

大地新视点

播出“三农”新天地 也播下待解新课题 村播，一块“公屏”上的试验田

长江日报记者蒋太旭 通讯员龙丹 谭超 顾环宇

8月23日晚，武汉市江夏区山坡街道光星村，高亚文结束了直播，手机上跳出这场直播的订单：23盒土鸡蛋。运费栏的数字却让他皱紧了眉。

同样的夜晚，20余公里外的乌龙泉街道新建村，村支书洪彰杰合上账本。几天前，他个人抖音账号绑定了村集体对公账户，又一笔红薯粉收益公示在村委会公告栏上。

两个男人，一老一少，在同一片夜色中，各自解着“村播”的难题。

他们的身后，是江夏区今年以来铺开的更大一盘棋：村播培训课从纸坊开到山坡，20多场下来，200余名村干部和返乡青年学会了架灯、写脚本、看后台数据；十余个特色乡村IP陆续孵化，短视频全网播放量突破50万次；村播助农团在各个街道扎了根，村播已从“个人秀”，变成有组织、成体系的集体行动。

但集体行动的背后，个体的困惑依然具体而尖锐。

鸡蛋能走多远？

30岁的高亚文蹲在田埂上，面前摆着一筐土鸡蛋，脊背挺直——这是两年军旅生涯在他身上留下的痕迹。

2024年底，这位毕业于湖北工业大学的乡村规划专业硕士回到江夏，流转60亩碎片化土地，整合茶园、林地、鱼塘，搭起生态循环农场——“叩野”。

晚7时，高亚文支起手机开始直播。他剥开一个刚煮好的鸡蛋，用筷子夹起金黄饱满的蛋黄：“大家看，这才是茶园散养的走地鸡下的土鸡蛋。”在线人数从几十涨到几百，有人留言：“这个当过兵回家养鸡的硕士，看着实在。”

镜头之外的账本并不轻松。一盒30枚土鸡蛋标价45.9元，包装物流成本15.9元，占比超过三成。“这基本是替快递公司打工。”去年农场收入13万元，直播带货仅占三成，大头靠线下零售和批发。

为降低物流成本，他开着五菱面包车跑了三个月快递网点，答复大同小异：月结可以谈，但要达到电商基本量要求。

“农场里的果蔬生鲜基本走不出武汉。”高亚文的困境不是孤例。在武汉偏远乡村，生鲜线上售卖的利润被运费吞噬是普遍现象。新鲜果蔬只能当天摘、当天送，他自己开

除了卖货，还能卖什么？

运费难降，“发货出村”的成本账算不平，村播们还能在直播间里“卖”什么？高亚文选择了“引入客人”，另一些人则尝试在屏幕里呈现一个“让人愿意来的乡村”。

乌龙泉街道幸福村膏药铺湾，中医药文化园主理人陈亚雄的直播间里没有“9块9包邮”。

上个月底，他和武汉传媒学院的学生做了一场“五音疗愈”公益直播——不卖货，只“卖”健康理念，直播间人数逼近2万，满屏“飘”的都是“这是什么地方”“下次能带人来吗”。

筹备这场直播时，村民嘀咕：“不卖货，光弹琴，不是浪费时间吗？”陈亚雄笑着解释：今天卖的是湾子的“文化底气”，卖的是城里人愿意驱车而来的场景。

“农产品同质化严重，要从卖产品到卖场景、卖情怀，靠共情吸引用户。”从陈亚雄的话与高亚文的“引入客人”的思路殊途同归。

8月9日的另一场直播，再一次验证了这条路径——湖北大学“三下乡”实践团队走进膏药铺湾，在新建成的“膏悦堂乡村好物”直播间开展两场助农直播，总时长超过3小时，累计观看人次近3万，点赞超4万次。

粉丝是谁的？

当内容创新为乡村打开新局，一个更根本的命题随之浮出水面：那些因内容而来、一点点攒下的流量，究竟是谁的资产？

对此，新建村党支部书记洪彰杰选择把账号交给村里。这个选择，并不是一时冲动。

去年5月，洪彰杰开始运营个人抖音账号为村民带货。今年年初，新建村幸福食堂正式运营，为全村130余位老人提供免费午餐，每年约20万元的运营成本令村“两委”倍感压力。

