

从“田间”到“云端”，村支书直播卖萝卜

“双十一”地头搭起直播间，青岛“冰激凌萝卜”一小时卖出近千单

文/片 记者 宋祖峰
通讯员 张涛 青岛报道

特色萝卜喜收获 俏销市场成“网红”

11月11日，初冬暖阳当空。走进即墨区段泊岚镇毛家岭社区起戈庄村的“冰激凌”水果萝卜种植基地，映入眼帘的是一派繁忙的丰收景象。一垄垄刚出土的紫红色萝卜铺满田埂，村民们正忙着采收、装运；一旁，一个个体型匀称、鲜嫩脆爽的萝卜被整齐码放。

据介绍，这种“冰激凌”萝卜又称冰糖心萝卜，外形酷似冰激凌。它肉质白里透红、口感脆爽多汁，甜而不辣，果香浓郁，因其糖分含量足，故得此美名。得益于当地的土壤优势，起戈庄村种植的“冰激凌”萝卜外皮紫红、体型圆润，富含花青素和淀粉。除了“冰激凌”萝卜，今年村庄还种植了青萝卜，目前正迎来收获。据悉，“冰激凌”萝卜市场价格远高于普通萝卜，已成为助农增收的新亮点，并迅速成为萝卜界的新晋网红”和市场上的抢手货。

书记组团变主播 田间开播引抢购

丰收的喜悦如何转化为实实在在的收益？答案就在田间地头的“直播间”里。当天，即墨区段泊岚镇起戈庄村党支部书记宋吉阳、平度市云山镇张家庄村党支部书记张国才、平度市大泽山镇祝哥庄村党支部书记王坤组团上演助农直播，合力为“冰激凌”萝卜带货。

“我们的萝卜又脆又甜，富含花青素，我给大家尝一下。”宋吉阳手持刚从地里挖出，还带着泥土芬芳的萝卜，面对镜头当起

“双十一”当天，青岛市即墨区段泊岚镇的一处萝卜种植基地迎来了一场特殊的助农直播。即墨区段泊岚镇起戈庄村、平度市云山镇张家庄村及平度市大泽山镇祝哥庄村的三位村书记化身主播组团上阵，合力推介当地萝卜。开播仅一小时，便成功卖出萝卜近千单，有效拓宽了农产品的销路。



11月11日，在青岛市即墨区起戈庄村的“冰激凌”水果萝卜种植基地，村支书网上直播卖萝卜。

了“网络主播”。他一边详细介绍，一边“咔嚓”一声掰开萝卜，向网友们展示鲜嫩的萝卜芯，并不时咬上两口，让观众直观地感受其清脆可口。一部手机、一台支架、一个小板凳，构成了这条件简陋但氛围火热的直播间。宋吉阳一字一句地推介，初冬的暖阳照在他沁出汗珠的脸上，这份“沾泥土、带露水”的真实感，瞬间点燃了线上网友的购买热情。

同时，来自平度的两位“网红”书记也倾力助阵。张国才说，他与宋吉阳因直播学习班结缘，此次是慕名而来，希望通过直播帮助农户解决销售问题。王坤则在镜头前妙语连珠：“俗话说‘冬吃萝卜夏吃姜’，这里的萝卜表皮光滑、颜色翠绿、多汁甘甜，非

常受市场欢迎。”生动的讲解吸引了大量网友关注和下单。三位村书记开播仅一小时，便接近1000单，销售萝卜5000余斤。

电商赋能添翅膀 拓宽富农新路径

直播带货这种新形式，如同为段泊岚镇的“冰激凌”萝卜插上了“云翅膀”。它有效打破了“酒香也怕巷子深”的销售窘境，不仅减轻了传统农业的销售成本和压力，更让这份地头的鲜甜通过“一根网线”直达全国千家万户，让农民的辛勤劳动获得更多回报。

“一定要打破局限，把萝卜的销路打开，不只局限于即墨一

地。”直播间隙，宋吉阳向记者道出了他的愿景，“我们通过互联网，将‘冰激凌’萝卜推广出去，走向全国，才能提升种植效益，让村民有钱挣。”直播结束后，他的工作并未停止，而是根据订单及时组织采收、打包，以最快速度将新鲜萝卜送达客户手中。

据统计，直播当日线上线下总销量高达1万斤。“我希望通过我们的努力，为村民售出更多的产品，增加他们的收入，用实际行动推动乡村振兴，带领村民过上更富裕的美好生活。”宋吉阳说。这场成功的直播，不仅是单一农产品的热销，更是互联网思维赋能现代农业，拓宽富农新路径的生动实践，展现出乡村振兴的蓬勃生机。

