



关注

延安“村播”，播出怎样的乡村之声

记者 延媛

近年来，随着电商和短视频平台加速下沉，直播带货在农村悄然兴起，我们延安也不例外。“村播”这一新兴职业应运而生。

“村播”，既可指农村直播活动，也可指农村主播群体。起初，村民们用短视频记录农村日常生活、展示乡村田园风光，并将其上传至短视频平台，获得了广泛的关注和一致好评。“村播”的雏形由此而来。如今，随着短视频平台和直播电商的深度融合，“村播”的电商功能愈加凸显，使得农村传统产业模式开辟了新赛季，跑出了加速度。

那么，那些忙碌在延安农村的村头巷尾、田间地头的“村播”，究竟有着何等魅力吸引着数以万计的粉丝围观？他们的直播又对延安农村的经济发展带来了怎样的改变？他们为何火了？他们又面临着怎样的挑战？带着这些疑问，本报记者进行了深入采访。



● 刘莎直播售卖黄小米

一根网线、一部手机，就能随时随地拍摄一部短片、撑起一个直播间。在短视频和直播越发“内卷”的今天，“村播”凭借着农村的“土”，闯出了一片天。

据《抖音2022丰收数据报告》显示，过去一年中，抖音新增乡村相关短视频4.3亿条，以乡村为题材的短视频播放量增长77%，384亿人次为乡村短视频点赞。

而在延安，“村播”也有不少。种苹果、刨红薯、喂家禽……这些在延安农村再普通不过的生活场景，通过“村播”的手机拍摄播放后，吸引了大批城里人追捧。一条从农村通往外界的“网路”正越拓越宽。

“村播”为什么火了

2022年10月29日，“陕北道道儿”在抖音上上传了自己的一个原创短视频。视频中，她盘腿坐在炕头，笑盈盈地唱着陕北民歌《酒杯杯》。身后，婆婆抱着胖嘟嘟的小孙子，满脸宠溺地看着许丽萍。就是这样一个个“随意”的短视频，第二天播放量竟达200万次，让其一夜之间涨粉2万多。

“陕北道道儿”本名许丽萍，是吴起县庙沟乡吴水口村村民。许是觉得自己有唱歌的天赋，加之喜欢民歌，在后来的视频中，她总是素颜朝天，扎着一对麻花辫，穿着花棉袄、黑裤子、帆布鞋，在喂猪、喂羊、做饭时唱上两嗓子陕北民歌。渐渐地，关注她的人越来越多。短短一年多时间，粉丝量达7.9万。

“原汁原味的陕北民歌，点赞！”“朴实无华的道道。”……每推送一个视频，评论区都是褒扬与认可。

尽管已经小有名气，但她仍如从前那个朴实的女孩子，一门心思呈现延安乡村文化。用她自己的话来说：“希望通过直播、拍摄短视频，让更多的人感受到陕北民歌的魅力，把流淌在山洼洼、沟渠渠的陕北民歌传播到更远的地方。”

与喜欢民歌的“陕北道道儿”不同，“古村甄姐”则喜欢记录乡村生活。

冬暖夏凉的窑洞、恬静幽雅的小院，蒸黄馍馍、刨红薯、腌酸菜……这是抖音博主“古村甄姐”短视频里的常见场景。没有太多的拍摄技巧，有的只是就地取材，就是如此普通且日常的乡村生活，却让“古村甄姐”火出了圈。

自去年7月7日发布第一个原创视频至今，“古村甄姐”靠100多个原创视频积累了1万多粉丝，获赞9万多。“古村甄姐”所在的延川县关庄镇甄家湾村，也成为粉丝们的打卡地。许多网民留言说，在甄姐的视频中，看到了乡愁。

“古村甄姐”名叫甄春艳。谈及为何当“村播”，她坦言，自己就是一个普普通通地地道道的农村人，平时拍一些家乡的山山水水、



● 张光红向网友展示乡村美景

风土人情、特色美食，只是想让更多的人认识和了解自己的家乡。

不难发现，这些充满乡味的短视频之所以能“出圈”，原因在于延安独特的乡土风情、淳朴民风。这是每个人心底抹不去的乡愁、割舍不掉的情愫。

而如今在延安，通过“村播”分享农村生活已成为常态。猪肉炒蒜苗、红烧肘子、水晶皮冻、烩粉汤、烤羊排……“陕北霞姐”的视频中，一道道陕北农家菜让屏幕前的人们不由得心生暖意。妈妈种的农家菜、庄稼人的午饭、跟着父亲去拉煤……在“逗有才（乡村生活）”的视频中，他与父母温馨的日常生活让大家羡慕……这些“冒着泥土气息”的短视频让延安农村的日常走进全国人民的视野里。

“村播”带来了什么

每一条火起来的视频，其实都是一场乡村与城市的双向奔赴。在这场双向奔赴中，城里的人想去体验乡村生活，村里的特色产品、大好风光也急需走出“养在深闺人未识”的困境。如今，借助“村播”，云上卖货、“卖风景”也不可能变成可能。

是留在城市，还是回归乡村？今年8月，犹豫了很久，刘莎最终还是决定和老公回到家乡。

1991年出生于延川县关庄镇

甄家湾村的刘莎，一直和老公苗杰在外从事淘宝电商、物业管理等工作。近年来，看到家乡依托古村落发展文旅产业逐渐走红，两人就有了返乡创业的想法。说干就干，今年8月，两人注册了抖音号“金色陕北（延安黄小米）”，开始在家乡直播带货。

