

这个冬天，让山里好物触手可及

2021年12月24日至2022年1月16日，“山货上头条”助农项目推出为期24天的“冬季山货节”活动，抖音电商开设线上专区推介16省111个县市的特色农产品。期间，抖音电商和字节跳动公益投入千万级平台补贴与专项扶持，吸引地方“新农人”和农货商家原产地开播，并辅以带货技能培训，从源头助力品质农货出村进城，促进地方农特产业发展。

本次“冬季山货节”覆盖了四川、山西、山东、贵州、内蒙古、福建、甘肃等16个省份的千余种农特产，品类丰富。其中有周至猕猴桃、沁州黄小米、山西老陈醋、东宁木耳、延边辣白菜、大方豆干等国家地理标志产品，还有四川耙耙柑、福建菌菇汤包、陕西洛川苹果、广西沃柑、内蒙古羔羊肉等地方特色农产品。借助短视频和直播，“山货上头条”将助力地方打造区域农产品品牌，提升优质农特产知名度，拓宽其市场销路。

2021年12月28日，抖音商城官方直播间特设山货专场，通过官方影响力吸引大众关注农特产。当天，抖音商城直播间与内蒙古、福建、甘肃三地连麦，由当地

人介绍当地好物。肉质鲜嫩的锡林郭勒盟羊肉、味道鲜美的三都港黄鱼鲞、香脆多汁的甘肃静宁苹果等，都以官方补贴价格上架，供消费者选购。

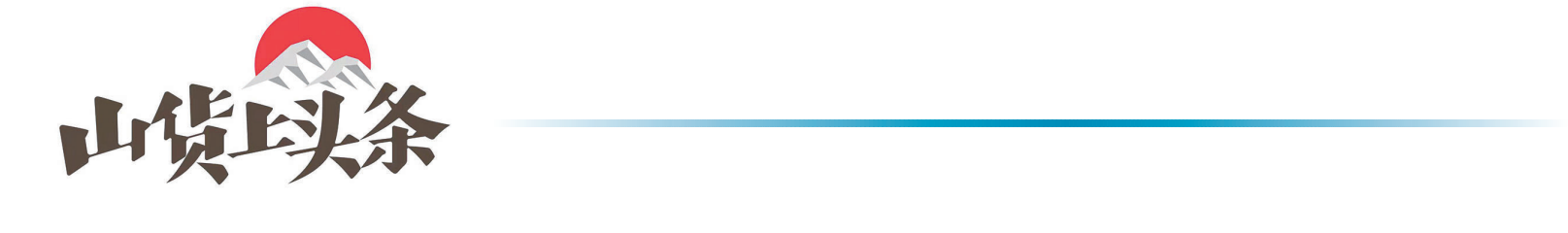
“冬季山货节”线上专区设置了“山货大赏”“果蔬甄鲜”“年度屯粮”“冬季养生”等主题日，达人 and 商家借助不同主题创作带货内容，展现不同农产品的特质。“#山货上头条”“#冬季山货节”“#我为家乡山货代言”等抖音短视频话题也在活动期间上线，鼓励广大用户展现家乡农特产背后的农时农事与乡土情怀。抖音电商还发放了“山货”福袋，在兴趣互动中把品质农货与消费者连接。

为了更精准地助力地方农货产销对接，此前，抖音电商生鲜业务人员已深入广西、河南等地村落，对当地农特产种植、电商基础、新农人带货能力、售后保障等情况进行调研。“冬季山货节”期间，“山货上头条”将与当地一起打造特色农产品直播村，打破因信息不畅、交通不便造成的销售局限，让农家自种自采的沃柑、蜜薯出村进城，在推介区域特色的同时帮助农户增收。

农特产中有很大一部分是生鲜果蔬，打包运输中易损耗。为了给农货出山做好保障，抖音电商筹备了前置品控、售后无忧、生鲜溯源等多项服务，协同商家做好发货准备，提前与地方物流企业沟通运力配备，并对东北、西北等部分天气寒冷山区协调货仓保温层保障。“希望消费者能够拥有好的购物体验，真正喜欢和认可长在深山的农产品，不断复购。这样才能可持续地帮助地方农特产业发展，把电商助农这件事做扎实。”相关负责人介绍。

