“古丈毛尖，根根拔尖”“石门柑橘甜如蜜，汉寿甲鱼营养高”“郴品郴味 人生回味”“欢迎品饮安化黑茶”……9月23日，湖南省首届村播大赛决赛将在湘西土家族苗族自治州古丈县举行。连日来，全省14个市州的三农主播热情高涨，正在进行市（州）内PK大决战，每个市州胜出的5支队伍将代表该市（州）出征古丈，与全省村播达人一决高下。

古丈县深处武陵山腹地，大地流彩的金色季节，为何把这么重要的赛事放在全省人口最少的县呢？

原来，这里不仅有厚重的文化，奇秀的山水，丰富的物产，更在数字经济蝶变的今天，以“云端”的优势战胜“区位”的劣势，闯出了一条“数商兴农”的独特路径，以“四个高于”交出了城乡共富的优异答卷。

2024年，古丈县电子商务交易额达12.1亿元，其中农产品电商零售额突破1.2亿元大关。古丈县委书记滕朝辉生动地说：“手机成为新农具，直播成为新农活，数据成为新农资，这是新时代的古丈现象。”

古丈栖凤湖畔茶园。

数商兴农 大地流彩

——古丈村播经济为乡村振兴注入源头活水，交出“四个高于”优异答卷

杨元荣 刘小军 张棋铭

古丈毛尖，根根拔尖。

新农人——流量时代千好“新农活”

晨曦初露，周选已架好手机，开启茶事直播。“茶友们看，这是我们古丈特有的高山云雾茶！”镜头前，“茶农主播”熟练地展示古丈毛尖的传统揉捻工艺。

10年前，周选随妻向国娟到古丈从事茶叶种植和营销，经营范围涵盖茶叶种植、生产加工、销售、茶文化传播、茶旅观光等，并创立“湘茗华”茶叶品牌。在数字电商风起云涌的推动下，他不光线下推广茶，更把重点放在线上，用短视频记录着茶乡变迁，用直播间架起产销桥梁，获评全省茶文化“金牌宣讲员”。

2024年，古丈县顺势而为开始举办村播大赛。在今年举办的第二届村播大赛上，137名参赛主播累计带货销售额达3200万元，较首届增长45%。其中，断龙山镇的彭言付团队表现亮眼，这位退伍军人带领的“藤茶小队”在决赛中创造了单场71.3万元的销售纪录。

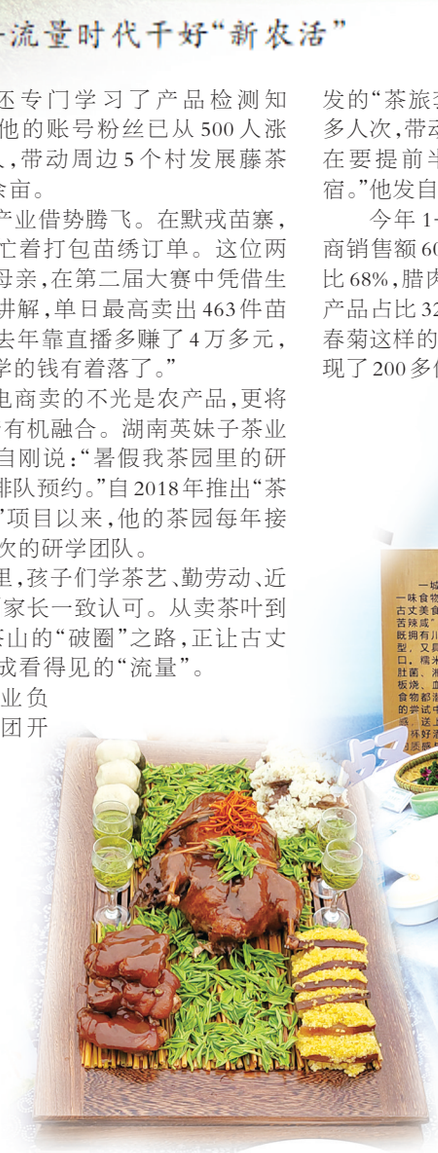
“我们准备了整整三个月。”彭言付在大赛前，每天都要对着镜子练习4小时，他还专门学习了产品检测知识。如今他的账号粉丝已从500人涨到2.3万人，带动周边5个村发展藤茶种植500余亩。

特色产业借势腾飞。在默戎苗寨，石春菊正忙着打包苗绣订单。这位两个孩子的母亲，在第二届大赛中凭借生动的苗语讲解，单日最高卖出463件苗绣产品。“去年靠直播多赚了4万多元，孩子上大学的钱有着落了。”

古丈电商卖的不光是农产品，更将一产、三产有机融合。湖南英妹子茶业创始人龙自刚说：“暑假我茶园里的研学游需要排队预约。”自2018年推出“茶旅研学游”项目以来，他的茶园每年接待4000人次的研学团队。

