

線上新勢力

一夜綿綿細雨過後，烏蘇里江畔的東方紅林區在朝陽照耀下綠色盎然。「90後」姑娘刁潔穿上迷彩服，背起籬筐與父親並肩走進他們再熟悉不過的林區。父女兩人一路走一路拍，採野菜、採蘑菇、採藥材，這座他們祖輩賴以生存的大山，給予了無窮無盡的財富。「我堅信只要勤勞，生活就會充滿希望。」刁潔說。

刁潔從小生活在黑龍江省雞西市的縣級市虎林的東方紅鎮，是土生土長的林區姑娘，從2019年返鄉創業，跟隨父親成為「跑山人」，並把父女兩人「跑山」的經過拍成短視頻發到網上，迅速躋紅。通過直播帶貨，將家鄉的優質山特產品賣往全國各地，從初期的微信接單，到擁有自己的小店，從每天幾單到上百單，粉絲從3萬到如今的180多萬，刁潔已經成為當地名副其實的「網紅達人」。

◆香港文匯報記者 于海江 黑龍江虎林報道



◆「90後」姑娘刁潔返鄉創業，「跑山人」蛻變「網紅達人」。
香港文匯報記者于海江 攝

90後

姑娘返鄉成山貨網紅

短視頻吸粉180萬 獲電商網紅大賽亞軍



◆粉絲從3萬到如今的180多萬，刁潔已經成為當地名副其實的「網紅達人」。
香港文匯報記者于海江 攝



漂泊在外思念家鄉

2015年大學畢業後，刁潔跟隨父母去了廣東工作，兩年後，父母回到老家虎林，她一人來到山東威海工作。刁潔告訴香港文匯報記者，在外的日子對家鄉充滿了濃濃的鄉愁，「我想念家鄉的雪、家鄉的風景，更想念家鄉的味道，記憶中媽媽做的小雞燉蘑菇、黃蘑餃子讓我魂牽夢縈。」刁潔說。實在想念家鄉時，刁潔就去超市裏買養殖蘑菇吃，但是那味道和家鄉的野生蘑菇簡直沒法相比。

在威海工作期間，刁潔對在網上發短視頻產生了興趣，於是她就讓父母在上山的時候，拍一些視頻發給她，她再自己剪輯發到網上，慢慢地觀看的人越來越多，積累3萬粉絲的關注。

凌晨兩點起床跑山

2019年，刁潔帶着一解鄉愁的心情，決心回鄉創業。烏蘇里江畔的東方紅林區，她熟悉這裏的一草一木。「浩瀚的林海、豐厚的資源，也帶给了我無限商機。」刁潔說，「我的父親是一名下崗二十餘年的鐵路工人，他生在林區，長在林區，對這連綿起伏的群山有着說不盡的感情。下崗這些年一直靠採山貨維持生活，可是因為地處偏遠，山貨經常面臨銷

路不好、價格不高的困境。」

雖然生長在林區，刁潔卻從來沒有親身採過山貨，自從選擇了創業直播，便每天堅持跟隨父親「跑山」。剛開始「跑山」，每天要凌晨兩點起床，上山步行兩小時，下山步行三小時。特別是冬天的時候，要穿一雙很薄的防水靴。刁潔說，「剛出家門沒多遠，靴子就凍透了，一直都是咬牙強挺着走完那些也不知道多遠的山路。」

帶動山貨外銷得豐厚回報

26歲的刁潔以林區特有豐富天然物產為切入點，創建了「林區刺老芽」的眼號，通過發布長視頻將山貨產品的採摘過程進行直播，講解介紹以及詳細的食用做法，牢牢抓住了吃貨粉絲們的眼球，受到了眾多粉絲的喜愛，2019年初已經擁有了30多萬粉絲。

如今，刁潔的「林區刺老芽」眼號已擁有180多萬粉絲，當香港文匯報記者問到她為什麼會有這麼多人關注。刁潔只用了兩個字回答，「真誠！」她說，「我所拍攝的短視頻都是真實的記錄『跑山人』在林區採摘的過程，沒有任何特效，也沒有一段段的拼接，都是很長的一短視頻直接發布。」刁潔的真誠，網友也給予了回報。在參加了雞西市婦聯舉辦的電商網紅大賽獲得了亞軍後，刁潔的直播銷售額也在不斷攀升。

