

为“第一书记潜山分团”点赞

艾才国

短视频内容诙谐幽默、直播带货精彩纷呈,这段时间,一个名为“第一书记潜山分团”的抖音账号迅速火出圈。短视频和直播中出镜的,均为潜山市各村第一书记。他们用独到的视角、新颖的形式在网络上掀起了宣传潜山风土人情、推介潜山农特产品的热潮,短短三个月圈粉12.4万,农特产品曝光量超1000万,带动农产品销售超60万元,为激活乡村经济,带动农民增收致富,走好乡村振兴“共富路”发挥了积极作用。

(《安庆晚报》11月8日)

潜山63位第一书记变身推荐官 直播带货助农增收,“小屏幕”打通农产品“共富路”。“带货书记”们,“带”的是理念和信心,“带”的是责任和发展,“带”的是富庶和幸福,让人肃然起敬,不得不为之点赞。

潜山山好水好气候好,农产品品种丰富,质量优良。但“酒好也怕巷子深”,一段时间以来,潜山不少优质农产品仍“养在深闺无人知”,在数字已成为新农资,手机已成为新农具,直播已成为新农活的今天,电商已成为推销农副产品最为高效的平台。“第一书记”注重用好电商这个“利器”,纷纷走进“直播间”,推销农副产品,这是在为当地农副产品“背书”,也是在为一村百姓谋福祉。也许他们直播表现欠佳,普通话也并不标准,但他们

直播间里的身影却是乡村振兴路上的最美姿态。他们的直播带货,不仅能够吸引媒体关注,起到聚流作用,促进当地农副产品销售;还能通过这种接地气的形式,塑造一村一域农副产品品牌,展示推广当地区域形象,激起当地群众热爱家乡的浓浓共情。这些为推动一方发展、富裕一地百姓而敢于在直播间里“秀”一把的书记们,都是值得我们点赞的。

“第一书记潜山分团”已经用行动告诉我们:电商助农大有可为。接下来,直播间里,需要第一书记们继续当好“推销员”“带货员”;直播间外,同样需要第一书记们大有作为。优化农村公路布局、完善网络基础设施、建强农村物流体系、大力发展“客货邮”、引导更多农民兄弟进军农业电商市场……只有不断拓宽眼界和思

路,敢于、善于为农业电商站台、代言、带货,力促电商与物流齐飞,生产与销售共赢,才能使电商助农效果最大程度显现,让更多农副产品飞入千家万户,帮助农户增收致富。

为官一任,造福一方。期待更多乡村干部们像“第一书记潜山分团”一样,把网络当集市,勇于融“网”用“网”,都来当吆喝叫卖的“带货主播”,帮乡亲们增收致富,让群众的“钱袋子”更满,幸福的笑容更甜。



图片来源于网络。

为养鸡农民成 大学客座教授喝彩

潘天庆

2000年回乡后,望江县鸦滩镇连塘城村袁源只专注一件事,那就是养鸡。20余年里,袁源不仅把养鸡事业做得风生水起、带动地方群众增收,还被池州学院聘请为讲师。今年3月,他被华中农业大学聘请为客座教授。

(《安庆晚报》10月31日)

在许多人的印象中,学院的讲师和大学的教授都是高学历人才和专家学者,与农民无关。但在新农村的现代化实践中,有许多新型职业农民,还有不少“田秀才”“土专家”。他们或是田间地头的“老把式”,或是返乡创业的新青年,经年累月和种植、养殖打交道。他们爱农业、肯钻研、懂技术、敢开拓,成了响当当的行家里手。如袁源,他的学历或许不高,也没有传统意义上的科研成果,却真正“把论文写在了大地上”,因而他被聘请为客座教授,他的励志故事也成为当地的佳话。这让我们看到了农民这一职业的潜力以及农村广阔的天地里成就更多精彩人生的可能。

我们为袁源喝彩,是他紧盯市场的创业。他借助科技力量与安徽农业大学合作,在本地黄鸡中挑选出黑羽乌骨鸡做母本,又从江西引进黑羽乌骨鸡公鸡做父本,经过数年提纯、选育、扩繁,养殖成深受市场欢迎的黑羽乌骨鸡。为实施标准化和规范化管理,他统一防治禽病、统一消毒,建立质量安全追溯制度,加快产业化进程。他还以年销售收入超过1500万元了带动地方群众增收,他以这一“通行证”和含金量高的“文凭”,赢得高校的青睐,成为了客座教授。

我们为养鸡农民袁源成大学客座教授喝彩,还说明了三六九行,行行出状元。袁源的经历再一次说明了那个最朴素的道理:术业有专攻,只要专精一门,不论是“种田”还是“养鸡”,同样可以出彩,成就不凡。袁源把握好市场的需求,在“不做大只做特,不做第一只做唯一”上下功夫,不仅使自己成为农业新业态的先行者,而且还为我市创新打造出了黑羽乌骨鸡这一新品种,在希望的田野上成就了自己的事业,实现了人生的自我价值。同时,这也告诉我们,农村人才的评定,已破除了唯学历、唯资历、唯论文等倾向,突出了以实绩为导向,我们的大学也正在为这类人才提供施展拳脚的舞台。这也就为下乡回乡创业的大学毕业生、复退军人等以及乡村的“田秀才”“土专家”们脱颖而出,创造了条件,打造了广阔的施展空间。

“第一书记潜山分团”背后的秘诀是什么?

孙维国

“第一书记潜山分团”用独到的视角、幽默的表现形式,为潜山的风土人情和农特产品开辟了一条“共富路”。“第一书记潜山分团”账号迅速在抖音平台上崭露头角,三个月内圈粉12.4万,农特产品曝光量超过1000万,带动农产品销售超过60万元,这背后的秘诀是什么?

首先,“第一书记潜山分团”以诙谐幽默的方式宣传潜山的土特产品,通过一系列幽默的表演和互动,他们让观众忍俊不禁,引发笑声。娱乐性质的内容吸引了大量网友,让他们了解潜山的风情和土特产品。

其次,潜山的农特产品多种多样,每个村庄都有其特色。第一书记们不仅宣传自己村庄的产品,还互相推介,形成了产品之间

的互补关系。相互合作精神不仅加强了各村庄之间的联系,也拓宽了产品销售的渠道。多元化的乡村产品推广有助于提高农产品的销售额,为农民增收提供了实实在在的机会。

“第一书记潜山分团”的直播带货活动不仅提高了农产品的曝光度,还直接带动了农产品的销售。许多农产品在直播间成交,同时也吸引了更多消费者前来购买,为农民带来实实在在的收益,为乡村经济注入了新的活力。

除了销售农产品,第一书记们还努力培育新农人。通过直播和短视频,他们向年轻人传授农业知识和创业技巧,鼓励他们回乡创业。“第一书记潜山分团”的成功也凸显了社交媒体在乡村振兴中的作用。

通过抖音这一热门社交媒体平台,他们将潜山的故事传播到全国各地,吸引了众多网友,再次印证了社交媒体在信息传递和品牌推广中的重要性。

“第一书记潜山分团”用新颖的思维和方式,打破了传统的宣传和销售模式,为乡村振兴探索了一条新路。在乡村振兴的道路上,创新和活力是不可或缺的元素。“第一书记潜山分团”用其独特的方式,让直播带货产生了推介农产品、宣传当地乡村文化、介绍人文地理、提升农民收入、促进乡村经济发展等多重效应。他们的成功经验告诉我们,只要有创新思维和勇气尝试,“小屏幕”也能带领广大农民走上致富路,为乡村振兴贡献更多“新活力”。