

乡土“风味”传播——村支书直播助农的差异化优势、政府赋能与治理效能

摘要:在数字技术深度嵌入乡村经济的社会背景之下,“村支书直播”成为了乡村振兴、乡村经济发展以及基层治理现代化的重要载体。本文以“村支书直播”这一现象作为研究对象,系统性地分析其运行逻辑和实践价值。村支书以其在消费者心中的天然信任,依托于乡土场景构建起差异化的传播优势,与传统商业直播区别开来,破解农产品信任危机。针对村支书直播过程中面临的现实性问题,政府通过其自身的“公权力”为村支书进行精准化赋能,提供可持续发展的制度支撑。在发展过程中,“村支书直播”逐渐形成从销售行为到可持续性的产业发展模式;拓展直播间的综合化功能,形成“产业增收—治理增效—乡村振兴”的良性循环。村支书直播助农不仅是数字乡村建设的实践,更为新时代乡村治理现代化提供了可供复制的创新路径。

一、以“助农”人设为核心,构建乡土“风味”直播间

一个好的直播间,人设是基石,也是获取流量的天然抓手。与网红直播追求自身的“利益”“出圈”所不同的是,“村支书直播”的人设天然就带上了“助农”的底色。摆脱包袱、甩掉架子,大胆地出现在镜头面前发起直播,体现的不是自身的荣誉与财富的增加,而是为农民增收、为乡村振兴助力的勇气与责任。

(一)国家“认证”构建天然信任
作为直播间的主体,村支书通常具有党员身份,且大多拥有“退役军人”“优秀共产党员”“大学生村官”等荣誉称号。这些荣誉称号被国家“认证”后,村支书通常具有更高的政治觉悟和务实精神。这些身份不仅让他们自带了权威的属性,也更容易在互联网世界中打造人设,获取网友们的天然信任。这种对于身份的信任不是商业市场所赋予的。与商业化市场中的营利性网红主播不同,“村支书直播”不以个人流量变现、商业代言为目标,而是把自己与直播平台作为服务村民、拓展销路、激活产业的治理工具。这种放下“身份”倾尽全力为乡亲们谋出路、增收的姿态,更容易在互联网平台上获得优势。“村支书+主播”的双重身份,让其既可以统筹资源、又能为产品的产地、品质做信用背书,有效消除了网络平台对农产品“产品难追溯、信任有危机”的情况。消费者也会基于“村支书”的身份从而更容易完成自身消费决策,形成“干部背书—产地直供—放心购买”的信任闭环。

(二)消费者在田间地头中感受乡土“风味”
与网红精致华丽,充斥着专业设备与

布景的直播间不同,村支书的直播间场景不局限且不固定,可以在办公室、产品基地,也可以在果园、大棚、田间地头。实景化的场景是产品最真实、最具说服力的销售场域。直接展示产品的种植生产环境,甚至于直接现场采摘、打包、发货、全流程直播,让消费者可以“眼见为实”,让产品还在地里就被信任。在土地中、在话语里,让消费者感受到烟火气与在地感。村支书在直播间做“吃播”,在地头上现挖、现吃,这种极具乡土风味又极具真诚的直播场景,迅速拉近了与网友之间的距离。原生态的乡土场景,夹杂着村支书和老乡的乡音,接地气的内容更容易引起消费者的共鸣和对乡土生活的向往。与精致或充满套路的直播间形成强烈反差,形成“反套路、反精致”的差异化传播优势。

二、以真实乡土生活构建独特传播优势

(一)“活人感”直播间形成差异化优势
在目前的网络直播环境中,直播间过度包装布景,主播剧本化表演、精致化的妆造尤为普遍,甚至于某些直播间充斥着低劣的套路和低俗不雅内容,让消费者形成审美疲劳或者生理性不适。然而,带货村支书把镜头架在田间地头、农户家中,没有刻意包装,也没有刻意设计的剧本和表演痕迹。他们用消费者听得懂的大白话来讲解产品,产品不虚假夸大,反而会给消费者指出产品的瑕疵,同时就连直播间的背景声音都是蝉鸣或者鸡鸣狗叫。所谓“活人感”,在网络直播界指的是去剧本化、去滤镜化,避免过度商业化,“村支书直播”恰好符合这一逻辑。这些内容和场景都透露着鲜明的“活人感”,与商业主播形成了鲜明的对比,成为了村支书直播间的独特优势。