今年，史上最长的“双十一”已接近尾声。走过第十六个年头的“双十一”，早已不仅只是一场购物狂欢节，更是一张透视中国消费市场的“晴雨表”。

近年来，直播电商行业蓬勃发展，直播间也成了行业观察的重要窗口。10月21日，天猫“双十一”现货开卖仅1小时，李佳琦Austin、蜜蜂惊喜社等直播间5分钟成交破亿元，交个朋友、胡可等直播间在30分钟内成交破亿元……数据显示，今年“双十一”头部主播有回暖趋势，多个头部直播间预售首日成绩均超过去年。

然而，头部主播的带货能力对比顶峰时期仍有差距。与此同时，中小主播群体承接了分散而来的热度。公开信息显示，10月12日至28日，快手电商成交突破百万元的直播间数量超过1300个；平台“大牌大补”活动中成交突破千万元的品品牌数量超250个，成交超百万元的超级单品数量超2800个。

此外，“双十一”直播间的商品品类也日益多样化。如11月10日，我国首个国产货运航天飞机“昊龙”亮相交个朋友淘宝直播间，冲上了平台热搜。还有一点值得注意的是，过去直播带货往往以娱乐性、互动性为主，但随着电商行业的竞争日益激烈，人们在购物时对信息和产品的需求也在发生改变。

当下，消费者需要怎样的直播间？谦寻控股相关负责人表示，随着消费者趋向理性消费，一个专业懂行的全品类品质直播间将会越来越被需要。

如今，直播电商已从娱乐红人模式进入品质直播新阶段，专业主播、品牌货盘、平台优质服务保障协同的品质直播模式成为行业主流。这一转变，是行业自律和政策引导的共同结果。

今年7月，人力资源社会保障部会同国家市场监督管理总局、国家统计局发布了19个新职业，网络主播位列其中，标志着直播电商行业正式告别野蛮生长，迎来品质直播与专业直播主导的新时代。以浙江为例，针对网络直播营销行为乱象，浙江省市场监管局陆续出台《浙江省网络直播营销行为规范指引》《浙江省网络直播营销监测合规指数评价规则》等文件，进一步规范网络直播带货行为，保护消费者合法权益，促进行业健康发展。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示，在经历多年“双十一”促销后，消费者逐渐理性，他们不再盲目追求明星效应，更加注重产品性价比和质量。随着更多专业主播和网红的涌现，市场竞争将更加激烈，从业者需要不断提升自身的直播带货技能和经验，适应市场变化和消费者的购物需求。据中新社

不打「价格战」，专业成核心竞争力 直播电商进入品质直播阶段

“双十一”期间曹县电商产业再次迎来爆发式增长 日均70万单快递背后的产业生态

“双十一”期间，曹县电商产业再次迎来爆发式增长，日均快递进出港量达70万单。

在山东睿帆工艺品有限公司，20多个直播间同时运营，近30名主播正通过镜头细致展示产品的每个细节，多款爆款单品上架不久即销售一空。“从10月开始，我们一直在为‘双十一’大促做准备，直播间热度稳定上升，斗柜、衣帽架、旋转书架等产品持续热销。”该公司新媒体部门负责人朱相朋介绍。

直播间的火爆，离不开生产车间的硬核支撑。在该公司的生产厂区，15条生产线满负荷运转，确保“双十一”订单能及时发出。火爆的背后，是曹县作为全国唯一木制品跨境电商产业带，所拥有的完整产业链和成熟的电商生态。

观察曹县电商的发展路径，



在曹县有爱共基地，工作人员为网友直播展示汉服细节。

可以清晰看到农村电商的演进轨迹：从最初的价格竞争，到现在的价值创造；从企业的单打独斗，到整个区域的协同进化。

在曹县“穿越大唐”汉服云仓基地的展厅内，各类秋冬季新款传统服饰错落有致地陈列着。面对“双十一”销售旺季，基地负

责人刘申峰介绍，他们的策略是推动产品从传统汉服向国风新中式转型，真正融入消费者的日常生活。这一贴近市场的转型策略成效显著，目前基地的日销售量已稳定在千单以上。

在曹县（演出服装和林产品）知识产权快速维权中心，工作人员将演出服外观专利的办理周期，从180天压缩至10天。“以前怕被仿冒不敢推新品，现在有了快速维权，我们半年就推出了12款原创设计。”当地一家服饰企业负责人说。

业内专家指出，农村电商要实现持续发展，必须完成三个转变：从模仿跟随到精准创新，从低价竞争到品质升级，从单一营销到体验塑造。唯有如此，才能在电商转型大潮中赢得一席之地。

据大众新闻