與媽媽打賭成功 賺錢治好母腿疾

2019年，刁潔返鄉創業時除了對家鄉的思念，其實還另有原因。母親因常年「跑山」，腿部患上了疾病，需要醫療費十幾萬元，在當時對於全家是個天文數字。

刁潔回鄉要做網紅，這件事很快也在親戚朋友間傳開，遭到了大家的質疑和反對，認為這是不務正業，父母怕在小城鎮耽誤發展，刁潔自己也對未知的創業路充滿擔心。但看到年邁的父母，刁潔下定決心走上這條自己選擇的道路。母親看到她堅定的信心，也沒有辦法，就和刁潔打了一個賭，一年時間粉絲達不到20萬，就回去上班。

上山方知父母不易

不當家不知柴米貴，不上山不知採菜難。「每天很多我都在睡夢中的時候，我就要從床上爬起，跟着父親上山拍視頻，採野菜，回來就要馬上剪片子上傳到網上。」刁潔說，「跑山」也有很多門道，比如五月份採野菜一定要早起，到了夏天採玉黃蘑就可以晚起一會，但是蚊蟲叮咬也讓人受不了，到了秋天採猴頭、榛蘑就要走很遠，都是在特別陡峭的地

方才能找到。

刁潔和父親上山，父親心疼女兒，不讓她背山貨，可看着父親蹣跚的腳步，刁潔捨下山貨自己背上。也就十多斤的重量，可走在山路上，沒多大一會刁潔就感覺壓得肩膀特別疼。她開始從背十多斤的山貨，慢慢地能背二三十斤。刁潔說，「我因為要拍視頻，背不了太多，太多了也背不動，但父母可以背八九十斤的山貨下山。」

希望宣傳家鄉虎林

天道酬勤，刁潔的努力終得到回報，沒到一年，粉絲量就已突破20萬，達到30多萬，為此全家人吃了一頓大餐慶祝。更重要的是，網友們看到刁潔「跑山」的短視頻後，就在網上詢問山野菜如何買到，刁潔的網店慢慢地從每天幾單到上百單，賺的錢也把媽媽的腿病治好了。

刁潔說，我沒有太多的奢求，我希望我個人獲得收益的同時也能通過我的眼號把虎林的風光，虎林的特產宣傳出去，讓更多人了解林區的特產、林區的生活是我最大的願望。

46歲漁民直播中俄界河打魚 成虎林電商「一哥」



◆虎林漁民董旗直播界河打魚，擁有80萬粉絲成網紅。香港文匯報記者于海江 攝

虎林漁民董旗與當地「跑山」網紅不一樣，別人靠山，他依水，在別人直播「跑山」採野菜的時候，他的直播間裏是水天一色、出船打魚。粉絲量日益增加的同時，董旗打上來的魚也走出虎林，北京、新疆等地的網友都在搶先購買。

今年46歲的董旗已打魚30多年，他說，「在中俄界河松阿察河上直播打魚確實受人關注度高，自從2019年開通直播眼號『戶外大丈夫』以來，現有三個眼號粉絲已達80多萬人，年收入更是比過去翻了幾番。」

直播像和朋友打電話聊天

董旗會講故事，與網友介紹起來中俄界江界河

侃侃而談，他說，「別人直播開始會緊張，可自己上來就會說，其實就像和朋友打電話聊天一樣，你越真誠網友就越相信你。」

開通直播後，最讓董旗高興的就是獲得了「虎林電商大會」的銷售冠軍，他說，「虎林的網紅很多，但能獲得冠軍，確實有點意外，但這也鞭策自己更加努力彌補不足。」

不為眼前利益拋下家鄉

電商大會銷售冠軍讓董旗聲名鶴起，很多南方企業想請他過去做主播，甚至更有人開出年薪百萬的價格想要挖走他。他說，「我從小就生活的虎林，在我人生遇到困難的時候虎林人幫助過我，我不能看眼前利益就扔下家鄉。」