在“流量为王”的环境中,消费者对真真假假的营销方式产生了审美疲劳,村支书“活人感”直播间恰好契合了消费者对“真”的消费需求。消费者在直播间中感受的不是商业推销,更像是坐在村口“唠嗑”。在直播间中进行连麦互动,村支书回答消费者的问题,就像是单纯的“唠家常”,讲着产品的优劣势,让消费者在轻松的氛围中完成对产品的下单。村支书的直播间更像是打开了乡村的一扇窗,让大家都能看到乡村的变化和特色。在带货的同时,讲述农户故事、传递乡村文化,让消费者从单纯的购物行为延伸为对乡村故事的情感认同。“活人感”直播间不仅仅是一个销售渠道,更是关于基层干部形象塑造和乡村治理成果的展示,成为数字时代乡村传播与基层治理深度融合的典型样本。

(二)讲好乡村故事,提升传播黏性
“活人感”做场景,村支书更能讲好乡村故事。与传统直播间强调“抢购、便宜、手慢无”的商业逻辑不同,村支书的直播间更强调“人、事、天”,在镜头之下讲述的不只有产品,还有产品背后的故事。讲述干旱洪涝天气对收成的影响,谁家孤寡老人、留守儿童,让产品带上乡土烟火气,更容易让城市中的消费者产生情感上的共鸣。在情感共鸣中,让这一过程变得不只是商业行为,而是与消费者产生情感上的链接,从而实现“关注—互动—复购—分享”的流程。这一过程往往比商业广告效果要更加持久。将产品赋予故事后,消费者买的不仅是产品,更有对农户的帮助,消费者也能在购买过程中体现自身的价值。

三、基层政府助推“流量密码”转化为经济增收

在国家层面上,将直播助农纳入了到了数字乡村、数商兴农等政策体系中,并将其作为产业兴旺、农民赋能增收的重要途径。乡村直播主要有行政、市场、自发等三种模式,其中行政模式指的是由基层政府引导或参与的乡村电商直播模式。基层干部参与直播,是在宏观制度环境下,通过合理运用新媒介技术而进行的基层治理创新。在这一过程中,政府并非“隐身者”的角色,更像是处于舞台之后的场控。村支书在台前,政府在幕后,共同完成这一部“直播助农”的舞台剧。

在实践过程中,村支书存在着媒介素养不足、运营能力薄弱等问题。为破解以上难题,政府开展常态化直播技能培训,包括电商运营、品控管理、平台直播规则等专项培训。针对不同基础的村支书进行精准化赋能:针对大龄化村支书,将重点聚焦于直播间基础操作、直播话术设计等基础性内容;针对年轻化或多人团队的村支书,则是围绕选品策划、品控管理、售后服务等问题邀请第三方企业进行专业化培训,提升村支书的市场化运营能力。同时,政府以官方的名义主动对接短视频平台与电商平台,为村支书直播账号争取流量支持和官方政策倾斜。

账号在运营的过程中,普遍面临着资金不足、场地简陋、直播设备缺乏、仓储物流难等问题,难以承接住庞大的流量,制约着其发展。针对以上问题,当地政府通过财政收入的方式建立共享直播间、仓储冷库等基础设施,同时对“村支书直播”进行财政支持,此外与物流快递公司洽谈,提升其物流效率。部分区域存在产品单一、产能不足问题,政府作为牵头者打破村域限制,成立电商合作社,制定相关产品标准,整合资源实

现规模化的运营,将流量稳稳承接,实现从“单打独斗”向“抱团发展”转变。

面对互联网直播这样一个长期性的过程,政府也在制定相关的政策来规范其运营,保障助农直播健康长效的发展。针对具体实践中出现的数据造假、货不对版、低价内卷、售后形同虚设等问题,政府建立起规范机制,避免了为纸面数据好看或者为上级领导服务而脱离实际。明确“村支书直播”的底线,防止个人过度商业化以及过度倾向于直播而对村务不再注重。统筹引入农业、市场监管、财政、宣传等政府部门组建工作专班,共同服务于“村支书直播”,从政府层面解决“村支书直播”被“卡脖子”的问题。