洪彰杰想了个主意：每天午饭后在食堂直播一个多小时，卖村集体流转的200亩土地上产出的红薯，以及红薯加工成的红薯粉、粉条，每卖出一盒50元的红薯粉，就捐给食堂10元。这份“承诺”，写在公告牌上立到了村委会门口。

短短几个月，红薯粉从滞销变为供不应求，洪彰杰的直播带货纯利润达到近50万元。最多的一个月，红薯粉卖了近千单，近1万元被捐入食堂。

但账号绑着个人银行卡，粉丝涨到4000多后，他开始不安。他看到有媒体报道，有村干部把个人账户做到数万粉丝后辞职单干，账号带走，村里数年积累的流量资产化为乌有。这让洪彰杰警觉：靠“村书记”这个身份攒下的信任，怎么能成为个人“私器”？“我50多岁了，当了这么多年村书记，不能对不起村子，这块流量一定要留在村里。”

一个多月前，他在村“两委”会上提出，将账号绑定的收款账户换成对公账户，账号归为村集体资产。村干部胡象龙直摇头：“粉丝是你一条视频

一条视频攒的，说交就交？”洪彰杰摊开后台数据：粉丝中，三分之一是本村及周边村在外务工的村民，三分之一是买红薯粉的，还有一部分是资助食堂的热心企业。“号是人攒的，根在村里。”

这是洪彰杰的觉悟，更是区、街道推动的制度设计：江夏区将村播纳入乡村振兴组织体系，成立网络直播行业党委。乌龙泉街道党工委书记汤纲表示，已明确“村支书”账号为村集体资产，探索建立收益公示和离任审计制度，确保人走了、号留下。这意味着，村支书直播带货将从个人行为纳入组织化、可审计的治理轨道。

直播间里，洪彰杰还公开回答村民关于低保、建房手续的政策提问。“不掺杂私人感情，村民听得明白，减少了猜忌。”

收款账户换成对公账户后，粉丝还在上涨，红薯粉月均销量稳定在500单以上。对洪彰杰来说，那块屏幕从此有了一块“公”屏的底色。

夜色渐浓，乡村直播间里的灯光次第熄灭。洪彰杰从村委会办公室走出来，办公室里他的登记簿上，每一笔红薯粉的进账，都连着130多位老人的饭碗。光星村，叩野农场的池塘沉入夜色，高亚文手机屏幕的微光仍亮着。而在膏药铺湾，陈亚雄的“膏悦堂乡村好物”直播间虽已熄灯，但“乡村会客厅”的回放仍在流转。

三块屏幕，三种夜色：一块映着对公的集体账本，一块映着算不平的运费账，一块映着自信的文化场景。它们拼成的，是乡村链接城市“公共的屏幕”。

下午场，新农村村党支部书记王辉、建设村党支部书记任青走进直播间，原定的单人分享变成一场没有讲稿的“乌龙泉乡村会客厅”——从柑橘聊到千亩茶园，从任贤齐回乡助力聊到当地茶走出国门……两位村支书加入后，直播间最高同时在线4367人，远超过上午场。

陈亚雄的体会是，在网上卖生鲜，快递费比货物本身还贵，与其拼线上发货，不如通过内容吸引用户到乡村现场体验消费。

这样的探索不止在膏药铺湾。安山街道上马场村村干部艾仟慧拍摄的“听爷爷讲故事”系列，让不少人知道，明代兵部尚书熊廷弼在村里放过牛谈过书，并吸引河南老板在村里落地千亩艾草基地；返乡青年陈冬冬航拍的灯塔村油菜花视频，周末单日引来上万游客……3月，安山街道村播助农团成立，陈冬冬免费为村干部、返乡青年、种植大户培训短视频脚本、剪辑、直播带货等实操技能，街道近20名基层干部、返乡青年开通个人村播账号。

这些尝试指向同一个判断：村播的下一站，不是直播间里的低价厮杀，也不是让农产品在快递单上内卷，而是让乡村重新看见自己，也重新被外界看见。

一条视频攒的，说交就交？”洪彰杰摊开后台数据：粉丝中，三分之一是本村及周边村在外务工的村民，三分之一是买红薯粉的，还有一部分是资助食堂的热心企业。“号是人攒的，根在村里。”

