

新消费 新生活

湖南日报全媒体记者 李寒露

消费场景

在湘西土家族苗族自治州广大农村地区，活跃着一批短视频和直播“新势力”，他们通过镜头连接田间地头和城市餐桌，透过手机屏幕展现乡村勃勃生机。无论是热情质朴的乡里乡亲，还是自然生态的优美风光，或是刻在儿时记忆里的乡野美味，都是乡村“小网红”创作的源泉。在短视频和直播“赛道”上，他们不仅为自己，也为村民带来了新收入来源，打开了一条新消费模式助推乡村振兴的新通道。

赶集忙“扫货”，供需对接“穿透”屏幕

——“每次看到我们团队进场，卖干菜生鲜的大妈大叔就精神抖擞起来”

5月8日清晨7时，31岁的“海槟”打开抖音直播间。这是他今年第103次乡村赶集直播。

呈现在观众面前的，首先是人头攒动的吉首市乾州农贸市场；画面移动，慢慢停留在一位卖酸豆角的苗家阿婆身上。

“大姐，酸豆角多少钱一斤？”

“5块。”

“直播间的朋友们，有需要酸豆角的吗？需要的朋友可以下单了。湘西苗家阿婆自家腌制的酸豆角，每斤5块钱。我们不收代购费，每单建议买2斤，邮费6元自付……”

“家乡的味道！买2斤，已下单”“原生态酸豆角！我要4斤”……

直播间的在线人数迅速达到4100人。

74岁的苗家阿婆唐四妹，不停地将酸豆角装袋。不到20分钟，唐四妹的30多公斤酸豆角，被网友狂扫一空。

“海槟”又将镜头对准旁边销售干辣椒和豆皮的苗家大哥。一波推介后，50罐干辣椒和25公斤豆皮销售一空。

“海槟”的真名彭海兵，湘西州永顺人。1992年出生的他，在吉首经营一家车行。“做赶集直播带货，最初只是想将流量做起来，没想到这么受欢迎。”彭海兵介绍，抖音号“海槟”团队除了他本人，还有2名直播助理和7名负责打包的工作人员。

“每次看到我们团队进场，卖干菜生鲜的大妈大叔就精神抖擞起来。我们也乐于给他们带货。除了赶集，我们还准备‘走村’，帮助村民把更多农产品卖出去。”彭海兵说。

拥有7.3万粉丝的“阿礼哩哩”黄礼，是湘西州宣传系统的一名工作人员。她说：“小事坚持做，就会变得很有意义。”“海槟”对初级农产品直买直卖，最大受益者是村民。

乡村「小网红」，释放大能量

看湘西州乡村短视频和直播如何拉动农特产品销售



凭借这样一幅装满苗家人日常生活元素的画面，抖音号“湘西盐王爷”陆续吸引3万人关注。
湖南日报全媒体记者 李寒露 摄

“乡愁”出彩成产品，家乡味道抚慰游子

——“点赞和嘘寒问暖的人，除了十里八村的乡亲们，还有全国各地的网友”

“风吹云动天不动，水推船移岸不移；刀切莲藕丝不断，山高水远情不离……”音乐响起，苗家火塘旁，一位年过六旬的老农，用一个大勺子，往炖得直冒热气的腊肉里放盐，一勺不够，再加一勺，甚至放三勺、四勺。镜头慢慢移动，最后定格到屋梁下熏得乌黑发亮的腊肉上。

看“盐王爷”放盐，忆难舍难分的乡愁。凭借这样一幅装满苗家人日常生活元素的画面，抖音号“湘西盐王爷”陆续吸引3万人关注。

运营这个抖音号的戴德好，6年前回到古丈县磨刀村茨菇坪组创业种茶，带领村民创办润溪茶叶专业合作社，实现从“烧饼哥”到“茶掌柜”的蝶变。两年前，他将66岁叔叔戴云义炒腊肉放盐的视频发到抖音上，“湘西盐王爷”迅速走红。

“叔叔今天很开心”“上面挂的腊肉卖吗”“这盐放得太有韵味了”“叔叔！改天我过来打平伙，欢迎么”……5月7日晚的一次直播过程中，不少观众在直播平台的评论互动区留言。