四、村支书镜头的拓展与基层治理嵌套

(一)直播功能的综合化拓展
中央网信办等四部门联合印发的《2024年数字乡村发展工作要点》强调,要激发县域数字经济新活力,加快推进农村电商高质量发展,释放涉农数据要素乘数效应,运用数字技术促进农民增收。在传统的商业模式下,农户的收入完全由市场来定价,并且市场链接渠道窄、规模小,难以产生高附加值,只能依赖于收购商来销售产品。“村支书直播”的实践逻辑之下,通过互联网直接连接于全国,链接于消费者,打开了全国性的市场空间,直接增加了农户的收入。更为重要的是,村支书借助直播媒介的优势,从简单的产品销售拓展到了对乡村风貌的展示。通过村支书的镜头,将村庄的自然风光、民俗活动、历史建筑等展现在全国观众面前。直播间不仅是单纯的销售空间,更是乡村形象宣传和乡村治理成果展现的载体。以往的乡村旅游以农家乐为主且覆盖面小、传播慢,同时受季节性限制,乡村旅游客流只占乡村经济很小的一部分,很难形成持续性发力的经济收入来源。通过直播内容的多元化拓展,推动了“流量”到“留量”的转化,村支书在直播间中以真实、鲜活的乡村体验为核心,吸引城市用户情感上的共鸣,形成持续的线上引流。抖音平台上的村支书“秦岭蒿沟村支书邢波”通过直播展示秦岭峡谷乐园漂流、滑雪,在线上大量引流,把直播间变成“导览台”,把评论区变成“意见箱”。在运营过程中不断听取网友的意见,譬如,有游客在评论区反映是否能多加一些充电桩,邢波在评论区认真回复并加紧建设充电桩。通过直播后,蒿沟村的民宿入住率大幅提升,游客数量稳步上升,使蒿沟村成为陕南地区旅游的热门目的地。

(二)镜头之下是基层治理的场景延伸
带货“村支书”与基层治理的嵌套,更突

出地表现在治理场景的创新与治理方式的升级。村支书在直播带货的过程中,还同步承担了政策解读、问题沟通、答疑解惑的职能。在深度媒介化时代,短视频、直播等媒介技术高度嵌入治理场域,乡村治理与媒介交融衍生出新型媒介化治理形态,即“直播治村”。一方面,村支书在直播间中用大白话对惠农政策、产业扶持等内容的解读,提升了最新政策在基层的触达率,解决了传统的政策宣传面窄,村民难以理解的难题,并且触达的并不是一村,而是直播间外同样有需求的农户。另一方面,村支书在直播间通常以亲和、透明的形象出现,打破了基层干部与村民之间的心理隔阂,干部与群众之间的关系得到优化。此外,乡村的自治活力也被激活,直播带来的收益直接用于村庄公共设施的改善和产业的升级改造。同时,吸纳了村庄有能力有想法的村民共同参与治理,村民从治理对象变成治理主体,村民之间更团结,自治水平也得到了提升。

总的来说,“村支书直播”其深层价值是对农村产业的进一步挖掘和赋能,盘活乡村潜在的商业价值,让村民增产增收。同时,直播间还与基层治理深度嵌套,用公开透明的方式推动乡村公共服务升级,民意沟通顺畅,形成一个良性的循环。从产业增收到乡村振兴,村支书用镜头体现了其在数字化时代下个人能力的提升与责任的拓展。

五、结语

综上所述,“村支书直播”并不是一次简单的销售行为,而是互联网赋能下基层治理与乡村经济深度融合的创新实践。村支书以其“体制内”的身份做背书,将直播间打造成兼具销售、传播、治理为一体的新型对外事务空间。“村支书直播”破解了农产品的销售渠道与消费者信任问题和农户增收与农村基层治理提升的问题,又以直播的形式形成了新的政策宣传与民意收集的窗口。政府的系统性赋能也推动了“村支书直播”从零散到组织化、制度化的发展。在未来,对于“村支书直播”所带来的收益、个人IP的流量转化所带来的问题要提前防范。同时,也要推动“村支书直播”从单纯的“流量赋予”到“流量下沉”的转化,要厘清流量与实体产业之间的关系,要思考流量减少怎么办?把流量尽可能地转化为可持续、长久性发展的源泉。村支书直播助农的实践充分证明,数字时代的乡村治理无需脱离乡土根脉,唯有以乡土情感为纽带,以治理效能为核心,才能走出一条兼具温度与实效的乡村振兴之路,为新时代基层治理现代化提供持续动力。

