



邵阳日报社主管主办
国内统一连续出版物号 CN 43-0055

今日8版 零售1元 第5256期
2023年12月

5

星期二

农历癸卯年十月廿三

SHAORYANG EVENING NEWS

邵阳晚报



云邵阳
移动新闻客户端

Email: syrbjb@163.com 邵阳新闻在线: www.shaoyangnews.net



记者 贺旭艳

通讯员 刘朝晖 宁双奎 钱江山

今年41岁的阳凯波是隆回县的一名乡村主播。五年前,他怀揣梦想返乡创业,带领家乡的村民一起养土猪、种水稻、做农产品加工。利用电商平台,他不仅打开了网络销售的广阔市场,同时也成为了一名家乡代言的“网红”。目前,他拥有全网粉丝60多万,抖音粉丝30多万,直播内容主要是围绕“三农”,宣传家乡美食和美景。

从返乡创业到成为一名“三农”主播,缘于一个巧合。2016年,阳凯波回到家乡魏源故里隆回县司门前镇,利用家乡厚重的历史文化和优质的农特产品,带领村民成立了合作社,并创立了农业公司和品牌。因为产品质量好,服务周到,经过三年打拼,公司健康发展,小有规模。

但是,随着2019年底疫情爆发,企业发展受到影响,销售成了难题。一个偶然的机会,阳凯波在抖音发布了一条在农村吃饭的视频,碗里的菜就是家乡的特产,腊肉、猪血丸子和豆腐乳。未料,点击量竟然高达1000多万次,留言3万多条。通过给评论区的粉丝们留言及线下引流,短短一个星期,他们就销售了750余公斤腊肉和3000多个猪血丸子,销售额12万多元。

“通过这次偶然的机会,我们很快掌握了网上销售的方法。除了销售自己生产的农产品,我们还会不定期对家乡企业和人文历史进行公益直播及宣传。通过线上线下,我们每年能销售当地农产品900多万元。”阳凯波介绍。

返乡创业的阳凯波成了家乡美食美景『推荐官』

为家乡代言 带货更带路



热销的隆回土特产腊肉。



阳凯波在直播间工作。

他们有自己的生态种养专业合作社,固定员工30多人,大部分都是一些留守在农村的闲置劳动力。阳凯波把直播间搬进了菜地里、田野中,大家一边工作,一边直播。劳动场景、农村风光、乡土人情等,都是直播的内容,通过网络带入各地观众的眼帘。特别是生活在城市里的粉丝,对农村田园生活非常向往。他们坚持直播内容积极向上,定时开播,吸引了大量的粉丝。

夏天卖蔬菜的时候,阳凯波在菜园里直播,和工人们一起劳动,和粉丝们边互动、边销售,气氛自然融洽。到了冬天卖土特产,他们把直播间搬到了加工基地,直观地向粉丝们展示产品的生产工艺,讲解产品相关的历史文化。最高峰的时候,通过线上直播和线下引流销售,一天能卖出1000多单,营业额达到10万多元。

为了扩大销售,增加渠道,阳凯波培养内部员工作为乡村主播。在阳凯波的带领和指导下,边工作、边直播

成为了公司的一大特色。他们共打造了10多个“三农”账号,其中特产部主管廖丽娟的抖音账号“宝德楼表妹农产品”粉丝有16万多,每年能销售200多万元的家乡特色农产品。

2022年,他们打造了一个2000多平方米的直播助农带货基地,每年向200多名乡村主播进行直播带货及短视频拍摄培训。通过理论授课及实践操作,培养出了一批优秀的“三农”主播,为家乡特色农产品销售及历史、人文、旅游的宣传推广起了良好的促进作用。

阳凯波采取“公司+合作社+农户”的多元化发展模式,带动当地农户合作养殖土猪、种植蔬菜,产品由公司统一销售。从原料到生产到销售,每一步都严格把关,这种做法既降低了公司的风险,也促进了农户稳定增收。2022年,公司总产值达到了1200多万元,为当地农户增收开辟了广阔渠道。同时招聘当地的农户为生产员工,促进了闲余劳动力就业。目

前公司固定员工36名,季节性聘用临时员工60多名。“每年我们能带动200多户村民就业和创收,带动当地农民增加工资性收入等600多万元。”

该公司在注重企业经济效益的同时,特别注重社会效益的提高。除了销售自己生产的农产品,他们对家乡农产品企业进行帮扶直播带货。2020年到2023年,该公司对当地农业企业及农户进行了120多次公益直播带货,销售额达300多万元。阳凯波也被授予“湖南乡村振兴营销推荐官”等荣誉称号。

作为第七届中国农村·电子商务大会暨2023年全国农村直播电商优秀案例成果发布活动的案例入选者,阳凯波表示,接下来,他们将以公司+合作社+农户+直播经济为依托,以“原生态,高品质”为发展理念,线上线下融合发展,打造高端农产品体验店,涵盖当地特色生态农产品销售及农村传统文化、美食文化的继承与传播。