

石礁村书记“老沈”带领村民直播卖农货出圈

已销售农产品1000余万元,累计带动发展辖区电商20家,带动周边村民就业110余人

□记者 朱蔚

他是定海双桥街道石礁村党委书记沈宏,作为“新农人”共富工坊代言人,他带头钻研电商直播业务,推介村里的特色农副产品,带动辖区内企业、农户直播带货,为村里走出了一条致富新路径。

在他的带动下,近年来,石礁村先后被评为全省电商专业村、示范村。沈宏还获评2023年全省“电商直播 共富工坊”六十佳坊主。



本版照片由受访者提供



起露了脸。初次面对镜头,他很拘谨,一说话脸就发红。首场直播只卖了千把块钱,效果很一般。

石礁村里和浙江海洋大学结对后,老师多次来村里授课。到水果上市的季节,浙海大老师还会带着电商专业的学生过来,直播卖农产品。一来二去,沈宏慢慢摸着了一些门道,多次用石礁村“雅吞漫时光”的视频号为村民直播,直播间在线人数最高时有上千人。

想多为村民做点事

一场直播,线下的准备工作很繁琐:农户这批的产品有多少,直播时样品要带多少,小黄车要上多少,产品要怎么包装,和农户之间的钱要怎么算,和快递要对接好……快递送不及的时候,沈宏和村干部们还充当起了送货员,用自己的车帮着农户送货上门。

村委会的工作虽然忙点累点,但是将心比心,自己要是农户,也是希望村干部能多帮帮自己。沈宏会心地一笑,“我还年轻,也想帮村民多做点事。”他的每一天都被安排得满满当当,处理村里大小事务,走街串巷听取民生,有农产品时就直播卖货,平时他也会拍一些短视频,既是为直播做引流,也是宣传定海新农村好风光。

普通的风光片相对枯燥,受众不多,他设计了情节,张嘴就是带着舟山口音的普通话,诙谐的语言,跳跃感的音乐,总让人忍俊不禁。

一条条新鲜出炉的短视频里,有他光着双脚走在东海福泉村,带着粉丝一起去泡脚的场景;有他走进农户的草莓园、玉米地,现场品尝带大家看个究竟;还有他集普通话、舟山话的“双语”介绍……

电商这条路越走越宽

拍着拍着,他越来越放得开,抛开村书记的身份,打造了“老沈这个甜甜的小伙子一枚”的人设,新年时套上财神装,穿上大布褂衫、手摇折扇为村民摊位“站台”,也蹭着变装的热度换上女装……

粉丝们在底下各种评价,“可以拍喜剧之王了”“越来越有镜头感了”“这个小伙有点棒”“带着舟山口音的普通话,接地气,有米道,惬意哦!”身边的朋友看到他也连连竖起大拇指:“兄弟,没想到你还有这一面,像拍好莱坞大片一样啦。”

沈宏坦言,刚开始接触电商时,也不确定能不能做起来,但这条路走着走着,脚步越来越踏实,路也越来越宽了。在他的带动下,到近阶段,石礁村“新农人”共富工坊直播间已销售农产品1000余万元,累计带动发展辖区电商20家,带动周边村民就业110余人,人均月增收1500余元,村级集体经济收益提升19万元。

下一阶段,他还想把周边村的优质农产品吸纳进来,丰富农产品品种、数量,提升共富工坊的品牌效应,同时联动万泰·三农汇舟山农产品批发市场,拓展共富营销空间,推进电商直播共富工坊的2.0版。

把“老沈”做成了品牌

前往双桥街道石礁村,听着导航的指令,车子从大路上转弯拐入村道,写着“翰林府第”的石碑牌楼赫然出现在眼前。村道的一侧,是一行竖立的大字:石礁村新农人电商直播共富工坊。箭头指引着前行的方向,石礁村就在前方。

初见双桥街道石礁村党委书记、村委会主任沈宏,就在他的办公室。板刷头,方脸,身着白衬衣黑西裤,白白净净,活脱脱一白面书生。一笑起来,双眼眯缝成一条线,有一种邻家大哥亲切的感召力。

“现在做村书记太难了,样样都要会。”天气有些闷热,他抓着一把折扇扇啊扇的。这把折扇上书“清风”,看着有点眼熟,想起来,这就是他拍的短视频里的道具啊。

沈宏今年43岁,自称“老沈”,“老沈”在直播和视频里俨然是他的品牌。为村民的农产品直播代言“触电”两年,他从一个完全不懂电商直播的门外汉,到现在轻松驾驭。

面对镜头,他不再拘谨,侃侃而谈,还能随时互动开玩笑。“老沈挑的东西会差吗,那不是丢自己的脸嘛”。一通话既解除了粉丝的疑惑,也让粉丝心花怒放:“好好好,冲你老沈的面子也得下单。”上一回直播卖的是村民的黄桃,播了两场,抢了个精光,下线后还有源源不断的电话,来问黄桃还有吗。

相信好货不愁卖

“我们石礁村是一个大村,有5000多人,也是一个农业村,全村有农田3000多亩,以种青菜、花菜、西瓜、草莓、火龙果等果蔬为主。”沈宏说,村里的农产品品质都不差,但是销路一直是个大问题。往年村民的农产品要么装到定海的自产自销摊位去卖,一些老人深更半夜就要起床到地里,看着也是辛苦。卖不掉的

菜只能烂在地里。

带领村干部、农户一起“触电”两年,现在村里的农产品只要品质好的就不愁卖,有时反倒还要愁产量不够。除了直播,短视频、朋友圈也都是他卖货的有力“武器”。

夏天的时候天气热,村民自养的鸡卖不掉,求助到沈宏处。沈宏发上了朋友圈,当即有朋友来问,一下买走了几只。回去一吃,油麻麻的味道不错,国庆节前又来买了十几只,节后继续买了十几只。几条朋友圈,就成功解决了农户的难题。

主要还是鸡的品质好,沈宏说到他卖农产品的两个要素,一个他要亲口吃过,一个他要亲口问过。虽然都是村民的生意,但也要像做自己的生意一样。这户村民沈宏不了解,但是自己从小就在村里长大,村头村尾都有“眼线”。他回家问了老妈,这家的鸡怎么样呀。又找邻居了解,前前后后都问过了,这才放心吆喝。

朋友圈还有很多发展空间

帮卖其他农产品也是一样,只要达到了一定数量,品质和卖相有保障,就可以上线。数量不多那就发圈卖,沈宏最近多了一个爱好——加微信。碰到人二话不说,把微信先加上。采访中聊到他现在的微信有多少人,他打开手机在微信通讯录里一直滑到最末,“哦,713人。”记者和他打趣,现在微信可以加10000人呢,光是一个朋友圈,还有很多发展空间。

疫情期间,他路过村里田头,看到有三四亩小青菜长得郁郁葱葱,却无人打理。打电话问了一圈才知道,农户回了老家,回不来。这青菜可惜了,没人要就只能烂在地里,他连连叹息地摇头,一连打了几个电话,终于为这几亩小青菜找到了下家。

想做电商的念头就这么产生了。第一次做直播,是村里的农场主在淘宝账号上的直播,卖自种的葡萄、火龙果、橘子等水果,沈宏也一