沙洋“支书主播”带火家乡味

去年带动农产品销售额3400万元

湖北日报讯（记者祝华、通讯员朱秀晖、张思）“新鲜的羊肚菌，每个都是精挑细选的，村集体自种自销，没有中间商……”6月2日晚上7点，沙洋县后港镇黎坪村，村党支部书记杨维雄正在直播间叫卖。

“直播两小时，卖了1.1万元。”杨维雄说。去年，村里种植羊肚菌26亩，产干羊肚菌1300斤，目前已销售300多斤，销售额10万多元。

沙洋是农业大县，有风干鸡、再生稻米、高油酸菜籽油、长湖鱼糕等特色农产品。为让特色农产品更好地对接大市场，去年该县推行“支书助农”行动，吸纳电商能人进入村委会，培育一批会直播、能带货、善运营的村支书，构建“支部+电商”带货新模式，促进特色农产品销售和村集体增收。

成立电商协会和新媒体协会联合党支部，选择基础条件好、有发展潜力的50个村进行试点，重点打造12个村，先后吸引50多名村支书及村“两委”干部加入电商队伍。

聚焦直播的选品、策划、拍摄、剪辑、话术、互动、运营等技能，依托荆门乡村振兴学院等平台举行专题培训，并组织学员到荆州乌林村、襄阳堰河村等地，跟班学习农产品网货化打造、品牌运营经验。为提升直播经验和技巧，沙洋还举行“支书助农”系列直播活动，20多名村支书走进直播间，在真实销售场景中学习互动技巧、提升镜头表现力和应急处理能力。

针对农产品物流成本高的痛点，沙洋大力推动“统仓共配”模式，建设县级共享仓储分拣中心，整合分散的物流订单，实现集约化配送，将电商件的物流成本降至每单2.5元左右。

经过一年多的孵化，“支书助农”直播初见成效，毛李镇4名“网红村支书”聚焦再生稻、鱼糕、荸荠等产品直播带货，辐射周边6个村，实现村集体经济平均增收3万元，惠及200户村民，户均增收达5000元。2025年，沙洋县通过“支书助农”直播带货和品牌推广，线上线下带动农产品销售3400万元，部分农产品溢价30%。

三峡土家族村，村支书杨祖安在直播带货卖莴苣。（受访者供图）

后港镇黎坪村，村支书杨维雄整理羊肚菌，通过直播销往全国各地。

毛李镇江新村，村支书李宏伟在田间直播卖再生稻。

马良镇邓集村，村支书周丽直播，让在外务工的子女“云看”父母。

（本栏图片除署名外，由湖北日报全媒记者 张诗秋 摄）

粉丝哪里来？真能卖出货？利润如何分？是否影响村务？

村支书直播带货四问

湖北日报全媒记者 祝华
通讯员 张思 朱秀晖

村支书直播带货，粉丝哪里来？真能卖出货？是否影响村务工作？近日，湖北日报全媒记者走进沙洋田间地头，探访村支书们是如何利用“小屏幕”打开“大市场”的。

直播带货首先得有粉丝，村支书们的粉丝哪里来？

“土味”拉满 天天坚持吸来粉丝

“再生稻生长期长，口感好。”6月6日上午，毛李镇江新村，村党支部书记李宏伟头戴草帽，穿着短裤，在连片的稻田边直播起来。

1996年出生的李宏伟此前在深圳做生意，去年返乡任村支书。去年，县里推行“支书助农”行动后，他率先报名，学习拍视频、直播。

“经过一年的积累，现有8126个粉丝。”李宏伟打开抖音账号“李支书办实事”，看着一天天增长的粉丝数满脸喜悦。

李宏伟说，刚开始拍视频做直播，不到一分钟的视频，自己“演”，妻子拍，用了两小时。起初，他连续拍了五六期，内容有干农活场景，也有搞笑段子，但流量都比较少。

去年7月，看到部分村民骑车不戴头盔、开三轮车载人等行为后，李宏伟就头戴草帽、肩披旧毛巾，骑着电动车，拍了一期骑车要戴头盔的视频。“视频阅读量500多万，4.5万点赞，涨粉近4000个。”李宏伟说，这个视频的爆火，给了他很大信心，随后几乎每周都拍一期视频。

