



记者 薛志雄 摄

9月23日,是2025年中国农民丰收节吕梁主场活动启动的日子,临县碛口镇李家山村的陈玉香被选为农民代表邀请参加活动。活动地点在汾阳市肖家庄镇西马寨村,李家山村距离马寨村足有166公里的路程,要是当天出发,紧赶慢赶都得两个半小时的时间。儿子李彦军决定提前一天动身。

9月22日,陈玉香比以往起得都早,一大早从炕上爬起来就开始拾掇自己。镜子前左照照右看看,最终还是“老配件”:身着碎花夹袄,头箍一条白毛巾。这也是陈玉香平时在儿子“牛牛与老妈”直播间里的装扮,一试再试,她还是觉得这一行头最中意。

去往汾阳的路上,李彦军的车上还拉着另外一位也是前去参加2025年中国农民丰收节吕梁主场活动的农民代表高小聪,高小聪与李彦军是老乡,而且都住在黄河岸边,是临县雷家碛乡双井沟村人。这位典型的“90后”,在2014年毕业后回到家乡,运营“农民大春”自媒体账号,发展电商直播带货,专卖十里八方乡邻们的“土货”。

石楼县与西马寨村的距离也不算近,得一个多小时的路程,几乎在同一时间,从村里走出去的电商主播刘燕红也作为农民代表前去参加活动。刘燕红入驻抖音的名称叫“山里的二妹子”,参加活动当天,这个“二妹子”头发依旧是熟悉的小马尾,上身一件黑色简约西服,整个人看上去简单、干练。

无论是“农民大春”“牛牛与老妈”,还是“山里的二妹子”,以及在吕梁山火爆的更多的像它们这样的助农电商平台,他们背后运营者都是地地道道的农民,或者是农村出身。

他们是吕梁山里的新农人,他们以新的时代担当为大山里的“山货”代言,通过网络直播让更多的吕梁农特产品从“云端”走出去。

他们或许没有过多地去想,一场关于全市农民的活动怎么就会选择他们作为代表去现场参加活动,他们可能压根就没有想过,在网络数字顺势而为的发展背景下,他们的直播助农故事里,已经藏着不少吕梁乡村振兴的密码。

壹 “土味”与“专业”的碰撞

在吕梁,新农人的画像多元而鲜活。有像高小聪这样毕业后放弃城市工作的“返乡青年”,也有像刘燕红这样已经在城市打拼多年又返乡参与农事作业和农产业发展的“农二代”,更有像陈玉香这样原本就是种地的“老把式”。他们的直播风格各异,却都藏着对农村土地的深情。

“这种临县手擀豌豆面,原料简单、无防腐剂,是春节走亲送礼的必备佳品,孕妇宝妈、老人孩子都可以吃……”今年春节前,记者关注过高小聪的一场直播活动,在“农民大春”直播间,高小聪通过直播电商平台介绍本地特色农产品。在直播间的橱窗里,挂满了临县手擀豌豆面、吕梁山瓜丝、粮食散养鸡、临县特产手工空心挂面、三交干馍馍、胡萝卜素水晶丸子这样深具吕梁本土特色的产品链接。

“直播间很多产品都是我们自己养、自己种的,还有部分是从周边地区出产的农特产品中精选出来的,通过充满农村生活特色的视频积累粉丝,借助直播电商平台,在网上打开了销路。”高小聪告诉记者,从2019年回乡进入直播行业至今,他们已经积累了超过70万粉丝,年直播场次超过130场。这样一次看似简简单单的视频互动,硬生生地让本土红枣、核桃、红土豆、肾形大豆等长在深山的“山货”走向大山外的市场。

“每年销售额达200多万元,带动了当地一大批农民实现增收。”这样一个数据,高小聪想过,但是他的父亲和母亲却不敢想。

出发去往2025年中国农民丰收节吕梁主场活动现场的路上,牛牛与老妈有一段精彩而简朴的对话。儿子和陈玉香说,“妈,活动还让你上台代表农民讲话咧!”陈玉香的回答是,“我这会台吗,普通话都说不利索,怎么能让汾阳人听得懂?”其实这也是李彦军运营“牛牛与老妈”账号以

吕梁山新农人的「数字突围」

□ 本报记者 冯海砚

贰 “一个人”到“一群人”的蜕变

“山里的二妹子”刘燕红起初也是一个人在战斗。

2019年,刘燕红积极响应国家乡村振兴战略,返乡创业,在村里办起了农产品加工厂,专注于野生苦菜的人工种植和加工,带领乡亲们一起发家致富。因在家中排行老二,平时大家都叫她二妹

