

秦岭深处，“带”火脱贫产业的木耳主播

本报记者强晓玲、蔡馨逸、李亚楠

■ 金米村“90后”主播

陕西柞水有一群90后主播，直播带货为山区农户联接出更大的市场，让“小木耳”做出“大产业”。

今年4月20日，习近平总书记来到陕西省柞水县小岭镇调研脱贫攻坚，在金米村电子商务中心，和正在网上直播销售柞水木耳的“90后”主播李旭瑛等人亲切攀谈，称赞他们是“小木耳大产业”，电商不仅可以帮助群众脱贫，而且还能助推乡村振兴，大有可为。

总书记成了“最强带货员”。4月21日，在6个小时的直播里，李旭瑛、李佳琦、薇娅同时在各自直播间带货柞水木耳，2000万网友几乎买空了店铺……

2020年，对徐追梦来说，是真正“追梦”的一年。这一年，作为网红主播李旭瑛的师妹，徐追梦“追”进直播行业卖起了柞水木耳。

看到这一年直播带货为山区农户联接出更大的市场，看到获得越来越多的买家认可、赞誉，徐追梦觉得这一年“追”的很值。

“哈喽，宝宝们，大家早上好，我们又见面了！”上午10点，徐追梦准时出现在直播间，漂亮的秀发、齐腰羽绒服，环形直播灯下美丽的“90后”小主播妙语连珠。

她身后的背景灯箱上，“柞水，木耳”几个大字在层峦叠嶂的秦岭山脉映印下非常夺目。

今年4月20日，习近平总书记来到位于秦岭深处的陕西省柞水县小岭镇调研脱贫攻坚，在金米村电子商务中心，和正在网上直播销售柞水木耳的“90后”主播李旭瑛等人亲切攀谈，称赞他们是“小木耳大产业”，电商不仅可以帮助群众脱贫，而且还能助推乡村振兴，大有可为。

“直播助农有意义”“我要买一包支持”……总书记成了“最强带货员”。

4月21日，在6个小时的直播里，不敢相信“自己也红了”的李旭瑛接受了媒体采访，与做客直播间的柞水县副县长张培携手向网友推介木耳。李佳琦和薇娅也同时在各自直播间带货柞水木耳，2000万网友几乎买空了店铺……柞水木耳火了！

如今，金米村一年两季的木耳已经收获入仓，白茫茫的木耳大棚里只剩下一个个采摘过后的菌棒，等待来年开春重新栽种，网上直播间却依然火爆。

围炉烤火的金米村二组村民、曾经的贫困户王极东笑意盈盈，今年仅木耳一项就让他净收入4万元。

金米村有条“米汤路”，是曾经“穷怕了”的村民们寄寓美好生活而起的名。距村委会不远的“木耳中心”，是曾经的贫困户陈庆海与他人合作承包的村集体销售经营项目。如今，置办了不少直播设备的陈庆海跃跃欲试。

直播一年遇到“最强带货员”

距离“最强带货员”来到李旭瑛的直播平台，时间已经过去整整8个月。可每每提及，仿佛一切就在眼前。

她记得很清楚，4月21日，意想不到的事情持续发酵：李旭瑛、李佳琦和薇娅三个直播间里，涌入2000万网友，买光了价值300多万元的20多吨木耳，相当于2019年柞水县淘宝平台4个月的木耳销量。这让接触直播带货一年的李旭瑛信心大增。

李旭瑛所在的电商公司以销售柞水木耳为主，2019年有7500万袋木耳由这家公司统一购销。为了拓宽市场销路，公司开始尝试网络直播，公司办公室主任李旭瑛因相貌清秀、性格开朗被拟定为主播。2019年3月，她特意参加了电商平台的直播培训班，第一次作为主播坐在镜头前。

