

“这是今年新收的小米，独立真空包装、颗粒饱满、色泽金黄，营养价值高……”临朐县山旺镇和庄村36岁的王瑞香正向粉丝热情推荐家乡的特色农产品小米。近些年来，她通过直播带货的方式推介家乡农产品，让它们远销全国各地。

□文/图 潍坊日报社全媒体记者 刘晓杰

14年前她辞职返乡种樱桃

直播间设在王瑞香家空闲的一间屋子里，屋子里摆满了今年新收的小米。一部手机、一个支架，外加一个话筒，便是王瑞香推介家乡农产品的全部家什。“一开始直播的时候，术语也不懂，心里紧张，只能硬着头皮播。但我了解产品，就反复介绍，举着手机，一口气播了三个小时。”王瑞香回忆起首次直播，只觉得“既紧张又兴奋”，面对粉丝的支持和热情，她渐渐找到了感觉，结束时反而“有点不舍得下线了”。

2010年，王瑞香从潍坊市公交总公司辞职返乡，开始种植樱桃。经过多年发展，她种植的樱桃有近20亩，还有几亩油桃。这几年，随着互联网的兴起，她开始通过直播带货的方式推介家乡农产品，让家乡农产品借助云端销往全国各地。

“因为家乡得天独厚的自然条件，加上水资源丰富，产出的樱桃粒大肉厚、色泽光洁、入口甘甜。”王瑞香说，他们村共有400多个樱桃大棚，累计800多亩，是山旺镇种植樱桃规模最大的村。在“中国大棚樱桃第一县”的临朐，还有不少像和庄村一样的村庄因樱桃而兴，百姓因樱桃而富，年轻人因樱桃而回。

对于如何管理大棚樱桃，王瑞香颇有心得。“关键在于管理。以前全凭经验，慢慢地，我引进了滴灌技术，施用高端水溶肥。”王瑞香说，要打响樱桃品牌，就要想方设法地提高樱桃的品质。

让家乡农产品“走”得更远

樱桃品质、产量提升后，接下来就是如何拓宽销路。“我们这里樱桃种植已有30年的历史。近年来，我们的大樱桃特色种植业发展迅速，红灯、布鲁克斯、美早、先锋、雷尼、拉宾斯等早、中、晚熟多样优良品种纷纷落户，当地独特的玄武岩沙壤土质，让大樱桃红若玛瑙、黄若凝脂、果大味甜、品质优良。为了提高樱桃的知名度，我开始尝试直播，没想到效果很不错。”王瑞香说。

为进一步扩大山旺大樱桃的知名度，拓宽销售渠道，增加农民收入，去年，临朐县与山东管理学院达成“临朐县大樱桃电商直播基地建设及主播培训”项目合作，邀请了山东管理学院的老师来到临朐，围绕直播带货、网店运营、品牌推广，助力当地电商项目建设以及直播培训。

“之前，我一直想进驻直播平台。自己也注册了账号，但是因为没经过专业培训，一直没做起来。”王瑞香说，经过县里推荐的“乡村助农”活动，学到了基础规则、营销话术、形象表现、操作技术等更专业的知识，让她对今后的网络直播非常有信心。

扎根乡土，向阳而生。如今，越来越多像王瑞香这样的年轻人选择回到家乡，为乡村振兴注入新活力。“我希望能够借助直播，将我们家乡的农产品推广得更远，让更多人吃上我们的家乡特产。”王瑞香表示。



王瑞香在直播中推介家乡小米。

探寻经济活力 潍面孔

带特产走进直播间

「新农人」变「兴农人」

精雕细琢「龙城有礼」 打造文创「新顶流」



刘学梅(右)向客户介绍商品。

诸城市42岁的刘学梅19年前涉足创意设计，后发展企业礼品定制，到现在发展文创产业，所开发“龙城有礼”系列文创产品成为诸城市各旅游景点热销产品，吸引了很多知名大企业和省外一些旅游城市争相与其合作。

□文/图 潍坊日报社全媒体记者 李洪明

19年前她骑着摩托车到诸城创业

近日，“情牵家国·意在超然”“东坡行旅”潍坊（诸城）游宣传推介活动的多个项目在诸城超然台广场进行。超然台以数字科技为翼，赋予苏轼数字人的形象，栩栩如生，让这位文学巨匠的智慧与风采跨越千年与现代观众进行心灵的对话。数字清明上河图的动画更是将宋代的繁华市井生动再现，让人仿佛置身于那个热闹非凡的时代，体验一场跨越千年的文化盛宴。

这一创意场景，由刘学梅及其团队创意设计和制作。

谁能想到，19年前，23岁的刘学梅是驾驶摩托车从青州老家到诸城创业的。当时，她筹办了诸城市环亚企划设计室，主营业务是为各大企业提供企业Logo、包装印刷等创意设计。由于其设计专业精湛、讲究诚信，客户越来越多。

2010年，刘学梅发现很多企业有礼品需求，开始为客户开发有企业特色的礼品，并赢得众多企业支持合作。四年后，她瞅准文化产业的前景广阔，注册成立公司，向文化综合业务转型。她在北京、青岛建立专业设计、摄影、策划团队和营销团队，吸引国内新锐文创设计、现代商业模式研究、互联网工程等高技能人才加入。她带领团队全力推出文创产品设计与定制、企业品牌策划、活动策划、新媒体运营、电商平台搭建运营等主营业务。

依托潍坊优势资源打造文创品牌

在创业过程中，刘学梅多次遇到挫折，但她没有向困难低头。2019年，她带领团队到全国各地学习先进经验，调研了解全国文创产品市场，立足城市民俗、人文、非遗等优势资源，投资数百万元组建起文创项目团队，按照“一城一物”的思路，对城市文化资源进行深度挖掘、传承、传播，并融入现代艺术元素进行创意设计，打造文创设计产品开发、展示、销售及本土文化软实力展示的综合平台。

2023年，刘学梅带着团队发布文创品牌——“龙城有礼”系列文创产品，引起业界轰动。该品牌已拥有龙城十二景等31项版权，其中诸城恐龙木雕灯、苏轼水调歌头诗词丝绢画等文创产品相继被中国国家版本馆录入收藏。“‘龙城有礼’以互联网科技、数字化运营和城市文化资源为助力，我们逐步形成完善的资源挖掘、文创设计、旅游资源融合、产品展示、定制销售、物流运输等全产业链发展体系，并形成了可复制、可推广的商业文创全新运营模式。”刘学梅告诉记者。

刘学梅带领公司北京团队推出“阿礼多多”高端定制平台，已与6000余家跨领域、跨行业生态合作伙伴达成合作，注册用户累计超过20万人，遍布全国300多个城市。“我们依托潍坊优势资源，倾力打造国内有影响力的文创品牌，为全国各地文化旅游产业提供全方位、多层次、专业化的服务解决方案。”谈及未来发展，刘学梅充满信心。