来,通过线上直播,便吸粉2万余人,咨询蜡染刺绣工艺、价格、质量1万余人次,签订北京、上海、广州等地客户订单2000余件,共计20万元。

与此同时,通过直播间,杨君等绣娘主播不仅让网友熟知苗族文化手艺,了解蜡染刺绣产品,扩大销量,同时亦实现了与消费端的直接对接。“很多网友会留言,说希望出什么样的产品,或产品如何改进、图案如何绘制会更好,这等于我们在直播过程中就直接了解了消费市场的需求。”



■借力广药集团研发生产的刺梨系列产品,如今已成为农户手中的“致富果”。

已经超过了176万亩,刺梨种植受益农户6.5万户、21.7万人,户均增收6138元。

“刚开始生产的时候,一个月订单就十来万,今年开始每月订单都差不多是百万。”在王老吉惠州工厂担任生产主管的罗国凤,见证了订单带来的改变——车间生产线开始24小时运转生产,同事们开始两班倒,自己的月薪也从一开始的2000元,涨到后来的5000元。



■近年来,在广州的对口帮扶下,蜡染刺绣通过直播等新模式迎来新生。

## 一罐饮料激活了贵州第二大农业产业

家住贵州省黔南州惠水县岗度镇的村民罗显阳,怎么也没想到以往在山间路边不起眼的小野果,近两年来愈发红火起来。

“随便剪一截枝,扦插到地里面,都能生长出来。而且它的生长很猛,一年如果不剪枝,都能长到一米多高。”每每跟人提到刺梨,罗显阳总忍不住先“夸”它的生存能力,“打理起来很方便,不用什么技术,男女老少都可以种。”

关键是与以往相比,刺梨种得活、能结果的同时,还不愁卖。罗显阳给记者算了笔账:一株刺梨,一般成熟挂果能有30—40斤,一亩地能种200株左右,以去年每斤刺梨1.1—1.2元的收购价,一亩地8000斤左右的收成,能赚七八千。

村寨里与他同个合作社的十来户贫困户,去年一年仅靠刺梨种植这一项,每户就有四五千的收入,实现了脱贫。而这些改变,均离不开一罐刺梨饮料的带动。

这颗浑身长刺的黄色小果,是贵州

特有的经济作物。在同等质量下,刺梨的维C含量约是柠檬的100倍,被誉为“维C之王”。然而,由于口感酸涩、加工技术单一、知晓度不高,刺梨加工企业在贵州当地发展了近80年,才迎来了春天。

2018年底,广东与贵州共同提出让广药集团帮扶贵州刺梨产业发展,仅用98天,便高效研发出刺梨系列产品“刺柠吉”。去年3月,刺柠吉正式上市。广药集团通过多途径的品牌赋能,“先吆喝”打开了刺梨在全国的知名度。

名声在外,订单纷至,刺柠吉等刺梨系列产品激活了贵州第二大农业产业,摇身一变,成为撬动百亿市场的潮流绿色产品。贵州王老吉刺柠吉产业发展有限公司董事长叶继曾透露,去年王老吉贵州惠水工厂直接采购刺梨原液500吨,折合刺梨鲜果1300吨,用于生产刺柠吉产品。而在头雁效应的发挥之下,贵州刺梨生产加工企业销售额同比提高30%以上,新增约2.8万人脱贫增收。如今,贵州刺梨种植面积