据了解，“山货上头条”由抖音电商和字节跳动公益共同支持，通过平台内容和技术，连接需要被看到的农特产地区和拥有潜在购物需求的消费群体，让地方特色农货走向大江南北，助推乡村经济发展。

据悉，“山货上头条”属于字节乡村计划的一部分。该计划还包括“新农人职业培训”“山里DOU是好风光”，聚焦乡村的人、货、景，助力乡村人才培训，促进农产品销售，带动乡村文旅发展。同时，在乡村社区养老助残、儿童发展等领域联合公益组织开展公益服务。



内蒙古自治区商务厅副厅长李俊(右二)与抖音商城官方直播间连麦。 麻功佐(右)走进直播间介绍家乡蜂蜜。 吴秋月(左)通过抖音让网友了解高山萝卜。

抖音电商助农专场来了—— 三地连麦 助力特色农产品热销

内蒙古锡林郭勒盟羊肉、福建三都港黄鱼鲞、甘肃静宁苹果……一个直播间里，汇集了来自天南地北的地方农特产。抖音商城官方直播间“山货上头条”助农专场在长达11个小时的直播中，40余款农特产被持续推介，抖音电商提供了助农货品补贴，帮助这些品质农货销往全国。

“我们内蒙古有森林、草原、沙漠风光，这里的特产优质、天然，欢迎大家来品尝内蒙味道。”内蒙古自治区商务厅副厅长李俊与抖音商城官方直播间连麦，为网友介绍内蒙古的地貌风情与特色农货。此外，福建省福州市农业农村局党组成员张宏彦、甘肃苹果产业协会会长田积林也在当天的专场中与该官方直播间连麦互动，共同推荐地方特色农产品。抖音电商还邀请“新农人”麻功佐走进了直播间，介绍家乡浙江松阳的横樟土蜂蜜、银耳、辣椒酱等特产。

“内蒙古地域广阔，给大家举个例子：太阳从东边的呼伦贝尔升起，两小时以后才能照到西边的额济纳。这样的自然条件使得我们的农特产也多样丰富。”李俊率先连麦进入抖音商城

官方直播间，介绍起内蒙古的农特产如数家珍，“锡林郭勒羊、科尔沁牛、河套小麦、赤峰杂粮、兴安大米、呼伦贝尔小产品质量上乘，还有很多我不能一一介绍完，我们有原产地保护和有机、绿色、无公害产品认证的农畜产品1800多个。”

李俊给直播间的消费者们带来了“山货”福袋——锡林郭勒盟羊肉。除了通过互动免费获得外，消费者还可以以官方补贴后的优惠价购买。在连麦尾声，李俊特别欢迎大家，去品尝内蒙古的味道、领略内蒙古的风光。不少当地消费者也进入了直播间，在评论区和李俊一同为自己家乡代言。

田积林则在直播连麦互动中，重点推荐了静宁苹果：“一是生态好，静宁环境好，远离工业，种植大量使用农家肥，苹果符合绿色食品标准；二是产地好，静宁地处北纬35度，是苹果的最佳产区之一；三是品质好，脆甜可口、香味浓、颜值高、货架期长；四是品牌好，是中国国家地理标志产品。”他用“四个好”来向网友呈现静宁苹果这一地标农产品的“不一般”，称“一口下去满是儿

时的味道”。

消费者在直播间里领略了北方特色后，张宏彦为大家介绍起了福建风情与特产。福建的黄鱼鲞、佛跳墙、茉莉花茶、鱼丸都出现在了她的讲述中。抖音商城官方主播更是在直播现场品尝起了黄鱼鲞，引得评论区粉丝直呼“馋人、想吃”。

除了远程连麦，抖音电商还邀请了麻功佐走进官方直播间推荐其家乡特产。麻功佐是浙江丽水松阳县横樟村人，今年33岁。几年前，麻功佐从杭州返乡，沿袭祖父辈，做起了乡村养蜂人，并通过抖音电商推广蜂蜜。如今，他在抖音拥有近75万粉丝，一年能和村民一起卖出10万多斤蜂蜜，还带动了家乡人就业。

“我从小跟蜜蜂打交道，希望把小时候的味道分享给大家。”麻功佐刚刚进入直播间，便介绍起了横樟土蜂蜜。他说，横樟土蜂蜜是来自大山里的中华蜂产的百花蜜。中华蜂个头小，擅长采集零星蜜源，能把各种花都采集在一起，因此口感也更好。

