



湖南：“村播学院”助力新宁 激活乡村振兴新动能

“家人们看过来！刚从树上摘的崑山脐橙，皮薄肉嫩、汁水足，今天直播间一箱直降10元！”

11月18日清晨，湖南省新宁县黄龙镇三星村的脐橙园里，脐橙种植大户陈云华举着金黄的果实对着手机镜头吆喝，身后的果树挂满沉甸甸的果子，直播间在线人数突破2000人。

这个水果种植大户，如今已是当地小有名气的“橙乡主播”。这一转变，源于新宁县“村播学院”实施的培育计划。

党建牵线，多元合力搭起“致富桥”

“以前想做直播，没人教技术、没渠道找货源，自己瞎琢磨半年也没卖出几单。”陈云华的困惑，曾是新宁县众多农户触网带货面临的共同难题。

如何让零散的农户抱团闯市场？新宁县给出答案：以党组织为超级联系人，整合政府、高校、企业多方资源，搭建起“高校+政府+村集体+农户”四位一体的村播培育体系。

今年6月20日，新宁县“村播学院”正式揭牌。新宁县委

组织部牵头统筹，县商务局负责具体运营，长沙理工大学派驻专业师资团队，企业提供实训场地和供应链支持，形成上下联动、多方协同的组织格局。

“我们要打破单打独斗的困境，让资源跟着需求走，让服务围着学员转。”新宁县委组织部负责人道出学院创办的初衷，通过资源整合，将专业课程送到乡村，让农民在家门口就能学技能、创增收。

如今，新宁县级“村播学院”里，专业直播间、视频剪辑室、实训教室一应俱全；5个乡镇实训基地让学员就近实战；20个村级直播驿站扎根生产一线，形成了“课堂连着田间”的三级培育网络。

目前，新宁县“村播学院”已举办5期培训班，覆盖全县16个乡镇，培育学员284人，其中26人转型为全职主播，215人持续开展助农直播。

精准孵化，从直播“小白”到带货能手

“第一次面对镜头，话都说不利索，紧张得手心冒汗。”返乡青年周佐钧说。这个“80后”，如今运营着“崑山阿佐”

账号，单条视频播放量最高突破10万+，带动家乡土特产月销售额超3万元。

新宁县“村播学院”的成功，核心在于跳出“简单培训”的模式，构建起“实操+陪跑+孵化”的精准培育体系。学院根据学员基础分设初级、进阶两级课程，紧扣脐橙、黄桃、茶油等本地农产品上市节点，同步开设选品、话术设计、视频创作等实用课程。

“我们不教空洞理论，就是要让学员学完马上就能用。”长沙理工大学继续教育学院村民直播培训项目负责人田向阳，在新宁县“村播学院”第五期实训课上，一边示范带货技巧，一边向围拢的学员讲解。

“比如，卖卤豆腐干要突出香辣入味，卖朱鹮稻要强调生态种植，话术要接地气，才能打动消费者。”

对于零基础学员，新宁县“村播学院”组建由专业导师和研究生构成的“陪跑团”，量身定制3个月指导方案。从设备调试到场景选择，从开场话术到互动技巧，导师全程手把手教学。15场“陪跑”活动下来，首期33名学员成功突破首播关。

“导师帮我分析受众喜好，

教我怎么拍田间实景，就连直播时的表情管理都细致指导。”周佐钧说，正是这种“保姆式”培育，让他从直播“小白”快速成长为带货能手。

人才培育的精准化，带来了显著成效。目前，新宁全县已建立1800人的助农主播人才库，涵盖致富带头人、企业骨干、村干部等群体。15名优秀学员递交了入党申请书，9人被纳入村级后备干部培养序列，乡村主播正成为乡村振兴的“生力军”。

