

丰收节热闹堪比“双十一” 大量网民围观农民网红带货 视频直播为啥成了“新农活”？

在9月23日的中国农民丰收节里，各类农产品的视频直播成为网民围观热点，众多乡村主播成为人气超高的网红。通过直播，大量新鲜的蔬菜、水果、海鲜不断刷新让人惊叹的交易量。

淘宝、抖音、快手等平台均在丰收节这一天，联合一些基层政府推出了大量视频直播农产品销售活动。在中国农民丰收节组织指导委员会办公室指导的系列评选中，淘宝主播薇娅、烈儿宝贝入选十大网络销售达人，淘女郎demi入选十大丰收节使者。

农民网红与基层干部直播带货

张晓辉是山东省惠民县姜楼镇张杨村一名80后农民。每晚6点半，他会准时进入淘宝村播间，面对摄像头，津津有味地边吃刚煮熟的玉米边介绍：“这是今天刚从自家地里掰下来的，天然无公害，明天早上还去掰。”不一会儿就有人询问、下单。现在，张晓辉自家的玉米已经不够卖了，开始收购邻里的玉米。

在淘宝、抖音、快手等平台，越来越多的农民、返乡大学生、扶贫带头人甚至村干部和县长，都当上了农产品销售的主播，吸引了大量粉丝。

“一个薇娅抵得过一个小电商。”在云南，仅一场直播，“淘宝第一主播”薇娅就为云南特产实现销售超3000万元；

农产品视频直播为啥这么红？

近距离、直观、身临其境的感觉，再加上各种农村生活场景给网友带来的新鲜感，让一些农民在网上迅速吸引大量粉丝成为网红。

“真实与直接是农产品视频迅速走红的重要原因。”中国农业大学农民问题研究所所长朱启臻说，如果做电商，一个农民要掌握摄影、文案等复杂技能，技术门槛高，但视频直播则是每一个普通的农民都可以开展的。此外，平台的功能不断优化，一触屏就能下单支付，快递物流方便快捷，使售卖双方容易达成交易。“简单说，就是科技赋能‘三农’。”

快手科技副总裁宋婷婷说，视频直播既是广告也是监督。农民可以呈现农产品生产、种植的全过程，并分享独具特色的乡村生活；城市消费者在体验乡村生活乐趣的同时，会对人物发生兴趣，从而演化为有信任度的消费行为。

互联网技术重塑“三农”，成为扶贫新力量

直播卖货不仅打开了农产品销路，让更多农民增收致富，还在推动农村传统生产方式的改变，重塑农民思维方式，促进农业生产质量的提高。

23日，在2019年中国农民丰收节北京会场阿里巴巴大屏幕上的两组数据非常醒目：已助力8亿件农货上行，举办37万场丰收节直播。“手机变成了新农具，直播变成了新农活，数据变成了新农资。”阿里巴巴集团副总裁方建生在现场介绍。

为了让消费者买到更好的产品，一些直播平台与地方政府合作，倒逼农民科学种植、精细管理，提升农作物品质。

通过快手与黑龙江省克山县政府开通的快手政务号，种植用户用短视频真实记录马铃薯生长的环境和过程；政府和相关食品企业发布的视频，则展示农

在491万粉丝的围观下，1.3吨云南咖啡2秒内告罄，110万枚鲜花饼3分钟售完。

9月23日上午，快手、黑龙江广播电视台大小屏同步直播的丰收节活动，5位主持人与多位农民网红互动直播，仅两个小时累计观众人数超过650万人。

这个秋天，阿里巴巴聚合集团13个涉农业务，联动全国1000个核心农产品产区、832个国家级贫困县，打造堪比“双十一”量级的丰收节。

阿里巴巴2019丰收节公益直播活动中，“县长+网红+明星”3小时直播，吸引3400万人次围观，创下2640万元成交新纪录，较去年同期增长164%。

拥有300多万粉丝的快手主播“爱笑的雪莉吖”袁桂花，生活在贵州省黔东南苗族侗族自治州天柱县雷寨村。有一年临近除夕，她在家直播吃自制腊肉，“老铁”们见她吃得特别香，纷纷留言：“能不能多做一份给我邮过来啊？”她当即把制作的腊肉全都卖掉，挣了两千元。此后，腊肉、腊肠、豆腐乳、烤米酒等自家土特产，通过袁桂花的直播摆到了全国各地网友的餐桌上。

农民主播们的农村生活片段让“老铁”们看得津津有味。在去玉米地前，张晓辉通常会用手机拍摄农村的各种生产工具等。“别小看这些，城里不少人没见过。撙草的耙子、灌溉的沟渠、乡间小路，甚至村道边的庄稼都能带来流量和粉丝。”他说，刚在淘宝村播平台售卖农产品不到半个月，他就收获了2000多个粉丝，每天接到将近20个订单。