“直播是对着镜头说话，没有面对面的交流，经常下一句就不知道该说什么。”一开始面对镜头，李旭瑛时常不知所措。于是，她就多看、多学、不断演



▲ 主播李旭瑛在陕西柞水县小岭镇金米村木耳展销中心内直播带货介绍柞水木耳。
新华社记者梁爱平摄

练。慢慢地，李旭瑛摸清了门道。随着直播间观众人数增多，各种各样的提问也在评论区滚动起来。

面对大家的提问，李旭瑛在耐心解答中积累了经验，直播也渐入佳境。销量从一开始的几单到几十单，再到上百单，节节攀升。

“直播带货不仅是销售的新趋势，还特别适合农产品。”在多次将直播镜头对准木耳大棚后，李旭瑛对直播销售农产品的好处有了更新的理解。“直播通过镜头和我们的介绍，把观众带到生产基地，让他们详细了解农产品的整个生产过程，做到买得放心、吃得安心。”李旭瑛说。

总书记的“带货”无疑让柞水木耳声名远扬。在之后的一段时间里，李旭瑛公司的直播间依然热闹，每天都能卖出四五万元的木耳，就连金米村的农户们都来帮忙打包、发货。

如今，直播销售已趋于稳定，每天都有七八十单的销量，线上销售已占到公司销售量的70%。

“循环播放”的秦岭木耳教科书

“宝宝们，木耳一定要用凉水泡发，不要隔夜。”环形直播灯下，手里拿着泡发的木耳，徐追梦对着镜头讲解着木耳的正确食用方法。

一次直播4到6个小时，主播们都会从木耳的产品特点讲到制作方法，从生长环境讲到营养价值，从包装品类讲到折扣优惠。只要与产品有关，只要有观众提问，他们都会娓娓道来，简直就是一本“循环播放”的秦岭木耳教科书。

尽管入职只有半年，徐追梦觉得自己学到了很多，要学的更多。26岁的何锦漪与李旭瑛作为直播销

售团队的元老，给了徐追梦不少直播的指导 and 经验。

2018年，为了顺应电商发展趋势，李旭瑛所在的公司多个大型电商平台开了网店。随着直播带货的逐渐火热，2019年，公司从多个岗位抽调人手开始拓展直播销售业务，除了办公室主任李旭瑛，还有公司法务何锦漪。

今年五一，直播团队将镜头延伸到木耳生产基地。只见连片的大棚，整齐的菌袋，黑色的木耳长势正旺，棚内的数据采集系统实时监控……直播中，手持设备的何锦漪穿梭在菌包间喜不自禁。

“每销售出去一份木耳，都是对当地脱贫的一份助力。每一次直播，也是对秦岭风物的一次传播。”何锦漪说，尽管现在直播间已转移到西安的公司，但金米村的“村播”点会随时启用。

记者在金米村电商中心的直播间里看到，手机、三脚架、补光灯等直播工具一应俱全。28岁的村民陈贤花既是中心的负责人，也是“村播”主播。

今年3月疫情期间，在李旭瑛的带动下，此前对直播一无所知的村民陈贤花主动加入，4月就开始和李旭瑛搭档直播。如今，只要需要，陈贤花就会打开设备，在绿水青山间开始一场“村播”。

“没人敢包的木耳大棚成了抢手货”

“现在是游客带货，朋友圈带货，未来我也要去做直播。”

自从5月份在金米村电商中心跟随李旭瑛等主播参与了几次直播后，村民陈庆海逐渐摸出点门道，“就是不断地讲木耳产品，讲有啥好处，现场还直播过炒菜”。

川西高原，推出“IP 丁真”的幕后英雄

本报记者康锦谦

■ 丁真背后的“推销员”

“白发推销员”文雪松，高原足球“筑梦师”四郎泽仁，理塘县新闻通讯员叶强平……

丁真走红背后，离不开这些没有被镜头拍到的人，让丁真这个“IP”能够传得开、走得远。

一头白发为村子“引流”的扶贫干部

“现在丁真火了，我们村子也有了更多希望。”文雪松对记者说。

在丁真走红后不久，一张照片在网上热传，照片中的男人顶着满头白发，正在卖力宣传理塘特产。

实际上，这位“白发推销员”只有37岁。他叫文雪松，是理塘县濯桑乡汉戈村的驻村“第一书记”。

这张照片引起众多网民热议，大家既对他的一头白发感到吃惊，也对高原扶贫干部的辛苦表示心疼。

去年5月，文雪松从甘孜州巴塘县主动申请到高海拔的理塘县汉戈村担任驻村第一书记。仅过了一年多时间，他的一头黑发就变成了白发。

汉戈村是一个雪山环绕、风景优美的高原小村，平均海拔3700米。这里以半农半牧业为主，村里种植着大片的青稞。

今年初，受疫情影响，汉戈村的黑青稞饼干等一度滞销，急得文雪松四处想办法，最后他决定“亲自上阵”。4月开始，他手捧汉戈村特产，在抖音当起了“带货主播”，一共直播5场，效果颇好。

