

# 建德:引育“乡村星播客” 热销特色土特产

## 小屏时代,“云游”美丽乡村

应陶 刘佳明 张路 贾烁



“乡村梦想家”吴需璐在直播介绍戴家村民宿(图片由建德市莲花镇提供)

4月20日下午,浙江展览馆内,“乡村星播客 魅力燃九州”电商人才大赛决赛圆满收官。入围决赛的10组选手们通过镜头向全国观众展现了杭州建德的好山好水好物。

如今,以乡村为背景,以山里货为卖点的直播场景已遍布建德。在各大电商平台,越来越多的农特产品火出了圈:新鲜可食用的水果莲子、口感香甜的榴莲番薯、闻名全国的建德草莓……而这,得益于建德引育的一批批“乡村星播客”发挥的作用。他们正在借助互联网将建德乡村与世界通联。

### “带货”能力哪家强 全国竞逐以赛提能

在浩如烟海的电商产品中,如何让建德相关的农特产品、风土人情、旅游线路等关键词出圈出彩?这背后取决于团队的运营能力。

为此,建德举行了“乡村星播客”电商人才大赛。来自全国16个省(自治区、直辖市)的223组选手报名参赛。“举办此次大赛,为了引才更为了育才。我们希望以全国性比赛为契机,让青年电商人才紧跟电商运营的市场特点,从而更好地推广建德。”建德市商务局相关负责人说。

对于参赛团队来说,比赛就是一次修炼技能的大舞台。来自建德市三都镇的“山里朋友”参赛团队,从海选到决赛,团队“主播”胡时敏最大的收获在于直播技巧的提升。“之前没有经过专业训练,直播时总是语塞。经过这次比赛,我们不仅更清楚如何宣传产品亮点,还学会了视频剪辑、控场、话术设计等专业技巧。”

### 何为村播“流量密码” 从看美景到讲故事

一系列的学习也让她快速刷新自己的成绩单:一场直播,卖出800斤三都镇村民手工制作的腊味;与此同时,香榧、土蜂蜜等三都镇“特产”也被网友们频频下单。

一场大赛,也让更多年轻人认识了建德。从报名选手的特点来看,223支队伍中近七成为90后、三成为00后,其中近半数有电商运营经验。“我们此次大赛规定了农产品推广、乡村文化传播、旅游体验及美食分享四大赛道,借助选手们的镜头,可以把建德的特色传播出去。”建德市委组织部人才办相关负责人说。此次大赛期间,全国累计话题阅读量已超8000万次。

除了以赛提能,建德也为电商人才们搭建起实训平台。该学堂已引进阿里村播学堂和钱江后浪电商学院等专业力量授课,并借助建德电商学堂(线上学习平台)上线专业课程150余个。此外,建德还与无忧传媒集团达成战略合作,成立乡村振兴事业部,构建全链条培育体系,为建德乡村振兴事业注入了新的活力。截至目前,建德已开展短视频、直播等各类电商培训百余场,共计孵化村播1200多名,短视频达人500多名。

想要在互联网出圈,光靠技巧还不够,精品内容才是掌握“流量密码”的关键。当标准化话术充满直播间时,真正能叩击人心的往往是不可复制的真情实感。

对此,来自建德杨村桥镇长宁村的入乡青年汪艺璇感触颇深。从零开始运营“长宁村小花”账号的她,已逐渐摸索出了自己的门路。“一开始我们也找不准方向,总想试着出奇出新。”汪艺璇说。让她找到突破口的,还是一期“村书记上班第一天坐在门口卖草莓”的视频。该短视频发出当晚,就突破了1万播放量。

“后来我们意识到,乡村本身的风土人情、自然风光,才是最吸引人的。现在的内容策划,也是尽量结合一年四季中村里的特点去拍摄。比如春天的油菜花海、冬天的草莓田。”汪艺璇介绍说,截至目前,“长宁村小花”账号的短视频播放量已达到10万次;2025年一季度,长宁片区旅游收入已突破200万元。

有人拍风景,也有人讲故事。自从回到建德饮堂乡庄丰村创业后,马佳凯就钻研起白芨、黄精、玉竹等中药材。从学习种植技术,到带领村民扩大种植规模,再到尝试打通电商渠道,他皆参与其中。他分享说:“种植中药材的村有很多,要把我们村的东西卖出去,不光要种得好,更要会讲故事。所以我直播的时候,经常会带入自己的亲身经历。这样一来,消费者的粘性就会比较高。”除了销售传统中药材外,马佳凯还抓住了电商平台产品更新快的特点,自主研发中药材的深加工产品。