在这里，孩子们学茶艺、勤劳动、近自然，得到家长一致认可。从卖茶叶到卖课程，茶山的“破圈”之路，正让古丈的山水变成看得见的“流量”。青竹山茶业负责人瞿继团开发的“茶旅套餐”今年已接待游客1800多人次，带动周边20多户茶农增收。“现在要提前半个月才能订到我们的民宿。”他发自内心地笑。

今年1-8月，该县农产品电商销售额6095万元，其中茶叶占比68%，腊肉、苗绣等特色产品占比32%。县内像石春菊这样的“新农人”已涌现了200多位。



▲古丈青竹山全茶宴。
◀古丈茶宴鸭。

“守艺人”——传统文化的守望者

手机镜头前，向宏俊专注地揉搓着手中的墨团，额头上沁出细密的汗珠。这是他与叔叔向清标复刻徽墨的第512天。2023年7月，这条5分58秒的视频在抖音获得4.4亿播放量，让这个藏在武陵山脉深处的“山白”团队一夜成名。

户籍人口仅有14.6万的古丈，近年来涌现出很多网红“守艺人”。彭南科的蓑衣制作视频获赞百万，张冬冬的乡村生活记录收获百万粉丝，“山白”团队48条视频吸粉3000万……他们用镜头重新定义了乡土文化的价值。

2019年，在上海务工的汽修技师向清标看到李子柒视频爆火，“原来农村也能有所作为。”他萌生回乡念头。

同一年，计算机专业的张冬冬因创业失败负债几十万元回到古丈。媒体人彭南科，则在不惑之年拿起摄像机，开始记录那些濒临失传的手艺。在古丈，像这样的回归人才已有35个成规模的自媒体账号，内容涵盖非遗技艺、乡村生活、传统美食等。

复刻一门手艺往往需要数月甚至数年。制作龙泉印泥时，“山白”团队从500斤藕梗中才抽出不到1钱藕丝；复制徽墨时，因在闷热七月开空调控温，光电费就花了上万元。

46岁的彭南科同样执着。为了制作湘西苗银杯，他反复锤打了上千次；拍摄缫丝织布视频，他完整记录了72道工序。“柴烧建盏做了一个月，最后只烧出两只成品。”他说。

2023年8月，向宏俊被蛇咬伤。躺在病床上得知徽墨视频爆火时，这个沉默的年轻人只是轻轻说了句：“值了。”如今，“山白”复刻的徽墨被网友称为“中国的奢侈品”。

张冬冬的转型同样令人惊喜。这个曾经说话都害羞的“湘西冬宝”，没想到第一次直播带货就卖出大量腊肉和毛尖。“我只卖家乡特产，要对得起粉丝的信任。”

变化正在发生。古丈县召开自媒体座谈会，号召讲好古丈故事；非遗抖音数据显示，30岁以下传承人已有199人；“山白”将活字印刷视频捐给中国印刷博物馆，让传统文化走向更远的地方。

古丈村播网红彭南科。

古丈村播山白团队向宏俊。

彭南科把湘西的院子“搬”到了长沙，打造“南科院子”做匠人访谈；“山白”团队计划联系非遗传承人深入学习；张冬冬则开始尝试双语视频，想让世界看到湘西的美。

“我们不是在表演手艺，而是在抢救记忆。”彭南科说。在这个快节奏的时代，这群古丈“守艺人”用慢工出细活的方式，守护着最珍贵的文化基因。正如向清标所说：“容易的事人人都会做，越难做的事做成后越有价值。”

夜幕降临，小木屋的灯光依然亮着。向清标翻开新一页古籍。在大山深处，传统文化的星星之火，正通过一个个手机屏幕点亮。

“古丈主播”——推进乡村全面振兴的新名片

傍晚，茶园里飘来阵阵饭菜香，呼朋引伴的客人发出阵阵欢声笑语。“家人们，看过来，这是我们创新菜茶叶鸭子。”瞿继团正通过直播间向网友展示他的茶系美食。

“最初只是接待考察客商，没想到做成了特色餐饮。”青竹山茶业负责人瞿继团介绍。依托数百亩茶园，他们创新开发出系列“茶系美食”：用干茶保存的“茶叶腊肉”、加入鲜茶的“茶叶黄雀肉”、以茶汤慢炖的“茶叶鸡”，还有茶叶炒蛋、茶汤饭等，每道菜都散发着独特的茶香。“茶餐”不仅带动了茶叶销售，更实现了“茶旅”完美融合。

如今在古丈，像他这样的村播达人已有2000余人，其中百万级粉丝主播数量在全省名列前茅。古丈村播的火爆，不仅借助家乡山水，乘上电商东风。更在于县委县政府的全力扶持。

2023年5月，古丈县首期“一村一主播”训练营开班，拉开了系统培育村播人才的序幕。县电商协会会长潘勇回忆：“首期培训就吸引了103个村的学员，我们不仅教直播技巧，更建立了一套完整的扶持体系。”