截至目前，汉戈村的黑青稞曲奇销售额超过了30万元。“我们现在还开发了新品种、新口味，有青稞沙琪玛，还有巧克力味、椰香味和无糖的青稞饼干。”文雪松告诉记者。

在理塘，很多干部都有一种“时不我待”的紧迫感，他们总想“穷惯了”的百姓能尽快富起来。

文雪松就是这样，自驻村以来一直很拼。记者查看文雪松发来的照片看到，2019年7月的照片上，文雪松一头乌黑头发，盘腿坐在草地上与村民攀谈；而到了今年4月，视频中的他已是满头白发。

“大家都辛苦，不止我一个人。”文雪松告诉记者，头发的事一开始他根本没注意到，还是和同事翻看照片时突然发现的。



▲ 四郎泽仁在球场上。新华社资料片

文雪松有两个小孩，小儿子只有4岁，他上次见到爸爸时十分地惊讶，远远看过去还以为老爷爷来了。

“请大家不要再关注我的白发了，多关注我们村子吧。”文雪松说。

经过几年的千群奋斗，汉戈村从2015年人均收入不足3000元到现在人均收入七八千，村民们生活变得富裕起来。每逢旅游旺季，村里的花海景观、“星空帐篷营地”接待游客众多，村里研发的黑青稞饼干也通过电商平台销售火爆。

文雪松只是四川甘孜州扶贫干部的一个缩影，多年以来，高山峡谷、高寒缺氧、交通不便严重制约着高原经济社会发展。为了高原群众的幸福生活，成千上万名像文雪松一样的扶贫干部呕心沥血、前赴后继。

高原足球“筑梦师”

2002年，中国国家男子足球队首次踢进世界杯。在各大城市，街头随处可见穿着球服的球迷，商场、酒馆都布置有足球元素。

那一年，在海拔接近4000米的高原上，一个名叫四郎泽仁的12岁藏族少年，打开电视机，平生第一次观看世界杯。

“我就是从那个时候开始喜欢上足球的。”四郎泽仁说，在足球的世界中，一切都有可能发生。

如今，他像不少村民一样，开始学着用手机拍摄与金米村木耳有关的短视频，发在微信朋友圈、抖音等平台上。“村里不少人都做过，还是挺简单的。”陈庆海说。

之前在矿上打工的贫困户陈庆海看到村里发展木耳产业，发现“农户真的挣了钱”，于是在2019年返回金米村，开始包棚种木耳，当年就多挣了5万元。越来越多的游客因木耳慕名来到金米村，让陈庆海吃了定心丸。5月1日，陈庆海联合两户村民开办的农副产品营销中心“木耳中心”正式开张，通过线上、线下销售，他的木耳生意越做越好。

陈庆海说，如今销售额已达30万元。“除去本钱，我们三户净赚十五六万，这比种木耳还厉害呢。”

“木耳中心”是金米村村集体项目，陈庆海销售的木耳是从村集体“拿货”。年轻的金米村村委副主任陈明明介绍，2018年柞水县大力发展木耳产业，金米村为了推广种植，村干部可是费了不少心思。“当时困难非常大，多数群众处于观望状态，大家都担心种植面积过大，市场价格和销路成问题。”陈明明坦言，“老百姓怕一年下来白忙活啊”。

金米村特产木耳，这里的百姓自古就有种植木耳的传统。2018年，柞水县通过与企业、社会团体扶贫协作，在金米村建起了“柞水木耳展销中心”，金米村被列为柞水木耳专业示范村。村集体经济组织与企业签订借款合同，农户与村集体经济组织签订“借棚还耳、借袋还耳”的“两借两还”协议，村集体免费提供大棚和木耳菌袋，每季采摘结束后，农户将成品木耳上交统一销售，村集体将销售资金扣除借棚、借袋成本后返还农户。这样，贫困户无需资金就能参与木耳产业。

