

编者按

一部手机连接田野与市场,农村电商正在乡村大地释放活力。

从田间直播间到产地供应链,从土特产出圈到本土新农人成长……新快报记者深入乡村一线,捕捉农产品触网出圈的鲜活故事,记录工作队、地方政府推动电商提质增效的实践,探寻产业增收密码,展现数字赋能"百千万工程"的生动实践,敬请关注。



■驻盐鸿镇工作队引进的电商直播,拓宽了芭乐的销售渠道。



■直播间人气攀升,订单持续增长,每天有1000多箱鲜果打包发往各地。

金秋时节,汕头市澄海区盐鸿镇的芭乐园里果实飘香。这段时间,盐鸿镇的农户忙得风生水起——不久前刚落幕的芭乐专场直播带货,订单还在陆续打包发货;新一轮的产销对接、品牌打造又在紧锣密鼓地推进。从"藏在深闺"的田头好货,到频频"触网"的大市场新宠,这颗小小的芭乐,正是深圳对口帮扶协作汕头驻盐鸿镇工作队(以下简称"工作队")落实省委"1310"具体部署、深入推进"百千万工程"、扎实做好联农带农工作的具体实践。

深圳对口帮扶协作汕头驻盐鸿镇工作队:

手机变新农具 直播成新农活 盐鸿芭乐"触网" 广拓新销路

从"输血"到"造血" 破局芭乐产销困境

今年以来,广东把联农带农、助农增收摆在乡村振兴的重要位置,大力推进"广货行天下"系列行动,以农产品"12221"市场体系为主要实践路径,探索乡村振兴驻镇帮镇扶村"三个一千"消费帮扶行动,动员千支工作队联动千名电商主播、千名优质采购商,构建"工作队+主播+采购商"长效联动帮扶机制,通过"媒体+"赋能破解产销对接"最后一公里",推动帮扶产业从"输血"向"造血"转型,实现产业增效、品牌塑造、产销畅通、农民增收、机制创新、数智赋能的目标。驻盐鸿镇工作队的助农行动,正是这一重要部署在基层的生动实践。

盐鸿镇出产的芭乐果香浓郁、脆嫩爽口,是当地农户的"心头宝"。但长期以来,农户依赖传统收购渠道,销售模式单一、议价能力弱,每逢丰收季,鲜果外销压力大。工作队在走访调研中摸清这一产销困境后,转变帮扶思路,决定从"输血式"帮扶转向"造血式"产业赋能,把突破口选在直播电商上——主动邀请主播到镇里带货,让芭乐"触网"出山。

好事多磨,这一邀请的过程可谓一波三折。工作队前期线上多方对接主播,因档期、路途成本、产品知名度等问题接连被婉拒;上门推介后,又受新品冷启动、费用超预算等因素制约,一度陷入停滞。工作队及时调整思路,备齐质检资料、包装方案增强说服力,联动供应链资源持续对接争取。

主播进果园、手机变农具 直播打开线上新赛道

经过多轮沟通,日前,深耕农产品领域、熟悉水果的主播"南山芳姐""四平榴果果""良田潮汕奶油芭乐"正式走进盐鸿、走进芭乐园。在果品加工厂内,工作队和供应链企业搭建起专属直播间,主播驻场开播,现场开箱、试吃,细致讲解芭乐的口感特点与种植特色,直观展示果品品质。依托线上平台流量优势,直播打破了地域信息壁垒,把这份田间好货推介给天南海北的网友。手机变身"新农具",直播成为"新农活",为芭乐开辟出一条线上销售新赛道。

直播当天,不少农户闻讯赶来,隔着玻璃围观"自家果子"如何通过屏幕走向全国,有人当场掏出手机记下主播的联系方式,直说"原来还能这样卖"。一场直播,不仅卖出了货,更给乡亲们上了一堂生动的"电商课"。