这套体系包括：出台《“古丈主播”劳务品牌建设实施方案》，组建专业技术服务团队，设立专项扶持资金。数据显示，2023年全县培育新增农村网店34家、带货网红66人。

2024年4月，该县首届村播大赛创造了现象级传播：抖音话题播放量3亿，微博阅读量1.3亿，两场直播观看人次2800万。大赛涌现出杨琳琳、戴德好等一批金牌主播，其中“向夫人”杨琳琳单场直播销售额突破200万元。

抖音“新农人计划”投入12亿流量扶持“三农”内容，快手“村播计划”提供30亿流量支持。县里组织古丈村播们乘势而上：“湘西老腊肉”谢小琥通过平台资源，将腊肉卖到北上广深；“腊肉小王子”团队与知名MCN机构合作，年销售额突破千万元。

2025年5月，古丈组织主播赴杭州游学，学习直播电商前沿经验。“这次学习让我们明白，不能只做‘卖货郎’，要成为乡村文化的传播者。”参与游学的田梦贞说。如今她的中草药洗发粉直播，已融入苗医非遗元素。

古丈县还创新打造“主播劳务品牌”，与多家企业签订劳务输出协议。电商协会数据显示，目前已有200余人稳定就业，“我们既要流量，更要质量。”高校毕业生占比达35%。“古丈主播”正成为就业新名片。

光大集团持续助力乡村振兴，自2015年定点帮扶古丈县以来，在产业、消费、产融和电商等方面，实施184个帮扶项目，累计捐赠资金1.048亿元，助力茶叶产值增效，文旅进阶发展，电商蓬勃兴起，形成“平台+品牌+人才+产业链”的可持续帮扶模式。

▲古丈村播网红杨琳琳。
▶古丈村播田梦贞。

（本版图片均由古丈县委宣传部提供）

小手机——搭建三产融合大舞台

清晨，古丈县神土地食品公司的直播间已经热闹起来。“家人们看，这是我们用传统方法制作的蒿草粑，清甜软糯……”镜头前，主播正展示着当地特色小吃。谁能想到，这个曾经“藏在深闺”的山乡特产，如今通过直播间远销全国，年销售额突破500万元。

古丈县虽坐拥古丈毛尖、湘西腊肉、生态茶油、蒿草粑等特色物产，但长期以来，交通不便、信息壁垒让这些“山珍”面临“酒香也怕巷子深”的困境。

2020年，古丈县委县政府全力破局，构建“1+7+N”服务体系，在全县建成1个县级直播中心、7个镇直播驿站和50个村级直播点。从县城的专业直播间到村寨的“田间直播间”，从网红带头直播到农户自学带货，通过“线上引流+线下品控”的双轨模式，构建起覆盖全县的“云上销售网”。

今年以来，该县已完成电子商务交易额6.51亿元，农产品线上销售额突破6095万元。湘西腊肉、古丈毛尖等产品通过直播间走进北上广深的餐桌，甚至漂洋过海销往东南亚、欧盟等地区。

“直播火一时，品控才能火长久。”古丈成立“古丈好物联盟”，推动民营企业共建标准化生产线。润莲阳庄投资500万元建成可视化腊肉车间，通过“腊肉小王子”直播年销2000万元；湘西苗菩送福电子商务有限公司的苗仆官方旗舰店年销售额5000万元。

物流短板也在逐渐补齐。随着顺丰、京东“直播专线”开通，物流成本下降40%，古丈毛尖最快48小时可达全国。腊肉、酸鱼等真空包装产品通过冷链直邮，让“大山味道”保鲜直达。

直播经济的蓬勃发展，不仅拓宽了农产品销售渠道，更推动当地一二三产业深度融合，形成了独具特色的发展新模式。

在产品端，围绕直播市场需求，古丈县创新开发出腊肉酱、蓝莓果干、生态茶油等20余款深加工产品，构建起“鲜品+加工品+文创品”的多元化产品矩阵。

在文旅融合方面，依托直播积累的庞大流量，古丈县精心打造“茶旅直播”“非遗探秘”等主题旅游线路。游客可以跟随主播的镜头，深度体验坐龙峡、红石林等景区魅力，参与采茶、苗绣等特色活动。2024年全县接待游客量达628.97万人次，实现旅游收入50.54亿元，同比分别增长22.20%和19.56%。今年1到6月，古丈接待游客375.7万人次，实现旅游总花费29.85亿元，同比分别增长22.8%和16.15%。

“云上引流+线下消费”的创新模式，更带动了民宿、餐饮等配套服务业的发展，真正实现了“流量变现”的良性循环。

如今，在古丈的各个镇，直播经济让茶园变景区、农房变民宿、农民变主播，正如村播彭文强所说：“我们卖的不只是产品，更是一种生活，一份乡愁。”

“蓬勃发展的‘村播’经济正成为集聚乡村发展要素的重要平台。”古丈县长陈建新说，通过吸引电商人才返乡创业、引入先进运营理念，“村播”不仅向全国展示了新时代乡村的高质量发展图景，更成为推动乡村振兴的“孵化平台”和“发展加速器”，全面激活了乡村产业振兴的一池春水。