

一手抓农业种好“海岛生态米”，一手做宣传拍视频活产业 一位海岛村支书的“归谷”实验

□记者 姚舜好 文/摄

深秋的衢山岛，当海风裹挟着稻谷的清香掠过沼潭村，“归谷”农场的草坪上，一场热闹的丰收嘉年华正酣——村民们围在几个硕大的番薯前，七嘴八舌估重量；或是在套圈摊位前跃跃欲试，目标是地上的蔬菜、豆腐；“抢粮食”比赛更是热火朝天，一袋袋自产海岛大米被争相运送，引得围观者阵阵喝彩……

没有复杂流程，奖品也不贵重，却让现场每一位村民的脸上都漾开了笑容。活动的组织者是85后村支书何军，他穿梭在人群中，拿着话筒维护秩序，不时用手机记录着这些热闹的瞬间。他的另一个身份，是拥有不少粉丝的短视频博主“海岛支书”，用镜头默默讲述着这个海岛村庄五年来的蜕变。从土地抛荒到稻浪翻滚，从产业空白到“归谷”新生，何军用一场关于回归的实践，回应着时代对乡村振兴的叩问。



村里收获的大番薯，活动现场用于估重



丰收嘉年华现场的套圈活动



海岛生态大米

荒田变农场 “种田门外汉”捧出“海岛生态米”

2020年11月，当何军回到生他养他的沼潭村担任村支书时，面对的是一个典型的“空心村”：没有产业，没有集体收入，土地由村民各自零散耕种，大量田地处于抛荒状态。“除了农田就是宅基地，可拓展的空间非常少。”何军回忆道。村庄发展的路径被先天条件限制，他思前想后，唯一能打的牌，就是脚下这片土地。

改变的第一步是环境整治和土地流转。何军挨家挨户走访，跟村民讲清楚流转的好处：“土地交给村里统一种，大家能拿租金，农忙时来农场打工还能再挣一份钱。”磨了几个月，2021年终于完成土地流转，2022年沼潭村正式开启规模化种植。

田园整洁了，但更大的挑战接踵而至——种什么？怎么种？

“我们第一年种水稻，连续失败了两次。”何军坦言，作为一个年轻人，刚开始他对农业一窍不通，但村庄要发展，只能硬着头皮上。

因为经验有限，第一批稻谷发芽率不高，雪上加霜的是，这些谷芽撒到田里，不是被烈日晒死，就是被福寿螺吃掉。彼时，村里不乏质疑的声音，“肯定不行，肯定要亏钱”的议论很多。同时，农业生产的季节性给了他们巨大的压力——必须在短短十几天内找到解决办法，错过农时，这一年的收成就没指望了。“后来我们四处请教有经验的农户，学习他们的做法，尝试改用直接插秧的方式，终于在150亩土地上成功种下了水稻。”

规模有了，特色在哪？同样是卖大米，东北大米、高山大米各有卖点，沼潭村的优势是什么？何军想到了“海岛”二字。“海岛的空气好，水污染少，山好水好，在这里种出来的水稻自有它的稀缺性。”他决定打出“海岛生态大米”的概念，为产品注入独特的故事性。

为了让土地发挥最大价值，何军还牵头建起烘干厂房，添置了碾米机、拆压流水线、收割机等一整套设备，沼潭村彻底告别了“无序自发种小地”的模式。

归谷，归谷 回归农业本质，呼唤游子归来

何军将村里这片农场取名为“归谷”农场，他解释道，“归”是回归——回归农业的本质，回归乡村的本真。“谷”既指这片依山傍水的土地，也指粮食本身。在农场门口，他还立了“归墟”两个字。“‘墟’是土壤的湿



度，直接影响农作物生长，是老一辈传下来的农业理念。‘归’和‘墟’结合，就是告诉我们，要找准农业的本质，做最本分的农业。”何军说。

海岛大米种植的第一年，收成不错，何军做了一件暖心的事：给村里70岁以上的老人每人发了一袋5公斤装的大米。这个决定遭到了一些村民的反对，有人质疑：种植大米本就不易，免费送出去，村集体的收益岂不是大打折扣？

在村民代表大会上，何军耐心地向反对的村民解释：“土地是老百姓的，他们曾用双手为我们挖过山塘、修过河道。现在我们享受成果，不能忘了前人。”正是这种温暖的反馈，形成了一种良性的互动，让村民与村集体的心贴得更近。

这个“回归本质”的农场，如今已是一个综合性平台。这里不仅有水稻田，还拓展了蔬菜采摘园、果树园、稻虾养殖，未来还规划了鸡鸭养殖等项目。农场里那栋大楼，未来还能承接培训、会议和团建。何军的目标很明确：以农业为基，做“农文旅”融合研究的加法。

基于农业做好文章之外，“归谷”二字，也包含着沼潭村对走出去的年轻人回归故

乡的呼唤。为了吸引年轻人，何军做了不少努力。村里的篮球场原本闲置，他装上新路灯、重新粉刷后免费开放，“晚上村里的小伙子、周边的学生都来打球。”刚开始有老人质疑“浪费电费”，他在村民大会上解释：“年轻人是乡村的未来，我们要千方百计吸引他们来。”

短视频“出圈” 村书记出镜，只为多卖一袋米

拍短视频的念头，是被农产品销售难逼出来的。农场的大米丰收了，可藏在海岛里没人知道，“酒香也怕巷子深，只能想办法宣传。”

其实何军早有新媒体经验，早在2014、2015年他就做过水产品相关的微信直播，对流量价值有体会。重新捡起短视频，他没搞复杂剪辑和剧本，全拍工作日常：水稻收割、大米售卖、农场活动、和村民闲聊……“刚开始也怕出镜，会磕巴、不自然，但有这个责任在身上，只能硬着头皮来。”

短视频的效果远超预期。今年8月，沼潭村办了场龙虾啤酒美食节，他上午拍了条活动预告，下午补了条现场的视频，发在抖音和微信视频号上。七八个小时，两个平台总播放量就有五万多，当天晚上来的游客太多，车辆从农场排到观音山脚下。这场意外的“流量爆炸”，让“归谷”农场和沼潭村出了名。

更让何军惊喜的是，短视频直接带动了海岛大米销售。“不只本岛居民，还有很多外地朋友刷到视频，抱着一份对乡村的情怀专门开车来买大米，还有人托舟山的朋友代购，现在我们的米经常快递到全国各地。”

现在在网上，村书记跨界“整活”卖农产品已经成了一种现象，甚至有人拍起短剧，有了个人IP。面对这种现象，何军有自己的看法：“只要能帮村庄宣传出去、把土特产卖出去，形式可以多样化。”

何军自己也践行着“脚踏实地做实事，勤勤恳恳做宣传”的原则，遇到网友说大米不好吃，他会实诚回复：“新鲜的大米都好吃，但新米湿度大，煮的时候水得少放些。每个人口味不同，我们接受批评。”

谈及未来，何军思路清晰。产业发展的基础已打好，下一步是“小步快走，永不停步”。他们计划围绕“海岛生态大米”做深加工，比如开发米酒、年糕等产品。农文旅方面，活动会更频繁，“可能一个月一两次，每个节气、季度都会有。”他要想办法，通过短视频流量，把沼潭村所有的资源都激活，“虽然资源有限，但我们没停下脚步，把村里的微系统发展好，就是实实在在的振兴。”