随着电商人才逐渐遍布建德乡村,沉睡资源被盘活的案例接连不断发生。如建德莲花镇戴家村的民宿集群本面临着客流不稳的困境,但在“乡村梦想家”吴需璐到来后,她以“景酒套票+直播带货”模式成功引流,并带动周边九仙石斛基地、雅达萌宠乐园等文旅点位客流量增加。

### 如何实现良性循环 布局电商产业培育平台

人才的培养离不开肥沃土壤的支撑。

一站式公共服务,让电商人才“来了就能播”。位于建德更楼街道的农村电商公共服务中心就是一个典型。一走进中心,一系列为农村电商生产销售企业、商户配备的公共服务设施一应俱全。不仅如此,共享直播间里,新农人正对着镜头热情推介麻糍、芭茶等特产;物流对接区的电子屏上,实时滚动着全国订单数据……据悉,更楼街道以“上下楼就是上下游,产业园就是产业链”为理念,以“创意产业+文旅产业+影视产业”为核心,已招引电商直播、总部经济、培训经济等企业入驻青创综合体。

更楼街道的数字经济版图已悄然扩容。2025年2月成立的拾柒传媒,主要开展本地生活服务和即时零售两项核心业务。透过其打造的“廿四节气探店计划”,30余位本土达人

当地电商直播达人,与匠心直播、麦梓传媒等合作开展电商培训课程,助力乡村振兴。

当前,建德电商产业链条已初步完善——3条高铁在此交汇、3条高速穿城而过,农特产品可1小时直抵杭生鲜仓。此外,建德已提出“1+6+x”的电商产业培育平台,多个乡镇建有专门的仓储物流中心,累计培育省级电商镇7个、省级电商专业村15个、省级电商示范村10个。

这些“家门口”的创业港湾,既是政策红利的具象化载体,也是无数“归巢雁”梦想起飞的跑道。

作为被政策吸引返乡的新安江街道“乡村梦想家”,曾嘉宝运营的文旅账号“后浪在山岭”,以入乡青年的视角,用镜头捕捉岭后社区每一个发展的瞬间。而支撑这些创作的,是新安江街道联合浙江传媒学院搭建的合作平台。合作以来,平台吸引了许多青创团队入驻,涌现了曾嘉宝、裴洪彬、马舒凡等优秀青年代表。此外,新安江街道还充分挖掘



### 浙报西湖智库

### 专家点评

新,选手李志忠把建德文旅故事编成歌,大家都在用“年轻化表达”把建德的“好山好水好物”转化为“共情符号”,从而实现市场转化。

以人才为核心推动乡村振兴的建德正在系统蝶变。乡村振兴,有效的载体和抓手是什么?建德想得很通透,“人”是关键变量,尤其是“青年人”。青年入乡,不仅是人口红利,更是现代要素的系统下沉。如何优化乡村的人才环境,除了“硬核”政策,建德用心“托举”。

村播们都是城乡融合的重要连接者。村干部用手机把土货变成“爆款”,入乡青年直播间的玉米走进追求健康生活的家庭,芳姐139民宿成为城里人周末的“家”,城市的需求与乡村的资源,就这样自然连接了。

乡村从来都不是土的,而是

缺乏适配的表达方式。浙江传媒学院的大二学生可以用三种语言

说建德故事,豆腐包西施阿润从

摊位到海报设计都让人耳目一

新,选手李志忠把建德文旅故事编成歌,大家都在用“年轻化表达”把建德的“好山好水好物”转化为“共情符号”,从而实现市场转化。

以人才为核心推动乡村振兴的建德正在系统蝶变。乡村振兴,有效的载体和抓手是什么?建德想得很通透,“人”是关键变量,尤其是“青年人”。青年入乡,不仅是人口红利,更是现代要素的系统下沉。如何优化乡村的人才环境,除了“硬核”政策,建德用心“托举”。

村播们都是城乡融合的重要连接者。村干部用手机把土货变成“爆款”,入乡青年直播间的玉米走进追求健康生活的家庭,芳姐139民宿成为城里人周末的“家”,城市的需求与乡村的资源,就这样自然连接了。