作者:牛成豹(青岛科技大学)

山区高速公路路衍经济发展的文化驱动逻辑与实践探索

一、山区高速“过路经济”发展困境与文化驱动缺失

山区高速公路普遍面临桥隧比高、断面流量低的刚性约束,养护成本居高不下而通行费收入增长空间极为有限,“过路经济”模式难以为继。随着大规模建设周期收尾,存量资产运营时代已经到来,运营企业必须从“守着路收钱”转向“用路赚钱”的经营思维,完成由“运营”到“经营”的深层跃迁。然而,当前路衍经济研究多聚焦产业模式与路径

设计,对企业文化这一“软实力”如何驱动资源盘活、业态衍生关注不足。由此引发核心追问:企业文化何以穿透“高成本、低流量”的结构性困境,推动路衍经济的内生发展?

二、文化驱动路衍经济的“认知—行动—制度”三重逻辑

以某典型山区高速运营企业为案例,其培育的党建品牌与工匠精神沉淀出使命驱动、创新导向及“不闲置一寸资源”的强资源意识。文化驱动路衍经济通过三重逻辑展

开。认知逻辑上,文化长期浸润促使企业跳出“只管路、不经营”的定式,将高速公路重新定义为可深度开发的资源平台,形成“以资产存量换收益增量”的战略共识。行动逻辑上,文化理念直接引导资源盘活实践:利用闲置路域资产建设高速酒店,形成“高速引路、酒店留客”的文旅融合模式,将交通流量转化为消费增量;对沿线停车区场地公开招租,引入便民业态,实现从“停车歇脚”到“停车消费”的微转化;同时推进路域光伏电站建设,将闲置空间变为绿色能源产能基地,催生交能融

合新业态。制度逻辑上,通过成立专项工作组、公开询价招投标、风险评估与合规论证等机制,将文化激发的创新行为纳入规范轨道,确保路衍经济发展既有活力又可持续。

三、从文化理念到存量经营的制度化转化与启示

实践案例表明,企业文化的真正效力在于完成从观念革新到行动落实,再到制度固化的闭环转化。将党建品牌价值与工匠精神内嵌于资产盘活的长效机制,使高速酒店经营、

停车区商业运维、交能融合等多元业态在依法依规框架下持续产出效益,是山区高速从“过路经济”迈向“通道经济”的可行路径。在存量经营时代,这一文化驱动模式为发展提供了重要启示:企业文化并非墙上的标语,而是能够稳定转化为经济效益的“隐形引擎”。唯有把珍惜资源、主动经营的价值观固化为制度安排,文化才能从“软实力”变为“硬支撑”,为山区高速公路可持续发展注入深层动力。

作者:覃猜(广西交投投资集团河池高速公路运营有限公司)

“十五五”背景下国有企业文化与经济高质量发展的耦合机制

一、国企文化的时代使命与耦合路径

2026年“十五五”开局,国务院国资委提出打好价值提升、创新引领等五大攻坚战,国企改革重心从“量的积累”转向“质的飞跃”,企业文化被赋予驱动价值创造的战略使命。高速公路运营兼具公益性与经营性,点多线长,员工素养直接决定运营效率。对于提升企业经营的质效,文化就是“雪中送炭”。企业文化与经济发展存在深层耦合机制:价值引领凝聚共识,降低内部交易成本,

激发内生动力;创新驱动催生技术成果,推动智慧运营与降本增效;人才激活形成“文化育人—人才强企—价值创造”循环;治理优化借廉洁合规文化规避风险、降低制度性交易成本。文化只有深度嵌入生产经营全过程,才能从“软实力”转化为驱动质量变革、效率变革、动力变革的“硬支撑”。

二、耦合机制的典型案例考察

以某革命老区高速公路运营分公司为样本,其以红色党建品牌为引领,将红色基因转化为发展动能,构建“党建+先锋班组”

模式。精神层面弘扬英模精神与路匠精神,阵地打造思想教育廊道与活动室,载体组建科技创新先锋班组、文明服务先锋班组等。文化投入产生清晰的经济传导效应:科技创新班组聚焦隧道机电管养难点,研发“隧道配电站快捷加油系统”等多项专利与软件著作权,以技术换效益,大幅降低设备故障率与维修成本;服务班组优化活术规范,提升通行效率与通行费收入;廉洁文化融入日常管理,有效规避合规损失;品牌影响力持续扩大,获得国家级、省部级荣誉数十项,并成为干部学院现场教学基地。该案例呈现出