后港镇黎坪村党支部书记杨维雄，2023年尝试拍视频，2024年开始直播卖羊肚菌。现在，他的抖音账号“黎坪村书记杨维雄”粉丝有1.8万，1/3的粉丝已是忠实客户。

“涨粉的秘诀是特色和坚守。”杨维雄说，村支部书记直播带货，账号有一定的官方属性，宣传视频和直播要定期进行，不能太随意，带货的产品也尽量固定，以免给粉丝造成“中间商”印象。目前，他每周定期直播，累计发布视频258期，带货产品主要是风干鸡、本地羊肚菌和长湖鱼糕。

经过一年多的培育，沙洋县目前有20名村支书常态化直播带货，粉丝总量突破60万。

村支书直播能卖出货吗？是不是闹眼子？

一场直播卖货近万元 风干鸭腿销了4.6万单

“你喝茶就喝茶呀，哪来这多话……”去年3月中旬，三峡土家族村党支部书记杨祖安首次尝试直播带货。两个小时，收获450笔订单，销售额1.1万元。随后，村集体种植的青椒、茄子等，他都亲自直播带货，扩大销路。如今，村里已建起从农产品生产、包装到直播销售的完整电商生态链。

打开江新村“李支书办实事”抖音账号，有青椒、风干鸡、再生稻大米等特色产品7种，其中风干鸡已售2.9万单，6.9元一斤的再生稻大米销了1030袋。

李宏伟介绍，去年10月起开始卖再生稻，坚持一周直播两次。通过直播线上线下带动销售50多万斤，其中仅杭州就发货5万多斤。

“现在是羊肚菌销售高峰期，一周直播5场，每晚7点准时开播，一般一场销售近万元。”杨维雄介绍，羊肚菌每年3月份收获，随后几个月是他最忙的时候，去年销售羊肚菌40多万元。今年本村及周边村庄共收获羊肚菌1300斤，目前已销售10万元货物。通过支书直播带货，加上村民自销，预计7月底全部销完。打开杨维雄的抖音商店，有各类商品15件，其中不同品类的羊肚菌4件，累计销售6000多单，手工风干鸭腿已销售4.6万单。

村支书主播们还相互配合，形成合力。毛李村党支部书记代周杨卖再生稻大米时，也顺带销售黎坪村的羊肚菌，黎坪村卖羊肚菌时也搭售十里铺镇的风干鸡。每年3月，湖北省油菜花节在曾集镇张池村举办，全县的村支书主播们共同直播，卖高油酸菜籽油，在联动中形成聚合效益。

在“支书助农”行动助力下，2025年沙洋实现农产品网络销售额13亿元，同比增长25%。

经常加班直播，村支书如何获得报酬？

佣金按比例分成 招考优先推荐

“刚开始主要想把村里的农产品卖出去，后来县里出台政策，直播佣金按比例分成，让自己有了坚持的底气。”李宏伟说。

为确保直播带货健康有序，沙洋县明确直播账号必须实名认证、必须产品溯源、必须保障售后，同时不得虚假宣传、不准恶性竞争等。

为防止出现跟风上、又迅速偃旗息鼓的现象，沙洋县出台“双挂钩”政策，将直播销售额与佣金分配比例挂钩，将获得的佣金收益与村干部的绩效考核收入挂钩，形成利益共享的联结机制。

修订村集体经济发展奖励办法，明确带货佣金村集体占七成，运营团队或个人占三成。对于通过电商带动村集体增收的村，从其年度电商经营性收入增量中提取20%奖励运营成员。县财政每年设立200万元专项基金，对年度直播销售额超50万元的村集体，按销售额的10%给予奖励。

