

处暑过后,收获季节到来。随着邮政“919 电商节”火热来袭,重庆市的山水田野间更加沸腾——江津的花椒、忠县的大米、黔江的脆李,正通过邮政农村电商直播这一新通道涌向全国各地。

直播助农作为乡村振兴和网络深度融合发展的新兴产物,正引领农村电商模式不断创新。对邮政企业而言,直播带货已成为电商包裹的主要业务来源,必须主动接入这个市场。时代大潮中,重庆市邮政分公司对外与团市委合作打造“青耘重庆”助农直播品牌,对内融入邮乐平台,打造完善的直播体系,融入发展潮流。全市不少区县邮政分公司先行先试,通过“邮乐直播”开展农产品基地溯源直播,“二十四节气”“919 电商节”主题直播……各类日常直播,让邮政直播品牌逐渐打响。特别是今年,重庆市分公司与共青团重庆市委签订战略合作协议,自7月以来已有22个区县分公司与地方团委开展了“青耘重庆”助农直播近百场。

当前,重庆邮政**39个**区县分公司全部开通邮乐平台直播,**27个**单位开通抖音直播号,截至今年8月底,已开展线上直播**1100余场**。其中,“邮乐直播”交易额达**128.13万元**。通过组建直播团队、打造邮政直播IP,山城各处涌现出诸如“荣昌邮政小荣小驿”“江津邮政大美丽”“苗家邮小妹”等知名IP。他们乘着直播助农的东风,拓宽了农产品上行通道,打开了与地方政府的合作通道,催生了邮政电商直播带货新生态。



江津邮政主播携手共青团江津区委主播直播带货。



在荣昌区鹿子村,村党支部书记带着村民进入邮政直播间,为自家的土货代言。



江津邮政主播“大美丽”和“旺仔”正卖力推介农产品。

本版图片由刘亨岚 黄腾飞提供

本期关注:重庆邮政电商直播带货新生态



百舸争流千帆竞

□本报通讯员 张熙琳 重庆记者 魏馨

江津 农产品出村要靠新媒体的力量

从江津城区出发,沿着乡村道路跋涉50公里,又转过几个陡峭的大拐弯,再从梨林间蛇形小道蜿蜒而上,这才到达白沙镇松林岗村的重庆亚奥果树种植专业合作社。

一张圆桌,堆满村民们背来的红薯粉、干辣椒、盐竹笋、干豇豆以及合作社出产的奈李、黄花梨;而另一侧,土鸡土鸭的叫声不时响起。一部手机、一个支架,两名邮政主播,连接起小山村与外面的世界。

骄阳直射的院坝中,伴随着阵阵蝉鸣鸟叫,一场别样的山货直播正在火热上演。

“红薯粉再上点!”“我第5次下单了!”“干辣椒怎么卖?”亲眼看到直播间“热浪”阵阵,村民们称重、分装忙个不停,现场观摩的共青团江津区委书记王利有了切身感受:“农产品出村真正要靠新媒体的力量!”

松林岗村是江津区邮政分公司直播运营团队“青耘重庆·百村行——挑战帮100个乡村卖山货”的第10站。7月,继重庆市邮政分公司与共青团重庆市委签订战略合作协议后,江津区分公司与当地团委的联系更加紧密。双方策划了“挑战帮100个乡村卖山货”直播助农行动,挖掘地方农产品,让“青耘重庆”直播品牌在江津深深扎根。

刚抱回共青团重庆市委授予的“青耘重庆”直播助农团成员证书,主播“大美丽”蒲凤梅劲头十足。她与新主播“旺仔”唐旺默契值顶格,一人带动直播间氛围,一人上前介绍产品,完全把握住直播节奏。

此时,距江津区分公司进行第一场助农直播带货已两年有余。2021年6月,作为市场部员工,蒲凤梅和同事卞先龙应杜市镇政府之邀,在邮乐购平台开启了第一场直播,帮黑滩村江安李打开销路。“我和同伴模仿平日看

的网络主播的样子,在直播间卖力地吆喝。”蒲凤梅说,让她没想到的是,一个半小时竟然就售出1200多单,吓得村委会主任赶忙跑来“阻挠”：“不能再播了,不能再播了,老百姓搞不赢了!”