随着第一季木耳采摘结束，“看到大家挣了钱，观望的群众动了心”。陈明明说，2019年，金米村仅木耳产业就增收300万元，户均增收达4000元。随着两个木耳基地大棚的陆续投入使用，预计到2021年春季，金米村木耳菌包生产将会达到500万袋，农户收益可达500万元，户均增收将达6000元。“当初没人敢包的木耳大棚如今成了抢手货。”陈明明说。

“他们看到我们挣钱了，都挺兴奋，希望参与进来。”村民王极东曾是一名贫困户，之前仅靠卖山货和土法木耳生产勉强谋生。村里发展木耳产业，王极东是最早一批获益者。如今，他主动将自己承包的3万多棒木耳菌包减少到1万棒。“给人家分些，我们挣钱了，也希望大家都能挣钱。”

如今，金米村的木耳产业规模基本保证了现有的有劳动能力农户都能镶嵌在产业链条上，参与生产经营，把木耳产销与乡村旅游有机结合，形成“农业+旅游+文创”三产融合，让“小木耳”成为促进农民增收致富的“大产业”。

线上直播还在继续，徐追梦不断跟进入直播间的“宝宝们”打着招呼，除了卖力地带货，徐追梦还在不断地把美丽的金米村和风光无限的秦岭介绍给大家：

“秦岭山脉真的非常漂亮，森林覆盖率高达88%，是国家级森林公园，这里云雾缭绕，环境、湿度、空气都很好。现在是冬天，大家也可以来这里滑雪、泡温泉，是非常好的休闲度假之地……”

球场在理塘县落成，这座海拔近4000米的球场被云海环绕，被称为“天空球场”。

以四郎泽仁为代表的足球爱好者，正在影响不少当地中小学生。理塘县中学学生刀青告诉记者，他想成为职业球员，进入国家队踢球。

“我相信有一天这里会出现足球明星。”四郎泽仁说。

理塘“推销员”

在理塘，不管大事小事，在现场总是很容易看到一个瘦瘦的、背着相机的身影。

他叫叶强平，是“世界高城”理塘县的一名新闻通讯员。在媒体圈内，他是出了名的“拼命三郎”，许多新闻记者半夜都会收到来自他的投稿。

丁真走红以后，叶强平每天要接100多通电话，每晚忙碌到十一二点。“现在知道理塘，喜欢理塘的人越来越多了，我虽然比之前忙碌许多，但从心底里觉得高兴。”叶强平说，丁真是幸运的，而理塘这些年的努力，也终于被外界看到了。

20世纪90年代，叶强平从家乡重庆来到理塘，成为一名新闻通讯员后，他跑遍了理塘县24个乡镇的山山水水，一千就是二十多年，成为理塘的“推销员”。

高寒缺氧、山高水远、语言不通，在高原采访并不容易。为了采访，叶强平好几次差点丢了命。

2000年4月，理塘遭受罕见暴雪袭击，距县城80多公里的曲登乡是理塘县海拔最高、条件最艰苦的纯牧业乡，也是灾情最严重的乡，当地有数名牧民因雪灾而失联。

为了及时采写新闻稿，让外界获知灾情，叶强平跟随救灾工作组翻山越岭，到了越野车都无法翻越的地方便骑马、徒步前行。

近十天时间，救灾人员一个山头一个山头地寻找失联牧民，大家以干粮和雪水充饥解渴，严重的高原反应让人脸上发紫、手脚发麻，白茫茫的世界刺得人眼睛生疼，在这种条件下，叶强平坚持连夜赶稿，对外发布了数条新闻稿。

这样的经历还有许多。这些年，叶强平也曾有好几次机会调去条件更好的地方，但他最终都没有选择。“我走了，谁来帮理塘写新闻稿呢？”

叶强平回忆，上高中时，最喜欢跑去叔叔家，因为叔叔订了一份《万县日报》，那时在村里报纸还算是稀罕物。对新闻写作的痴迷，少年时就已扎下种子，但没有想到的是，自己最终会在这样遥远的地方实现自己的职业理想。