沙洋县委组织部相关负责人表示，对于直播带货贡献突出的村干部，在基层公务员和事业单位招聘中，予以优先推荐。

大量时间搞直播，是否会影响村务？

直播占用了时间 也提高了村务效率

“直播都安排在晚上，不影响村民办事。”杨维雄说。

“肯定还是占用了工作时间，但尽量不影响村务。”李宏伟表示，到田间地头直播或拍视频，尽量选在周末或顺带拍摄，避开村民办事较多时段。

“虽然占用了一些工作时间，但通过直播提升了村务工作效率，挤了不少时间出来。”李宏伟说，刚当村支书时，常有村民要求给自己办低保，但大多都不符合条件，重复解释费时费力。后来，他做了一期视频，专门讲解低保办理条件，并喊话“不符合条件的不要找了”。仅此一项，每年为他省出至少一天时间。

在马良镇邓集村，村委会隔壁是村办暖心公社食堂，一次直播中，村党支部书记周丽将镜头对准在食堂吃饭的老人。通过直播，老人在外工作的子女们，看到父母健康的样子，非常安心。如今，老人们吃饭、采摘、唱歌，周丽开直播方便子女们观看。

通过这件小事，邓集村村委会赢得村民更多信任。村民丹丹向食堂捐赠3000元，老板周红全捐来6箱饮料。过去村民间的小矛盾，周丽现场调解有的村民还不“买账”，现在她打个电话就行了，这也让她有更多的时间处理村务。

“荆门味”水果茶香飘全国

湖北日报全媒记者 张诗秋 通讯员 梁刚 吴东来

夏季，武汉街头茶饮店前又排起长队，各种口味的水果茶，喝起来透着浓郁果香。

你可能想不到，这些果茶的部分果汁原浆，出自“中国农谷”——荆门屈家岭。

6月5日22时，位于屈家岭的湖北田野农谷公司（以下简称“田野农谷”）厂区灯火通明，一车车当季鲜果经传送带送入清洗、榨汁生产线，不到24小时，加工好的果汁原浆，即将发车送往全国数千家新茶饮门店和食品厂。

扎根屈家岭的田野农谷，是国内新式饮品行业核心原料供应商之一，一杯水果茶的“荆门味”，正是从这里飘向全国。

高标准黄桃基地引来龙头企业

2015年，在广西北海站稳脚跟的田野股份决定北上，拓展温带水果加工。

为何选择屈家岭？“这里底子好。”田野股份市场营销中心副总经理王宣懿说，屈家岭拥有5万亩标准化黄桃基地，种植技术成熟，品种优良，加上政府诚意招商，湖北田野农谷公司成立。2018年，工厂建成投产。

田野农谷生产副总经理罗毅龙介绍，工厂建成前，屈家岭冷链跟不上，电商也没起来，黄桃保鲜期特别短，摘下来两三天卖不掉就变质。

企业落地后，情况开始改变。公司立即与月宝山、长滩等地的合作社签订收购协议：黄桃一斤一块钱，有多少收多少。

屈家岭黄桃有两大“天生优势”：岗地丘陵水土条件优越，果香醇厚风味更浓；上市早，比国内多数产区提前半个月左右。曾经滞销的黄桃，如今依托企业建立的冷链仓储和深加工生产线，被做成了冷冻原浆，便于储存更耐放，销路一下打开了。

田野农谷还拓展脐橙、蜜橘等精深加工，带动周边标准化种植，补上湖北柑橘深加工短板。2025年，公司加工省内鲜果，实现产值过亿元，辐射上千户种植户。

不仅卖果汁，还做客户的研发伙伴

2018年，新式茶饮快速崛起。田野农谷通过展会、寄样品，与国内多家头部新茶饮品牌搭上线。

但想进入头部茶饮供应链，门槛不低。果汁原浆色泽、糖度、酸度、果肉含量、pH值等要精确到小数点后，微生物指标层层把关。这要求供应商供应的果汁，必须品质稳、产能足，田野农谷一一达标。