自此,直播助农小火苗被点燃。2人组成台前幕后搭档,接手“江津邮政”抖音和邮乐平台账号,摸索着踏上农村电商直播新征程。

始于热爱,成于奋斗。在短视频吸粉、直播涨粉的过程中,他们辗转各乡镇,顶着40℃高温走进果园拍摄,挑着电灯晚上八九点在田间直播。从一开始“游击战”到现在形成自有风格的“青耘重庆”直播系列活动,个中艰辛不难得知。

两年时间,“江津邮政”抖音号粉丝从不足1000人涨到3.2万人,跻身地方小有名气的“网红”行列。两年时间,江津邮政直播运营团队扩大至3人,培养兼职主播10人,帮助逾60万斤农产品出村进城,农村电商直播生机勃勃。

谈及运营秘籍,团队成员卞先龙始终将其归于“坚持服务乡村振兴的初心和实干精神”。

卞先龙走“技术流”路线,一场直播下来,要负责视频拍摄剪辑、店铺上货发货、快递单打印等,无一刻松懈。除了紧盯数据和人气、研究传播套路和形式,他更关注新生态孕育的新机会。“我们正在利用直播建立金融数据库。”在卞先龙看来,立足助农中心点,正是突破金融业务发展瓶颈,促进寄递、渠道业务增收的新通道。

这也正是江津区分公司打造农村电商直播体系的目标之一。“江津邮政”账号定位于服务乡村振兴、联动业务宣传、提升品牌形象。以此为引领,江津区分公司结合

“二十四节气”主题营销、社区团购等,在多个营销场景中呈现“周周有直播,月月有主题,全年可持续”的新生态。

在这条道路上,“邮政”二字早已牢牢和担当作为、乡村振兴等词语绑定在一起。“凭借电商直播形成的良好社会效应,我们搭建起与辖内街镇合作的桥梁。”江津区分公司副总经理蒋思形容说,靠着这张“助农名片”,邮政在当地实现了从上门推介到政府部门主动寻求合作的新局面。

直播搭桥,是以“整镇开发”一路高歌猛进。通过分公司对接区级部门、支局长对接街镇、所主任对接村两委的“三个对接”,江津区分公司从上到下紧抓关键。纲举目张,执本末从。与从前挨个对接农户相比,更加事半功倍,邮政员工的身影得以经常出现在各类产业协会群中。

目前,江津区分公司已和先锋、石蟆、塘河等街镇签订合作协议,从会展、寄递、金融等方面全面展开合作。一个崭新的直播搭台、文传唱戏、金融增额、渠道增收、寄递增量的邮政业务发展生态圈,正加速形成。

“圈”中,最直接的受益对象当数邮政支局、所。当天,永兴支局负责人秦科带着投递员早早来到现场,帮忙分装、称重、贴单。在与合作社负责人的交谈中,他当场签下6000个定制李子包装箱的协议。“每次直播结束,当乡亲们问‘你们好久再来播’时,我心中就更有底气了!”秦科话语间充满自豪。

两个小时挥汗如雨,上百斤山货销售一空。来自山下麻子坝的村民周树林接过现结的货款,脸笑得皱皱的:“之前卖东西都是求爷爷告奶奶。哪像这直播,卖得好快哟!”眼见村民个个乐呵呵,白沙镇副镇长肖家荣竖起了大拇指:“邮政是真正为农服务、为农民办实事、为‘三农’解决问题的!”他盼望着下一场直播的到来,“镇上有几百亩龙眼马上成熟,我就回去安排起,你们可一定得来!”

直播地理所当然成了响应最积极的人。“邮政肯定能帮我们卖个好价钱。”刘本玉信心满满地说。

设在露天坝的直播间,明晃晃的太阳晒在头顶,十多个村民扎堆等候上场,不时歪头小声讨论着,尽管如此,喜庆热闹的气氛一直弥漫在人群中。这场开在老百姓家门口的直播主打的就是真实、便民,自产自销。

好处不囿于此。针对这100个村党支部书记出镜的专场直播,荣昌区分公司还免费提供包装和寄递服务。直播结束后,村民平日里也仅需将自己要销售的土货交到村上的便民服务中心,投递员当天就能送至荣昌区邮件处理中心,然后由渠道部专人对产品进行归类并联系售卖,形成长期稳定的供销关系。

直播对邮政业务的反哺功能也正同步体现。过去三年,荣昌区分公司曾将直播引流作为业务发展增量增收的重要抓手,取得了系列成效。从单纯的直播到多项业务协同发展,这种“多点开花”的模式也正在“青耘重庆·品味荣昌——邮政携手100个村支带您农家淘土货”直播中慢慢体现。

“我们一定会抓好用好村党支部书记这个‘牛鼻子’!一切只是时间问题!”朱军对后期发展有着更远的考量。“喏,镇上刚落成的仁义书院就是邮政为我们设计打造的,大气漂亮。很期待与邮政开展更多合作。”仁义镇副镇长叶剑同样满是憧憬。

荣昌区分公司用直播为乡村振兴提供新思路,也为合作开启新机遇。鹿子村直播这天,吴永胜还专程与重庆市分公司团委的同志到现场开展联合调研,邀请他们前往成渝现代高效特色农业带之双昌合作园区实地察看。烈日炎炎下,彩色的水稻在风中竞相摇曳,就像是对双方可感可知的未来点头认同一般。