直播帶貨不如前 冀建倉儲物流配送中心

曾經「高光時刻」難再現

秦玉明說，「如今的互聯網是流量為王的時代，自己也在這方面投入過，可效果不明顯。現在粉絲關注雖有20多萬，但忠實粉絲其實並不多。曾經的『高光時刻』也很難再出現，下一步計劃自己不再直播，建一個倉儲物流配送中心，期待能在這個領域開花結果。」



◆秦玉明與妻子正在介紹當地產品。
香港文匯報記者于海江 攝

「一周賣光一年的大米，五分鐘銷售了兩萬噸蜂蜜，直播間在線人數突破七萬人。」虎林當地主播秦玉明和香港文匯報記者回憶着近兩年來直播帶貨的「高光時刻」，但現在因起步晚，流量增加難，帶貨直播更是大不如從前。他坦言說，下一步計劃轉型建倉儲物流配送中心，為網紅們提供貨源及相關商品的售後服務。

受南方趕海直播啓發

從小在虎林市東方紅鎮興陽村長大的秦玉明，今年36歲，曾經和生活在這裏的祖輩一樣靠種地生活，到了農閒的時候，在當地開了間山特產品店，小日子過得本不錯。2019年新冠疫情爆發，實體店受到衝擊，一籌莫展的時

候，看到網上南方網紅趕海直播，他就開始了「跑山人」的直播路。

直播兩小時賣光三噸大米

秦玉明的網名叫「林區大名」，「看別人都幾十萬甚至幾百萬的粉絲非常羨慕，以為拍短片，每天堅持發就會有增長，可真做起來並沒有那麼簡單。」他說，漲粉最難的時候是從一萬粉絲開始，當時「跑山」拍攝視頻，每天都有幾百甚至一千多的增長，但「跑山」是有季節的，到了淡季就沒得拍了。

轉機在一年中秋節，那年立秋很早，秦玉明很早就把自己種的水稻收割後加工成大米，在一次早上的直播過程中，因為是新米，僅僅直播兩小時就賣掉了三噸大米，隨後一星期不到就把一年收穫的十五噸大米都賣光了。

虎林去年網絡零售額達5.2億元

靠山吃山，靠水吃水，虎林市依山傍水獨特的資源為網絡直播帶貨提供了無與倫比的自然資源，讓這裏迅速成為「網紅帶貨」的搖籃，很多生活在這裏的人通過網絡，把虎林豐富的特產銷售出去，獲得了不菲的收入，讓日子過得更加富裕。截至目前，虎林先後湧現出「林區刺老芽」、「常大芬」、「何小花」、「戶外大丈夫」、「戶外小女子」、「月澤佳」等一大批本地「直播達人」。

商務部門直播為農民解疑

除了自然資源外，當地商務部門的政策引導也讓「網紅帶貨」在這裏快速發展。虎林市商務局局長張永傑在當地網紅心中是位「幹事」的人。他在工作之餘也在網上建立了一個直播眼號，專門為農民解答「三農」問題，現關注粉絲已達30多萬人。他說，近年來，虎林市商務局不斷探索和創新宣傳銷售模式，通過網紅帶貨、網店直銷等方式轉型發展，將本地優質特產銷往全國各地，實現「網紅+電商」為基礎的線上銷售與線下銷售齊頭並進，2021年實現電子商務網絡零售額5.2億元（人民幣）。

借助地方特產打動粉絲

「地標優品」電商銷售大賽、「一起來電約惠初夏」虎林市電商購物節、首屆家庭網購節等各主題電商活動二十餘場，一場場活動，讓越來越多的本地「網紅」「直播達人」開始在虎林應勢而生，不斷湧現。張永傑說，「大多數網紅是在直播唱歌跳舞打遊戲，而我們虎林人是借助大美風光、地方特產，用貨真價實的產品打動粉絲成為網紅，讓更多的人知道虎林，了解虎林是我們網紅最大的心願。」