“这是我们陕北黄土高原的小米，大家近距离看一看，小米颗粒饱满、色泽金黄，煮熟的小米粥营养价值非常高……”刘莎和苗杰几乎每天都在直播，短短几个月时间就拥有了1.9万粉丝。在流量的加持下，甄家湾村的黄小米被越来越多网友关注，每个月仅直播间销售额达30万元左右。

作为青年“村播”，刘莎觉得她的使命不止于此。“现在直播团队一共七个人，除了我们两口子，还雇用了五个负责装货打包的婶婶，都是本村人。”刘莎说，后期她和老公想逐步扩大直播团队和发货厂房，并增加其他产品直播间，做到一号一品，力争让家乡的农产品“火”起来，农民富起来。

“村播”不仅是延安各类人才创业就业的新路径，也是村干部发展乡村的利器。

鼓乡安塞雪花飘，油菜追施越冬肥……虽然离开了南沟村，不再直播出售苹果、樱桃，但张光红依旧热衷于在短视频平台分享乡村风土人情。

张光红原是安塞区高桥镇南沟村包村干部。2016年起，村里发展了矮化密植山地苹果和樱桃，几年下来颇具规模。随着通信条件改善，张光红灵机一动，开始尝试用手机直播村里的美景，销售村里的农货。

“那时候我几乎每天都发短视频，很多人由此认识了我们村，认养了我们的果树，客户里还有外国人呢！”慢慢地，张光红成了当地小有名气的“网红”。除了直接认养，果品也在网店销售。一到节假日，村子还成为游客的“网红打卡地”。

天下没有不散的宴席。今年11月，张光红被调到安塞区沿河湾镇担任人大主席。虽然有了新身份，但他仍是群众心中的“好村播”。

类似的“村播”故事还在延安乡村继续上演着。在田间地头，“村播”已成为带动延安农产品销售、创新延安农业品牌营销、推动延安乡村旅游的重要力量，是延安乡村对外传播文化、推广产品的一张金名片。

“村播”如何走得更远

12月8日中午，抖音号“（崔哥）陕北延安山地苹果”又开播了。“大家看，这就是延安苹果，又大又红，脆甜多汁。”在存放苹果的冷库里，主播“崔哥”正热情介绍着自家种植的苹果。尽管直播间只有几十人，但他仍坚持直播了两个多小时。

47岁的主播“崔哥”本名崔明军，是延长县罗子山镇一名地道地道的果农。今年3月，他开始在抖音平台发布自己套袋、施肥、下果等管理果园的短视频，还坚持天天直播。与其他主播不同的是，他直播并不带货。

“‘村播’的门槛虽然不高，但要想做好却并非易事。”崔明军坦言，平台头部主播动辄10万+的流量和“万单秒空”的盛况鲜有人能复制，多数直播间的人气还是“平淡如水”。尤其像他这样没有掌握流量

密码的“村播”直播间，更是常常寥寥数人。所以他现在直播，带货是其次，更多的是宣传、引流。

崔明军面临的问题也是一众“村播”们普遍面临的问题。记者在采访中发现，他们直播路上的难题还有不少：持久带货难、退货率较高、物流成本较高、直播生态尚未成型……虽然面临着压力，但在目前，找到对策，努力完成每一场直播，是他们共同的坚持和愿景。

不可否认，“村播”看似简单，实际上是一种需要很多知识和技巧的活。如何让“村播”持续而广泛地走下去，不断为延安乡村振兴“击鼓助力”，是当前“村播”面临的重要课题。

马莉是延安大学经济与管理学院教授，她认为，数字乡村，核心是数据，但关键在人。新一代“村播”中，很多人有不错的学历，不少成功者更是采用团队化运作、产业化运营。其背后的整条产业链，恰恰是以往单个农户所缺乏的。这启示我们，既要打造一批头部主播，又要鼓励乡村草根主播各显神通。未来还要孵化和培养更多元的“村播”群体，带动更多农民崭露头角，助力农业产业链提升、价值链重塑。

对于农民当“村播”，不少市民也给出了积极建议。

市民何亚亚是一名小学老师，关注了不少延安“村播”。她说，“村播”是个生态圈，涉及农户、快递物流、电商平台、运营方、主播等，各方要做到价值共创、利益共享，形成抱团合力。例如，县域可以利用县级电商服务中心的场地和设备资源，打造一批直播基地、“村播”学院。电商可通过流量扶持、平台赋能、线上学习等形式，强化对延安青年农民的培养扶持。

事实上，对于这份企盼，延安在政策方面也是“暖风频吹”。

“近年来，延安抢抓‘互联网+’机遇，把电商人才培训作为发展电商的基础来抓，在市、县（区）开展了形式多样的电商人才培训工作。”延安市商务局相关负责人介绍，近三年，全市共组织电商人员培训1万余人次，带动农民应用电子商务创业、就业近千人，实现增收1000多万元。

截至目前，全市获批国家级电子商务进农村综合示范县12个，建成运营市级电商孵化中心1个、县级电商服务中心13个、物流配送中心17个、乡镇村电商服务站942个。

“‘村播’展示的是发展中的乡村，而‘村播’助力的，将是乡村新的发展。可以说，‘村播’不只是新时代延安乡村发展的一个起点，更是一株新芽。我们期待这株新芽，在未来开出更多繁花，结出更多果实。”

策划统筹/苏东超

责任编辑/刘婧

视觉/李延庆

组版/刘欢欢

校对/肖怡甜

电话：0911-8216266

8216232



● 许丽萍录制视频

● 崔明军直播介绍北国风光

● 甄春艳和丈夫在自家小院直播

