

兴趣电商，让家乡好物被看见

□□ 李鹏

随着乡村振兴战略的推进，农村电商的东风渐强，一批返乡农民、非遗传承人和新农人回到乡镇，共同守护与发展家乡。电商大大加速了农村地区农产品上行和工业品下行，壮大了产业、繁荣了经济、凝聚了人气，提高了村民收入和生活水平。

与此同时，一种基于人们对美好生活的向往，满足用户潜在购物兴趣，提升消费者生活品质的兴趣电商应运而生。

对于在农村奋斗的人来说，将个人理想与国家命运结合的最好方式，就是把家乡建设得更好。时代赋予了农村耕耘者“电商”这把利器，用短视频等优质内容将农村土货和消费者连接起来。

梦想不会孤单前行，兴趣电商让逐梦者帮更多农民筑梦。2022年初，为吸引更多优质创作者，丰富抖音电商内容生态，抖音电商推出“寻找同行者”计划。“寻找同行者”是抖音电商的创作者成长大本营，致力于挖掘优质达人和商家，通过“山货上头条”“看见手艺计划”“全民好书计划”等专项扶持计划，助力他们在平台实现更长远的发展。

在抖音电商第二届生态大会上，青海“90后”姑娘牛梦琳被评为“年度人物”。她把家乡的枸杞拍成短视频发布到抖音，打开了销路，不仅帮乡亲们卖出200多吨枸

杞，还带动村民一起拍短视频、直播带货。这种产地直送的电商模式，减少了中间环节各种差价，帮农民分享到更多的价格红利，让黄土变成聚宝盆，圆了乡亲们致富梦。

梦想不会辜负乡土，兴趣电商让逐梦者共绘家乡发展蓝图。过去，农村劳动力在家乡找不到合适的岗位，只能外出打工，给老人和孩子留下远去的背影。电商上下行双向贯通的特性推动了资源要素在城乡双向流动，让人打井与家乡发展之间有了更紧密的结合点。返乡青年曾庆欢被乡亲们称为“豆腐西施”，靠着抖音电商卖光了家乡湖南新化县所有豆腐乳，越来越多的年轻人开始返回家乡、建设家乡。农村因此形成良性循环——园区越多、产业越强，则招工越多、人气越强、家乡越来越繁荣。

梦想不再脆弱不堪，兴趣电商让逐梦者吃下“定心丸”。农业生产一直以来面对很多风险挑战，特别是随着市场化的发展，市场风险带来的价格波动时常冲击着脆弱的农民，谷贱伤农、农产品滞销事件时有发生。抖音电商有效增强了农村从业者抵御风险的能力，通过线上售后反馈、直播带货过程中和消费者互动、短视频作品下读者留言，从业者能科学对接市场需求，以需定产、开发新产品，从而规避市场风险，

即便发生农产品滞销时，也能第一时间通过抖音电商寻找产销对接渠道，大大增强家乡农业产业的韧性和市场竞争力。

梦想不仅满足温饱，兴趣电商让逐梦者抵达乡土文化的“诗和远方”。中华上下五千年，孕育出深厚的农耕文明，但工业文明不断挤压着耕读文化的空间，乡村文化亟待振兴，“诗与远方”亟须守护。

短视频和直播是抖音电商的标配，通过直观展示，在助力农产品上行的同时，也为家乡吸引到更多关注的目光——同为“年度人物”的朱立群，传承非物质文化遗产苏罗技艺几十年，他将织布机搬进抖音直播间展现传统工艺之美，让老手艺重新打开市场。如今，远离水泥喧嚣、田畴秀美如画的农村场景，成为城里人眼中的风景、向往的生活，而抖音电商的这块小屏幕，帮乡亲们把绿水青山变成了金山银山。

农村广阔天地大有可为。相信在抖音电商的助力下，三农奋斗者能不断打开新市场、开拓新事业，为造福一方百姓创造更多社会价值。正如抖音电商总裁魏雯雯所说：“除了创造商业价值，我们也非常看重每一笔‘买’与‘卖’的交易背后，多方合力创造的社会价值，并让这价值可以服务、驱动社会发展。”



