

在张家界大山里长大的周天送，通过短视频记录当地美景，从月收入三四千的打工仔变成拥有百万粉丝的“大V”，如今组建起了导游团队；在草原上用直播展示田园牧歌和牛肉干烤制过程，内蒙古小伙太平一年的销售收入从两万元猛增到百万元；甘肃返乡青年尚育康花式喂鸡的短视频乐坏了众多网友，他也从一名小农场主成长为带动周边几十个贫困户一起养鸡的生意人……

上述网红有个共同背景：他们都来自偏远贫困地区，通过快手平台走红，在改变自身命运的同时，带动了周围群众脱贫致富。有统计显示，近500万来自国家级贫困县的用户从快手上获得收入，快手上推送的关于这些贫困地区的生活视频总数超11亿条，点赞数超247.2亿次、播放量超6000亿次。

扶持这百万“草根”脱贫致富的幕后推手，就是由北京快手科技有限公司副总裁、扶贫办公室主任宋婷婷领衔的快手扶贫团队。



2019年7月，宋婷婷（左三）在贵州黔东南做扶贫调查。

“草根”变“大V” 山货成网红

——快手宋婷婷团队扶持百万农户脱贫纪实

□本报记者 任洁

直播加短视频 实施“造血式”扶贫

大型企业八年人力资源经验、负责公司海内外行政管理业务，身为“80后”的宋婷婷在行政人力方面管理十分经验丰富，但对于扶贫领域，三年前的她还只能算一名新兵。就是她这样一位“门外汉”，却一头扎进了扶贫领域，越干越勇，书写出了一份令人惊艳的扶贫成绩单。

宋婷婷是怎么摸索出网络扶贫的新模式的呢？那是在2016年，网络直播和短视频逐渐走红，越来越多普通人开始喜欢发布个人工作或生活短视频，并观看各种网络直播；一个又一个网红接踵出现，他们通过打赏、网店和广告等多种形式赚取收入。

当时正值中共中央、国务院提出精准扶贫概念，制定2020年全面脱贫目标不久，在这样的时代背景下，快手公司高层想到可以把直播和短视频与扶贫工作相结合，通过“内容+社交”的创新电商模式实施“造血式”扶贫，推动贫困地区改变“等米下锅”的面貌，走上可持续发展之路。

2018年夏季，快手团队开始与内蒙古锡林郭勒盟和湖南张家界合作。在地方政府的支持下，几个平台上的“大V”前去当地拍摄所见所闻，推介文化旅游资源。节目果然火了，不仅点击量居高不下，而且仅在张家界就培养出了很多会用快手拍摄美景的导游。导游周天送接受培训后，在快手上有了逾130万粉丝，从月收入三四千的打工仔发展成了旅行社老板，一个半月收入就有10万元。这给了快手团队极大信心，他们以此为起点，快手团队开始了网络精准扶贫之路。

平台直播打开销路 草根一年卖出500万元

“快手平台好，给了我们草根人

一个创业的机会。”“我的汉语就是在快手上学到的。”……这是2019年秋日里内蒙古牧民阿木古楞给宋婷婷发来的微信。他还有一个更为人熟知的汉族名字：太平，一位在快手上玩转短视频，会用直播与粉丝沟通的草根网红。

太平从小长在内蒙古锡林郭勒盟大草原上，小学文化程度，2016年和妈妈开了一间小小的牛肉干加工厂，当年销售收入只有2万元，日子过得紧巴巴。经朋友介绍，他开始用快手拍摄风吹草动的草原美景，拍摄牛羊悠闲生活的状态，拍摄牛肉干烤得滋滋冒油的过程。

生动又接地气的视频一下子吸引了网友的关注，在快手的推广下，他的粉丝日益增多，慢慢做起网络销售牛肉干的生意。到了2018年，太平在快手上的年销售收入达到百万元，还帮助乡亲们卖出25万元的羊肉。如今，他雇佣了当地十几户建档立卡贫困户，带领周围牧民共同脱贫奔小康。

宋婷婷和太平的关系非常好，她亲眼见证了太平一步步的成长。接受媒体采访时，她也经常分享这个案例，太平的名字由此登上多家主流媒体的版面，2019年12月，太平还接受了央视的专访。

