

“酒鬼小莉”：回乡创业成网红

从4分钱打赏到年入数十万元,烟火气十足的短视频带给他们什么

在今日头条上,许莉霞有个接地气的名字,叫“酒鬼小莉”

本报记者 黄小星
陈伟斌 文/摄

这个季节,油菜花开成金色的海,茶农掐下的嫩尖散发出春天的香气。

绍兴新昌,许莉霞穿着胶鞋行走在田埂上,指挥丈夫操控新买的无人机。它嗡嗡叫着飞上天,掠过小溪和村居。这些画面将很快变成一条122秒的视频,向她头条上的206万粉丝展示。

衢州龙游。小伙子余超在蜂箱边找好拍摄角度和站位,把手机递给母亲。一切准备就绪。手机弹出通知,“年轻养蜂人的世界”在“快手”更新了作品。

互联网对三农发展的正向影响正在显现。一些先行者返乡创业,他们的探索途径,带动了身边人,成为精准扶贫的助力。



许莉霞在直播酿酒。

视频大多烟火气十足

衢州市龙游县柯泉村,一大片怒放的油菜花田旁,是75岁的养蜂人季海友的家。

小院里,十几个蜂箱整齐地一字摆放在地上。随着气温升高,越来越多的蜜蜂钻出蜂箱,或盘旋,或飞离,或停到一摊净水旁喝起水来。蜜蜂翅膀振动发出的“嗡嗡”声,很快笼住院子……

季海友说,这预示着较往年延迟了十多天的采蜜季,来了。

余超在镜头前介绍自家出产的蜂蜜。没有花哨的表演和夸张的动作,简单朴素的语言表达,让这段十多秒的视频很接地气。

母亲只是偶尔客串一下。更多时候,余超会和妻子一起互相拍摄上镜,其中不少场景是在季海友家,“爷爷”季海友是绝对的主角,舀蜜、挖蜂皇浆、养小蜜蜂,甚至偶尔来点反差萌的小视频。

除了主打蜂蜜视频,余超还会根据季节变换,将场景和人物切换到山林、田野或村落,例如挖笋、摘桃,向外界介绍自己生活的乡村……所有的视频拍摄和上传,都是余超和家人完成的。

200公里外的新昌南门外,鲜艳的水蜜桃果肉和稻壳混在一起,覆盖在蒸锅上,炊气上涌。不一会儿,纯净温热的白酒流淌到罐子里,许莉霞捧起罐子,笑容满溢。

在今日头条上,许莉霞有个接地气的名字,叫“酒鬼小莉”,这个人设,给她的桃花酒、桂花米酒带来好销量。

打开她的主页,和女儿烧甘蔗、去小溪摸鱼、挖掘春天新冒出来的雷笋,都是烟火气十足的乡村生活。

有粉丝说,许莉霞的视频,让他们发现乡村生活的美好。

在反对声中坚持回乡创业

除了亲缘关系,季海友和余超还有点师徒关系——余超全家都养蜂,他父母曾是赶花期的养蜂人,带着蜜蜂追逐花开的地方。

“我养蜂一辈子,蜂蜜最早是给供销社的,后来等人上门收或者零散有人来买。前几年,卖蜂蜜没有特别的门路,销量和价格都上不去。”季海友第一次出门赶花期,坐的船差点翻了,这让他至今心有余悸。

“以前除了蜂蜜和蜂皇浆,都很难卖出去,而且还得看天吃饭。”余超深知父母辛苦,千里迢迢赶花期却并不表示有好收益,风餐露宿,有时还会亏本而归。

父母本不希望儿子继续他们那样奔波的生活。在他们看来,去大城市找一份安稳的工作,怎么都比养蜂强。当余超从湖南长沙一所高校的商务英语专业毕业后,父母给他找了份在深圳一家外贸公司做报关员的工作。

但余超不顾父母反对,2014年,他回到农村,回到养蜂行业。他坚信自己能打开新路子。

两年前,许莉霞还是宁波一家外企的白领。她学的是法语,经常加班。激励她的,是老板画的关于未来的“大饼”。她和丈夫、大女儿、婆婆挤在五六十年平的出租屋里,还迎来了二女儿。

婆婆一直无法适应城里的生活,而许莉霞开的淘宝店渐渐有了起色,她便和丈夫琢磨着,回乡村去。

最反对的是她父亲,他是种桃果农,供养了三个子女读书,离开乡村,到城里安家,“要是回来,你这么多年的书就都白读了!”

当时,父亲对许莉霞举家回乡很不理解。

三十多万粉丝改变了生活

“少壮不努力,长大卖蜂蜜”——一开始,余超总这么调侃自己,“现在很少有年轻人愿意从事这行,养蜂辛苦枯燥,蜂蜜产品还不好卖。”

回乡开始寻蜜之路后,相比于父辈传统的蜂蜜销售模式,余超更愿意利用互联网平台,他还注册了自己的品牌,“养蜂是古老的行当,千年积累下来的,基础很扎实。与互联网平台结合起来,算是新老结合。”

余超的父母并不认可,他们的质疑也并非没有道理——余超回乡初期,只是通过一些网络论坛和QQ空间等渠道来销售自家产品。起效慢,收益少,加之很多品牌企业已占据了绝对的市场份额,余超走得并不顺利。

转机源于一次偶然——2017年上半年,余超将自己舀蜂蜜的一条小视频发布到了快手平台上。

如今盛行的短视频平台,是很多年轻人展示自我、打开眼界的热门渠道。被点赞和围观同时,有网友通过私信询问价格,希望从他那里买一些原生态的蜂蜜,“当时我就想,难道这样也能卖出去?”

“现代人对原生态食品的需求度很高,我们通过视频展示日常生产生活,来推动蜂蜜销售,恰好也迎合了社会需求。”抱着试试看的心态,余超开始尝试拓宽这条渠道,坚持了半年,情况好了起来:“粉丝量开始涨起来了,最高时达到三十多万。”

“粉丝经济”开始凸显。如今,除去不能产蜜的冬季,一年下来,余超平均每月都有五六万元的收入,“有一条教人辨别蜂蜜是否加糖的视频,甚至被央视引用。”余超笑说,尝到了“甜蜜”的父母再没反对过他,“有时我忙得一天两天来不及拍视频,我母亲还会催我。”

和余超一样,许莉霞也是通过短视频改变自己的生活。

返乡后,许莉霞和丈夫注意到,在农村,也有很多人玩短视频,甚至盯着手机屏幕目不转睛。于是,丈夫买来单反相机、闪光灯、反光板,从零学起。身在农村,于是便在农村取材。他们第一条视频发布于2017年12月9日,主题是“农村妹子自制南瓜饼”,许莉霞一边聊天,一边把金黄色的南瓜洗净、蒸熟、煎香,最终变成香酥可口的南瓜饼。

第一笔收入,是打赏的4分钱。许莉霞已经忘了当时拍的是什么,但有收入,就有希望。

如今,许莉霞家的农家小院变成商品库房,堆放着酒、自家晒的黄桃干、新昌特产小京生……视频播放和网络销售给他们带来不菲的收入,一年能达到数十万元。

朋友们开玩笑,说她成了“网红”,而且还是能赚钱的“网红”。



浙江24小时APP

扫码看视频
余超养蜂取蜜