



各类企业对直播电商的兴趣，也在疫情期间全面的“云端化”浪潮中显著增强；普通居民闷在家里，有更多的时间来观看直播，也增加了直播的关注度。“扶贫助农，直播可以发挥很直接的作用。近几年直播电商本来就站在了风口，我觉得疫情对于乡村直播电商带来的机遇大于挑战。”

程丽莉与伙伴们推进乡村直播电商的模式，是自下而上地先找到当地有尝试意愿的企业或者团队，然后帮助他们争取政府的支持，例如让政府提供场地、直播硬件、政策便利等；接下来，就是为当地孵化直播的整个运营团队，建立一个直播基地。

她所在公司是阿里巴巴乡村电商学院签约合作机构，而后者计划在今年对接全国 500 个县，在每个

县要打造电商直播的一个基地、一个 IP 和一个团队。

为什么一定要在当地留下完整的团队？她说，现在已有的专门培养网红直播的机构，无论是在直播带货的品类上还是对乡土的情感上，与三农的匹配度是比较低的。因此，孵化乡村当地的三农直播团队、培育“新农人主播”是必由之路。她说，电商直播机构正在与一些地方的人社部门合作，尝试制定“新农人主播”的职业标准，为这个新的职业提供规范认证，也鼓励更多人加入这个队伍。

2019 年，程丽莉执行的一个项目是在广东河源市政府的支持下，帮助当地乡村的农产品销售。7 月下旬，当地的直播基地正式挂牌，8 月她为当地的主播做了培训。当年的国庆黄金周期间，当地举行线上

上图：电商直播是帮助乡村脱贫的一条很好的途径。

线下结合的消费扶贫展销大会，在线上卖出了 12 万件农产品。到 10 月底，当地的直播电商店铺的营业开始迈入正轨。最近，为了支持湖北和广东滞销农产品的销售，她还参与了对“鄂粤同心，百县村播”的推动。今年，她的团队计划再孵化 10 个乡村直播基地。

电商直播并不只限于对实体产品的带货，还可以为文化旅游服务，例如直播当地的旅游胜地、展示非遗项目等。程丽莉说，她的团队里既有业内资深的电商运营讲师、资深媒体人，也有高校文化研究机构的成员，包括浙江大学非遗文化研究中心、华南农业大学的相关专家等。“我们希望大家不仅关注乡村的农产品，也能关注藏在这些地方的优美文化，这些都是能通过直播传播给世界的。”