曾庆欢在直播带货白溪腐乳。

“湘妹心宝”：让腐乳成家乡“致富宝”

“哎呀，心宝你来啦！”在湖南省娄底市新化县，26岁的曾庆欢是个小有名气的人，走在山间总会被热情的“粉丝”认出来。这个曾经在大城市漂泊的普通打工妹，现在是抖音上拥有300多万粉丝的@湘妹心宝。犁田、插秧、收稻……人们可以在她的抖音里看见久违了的现实乡村图景。作为电商达人，她扎根故土，反哺家乡，用短视频记录乡间生活的三餐四季，把带着乡土味的腐乳、腊肉和萝卜干销往千家万户，大大提升了当地的经济效益。她说：“我所有的努力，不是为了摆脱贫困的家乡，而是让家乡摆脱贫困。”

在网友眼中，圆圆脸庞的曾庆欢有着“治愈”的阳光笑容。但在成为“湘妹心宝”之前，她自认“卑微、渺小、没有存在感”。曾庆欢出生在湖南新化的大山里，是跟着爷爷奶奶长大的留守儿童。中专毕业后，她在深圳的服装厂打过几年工，每月领几百元工资。后来回到湖南，在步行街卖服装。期间也尝试过创业，拿着父母给的2万元开了个化妆品网店，几个月后，钱亏完了，店铺也就关了。

2018年底，曾庆欢的爷爷去世，为了陪伴奶奶，她回到农村，准备不再离开。表哥见状，便提议一起拍抖音短视频。刚开始短视频的曾庆欢很迷茫，打工的时候她填应聘表格，“特长”一栏都不知该如何下手，她觉得自己除了力气一无所长。“那我们就拍你最擅长的干农活吧。”表哥说。于是，在表哥的镜头下，曾庆欢在初春齐膝的泥水里赶牛犁田，一个人轻松拎起一整只小猪仔或担上两满筐谷子。她的皮实与勤劳意外收获了百万网友的爱，人们赞美这个靠双手和劳动吃饭的乡村姑娘。

2019年9月，曾庆欢和表哥已经累积了七八十万粉丝。一位附近村庄的果农在抖音找到了她，想请她帮忙出售金秋梨。新化地处云贵高原向江浙丘陵过渡的过渡带，连绵的山间盛产金秋梨。高海拔产出的梨病虫害少，是天然的绿色食品，但当地人不上线上市，销路始终没有打开，每年9成的梨都要烂在地里。果农“看到梨子就伤心，就生气”，常常白忙活一整天。

曾庆欢从小在农村长大，深知农民的苦。毫无电商经验的她虽然心里也没底，但仍凭着一股热血一口答应下来。开播一小时后，滞销的金秋梨卖出了几千斤。“原本没抱太大希望，想着能卖多少是多少，看到销量简直乐开了花。”果农说。

曾庆欢误打误撞开启了抖音电商之路。她和表哥发现，粉丝对视频中出现的乡土美食特别感兴趣，总在评论区问是什么，怎么买。为什么不能试着把家乡的好东西推出去呢？

白溪腐乳以其香、辣、爽口享誉当地，是新化县的地理标志产品。但全国的腐乳遍地开花，白溪腐乳缺乏营销，始终无法脱颖而出。在新化，腐乳厂家常年惨淡经营，要么在传统电商平台打价格战，要么在线下市场找批发商，可谓举步维艰。

2019年10月，曾庆欢开始在抖音电商带货白溪腐乳，曾创下一场直播带货40万元的佳绩，是一家腐乳厂平常3个月的产量。白溪腐乳渐渐在抖音电商打响了名号，带货的达人也多了起来，新化几个腐乳厂要加班加点才能保障供应。曾庆欢以一己之力带动当地腐乳产业，有网友开玩笑说，她是“当代的豆腐西施”。

作为抖音电商第二届生态大会的助农达人代表，曾庆欢回想曾经在城市漂泊的日子，光照耀自己就已经提襟见肘，更不要说去帮助别人。现在，她不仅养活了自家，还可以带动乡亲们一起增收致富。曾庆欢说：“我要一直坚守在乡村的土地上，为农民做更多事，让农产品走出去，和周围人一起，把我们的家乡建设得越来越好。相信广阔天地，一定大有可为。”