现场，麻功佐分享了蜂蜜的吃法、展

小高庙村的蜜薯： 和电商、直播紧密相连

沿020县道一直走，就来到了河南开封万隆乡小高庙村，这里地处沙区，原来是出了名的建档立卡贫困户。因为没有什么拿得出手的产业，穷，一度成为村民生活的写照。

如今，这里变了。小高庙村的生活劳作图景，和蜜薯、电商、直播紧密相连起来。

在这里，或许不是所有村民都熟知如何经营好一家网店或是做好一场直播，但有一点是确定的，很多人都通过短视频和直播，种有所收、收有所售，把村里的蜜薯卖到了全国。村民们也因此增收，最直观的景象之一，就是近几年，村里盖起了不少两层小楼，路边停放的私家车也多了起来。

把农货“直播”给全国

农村、新农人，正在短视频平台“大热”，仅在抖音平台，农村视频过去一年就收获了129亿个点赞。小高庙村也在其间崭露头角。

近几年来，小高庙村的村民很多都开始种蜜薯。据村民介绍，村里1200多户人家，种植蜜薯的占4/5，种植面积超过1000亩，年产量100多万斤。

虽然蜜薯的种植面积逐年扩大，但并没有影响到当地蜜薯的市场价格。在2020年不少农产品遇冷的情况下，小高庙村蜜薯的收购价还上涨了些许。“本来我还担心因为新冠肺炎疫情，蜜薯的价格会受到影响，但受益于电商推广，买蜜薯的人多了起来，去年蜜薯的收购价格还涨了一些。”小高庙村的一位蜜薯种植户说，“这小蜜薯从开始在线上销售到现在，一直都是热销商品。”

在小高庙村，随处可见蓝色的简易仓库和分拣传送带。村民吴青儒告诉记者，这些都是蜜薯生产旺季村民用来存放蜜薯的地方，旺季时，村里人经常四五点就起床去收蜜薯，然后在门口的简易仓库里分拣、传送、打包，再通过快递发往全国。

2020年下半年以来，当地的蜜薯产业还吸引了来自郑州、濮阳，甚至陕西渭南的主播，他们除了在直播间向消费者介绍蜜薯，丰收季还会在蜜薯地里进行直播，真实直观地将刚从地里“出炉”的蜜薯推荐给消费者。

电商不断助力农货销售。据抖音电商业务代表介绍，抖音电商和字节跳动公益推出了“山货上头条”助农项目，借助短视频和直播，让不太为人所知的地方农特产呈现在广大消费者面前。小高庙村的蜜薯，就是该平台“山货上头条”项目中重点支持、推介的地方农货。

有人通过电商解决了就业

“@醉独到”有自己的抖音小店，同时也为多位生鲜带货者供货小高庙村蜜薯。樊国宁是这个本地品牌的负责人。

2020年7月，受疫情影响，蜜薯成熟季线下订单少了三成，为了防止蜜薯滞销，樊国宁开始在抖音做电商，对蜜薯进行推广。“最开始一天就有了1000多单，后面慢慢地在增加。”最多时樊国宁一天卖出了8万单，总计超过56万斤的蜜薯。而这个数量，意味着整个小高庙村一天的所有产出量都不够用。“后来，为找到更好的蜜薯，我们把周围的地方都跑遍了，每个蜜薯产量多的地方都有我们的代收点，请了150多个村民来帮忙进行分拣、打包。”

“为了带动更多村民增收，我们还把一些原先家庭条件不好的村民培养成了电商主播，给他们提供就业机会。”樊国宁说，“我们有6个存储蜜薯的仓库，全年供应蜜薯，在一定程度上也能稳定蜜薯价格，保障村民收入。”

“@醉独到”的做法，无形中影响了当地很多人的观念。2020年下半年以来，万隆乡陆续出现了十几家抖音电商店铺，不少村民过上了早上收薯、白天打包的“双工种”生活。

除了万隆乡，邻近的其他乡镇的蜜薯产业也逐渐发展起来。白秋季夫妇是西姜寨乡的村民，“泥土的清香”是他们的抖音号，从2018年开始做抖音，到现在已经积累了363万粉丝。在通过抖音电商带货之初，白秋季卖的就是蜜薯，因为自己家种得少，他还帮助种植蜜薯的邻居进行销售。