这是洪彰杰的觉悟，更是区、街道推动的制度设计：江夏区将村播纳入乡村振兴组织体系，成立网络直播行业党委。乌龙泉街道党工委书记汤纲表示，已明确“村支书”账号为村集体资产，探索建立收益公示和离任审计制度，确保人走了、号留下。这意味着，村支书直播带货将从个人行为纳入组织化、可审计的治理轨道。

直播间里，洪彰杰还公开回答村民关于低保、建房手续的政策提问。“不掺杂私人感情，村民听得明白，减少了猜忌。”

收款账户换成对公账户后，粉丝还在上涨，红薯粉月均销量稳定在500单以上。对洪彰杰来说，那块屏幕从此有了一块“公”屏的底色。

夜色渐浓，乡村直播间里的灯光次第熄灭。洪彰杰从村委会办公室走出来，办公室里他的登记簿上，每一笔红薯粉的进账，都连着130多位老人的饭碗。光星村，叩野农场的池塘沉入夜色，高亚文手机屏幕的微光仍亮着。而在膏药铺湾，陈亚雄的“膏悦堂乡村好物”直播间虽已熄灯，但“乡村会客厅”的回放仍在流转。

三块屏幕，三种夜色：一块映着对公的集体账本，一块映着算不平的运费账，一块映着自信的文化场景。它们拼成的，是乡村链接城市“公共的屏幕”。



叩野农场主高亚文在田间直播。

记者手记

一块屏幕背后的全国命题

高亚文的运费单、陈亚雄的内容脚本，虽然也反映出目前村播面临的困境，但解决的路径相对清晰。采访中，最令记者关注的，是洪彰杰的对公账本：当村干部的直播间成为乡村的新基础设施，它究竟该以怎样的产权形态和组织形态，嵌入乡村治理的脉络？

洪彰杰的直播间，最活跃时段不是卖货，而是解读低保政策和建房手续。在村支书这一身份的加持下，这里意外成了一个“数字会客厅”——在外务工的村民通过弹幕参与村务，留守老人通过下单红薯粉，确认自己仍是共同体的一员。

但“账号归谁”，是全国有着“村干部”身份的村播面临的一道共性难题。

今年7月，《半月谈》刊发调研文章指出，农村直播热潮下，“公产私登”困局普遍存在：村干部以个人名义注册的账号，价值建立在集体公信力之上，一旦调任或离任，账号随即停更废弃，“多年沉淀的流量资源难以留存续用，无法转化为村集体长久资产”。

在这一背景下，江夏探索将村支书账号明确为村集体资产、绑定对公账户，探索建立收益公示和离任审计制度，不是跟跑已有经验，而是在全国普遍模糊的产权地带率先探路。

今年4月，湖北省印发《万名“村播”培育计划实施方案》，首次将“村播+治理”写入省级文件，明确提出支持直播间用于政策宣传、村务公开，搭建千群线上互动桥梁。洪彰杰的“对公账本”，为全省计划中最难的部分——制度可持续性，提供了一个可触摸的样本。

其深层价值在于，把“数字流量”转化为“制度资产”。

据官方研究机构统计，2025年全国直播电商规模已超5万亿元，但低价竞争的红利正在消退。当大量助农直播还在低价红海中“厮杀”时，江夏的探索直面一个根本命题：当村干部在直播间开口时，他代表的究竟是组织，还是自己？

村干部直播收益纳入对公账户，表面算的是一本明账，骨子里却是在给乡村治理锚定一条新轨道，防止“数字会客厅”随个人去留而坍塌。

江夏的实践未必是标准答案，但提供了一个可供基层参照、持续迭代的鲜活样本。这盘棋，回应的是全国“村干部”村播都在求解的同一道考题。

(长江日报记者蒋太旭)