为了让直播顺利落地,潮农甄选供应链中心承担起组织运营工作。在果品加工厂内协助搭建起专属直播间,配齐直播设备与道具;公司组织几十户农户集中开展采摘、分拣、质检、打包"一条龙"作业,手把手指导农户按果径大小分级、剔除次果、规范装盒,统一贴上标准化标识,确保每一箱芭乐都达到线上销售标准。公司同步调度对接快递物流,确保订单出炉即发、鲜果保鲜到家。直播间人气攀升,订单持续增长,每天有1000多箱鲜果打包发往各地。

直播带货的火热也同步带动本地就近就业。果品分拣、包装、物流发货等环节吸纳不少周边村民参与务工,让妇女、留守劳动力在家门口获得灵活就业岗位。农户既可以通过售卖果品获得种植收益,还能够参与加工包装赚取务工收入,实现"种地+务工"双重增收,实实在在把产业红利留在乡村。

技术、金融、销售全链条赋能 芭乐卖得上价卖得出量

光有流量还不够,关键要让芭乐"卖得上价、卖得出量"。工作队把助农举措延伸到生产端。此前,工作队便联合广东省农业科学院果树研究所、汕头市中小企业融资担保有限公司,在盐鸿镇党群服务中心举办番石榴产业助农培训会,以"技术+金融+销售"全链条赋能本地芭乐产业。农科专家邵雪花围绕品种特性、水肥一体化、病虫害防控、疏果套袋、适时采收等关键技术现场授课,重点推介适合粤东气候与土壤条件的优新品种;金融专员宣讲"设备贷""创业贷""农户贷"等特色产品,逐一回应农户"抵押物不足、融资难融资贵"的现实痛点;工作队现场赠送标准化包装箱,推动果品包装规范化,让好果"穿新衣"、卖好价。现场互动热烈,农户直呼"接地气、用得上"。种了多年番石榴的老农感慨:"以前只知道埋头种,不懂怎么选苗、怎么卖,这次技术、贷款、销路一次讲明白了。"会后,还有农户拉着专家和金融专员加了微信,约定后续跟进指导。

围绕"卖得好",工作队更在产销链条上精耕细作。针对鲜果原有包装简陋、运输易磕碰、产品辨识度不足等痛点,工作队协助设计兼具防护性能与美观特色的创意鲜果包装箱,既减少快递运输损耗,又为土特产换上亮眼"新名片",助力打造特色伴手礼、提升产品附加值,积极融入广东农产品"12221"市场体系,借力"广货行天下"全省品牌推介行动拓展销路,推动产区与销区双向奔赴。

对标"圳品"数智赋能 让好果走得更远

在此基础上,工作队主动对接深圳对口帮扶协作汕头指挥部资源,对标"圳品"食品标准、积极对接申报,为产品质量背书,争取盐鸿芭乐早日进入深圳大型商超、销往大湾区;依托华润万家、天虹商场等大型商超开设的"圳兴乡村好物"专区,持续拓宽消费帮扶采购渠道,推动"汕货"变"圳品"、好果进湾区。同时,工作队顺应"数智赋能"要求,探索借助"乡村AI帮扶助农"等数字化工具,帮助农户掌握行情、优化选品,让数字技术深度融入产销各环节,为产业帮扶插上"数字翅膀"。

一颗芭乐,承载农户增收希望;一次"邀请主播",体现驻镇帮扶的实干担当。从被一次次婉拒,到主播走进果园、订单走进直播间,再到技术、金融、销售、品牌全链条支撑,这一过程折射出的正是广东以"百千万工程"为总牵引、以"媒体+"广货行天下为路径、以"三个一千"为抓手,推动帮扶产业从"输血"向"造血"转型的生动实践,也是乡村全面振兴在基层落地见效的真实缩影。

驻盐鸿镇工作队队长田学志表示,下一步,工作队将持续发挥好桥梁纽带作用,把产销对接做实、把品牌文章做深、把人才培养做优,让更多田间好货走出盐鸿、走向全国,让农户实实在在共享产业发展红利。



■工作队积极对接深耕农产品领域、熟悉水果的主播走进盐鸿,拓宽产品销路,打响品牌。

■采写/摄影:新快报记者 曾贵真 通讯员 余柯杰 田学志 林康泽