“我们每天可能就直播一两个小时，但第一年做的时候效果就很好，卖了5万多单，几十万斤。”白秋季说，“我和周围邻居家的蜜薯当季就都卖光了。”

由“卖向全国”带来的变化

以前的小高庙村，却并非如此。这里地处沙区，原来是出了名的建档立卡贫困村。而如今，被人嫌弃的“沙土窝”变成了能产蜜薯的“金土地”。

小高庙村的沙土地土质松软、不易存水，土壤水分适中，种出的蜜薯形状好看，还软糯香甜，不挂丝。收获季节，村民们每天早早地走进仓库，分拣打包，10点左右，快递车开始过来拉货，这辆走，那辆马上就来。忙碌的场景通常会持续到凌晨一两点。

随着蜜薯身价的稳定攀升以及打包、分拣等工种的需求，村民在自家门口就找到了合适的营生。原来的一些建档立卡贫困户现在年收入也能有万把块钱。村民们都很清楚，村里的蜜薯在抖音电商平台上广受欢迎，卖到了全国各地。

最近，抖音电商业务人员又带来了好消息：“山货上头条”助农项目推出了“冬季山货节”活动，将通过专项扶持和补贴，帮助小高庙村村民销售蜜薯，让大家收入提升，过个好年。

把开封蜜薯发展成更大产业

实际上，2018年就有村民把蜜薯放到网上卖，但订单断断续续不成规模。通过短视频和直播，万隆乡蜜薯的种植、养护、收获、分拣、打包等流程，直观生动地展现在大众眼前，更多优质蜜薯通过抖音电商直播间出村进城，卖向大江南北。

抖音电商平台与小高庙村村民通力合作，旨在通过抖音电商打破因信息不畅、交通不便造成的销售局限，让农家自种自采的蜜薯出村进城，在推介区域特色的同时，帮助村民增收。

樊国宁对开封蜜薯发展成更大产业充满信心，“未来我们大伙儿还会做蜜薯深加工，让更多蜜薯相关的农特产品通过电商走出村子，这也将更大程度上带动村民们在家门口就业，让更多农户增收。”



“新农人”故事

她用高山萝卜帮助农民亩产翻5倍

齐刘海，丸子头，一口地道的四川话，镜头里的吴秋月有着鲜明的特征。即使她还没出现，听见“哈哈哈哈哈”的笑声，熟悉的网友就知道，“秋月来了”。

吴秋月是四川泸州市纳溪区白节镇竹海村人，是个地地道道的农民。她的另一个身份是抖音电商上的“川香秋月”，一位有着1000多万粉丝的视频达人。

2020年6月，吴秋月粉丝的“催促”下开了人生第一场直播，卖自家特制的

高山萝卜干，没想到一下卖出一万多单，“我们一家人紧张了3天，大家都来帮忙，直到第5天才把货全部发出去。”

接下来的形势吴秋月也没料到，需求量不断增长，工厂紧急召回员工，加班加点地生产，但仍赶不上需求。吴秋月就与老板商议，重新扩建一个分厂，这一次不仅带活了工厂，还为当地提供了100多个就业岗位。

到去年8月，高山萝卜干依然供不应求。吴秋月就找到了高山萝卜的产

地——理塘县，希望与当地政府达成深度合作，在这里扩大萝卜种植面积。最终，吴秋月有理塘县帮助农民扩种了一万多亩高山萝卜。她还算了一笔账，以往这里的村民种青稞，一年一亩地收入1000多元，现在种萝卜是5000元左右，直接翻了5倍。

对比刚开始来到理塘，考察土壤土质、教村民种植，每次都因为高原反适应睡不着觉，能带给当地乡民收入增加，显然是更值得吴秋月“炫耀”的事。她还

遇到当地一位会说普通话的藏族小伙子，告诉她，等萝卜收了，要带妈妈去成都转一转。

从种植、加工到销售，吴秋月的高山萝卜干形成了一个产业链，每年上千万斤的销量，切实帮助家乡农特产品走出去。她也在泸州当地招了一个20多人的后端团队，平均四五千元工资，加入五险一金，远远超过泸州当地2000多元的平均工资水平，帮助一些乡民实现了在家门口就业。

本版稿件由农民日报·中国农网记者缪翼采写 图片由受访者提供