“点赞和嘘寒问暖的人，除了十里八村的乡亲们，还有全国各地的网友。”戴德好说。

通过运营抖音号，戴德好的茶叶迅速打开了销路。4月以来，在“梅子”等网友的撮合下，台湾著名制茶大师丁得富多次来到磨刀村，指导村民制茶，切身感受苗家火塘旁的烟火味。

在磨刀村，抖音号“湘西杉菜”运营者王雪梨，经常到“湘西盐王爷”家串门，也经常在直播过程中与其连线，互相“引流”。

今年3月以来，王雪梨在磨刀村白洋坪组做直播，主角是寨子里的10多位留守老人。

“我带着村里的留守老人一起拍短视频，给他们增添不少生活乐趣。我也会给老人们做饭，陪他们聊天，为他们做一些力所能及的事。”王雪梨的抖音账号，从2021年6月直播带货，目前粉丝达50多万，葛根粉、土蜂蜜、干辣椒等农产品销售额达300多万元。

专家点评

吉首大学商学院教授 吴雄周

「小网红」也需要「提档升级」

乡村涌现的“小网红”，对推进农村电子商务提档升级、培育壮大乡村新业态新模式有着积极作用。

他们虽然不是拥有几百万乃至上千万“粉丝”的网络“大咖”，但他们专注一行，运营的“号”定位明确，特征鲜明；他们的“小黄车”都“冒热气”，都是刚性需求；他们没有“大咖”架子，扑下身子热情对待每一位“粉丝”；他们销售额不算高，但在经济相对落后的偏远地区，显得弥足珍贵。

在充分肯定其积极作用的同时，也要对其进行规范化运营和诚信经营引导。在流量“变现”过程中，要杜绝虚假刷屏，杜绝以次充好，杜绝库存不够乱搭凑，珍惜珍爱来之不易的品牌。“小网红”所依赖的短视频和直播，也需要进一步“提档升级”。在客观真实前提下，提高视频质量，满足人们越来越高的审美需求。

五部门联合发文聚焦网约车信息撮合服务 规范经营行为，创新监管模式

4月26日国家交通运输部办公厅、工业和信息化部办公厅、公安部办公厅、国家市场监督管理总局办公厅、国家互联网信息办公室秘书局等五部门联合发布《关于切实做好网约车聚合平台规范管理工作有关工作的通知》，为切实做好聚合平台规范管理工作，保障从业人员和乘客合法权益，促进网约车行业规范健康持续发展指明了方向。

《通知》明确指出，为顺应移动互联网发展趋势，大力推动网约车行业创新发展，依托互联网技术、与网约车平台公司合作、面向乘客并匹配供需

信息，推出共同提供网络预约出租汽车服务平台(简称网约车聚合平台)。

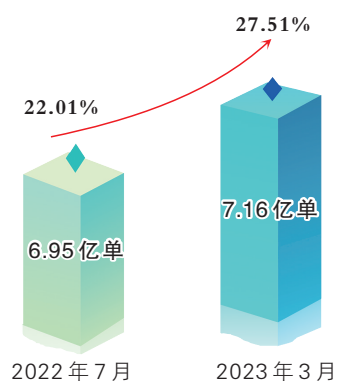
聚合平台主要为网约车提供信息撮合服务，通过聚合多家网约车平台，为用户提供“一键全网叫车”服务、为网约车平台引流，堪称为“平台中的平台”，可以为出行服务提供更多新选择。

聚合平台是平台经济、数字经济的重要形态。作为技术要素，聚合平台有助于传统交通运输企业、出租汽车行业转型升级，在促进数字经济和实体经济深度融合发展上，发挥着重要作用。对聚合平台和网约车平台实施分类监管，是一种监管创新，有利于聚合平台更好地发挥平台经济的作用，也有利于网约车行业的规范健康持续发展。

聚合平台首先在2017年出现，去年，华为推出聚合打车平台Petal出行，

随后微信上线腾讯出行，今年3月，美团打车宣布放弃自营业务，全面转向聚合模式。目前，滴滴、美团、高德、百度、腾讯、华为等均推出了聚合平台。

数据显示，去年7月，网约车监管信息交互平台共收到订单信息6.95亿单，聚合平台完成1.53亿单。聚合平台订单量占比22.01%。今年3月，网约车监管信息交互平台共收到订单信息7.16亿单。聚合平台完成1.97亿单。聚合平台订单量占比已经上升至27.51%。在为公众提供便捷的出行服务上，聚合平台的作用越来越重要。