宋婷婷团队对草根的扶持，不是仅仅把他们的短视频和直播“置顶”，而是深入销售、推广、法务等中下游领域。

甘肃陇南成县陈院镇白马寺村有个22岁“鸡司令”尚育康，他到大城市打拼不顺回乡创业，在快手上走红凭借的是自己的新颖创意：养鸡的人很多，但他想出用饲料码成字引鸡去吃的点子，在他的“指挥”下，几千只鸡吃饲料时列队组成数字、字母、心形等不同图案。

他把短视频用快进几倍的速度制作好发到快手上，逗得网友们乐得前仰后合，短视频很快走红，他逐渐有了

30万粉丝。

经历过1500多只雏鸡染病死亡等失败，这时的尚育康算是成功了，但他没有止步。在接受了快手平台培训后，他意识到想要扩大再生产农户开设正规网店，要突破很多藩篱：针对花式喂鸡视频易复制的特性，他需要抢注商标，将其品牌化；鸡生意属于活禽养殖，互联网销售时有很多门槛，需要取得相关资质……这些都是他一个人无法完成的。在快手团队的指导下，尚育康争取到地方政府的扶持，成立了养殖合作社，带动周边几十户贫困户一起养鸡。如今，他养的几千只鸡在市场上供不应求。

根据《快手精准扶贫报告2018—2019》显示，截至2019年8月，近500万来自832个国家级贫困县的用户从快手上获得收入。这些让扶贫团队极有成就感的数字，被贴在快手总部一间会客室的墙上，来宾进门第一眼就能看到。

一年走过18省 平均两周出一次差

网络平台的扶贫项目能量惊人，但这些业绩，不是宋婷婷团队坐在办公室里操作几下电脑就能创造出来的。“如果不做扶贫工作，我都想象不到自己还能走到中国广袤大地上那么多神经末梢地区去。”宋婷婷感慨道。

2019年，宋婷婷在公司牵头成立扶贫办公室，同年，她带着团队走遍了全国18个省份近30个地区，平均每两周出一次差，累计行程超过7万公里。因为很多偏远地区所在城市的航班较少，她们经常要乘坐“红眼”航班先飞到当地开通机场的城市，再坐火车到下一级地市，接着坐汽车到达村镇。

扶贫团队走过最差的路，是一条遍布石子的干涸河道，全程3个小时，车在路上颠簸地宛如跳舞，身体一直上下左右地摇晃，下车时每个人的腿

都止不住地发抖，眼冒金星。那一瞬间，宋婷婷的脑海里情不自禁产生疑问：我为什么要吃这份苦？呆在空调间里不好吗？但在看到当地原生态的样子，见到群众期待脱贫的眼神，一股使命感又油然而生，让她马上进入到了工作状态。

在贵州一个比较原始的村寨里，团队成员雷倩和同伴去全村唯一的小卖部买草帽。拿起货物无意瞄了一眼，只见十多只蟑螂爬满了整顶帽子，平日待人接物极为镇定的两个女孩瞬间吓蒙，本能地把草帽扔了出去。缓过神后她们继续购买，店员说这里可以微信转账。这么偏僻的地方居然还流行互联网交易，她们又觉得很有意思，这些细节都成了大伙儿出差中的调剂品。

游说村寨开账号讲到虚脱

深入偏远乡村实地探访，快手团队发现当地的公路与电力都是通畅的，网络沟通无障碍，4G手机信号也能用，还有非常多的农副产品和美景，只是因为信息闭塞、交通不便，造成“景在深山人不知”。

架设贫困地区与现代化城市的信息“天路”，是网络平台的优势所在，对于宋婷婷团队来说不算太困难，而要打消当地人头脑中的无形藩篱，冲破固有思维定式，学会借助现代化信息手段自我包装，却需要她们付出更多心力。

2019年夏天，宋婷婷带队前往贵州省黔东南苗族侗族自治州从江县高增乡占里村，这个封闭的原生态村寨讲究男耕女织，没有什么生活娱乐场所，多数年轻人外出打工。村子有一个非遗文化项目叫侗族大歌，是一种类似于唱山歌的群演形式，极具观赏性。这次快手团队收到邀请，帮助当地来传承这个项目。

（下转第7版）