产品生产、销售全产业链。

视频直播还成为扶贫的新力量。今年以来，500万贫困县区的人口从快手上获得直播收益。首批数十位带头人的产业总值已超过1000万元。

2018年9月，抖音达人为河南省栾川县潭头镇拨云岭村的特色扶贫项目“拨云妈妈面”拍摄了一条短视频，带火了当地的农家面馆“山顶人家”。景区因此新设立了不少旅游扶贫摊位，共带动138户贫困户实现脱贫。

山东大学社会学教授王忠武说，也应注意，一些直播的商品质量还不是很过关，售后服务跟不上，一些贫困地区的供应链还在初级建设阶段，相关各方要进一步形成支持合力，提升质量，不断增强消费者的体验和信任度。

（据新华社）

移动互联时代 我们如何应对信息“劫”？

“移动互联时代，怎样保护个人信息？”国家网络安全宣传周刚刚结束，关于如何切实保障网络个人信息安全的讨论引来各方聚焦。哪

些不良使用习惯会导致手机防护尽失、网络用户个人信息被“劫”？哪些隐患仍在威胁网络个人信息安全？记者就此展开调查。

3个不良习惯 或丢光全部个人信息

《2019全国网民网络安全感满意度调查统计报告》显示，近四成网民认为，网络个人信息泄露非常多和比较多；近六成网民更曾遭遇过个人信息被侵犯。不仅如此，专家表示，个人信息遭泄露人群中，手机网民是“重灾区”。记者调查发现，这与几种手机不良使用习惯直接相关。

——掉以轻心，随意扫描二维码，下载可疑应用软件。“这是我们的创业项目，您扫描一下二维码填写个人信息，就可以获得我们的小礼品。”如此“地推”场景，相信并不陌生。一些人或为支持年轻人创业热情或认为领取小礼品“有利可图”而同意扫描。殊不知，无论动机如何不同，他们手机上的个人信息都面临相同的泄露风险。网络安全专家告诉记者，一些二维码包含木马病毒，可窃取和修改设备内重要信息。不法分子还可能以此远程遥控用户手机，实现开启摄像头、麦克风、定位等操作。

——因小失大，轻信“试

睡”“体验”等“免费套路”。酒店免费试睡体验类项目推广文章一度在微信朋友圈中流行。文中称，用户只要转发相应内容，并在文内链接留下自己的真实姓名、手机号等个人信息，就有机会获得免费试睡五星级酒店机会，有的甚至索要身份证号等个人敏感信息。记者从网络安全专家处得知，事实上，填写此类信息的用户获得“免费”体验机会微乎其微，但丢失个人敏感信息的风险却十分巨大。

——被逼无奈或盲目授权，忽视手机App用户协议和隐私政策。“如要继续使用本软件，请提供相应授权。”不少App通过“不同意就不准用”的“霸王条款”过度索权，给用户个人信息造成重大风险。比如记者发现某手电筒App，安装时却要求获取阅读手机通讯录的权限。此外，一些用户嫌麻烦，使用App前不阅读用户协议和隐私政策，导致个人信息大量泄露还不自知。

标准模糊、霸王条款、隐蔽收集等 潜在风险仍存

多位专家学者和相关部门负责人向记者表示，当前在网络个人信息保护方面“发力”已成常态，但仍有潜在风险有待排除。

相关保护措施的标准是什么？如何把握？中央网信办网络安全协调局综合处处长唐鑫认为，移动互联时代的个人信息保护应该“标准先行”，既不能“没标准”，也不能“标准总变”。他认为，App收集和使用个人信息涉及手机制造商、手机应用开发商、应用商店等多主体，因此有必要打通各环节，做到行业协调、综合治理。

中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江认为，当前经营者通过“不同意就不准用”等“霸王条款”变相强制采集用户信息问题泛滥，消费者个人信息泄露后往往存在举证难、维权难等问题。对此，不仅需要有关部门加强

实际监管、严格执行现有法律法规，保护消费者权益，国家更应针对侵权“顽症”制定完善相关规则。

另据记者调查，还存在一些App隐蔽收集和使用用户个人信息的问题。中国信息通信研究院安全研究所所长魏亮指出，例如用户已经关闭了GPS权限，因此默认App不再收集我的地理位置信息，但实际上App仍在通过用户所连接的WiFi来获取用户位置，这种收集和使用用户个人信息的行为已超出一般用户心理预期。

他建议，行业相关主体应切实以个人信息保护理念直接指导研发、编码过程，同时加强对防窃密、防篡改、防泄露、数据脱敏、关键数据审计、流动追溯和数据备份等安全技术的研发和商业部署，让安全机制与安全技术落地、落实。

（据新华社）