牛梦琳在枸杞地里直播。



从直播间里卖出去的枸杞，牛梦琳都严格把关。



朱立群将织布机搬进直播间，推广织罗技艺。

“漠里姐姐”：一年销出200吨优质枸杞

在抖音电商第二届生态大会上，牛梦琳被评为“年度人物”。她说：“我如愿成为了一个对家乡有用的人。现在，我正在实现更大的梦想——我想成为青海的一张名片，让更多人看到我美丽的家乡，让高原上的好东西走向全国各地，让周围更多的人过上更好的生活。”

牛梦琳在抖音的名字叫“漠里姐姐”，意思是“大漠里走出来的姐姐”。她是河南人，但8岁时就跟着父母到了青海，一家人生活在柴达木盆地东南角都兰县的一个农场。

初到高原，她经历了很长一段适应期。漫天的黄沙，干燥的气候，难以下咽的青稞馒头，很多时候，她的嘴唇都是干裂的。但比起生活环境，对牛梦琳一家而言，收入是更大的困扰。高中毕业后，

牛梦琳跟着亲戚去伊朗开超市。但只去了8个月超市就倒闭了。回国后，她在广州的电子城找了份工作，帮人看摊位，一个月工资2300元，再减去房租和日常开销，手中的钱所剩无几。

几年后，牛梦琳还是回到了高原上的家。这次回来，她发现家乡有很大变化。那些年，更多人开始重视养生，市场上对枸杞的需求增大，当地很多人都种起了枸杞，牛梦琳家里也不例外。青藏高原海拔高，日照时间长，种出来的枸杞肉厚味甜、汁水丰沛，品质非常好。每到丰收的时候，红彤彤的枸杞挂在枝头，衬着背后蓝色的天空，整片土地显得生机勃勃。

牛梦琳把她最喜欢的这幅画面拍成了短视频，发在了抖音上。通过她的镜头，很多人第一次见到了原产地的新鲜枸杞，见到了枸杞丰收的场景。她逐渐积累了上百万粉丝，很多人在评论区问：怎样才能买到你们那里的枸杞？

2020年初，牛梦琳第一次尝试在抖音直播带货，结果一晚上就卖出了300多单，相当于线下店里两个月的销量。而对于从直播间卖出去的枸杞，牛梦琳也有一套自己的标准：从果子的颜色、口感、形状，再到肉质厚度、颗粒匀称程度以及破损率高低，都要层层严格把关。“在如此多维度的标准之下，通常100吨枸杞里，只有20吨可以达到合格。”牛梦琳说。

越来越多的关注不断涌来，牛梦琳觉得自己应该为当地农民做些什么。在过去的很长一段时间里，当地村民在售卖枸杞时，一直都处在被动的状态：每年9月到第二年3月是卖枸杞的黄金期，如果超过4月，天气变热，枸杞返潮结块，当年的新鲜枸杞只能当陈货来卖。但因为信息不对称、缺少销路，农民对市场需求把握不准，很大程度上是碰运气。

在牛梦琳看来，虽然农民的营收许

多时候是“靠天吃饭”，但有一部分却也是“事在人为”。她决定用自己的力量，帮助农民打开销路，增加销量。

“如果乡亲们种植的枸杞能够达到我直播间的要求，我会用高于市场的价格，将枸杞收上来。”除了自家的枸杞，牛梦琳开始帮助其他农户售卖。去年一年，牛梦琳一共为家乡卖出200多吨枸杞。同时，打包发货也都需要人力，她的工厂提供了大量岗位，让很多原本没有工作的妇女获得了一份收入。在她的带动下，周围很多农户也开了自己的抖音号，把自家的农产品直接卖给消费者。

对于未来，牛梦琳也有新的计划，她打算再扩大自己的枸杞种植面积，而是将更多精力投入到带动周边村民上。她说：“这里还有十几万亩枸杞树，我能做的还有很多，我想要号召更多农户种植出优质枸杞。”牛梦琳期盼着，让更多人了解这些生长在青藏高原，被昆仑山雪水滋养的高原枸杞。