新建村党支部书记洪彰杰(左)每天午饭后在村幸福食堂二楼直播一个多小时，卖村里土特产。 长江日报记者蒋太旭 摄



幸福村膏药铺湾，武汉传媒学院的学生正在做“五音疗愈”公益直播。

奋进中的武汉农科创



研发团队正在工作中。

■长江日报记者宋涛

检测费用从800元降至10元，育种周期由十多年压缩至两三年。一枚外形和电子芯片毫无相似之处的生物“芯片”，却给水稻育种带来巨大变革。8月20日，湖北省农科院粮作所水稻研究室，副研究员吴边打开一只普通白色纸盒，里面摆放着3只小巧的塑料试管。试管内装载的，便是针对稻米外观、食味品质40多个关键基因位点进行精准检测的“稻品芯1号”。这项成果填补了优质食味稻米多性状协同改良专用基因芯片的空白。

“这是我们刚获得国家发明专利授权的‘稻品芯1号’水稻育种液相基因芯片，也是‘稻功芯’系列芯片最新成果。”吴边拿起试管介绍，“它虽然看着不像半导体芯片，但对水稻育种的推动作用，堪比半导体芯片推动电子信息产业发展。”

固相升级液相，检测成本降至十分之一

育种芯片有什么作用？吴边介绍，水稻是我国种植面积最大的主粮作物之一。传统育种需要把秧苗种到田里，等到抽穗、成熟收割后，才能判断品种好坏，周期长、试错成本高。

省农科院粮作所水稻研究室主任周雷说，如今市场对稻米要求越来越高，想要培育高产、抗病、好看又好吃的品种难度持续加大。传统育种动辄耗时七八年甚至十多年，效率难以跟上产业发展，育种芯片应运而生。

“稻品芯1号”联合研制方、武汉基诺赛克科技有限公司技术总监王博介绍，育种芯片本质是基因芯片，原理通俗易懂：提取水稻DNA进行检测，对照基因数据库，就能快速摸清样本携带哪些优良特性。简单来讲，种子刚刚发芽，借助芯片就能预判成熟后的表现。育种人员可以提前筛选优良幼苗栽种，原本8—10年的育种工作，现在两三年就能完成。

“早期育种芯片外观很像电子芯片。”吴边回忆，传统固相芯片以硅片、玻璃片或尼龙膜作为基底，检测探针附着在基底上，存在价格昂贵、方案调整不便的短板。10年前，省农科院水稻学科首席科学家游艾青带领团队开始攻关液相育种芯片。“液相芯片无需固体基底，检测试剂为液态，可一次性完成全部目标基因检测。”吴边举起试管介绍，技术路线革新后，单个样本检测费用从800元降至80元左右。

2024年，国内首个水稻主效功能基因液相芯片“稻功芯1号”研发成功，并获得国家发明专利授权。这款芯片一次可检测水稻产量、品质、抗病性等273个关键基因位点，检测时长从数天缩短至几个小时。2025—2026年，该成果先后获得中国发明协会发明创业奖一等奖、全国发明展览会金奖，第51届日内瓦国际发明展览会金奖。

通用走向专精，精准匹配育种需求

归田园(武汉)现代农业科技有限责任公司负责人王小峰，自2025年起使用“稻功芯1号”芯片改良水稻种质。他表示：“这款芯片覆盖水稻产量、株型、米质、抗逆性等大部分重要基因，检测精准高效。”使用一年多，成效初步展现，依靠芯片检测，团队快速筛选到一批聚合多个优良基因的水稻种质。

实践过程中，王小峰提出新诉求：“现在水稻育种日趋精细，针对单一性状改良，能否推出更具针对性的检测方案？”这一想法与研发团队的规划不谋而合。周雷介绍，细化芯片功能，可以减少不必要的检测，进一步降低成本、提升效率。

从这一思路出发，研发团队挑选和稻米外观、口感相关的40多个关键基因位点，打造“稻品芯1号”，实现品质性状精准检测。“这些基因决定大米粒形、香味、口感等核心特点，稻米好不好吃，一测便知。”吴边说。

“精简检测范围后，成本进一步下降。”王博介绍，如今单个样本检测成本降至10元以内，检测时长压缩至一两个小时。他算了一笔账：过去检测一份材料需要800元，一年检测数百份就要数十万元；现在单价10元，成本降幅超98%，中小型育种团队也能负担。

吴边同时透露，面向抗病、耐逆境、高产等场景的专用育种芯片正在研发，未来几年将陆续推出。“我们计划打造‘稻功芯’系列芯片矩阵，降低分子育种技术应用门槛。”

本版策划/李英波 统筹/贾倩