东南大学交通法治与发展研究中心执行主任、中国城市公共交通协会网约车分会会长顾大松表示，今年《政府工作报告》提出，大力发展数字经济，提升常态化监管水平，支持平台经济发展。聚合平台是平台经济、数字经济的重要形态。作为技术要素，聚合平台有助于传统交通运输企业、出租汽车行业转型升级，在促进数字经济和实体经济深度融合发展上，发挥着重要作用。网约车聚合平台的出现，促进了网约车市场的竞争，推动了网约车市场结构的完善，为中小平台与网约车租赁公司提供了更多选择。

《通知》将聚合平台服务定位为信息服务，明确提出聚合平台不得直接参与车辆调度及驾驶员管理，不得干预网约车平台公司价格行为。这一要求进一步明确了聚合平台和网约车平台之间的区别，应当由网约车平台负责提供服务的驾驶员和车辆的相关许可进行审核。

中国人民大学法学院教授杨立新认为，聚合平台不直接指派驾驶员和车辆，不参与网约车平台的价格制定，也不向用户收取客运服务费。因此聚合平台提供的服务只是信息服务。网约车平台是直接使用车辆和驾驶员，并提供客运服务，应当承担承运人责任。

此前，《成都市网络预约出租汽车经营服务管理实施细则》也将“第三方信息服务平台经营者”与“网约车经营者”做了区分。《细则》要求网约车平台公司接入第三方信息服务平台从事运

营服务的，仍承担承运人责任。同时，第三方信息服务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者有侵害乘客合法权益的行为，未采取必要措施的，或者未尽到安全保障义务，造成乘客损害的，按照《中华人民共和国电子商务法》等有关法律法规的规定承担相应责任。

《通知》明确了聚合平台对合作网约车平台公司落实核验责任，要求网约车聚合平台对相关网约车平台公司落实核验责任，不得接入未在当地取得网约车经营许可的网约车平台公司，提供服务的驾驶员和车辆均应当办理相应网约车许可。

中国社会科学院大学法学院副教授谭震认为，聚合平台实际聚合的是网约车平台，按照《通知》要求，聚合平台不得直接参与车辆调度及驾驶员管理，因此，应当由网约车平台负责对提供服务的驾驶员和车辆的相关许可进行审核。

同时，《通知》明确按照《消费者权益保护法》(以下简称《消法》)两种情形下聚合平台应当承担先行赔付责任。

根据《消法》规定第44条第1款、《电子商务法》第58条第3款规定，聚合平台(类比网络交易平台、电子商务平台)在两种情形下须承担先行赔付责任：

一是不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式。聚合平台应当要求网约车平台提供身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，并核验其真实性。如果聚合平

台无法提供，导致消费者联系不上实际责任人，消费者有权要求聚合平台先行赔付。

二是聚合平台作出比网约车平台更有利于消费者的承诺。此类关于先行赔付的承诺属于聚合平台与用户之间的约定，应当按照约定来履行。

中国人民大学法学院教授杨立新认为，网约车聚合平台内的平台内经营者是接入的一个个网约车平台经营者，在接入时，聚合平台应当要求其提供公司营业执照、经营地址、联系方式和《网络预约出租汽车经营许可证》，并进行核验和登记。入驻后，应定期更新，以便于后续能够响应乘客需求并及时提供相关信息。网约车平台应当承担承运人责任。乘客无法与网约车平台取得联系，且聚合平台无法提供网约车平台的名称、地址、联系方式等信息，未能确保乘客与承运网约车平台取得联系，乘客可以向聚合平台请求赔偿，此即为先行赔付。

《通知》对聚合平台和网约车平台实施分类监管，是一种监管创新，有利于聚合平台更好地发挥平台经济的作用；是聚合平台规范管理的的第一步，后续各地逐步将《消费者权益保护法》落实到乘客权益保障的每一个环节，确保责任的准确性和统一性，进一步压实监管职责，切实保障从业人员和乘客合法权益；进一步落实网络安全防范措施，严格数据安全保护和管理，采取有效措施防止驾驶员、约车人和乘客等个人信息泄露、损毁、丢失；促进网约车行业规范健康持续发展。(郭芝桃)