“朱伯伯”：用年轻的方式为传统手艺正名

在抖音电商第二届生态大会上，朱立群被评为“年度人物”。他说：“希望通过抖音电商让更多人看到、买到好的丝织品。我也乐意将墙内开花墙内香，让越来越多的国人，尤其是年轻人喜欢上这项传承数千年的传统技艺。看到更多人把非遗穿在身上，我对传承就更有信心了。”

朱立群，江苏省苏州市非物质文化遗产“吴罗织造技艺”代表性传承人，从小听着“唧唧复唧唧”长大。

20世纪五六十年代，江浙一带“家家纺纱织布，村村机杼相闻”。耳濡目染，朱立群天生对织造具有好感。1976年高中毕业后，朱立群被分配到苏州原吴县纺织二厂，与庞杂的老式铁木织机为伴，开始了织罗生涯。19岁时他在织罗厂埋头苦干，39岁时他下海创业苦心经营，59岁时他把自己关进“小黑屋”复制

出土文物……流转的是40年如梭岁月，而不不变的是织布机上穿梭而过地对织罗的热爱。

“守艺”容易“传艺”难。尤其是将一项濒临失传的非物质文化遗产，变成制作工人养家糊口的生意，更难上加难。和每个创业者一样，经营，一度成为萦绕在朱立群头上的难题。

早年间，国内对于这类传统面料的需求量没那么大的，以至于很长一段时间，朱立群工厂80%以上的订单都是出口国外。但这几年，国外对于罗制面料这类“奢侈品”的需求日益降低，加之疫情的影响，海外出口这条销路几乎进入了“死胡同”。

朱立群意识到，必须谋求转型。就在他苦苦拓展销路的时候，转机出现了。“近几年，国家大力弘扬中华优秀传统文化。苏罗历史悠久，还被列为非物质文化遗产，越来越受重视。”他发现国内逐渐掀起了一股“汉服热”，越来越多的年轻人开始自发钻研古代服饰文化。

不仅如此，抖音上与汉服相关的优质短视频更是比比皆是。

于是，习惯了拿木梭的手，开始接触方寸之屏，在网上“冲浪”。2021年1月27日，朱立群化身“朱伯伯”，在抖音发布短视频，科普罗衫服饰。他还将织布机搬进直播间，推广织罗技艺，展现传统工艺之美。同时，他还花大量时间做颜色的定染，再通过镜头呈现符合现代审美的传统纹样。

“突然想起小时候帮外婆纺线”“期待这些美好色彩和触感重新走进现实生活”“好想学织罗”……抖音账号@朱伯伯的苏罗，不仅勾起了大家的儿时回忆，更聚集了一批热爱传统文化的年轻人，成为了承载文化底蕴、彰显民族文化自信的阵地。

“还真有很多人感兴趣。”随即，朱立群在抖音电商上开通店铺“苏罗的小店”，一年来售出罗织品4000多单。“借助互联网拓展国内市场后，现在内销的比例占到了80%，外贸比例

占20%。”

此前受疫情因素影响，国外订单大幅削减，朱立群着实为苏罗的传承捏了把汗，如今看到老手艺找到了销售新路，言语间尽是藏不住的喜悦。

“抖音电商拉近了苏罗与消费者之间的距离，对传统手工艺的认知重塑，使得越来越多人愿意为手艺人付出的时间和精力买单。这极大地激发了非遗传承的创新性。”

如今，在“苏罗的小店”里，苏罗不再以单一的面料形式出现，发圈、罗扇、罗衫、罗裙、罗帕等生活用品同样备受推崇。

“我们每个月都会推出新品。”对于罗织物衍生品的开发，朱立群希望通过小物件，让大家能够真正接触、理解并爱上罗。衍生品通常需要加上提花、色织、印花等技艺，加工工艺要求更高，还得兼顾样式、功能、定价等多重因素，为此朱立群还组建了专门的研发团队，为老手艺人注入新的活力。