“文化凝聚共识—激发创新行为—催生技术与管理成果—降低运营成本并提升服务效能—积累品牌价值”的完整传导链条,验证了耦合的核心在于文化向管理与技术成果的高效转化。

三、结论与建议

企业文化与经济发展存在双向耦合关系:文化提供精神动力与价值引领,经济提供物质基础与制度保障;耦合效能取决于文化的“转化率”,即能否从“墙面”走向“路面”,有效融入业务流程。建议企业将文化

建设纳入战略规划与绩效考核,推动其融入养护、收费、机电等环节,并建立文化效能评估机制,量化文化投入的经济回报;行业层面应将企业文化纳入国企高质量发展评价指标,推广“文化+业务”融合典型,在“十五五”改革方案中明确文化战略定位,使其成为提质增效的硬支撑。唯有将文化之根深扎经营土壤,国企才能以文化“软实力”筑牢发展“硬支撑”,真正实现质效双升。

作者:吕堃(广西交投投资集团河池高速公路运营有限公司东兰分公司)

百年实践印证:马克思主义经济学的中国智慧与时代突破

马克思主义政治经济学是揭示人类社会经济运行规律的科学真理,是指导发展实践的思想武器。百年来,中国共产党始终立足国情、顺应大势,摒弃教条桎梏与西方固化发展模式,持续推动马克思主义经济学中国化时代化。在百年奋斗中守正创新、大胆探索,走出了契合中国实际、引领时代潮流的经济发展道路,让经典理论在中华大地落地生根、迭代升华,彰显了深厚的中国智慧和鲜明的时代特质。

百年求索深耕,理论创新扎根中国实践,构筑起科学完备的经济思想体系。新民主主义革命时期,我们党立足近代中国特殊经济

国情,跳出传统理论框架,以土地革命破除封建剥削根基,稳步发展根据地经济、保障民生供给,稳固革命根基。在艰苦卓绝的实践中探索适配革命阶段的发展路径,为新中国经济建设积累了宝贵经验,让马克思主义经济学真正扎根中国、服务人民。

中华人民共和国成立后,我们党依托马克思主义经济学基本原理,稳步推进社会主义改造,建立起独立完整的工业体系和国民经济体系,彻底扭转了旧中国经济衰败、依附他国的被动局面,夯实了社会主义经济制度根基。改革开放以来,我们党突破计划经济思维局限,创造性提出社会主义市场经济

理论,实现社会主义制度与市场经济的有机结合,极大解放和发展了社会生产力,激活了市场主体活力,创造了举世瞩目的经济发展奇迹。进入新时代,面对百年变局和国内经济转型攻坚任务,马克思主义经济学中国化实现历史性飞跃。习近平经济思想立足中国式现代化实践,凝练出一系列原创性经济理论成果,成为新时代经济工作的根本遵循。

百年实践赋能,发展突破彰显中国优势,续写了马克思主义经济学时代新篇。理论的生命力在于实践,科学性在于创新。不同于西方经济学片面追求资本增值和短期

增速的局限,中国化马克思主义政治经济学始终统筹效率与公平、发展与安全、当下与长远,实现了理论、实践与价值逻辑的高度统一。

在治理层面,我国构建有效市场和有为政府协同发力的发展模式,既发挥市场资源配置决定性作用,又强化政府战略引领、宏观调控作用。在民生层面,我们打赢人类历史上规模最大的脱贫攻坚战,持续推进乡村振兴、统筹城乡区域发展,扎实推进共同富裕,践行了马克思主义的核心价值追求。在全球层面,我国坚持高水平对外开放,摒弃零和博弈思维,依托共建“一带一路”等平台

深化国际互利合作,推动全球经济治理变革,为世界经济复苏注入持久动力。

新征程上,我们要始终坚守马克思主义立场观点方法,扎根中国式现代化生动实践,持续总结发展规律、提炼理论成果,不断丰富中国特色社会主义政治经济学内涵。以创新理论引领发展实践,以中国智慧解答时代课题,既为国内经济高质量发展保驾护航,也为破解全球发展难题、推动人类文明进步贡献中国方案,让马克思主义经济学在新时代持续焕发蓬勃生机与真理光芒。

作者:姜涵铭(北方工业大学马克思主义学院)