全链赋能，让“流量”变“留量”的长效密码

“直播带货不是‘一锤子买卖’，既要卖得出，更要供得上、赚得久。”新宁县商务局负责人的话，点出了村播可持续发展的关键。

为此，新宁县“村播学院”从培训班转型为服务商，构建起覆盖前端流量、中端品控、后端品牌服务的全链条赋能体系。

在前端，新宁县委网信办联合电商平台为学员提供流量扶持，策划“崑山脐橙”直播比赛等活动，帮助学员提升曝光度；中端由村集体牵头，整

合合作社资源，统一进行农产品品控和发货，解决学员“货源不稳、物流不畅”的难题；后端则着力品牌打造与金融支持，注册区域公共品牌，为创业学员提供小额信贷支持。

新宁县马头桥镇坪山村村的实践就是生动例证，通过村播赋能，全村累计开播160余场，销售20多种农产品，实现线上成交2600单，带动村民增收160余万元，村集体经济增收10余万元。

“以前自己直播，物流成本高，客户投诉多，现在有了统一发货和品控，省心多了！”新宁县“村播学院”学员蒋张林一边打包刚下单的小籽花生，一边介绍：“学院还帮我们设计包装、申请商标，现在我们的农产品也有了‘身份证’，价格也比以前能卖得高。”

新宁县新的社会阶层人士联谊会也加入赋能队伍，组织新媒体从业者与“村播学院”学员结对子，开展一对一帮扶。“作为本土网红，能为家乡建设出力很自豪。”该联谊会会员“丹妹来了”说，“我们不仅要帮学员卖货，更要教他们运营技巧，让他们能长久发展。”

乡村行·看振兴 | 浙江湖州：百年古法粉丝 串起乡村共富路

清晨五点，天还未亮，浙江省湖州市吴兴区埭溪镇莫家栅村村民杜菊芳已开始在灶台前忙碌。她从十几个大水缸中挖出乳白色的红薯湿粉，准备制作当地特色产品——莫家栅粉丝。蒸汽氤氲中，一层层粉浆被浇入蒸笼，凝结成深褐色的粉饼。

“每天忙得像个陀螺，起得早才能多干点活。”杜菊芳一边照看灶火一边说，“粉饼要浇十三四层，蒸上两三个小

时才行。”在她身后，刚出锅的粉饼冒着热气，待冷却硬化后，将被刨成细丝，在冬日阳光下晾晒成银白色的粉丝。

位于湖州埭溪镇的莫家栅村，素有“粉丝村”美誉，每年冬季都会呈现一道独特风景：家家户户沿用古法技艺制作粉丝，院落里晾晒的粉丝如白玉铺展，为整个村庄披上一层“月光被”。这门传承百年的古老手艺，如今已成为当地乡村振兴的特色产业。

“今年家里要做2万斤粉丝，上海、杭州的客户定期来买。只要质量好，不愁卖。”杜菊芳笑道。这份底气，既源于对古法技艺的坚守，也得益于当地产业模式的创新突破。

2019年，在当地政府推动下，“莫家栅粉丝”共富工坊（以下简称“共富工坊”）应运而生，构建起“农户+农合联+专业合作社+政府”的共富模式。过去仅是村民餐桌“家常菜”的粉丝，如今已成

为带动增收的“抢手货”。

标准化生产让传统工艺焕发新生。共富工坊统一规范了七道核心工序，严格执行“一会员一码”质量追溯制度，并配备了标准化加工车间和检测室。实施标准化生产后，产品合格率从原来的50%大幅提升至98%。

“我们建立了稳定的原料供应渠道，从源头保障产品质量。”湖州市吴兴区埭溪供销社副主任张萍介绍。凭借纯绿

色工艺和柔韧软滑的口感，莫家栅粉丝赢得了市场的广泛认可。

为拓宽销路，共富工坊还打造了“线下为主、线上为辅”的销售网络，在长三角地区设立近百个分销网点，并尝试电商直播新模式。据统计，加入合作体系的农户，平均每户年增收约4万元人民币。

近年来，在“新农具”赋能下，粉丝村频频“破圈”，有了自己的忠实“粉丝”。