田野农谷的底气来自规模化生产线：每小时10吨的黄桃线，每小时40吨的柑橘线。高峰期一天处理800吨鲜果，连续三个月不停机。

光有产能不够。新茶饮每季换菜单，供应链得跟上。田野农谷不只卖原料，还针对新品提供搭配方案，成为品牌方的研发伙伴。

“只卖橙汁不行，得告诉客户这橙汁适合搭什么茶底、咖啡等。我们把方案、样品做好，供客户参考。”王宣懿说。

市场反应相当好。某头部品牌的多款明星果茶产品累计售出超过8000万杯，另一品牌的明星产品累计售出7000万杯。这些产品的果汁原浆均由田野农谷供货。

新茶饮风向也在变，健康化成主旋律。这正是田野农谷的优势——产品配料只有原生鲜果，不加添加剂。凭借过硬的产品品质，田野农谷跻身国内多家知名饮料、食品大厂的供应链。

京山招聘窗口开进高校

湖北日报讯（记者张诗秋、通讯员余舟、佘干军）近日，京山市与湖北工业大学签约共建驻点引才工作站，将招聘窗口开进校园。这是荆门市在省内高校设立的首个驻点引才平台，旨在破解“赶集式”招聘信息不对称难题。

“过去招聘多集中在春秋两季，时间有限，企业难摸清学生技术底子，学生也缺乏对县域企业的直观感受。”京山市委组织部相关负责人说，这一定程度上影响了签约率。

为此，京山将服务前置，工作站配备常驻专员，动态匹配企业岗位；聘请企业高管任“产业导师”，遴选京山籍学子任“城市代言人”，形成引才合力。同时推行岗位供给、政策兑现、情感联络“三个常态化”，实现人才补贴“即来即享”。

2025年以来，京山已组织150余家企业走进47所高校，累计促成超1600名青年人才签约。

快递无人车晚上当“保安”

湖北日报讯（记者张诗秋、通讯员蒋美青）6月9日，随着一声“车辆启动，自动驾驶中……”的提示音，一辆涂有“治安巡逻”标识的无人车平稳驶入街道。在荆门市掇刀区，这样的无人车白天是勤快的“快递小哥”，晚上则变身“街区保安”。

在官堰湖木屋风情街，十余辆方形无人车整齐列队，车顶配备高清摄像头。起步上路后，遇红灯提前5米刹停，遇障碍瞬间避让，转弯流畅。“这款无人车配备激光雷达加摄像头，360度无死角，比人眼还尖。”运营人员陈东说。

这批无人车由掇刀区行政审批局联合区公安分局、中通快递公司共同升级改造。白天，它们穿梭街巷送快递、运生鲜；入夜，切换成安防模式，沿预设路线巡街，实时传回影像、监测人流、排查隐患，有效填补夜间巡防盲区。

“一车多用，既省成本又提效能。”掇刀区行政审批局相关负责人表示。目前，掇刀区已有50多辆无人车常态化运营。

“空中手术”修补电力大动脉

湖北日报讯（记者祝华、通讯员王江舸、孟洁）30米高空带电修复高压线，作业人员咋上去？答案是坐电梯。6月2日，记者在当阳市500千伏龙斗二回65号塔的维修现场，目睹了这一幕。

近期，工作人员巡查发现，龙斗二回65号塔的一处碗头销子脱出，若不及时处理会影响线路安全，对夏季电网稳定构成威胁。荆门运维分部决定对该线路实施精准带电修补。

当天9时，作业人员抵达作业现场。记者观察到，碗头销子脱出的铁塔位于深树林中，高达30米，穿过几百米树林，再爬上铁塔，费时费力。

就在记者疑惑时，现场负责人李嗣下达开始作业指令。随后，无人机操作手郭宝健和观察手王江舸密切配合，操控重载型运输无人机吊挂着几十米长的特制绝缘绳升空。绝缘绳的一头有个挂钩，通过观察另一台无人机传回的图像，郭宝健精准操控无人机，将绳索挂钩精准挂在导线上。绝缘线的另一头，有个名叫“小飞人”的装置，作业人员刘文超身穿屏蔽服，乘坐“小飞人”如同坐电梯一样，沿绝缘绳索平稳上升，仅一分多钟就抵达30米高空。随后，刘文超顺着导线行走100多米，抵达目标铁塔。

高空中，刘文超按照检修标准，完成碗头销子复位与锁定。12时20分，缺陷处理完毕，刘文超乘坐“小飞人”安全返回地面。