子,她索性注册了“山里的二妹子”商标,以品牌效益促进农业增效、农民增收。

在当地政府和驻村工作队的帮助下,刘燕红的食品产业发展迅速,已经走上了苦菜、西红柿、辣椒、槐花、红薯等多种农产品种植,加工同步推进、差异化发展的道路,帮助近百名村民就近就业,实现稳定增收。

刘燕红还引入科技网络力量,与太谷农大专家建立长期远程技术指导合作关系,并引进全套高温灭菌等自动化生产设备。她用新理念、新技术、新手段,带着村民一起干,使“山里的二妹子”的农产品不断满足人们对于健康、养生、美味的需求,以线上线下定制和销售模式将产品销售往全国各地。

刘燕红还参加了中国青年报发起的AI赋能青春小店计划,建立了线上AI小店,实现无人智能售卖和讲解商品。刘燕红说,她还要用智能直播功能,将石楼的特产辣椒酱、野槐花等产品推荐给省内外用户,让更多人了解石楼特产。

1996年出生的李诗宣是文水县刘胡兰镇人,作为“95后新农人”代表,致力于通过电商平台推动家乡农产品上行。他在大学期间就开始做电商,首次创业失败后,返乡开始二次创业,专注销售当地肉牛、贡梨等特产,累计销售额超2.3亿元,带动当地养殖场、屠宰场等产业链发展。他创立的“途象”“爱妃鲜”品牌,通过拼多多“千亿扶持”计划实现产地直销,绕开传统批发商模式。该品牌成为拼多多黑标店铺,显著提升文水肉制品销量,形成“互联网+养殖场+加工厂”的产业带模式。

截至2025年5月,李诗宣担任山西千卓电子商务有限公司等4家企业法定代表人,直接控股4家公司,间接持股供应链企业,商业版图涵盖电子商务、信息技术、物流管理及生物科技领域。

刘燕红、李诗宣的背后是一群人。在他们的影响和带领下,一大批喜欢和有意愿做助农直播的农民和农民出身的新农人行动了起来。

李诗宣的电商模式带动文水县农户收入翻番,促进当地形成“电商+养殖+加工”产业链,30人核心团队创造近百个就业岗位。2022年当选文水县“十佳青年”后,他提出设立农产品直播产业部,推动原产地直发模式,助力乡村振兴。

凌晨五点的吕梁山区,夜色还未褪尽,柳林县鸦沟村的刘秀娟已经把装满杂粮的小货车驶出村口。车斗里,莜面、荞面、冻山药面码放整齐,车身上“吕梁味道移动商店”的红字在晨光中新显轮廓。她熟练地将手机支架固定在车头,调试好补光灯,对着镜头露出质朴的笑容:“家人们早安,今天带大家看刚从岚县农户家收的新面,煮莜面栲栳喳喳!”

这个时候,百公里外的文水县刘胡兰镇,李诗宣正盯着大数据屏幕,上面跳动着全国各地下单的牛肉订单;牛牛与老妈也正迎着日常工作:“妈,今天吃甚咧?”“你要吃甚?”这样的口头语开始一天的生活;高小聪的老父亲、老母亲还在豆腐坊忙碌,大哥已经准备上山放羊去了,唯有他的无人机还在高空转悠。

从田间地头的即兴直播到标准化的电商矩阵,越来越多的吕梁新农人正用手机改写着山货的命运。这片曾因交通闭塞导致“好粮愁卖”的黄土高原,如今正通过千万个直播间与全国市场相连。一袋袋金黄的小米、一筐筐饱满的核桃、一瓶瓶醇香的沙棘汁,走出大山,走向市场,走进千家万户的餐桌,成为消费者信赖的品质之选。

近年来,全市土特产年销售额突破200亿元,同比增长10%。特别是在数字浪潮影响下,传统农业的基因正在重组,新农人也在网络中不断探索乡村振兴的发展密码。

叁 “数字红利”的共享

吕梁山横亘山西西部,沟壑纵横、土地贫瘠,却也是“杂粮王国”“红枣之乡”。临县的黄河滩枣、兴县的“兴县小米”、岚县的土豆、方山的沙棘、中阳的木耳……这些带着地理标志的山货,曾是当地人祖祖辈辈的生计来源,却也因在“酒香也怕

