

卖到35元/斤，以百香果行业的“天花板”价格卖断货，卖出了精品水果的好效益。

三是大力发展“新媒体+文化”模式。大力发展民族手工艺品，推动榕易文化科技公司将侗布出口美国，2022年率先在黔东南州实现跨境电商“零突破”，推动元宇宙赋能文游产业融合创新发展，推出《盘绣宝兜（瑞兽纳福）》《赛博牛》等数字藏品。

四是探索发展“新媒体+工业”模式。新媒体专班与榕江县工业园区形成良好合作关系，组织园区企业相关人员积极参加新媒体培训，为园区企业员工和负责人引入新媒体赋能概念，并主动对接园区企业开发线上线下产品，协力合作，助力工业园区产品对外销售。

#### （五）对外协作，助推黔货出山

一是用好东西部协作资源，助推黔货出山。用足用好山清水秀、物产丰富的自然优势，积极与大湾区的产业联动和人才交流，通过形式多样的活动，形成小村寨和大湾区的新“网”来。2023年4月，在佛山市南海区大沥镇委党校首次举办电商专题培训班，榕江县组织49名村寨代言人前往培训学习，不断提高榕江本地新媒体电商人才的竞争力。积极开展直播带货大赛、惠民促销活动和邀请影视明星、网红达人开展公益直播带货等各类主题活动，将榕江县本地特色产品更好宣传到大湾区。两地不定期开展互动直播促销，线上线下促销榕江县工业品、农特产品等特色产品。

二是引进优秀市场主体。引进具有200多个县助农经验的北京家乡来客网络科技有限公司与县国有企业共同组建榕江县榕易文化科技有限公司，引进贵州山呷呷集团成立贵州山呷呷文化旅游开发和贵州山呷呷农产品有限公司，促成榕易文化科技有限公司和贵州山呷呷集团积极与东方甄选等优质平台合作，百香果、银饰等在平台上亮相全国，助推黔货出山，为榕江新媒体产业发展带来新发展和新活力。

#### （六）注重“大流量”密码，推动“村超”体育赛事迅速火爆

榕江县以新媒体数字技术赋能，推动“村超”赛事可持续发展，实现文体旅融合发展，塑造了城市IP。

一是借力“村超”突出文体融合，推进民俗文化与体育运动深度融合。榕江县有16个少数民族，民族节日纷繁众多，民俗活动丰富多元，被誉为“中国民间文化艺术之乡”“文化千岛”。按照足球运动与神秘古朴多元民族文化、美食文化相结合原则，提出“超级星期六足球之夜”概念。“村超”每个“超级星期六”都有村寨群众自发组织的侗族大歌、芦笙歌舞、民族舞蹈、摆

王木鼓舞、少儿体操、齐跳多耶等民俗展演和加油助威活动，不同村寨群众的特色表演，不同民族文化的交流碰撞，璀璨的少数民族文化为贵州“村超”添彩助力。

二是借力“村超”突出餐饮文化。榕江是贵州省民族特色餐饮文化之都，大河口码头被评为贵州省夜间美食街区。“村超”足球赛事期间，村民自发在比赛现场开展美食宠粉活动，让观众球迷免费试吃榕江牛瘪、羊瘪、卷粉、腌鱼糯米饭、七彩古稻粥和榕江西瓜、冰杨梅汤等各类特色美食，唱响“看榕江村超、品榕江美食”口号，打响“贵州民族特色餐饮文化之都”品牌。

### 新媒体赋能数字乡村建设的经验和启示

#### （一）坚持守正创新，让大流量与正能量同频共振

榕江因地制宜、坚持守正创新，着力推进物质文明和精神文明协调发展，以新媒体为手段展示中国式现代化的贵州实践，崇尚追逐团结奋进、热情向上的美好生活。榕江县多次承办省、州校园足球比赛，每年开展常规的足球赛事活动，受到广大群众喜爱和支持，足球已经成为少数民族地区庆祝节日的重要活动。在本身具有传统足球文化的基础上，始终秉持以群众的需求为导向，在节假日和重要活动期间，鼓励和引导民间自发举办足球赛事，弥补乡村文化娱乐活动单一的缺陷，丰富百姓精神文化生活，满足人民群众对美好生活的向往。更为重要的是，榕江新媒体紧跟“村超”大流量，既推动文体旅赋能乡村振兴全面发展，又传播引导当地人民群众走向“强国建设、民族复兴”的正能量。

#### （二）坚持创新思维，差异化塑造城市IP品牌

新媒体的聚合性、多样性为传播规模、数量带来了无限可能。但在传播内容上，要以差异化发展思维，深挖城市文化，向品牌化方向持续发力。如榕江“村超”的爆火不是一时的运气，是榕江历经不断探索，立足丰富多彩独特的民族文化，先后策划了“大山里的CBA”“乐里侗年+斗牛”“摆贝苗寨鼓藏节+乡村民宿”“萨玛节+半程马拉松”等四次城市IP塑造活动，为榕江积累了一定经验和流量。作为曾经的国家级扶贫县，要想实现后发赶超、出新出彩，走差异化、品牌化才是发展之道。于是，榕江县依托全国县域足球典型县、贵州体操之乡、贵州省体育旅游示范县等金字招牌，坚持把体育运动与民族文化、乡村振兴相结合，以体育之名，让文化唱戏，促经济发展，助乡村振兴。

#### （三）坚持数字赋能，以新媒体助力新产业发展

总体来看，贵州省榕江县抢抓数字经济发展机遇，紧密围绕“让手机变成新农具、数据变成新农资、直播