巷子深”的魔咒里。

“以前卖枣,要么等贩子上门压价,五毛钱一斤收走,拉到城里卖三四块;要么自己挑到镇里集市,大清早摆到日头毒,能卖个三五十斤算好。”62岁的临县农户李建国回忆,他种了40年的红枣树,最惨的就是前几年,全国红枣滞销,自家5亩地的收成在地里堆成了山,“最后喂了羊,心疼得直掉眼泪”。

同样的故事发生在兴县蔡家崖乡。这里的“兴县小米”颗粒饱满、色泽金黄,曾是抗战时期八路军军的军粮,却因交通不便、品牌缺失,长期被当作普通小米按斤贱卖。“一斤小米卖两块五,扣除化肥种子成本,一亩地赚了200块。”种植大户刘志强说,年轻人都出去打工了,村里剩下的多是老人,“再这么下去,地都要荒了”。

转机出现在国家“电子商务进农村综合示范项目”落地吕梁,临县、兴县等贫困县被列为重点扶持对象。政府牵头建电商服务中心、培训孵化基地,引入物流企业铺设乡镇网点,但最初的“触网”并不顺利。

“我们组织农民开网店,教他们上传产品、回复咨询,可很多人连拼音都认不全,更别说拍图修图了。”在临县电子商务中心工作人员印象中,县里首次组织电商培训时第一批报名的200个农户里,三个月后还在坚持的不到20人,“有人把红枣拍得黑乎乎的,详情页写着‘很好吃’三个字;有人开了店没人下单,急得直跺脚”。

真正的转折,始于像李彦军、高小聪这样的新农人。他们的崛起,不仅改变了农产品销售的路径,更重塑了乡村的经济生态。在临县,直播电商带动了包装、物流、仓储等相关产业的发展。镇里的快递网点也从几个增加到几十个,纸箱厂、胶带厂应运而生,甚至催生了“直播助理”“选品师”等新职业。

更深远的影响在于农村“人才回流”。过去,吕梁的年轻人大多外出打工;如今,越来越多的“90后”“00后”选择返乡。文水县北张乡的农田里,“新农人”赵永壮在地里忙碌,仔细查看芥菜的生长情况。一个多月前,这片地里种植土豆迎来了丰收。土豆刚收获入库,几千亩芥菜的种植又拉开了序幕。

今年刚刚30岁的赵永壮是土生土长的文水人。2016年,他辞去建筑行业的工作,回到家乡流转100亩土地种植土豆。从城市回到农村,作为一个“新农人”,赵永壮用8年多时间完成了生活和精神上的“返乡”,他创办的农源薯业专业合作社也走上正轨。

“山药蛋宝中宝,顿顿饭离不了。以前农民种土豆是为了吃饱,现在种土豆是为了挣钱,合作社让种植户从‘单兵作战’走向‘抱团发展’,随着合作社农业产业化水平提升,种植户增收的基础将更加牢固。”赵永壮说。近年来,合作社大力推广“土豆+芥菜”接茬轮作种植模式,因地制宜发展秋冬蔬菜种植,实现“一地两收”,有效带动农民持续增收。

据统计,近五年来,吕梁累计培育本土电商人才1.2万名,其中返乡创业人员占比超过60%。这些新农人就像一颗颗种子,在吕梁山上生根发芽,带动更多农户参与到数字经济的浪潮中。

秋分时节,吕梁山的枣林染上金红,土豆田翻涌着波浪般的绿浪。高小聪的直播间里,新到的红枣堆成了小山,弹幕里不断跳出“支持山货”“给家人买一份”的留言。他望向窗外,远处是蜿蜒的黄河,近处是忙碌的打包团队——老母亲和几个邻居正麻利地装箱,脸上带着朴实的笑容。

“以前总觉得老妈这代人就是一个普普通通的农民,现在才明白,他们这代人也赶上了最好的时代。”李彦军说,“数字技术不是城里人的专利,只要肯学、肯干,山里的老农民也能站在时代的潮头。”

在吕梁,这场“数字突围”仍在继续。新农人用手机作犁铧,以网络为沃土,在黄土高原上耕耘出一片崭新的天地。他们的故事,不仅是农产品“出山”的传奇,更是一个群体与时代共振的生动展现。他们用手机改写了山货的命运,用直播点亮了乡村的未来。在这片古老的黄土高原上,数字浪潮与农耕文明正在交融共生,书写着属于新时代的乡村振兴故事。



9月15日,“牛牛与老妈”账号发布一条关于售卖本地老陈醋的视频,当天点赞人数达到2941。



“农民大春”账号的直播间里,村民们在帮助高小聪筛选优质豆角。



每次进农户收新鲜鸡蛋,刘燕红都会在“山里的二妹子”账号进行直播。