

新青年深入广大乡村,用镜头、数据、文化、审美、创意,展开当代乡建实践——

手持“新农具” 耕耘“新山海”

安溪茶山的晨雾里,1999年出生的邱佳雄指尖滑动,用云端图谱点亮了古茶树的生命密码;德化乡里的寒风中,“00后”郑丽明举起手机,屏幕架起了农货出山的桥梁;丰泽蟳埔渔村的古厝内,黄溶冰将一朵簪花设计成连接古今的时尚体验;泉港东张村,“95后”陈佳锦对着电脑沉思,如何把质朴的乡愁“翻译”成世界听得懂的影像语言。

在泉州,一群当代青年正悄然改变着乡村的模样,他们是带着技术与视野回归的“新农人”。与祖辈的传统农业耕作不同,他们手中的“锄头”变成了镜头、数据、审美与创意。这些被统称为“新农具”的数字、文化、科技、流量工具,正通过泉州青年们的巧思妙用,重塑着乡村的产业逻辑与文化自信,展开了乡村共富的新图景。他们用行动证明:广大乡村充满机遇,大有可为!

镜头“破壁” 助深山好物“走出去”

谁能想到,德化县上涌镇的“带货达人”郑丽明,其带货故事源于一句对邻居奶奶的承诺。

去年12月的一次偶然返乡,郑丽明向镇上一位摆摊奶奶买芋头时,得知老人家中积压了大量芋头,子女又不在身边,无力售卖。看着老人无奈的神情,从小深知农活艰辛的她,萌发了一个念头:“奶奶,芋头我帮您卖。”郑丽明首先想到的是发朋友圈圈试试。她用手机记录下农产品的生产制作过程和自然生态的品相,配上淳朴的文字介绍。意外的是,视频发出后,朋友圈的反响不错,很快就收到了订单。虽然芋头售卖的总量并不

多,但这次经历犹如一颗种子,让她感受到了帮助乡亲的乐趣,也看到了农产品推广的希望:家乡上涌镇藏着不少宝贝——香润醇厚的茶油、用新米发酵的红酒、风味各异的米粉,这些特产缺的不是品质,而是被看见的窗口。于是,她拿起了第一件“新农具”——镜头与网络,决心用直播打破大山的物理隔绝。

不久后,田埂上、灶台边、农户家中都成了她的“直播间”。她用拉家常般的语气,向网友介绍每一款农产品的来龙去脉。最难忘的一幕发生在她遇到一位正在酿红酒的老奶奶时。老人家十分热情,煮了红酒蛋招待她,郑

丽明全程直播了这份温情。镜头里老人娴熟的酿酒手法勾起了网友的乡愁,一位内蒙古网友当即下单了15斤红酒。“没想到家乡的红酒能卖到那么远!”这份跨越千里的订单,让郑丽明坚信“新农具”真的架起了大山与外界的桥梁。如今,郑丽明的视频号“郑大钱跑山货”已有5000多名粉丝,她的足迹遍及德化所有乡镇。

一到周一清晨,郑丽明和摄影师又开启了新的一周的下乡收农货之行。刚到上涌镇区的市场,几位摆摊卖菜的阿姨便热情地围了上来。“孩子,你这样穿不冷吗?”郑丽明一边笑着回应自己穿的是刚买的



互联网思维架起了山乡与市场的桥梁,图为郑丽明下乡收农货。



郑丽明精心捕捉农产品的每一个细节,力求在短视频中展现农产品的原生态与高品质。

影像重构 让乡村叙事“传得远”

同样借助视频的魔力,“95后”的陈佳锦则是用镜头“造梦”,用心去解决乡村如何“被看见”“被理解”的痛点。

2022年,陈佳锦回到家乡泉港区界山镇东张村。这一选择并非简单的“情怀回归”,长期的跨文化交流经验让他敏锐地发现:传统的乡村传播,多停留在符号化呈现,缺乏连续、真实、可共情的叙事体系。“数字时代的乡村传播,必须从‘展示风景’转向‘传递内涵’。”

于是,他拿起了属于他的新农具——专业的影像叙事能力。在不足15平方米的空间里,他创立了“东张故事”视频号。陈佳锦摒弃了宏大的宣传片手法,首条作品《在一起才是年》,全片只有8位村民质朴的笑容和熟悉的年味场景,却因深藏的家国情怀收获了超10万的播放量,引发广泛关注。

在“东张故事”中,镜头不只是记录,更是一种“翻译”。侨乡文化、非遗

传承,在一个个视频中“翻译”成年轻一代和海外游子看得到、听得懂的视听语言。

如今,陈佳锦和他的团队将服务半径延伸至安溪、南安等地,他们的镜头成为乡村文旅的“解码器”和农产品品牌的“放大器”。“我们的家,住在山海”一举入围第九届海峡两岸青年网络视听优秀作品展,获评“山海泉港推荐官”大赛一等奖,这部作品将泉港的

棉外套,一边熟练地询问阿姨家里是否留了酿好的红酒。和乡亲们的亲密无间,让她愈发有着强烈的发展冲动:“未来准备开家特产店,慢慢把生意做到周边城市去。”在她看来,“新农具”的魔力不仅在于拓宽了农产品的销路,更在于让这些传统好物被看见。镜头记录的是农户们的匠心坚守,网络传递的是乡间的温暖情谊——这份藏在深山里的质朴,抵达了更多人的心。



陈佳锦与当地媒体青年合影



陈佳锦通过影像让村民直观感受记录的意义,搭建乡村数字文化桥梁。

审美牵引 把游客流量“留下来”

在丰泽蟳埔渔村,返乡青年黄溶冰展示了“新农具”的另一种形态:审美与体验设计。他要解决的是,如何让古老的文化符号转化为现代消费产品。

2016年,黄溶冰从贸易行业转身还乡。受云南等地“民族文化+旅游”模式的启发,他敏锐地察觉到,蟳埔女头顶那座“行走的花园”——簪花,是被低估的文化资产。“我从小看到大觉

得平常,直到在外地看到别人靠民族服饰体验就能做得很好,才意识到我们本地文化的价值。”

他没有选择传统的开店模式,而是着手打造一座“百年大院”。这栋老厝被他租下后,完全按照闽南风格改造,保留了大型木梁、老砖瓦等元素。在这里,他创立了“花米”品牌。“花”是簪花,“米”是生活。黄溶冰将简单的簪

花拍照,升级为“半天深度文化体验”。游客在这里不仅是簪一朵花,更能体验簪花下午茶、逛海鲜市场、看渔船日落,沉浸式感受地道蟳埔生活。

他手中的“新农具”,还有市场化的运营思维。他巧妙运用明星效应与流量经济这一现代传播“农具”。张柏芝、刘嘉玲、吴奇隆等明星的到访与《一路繁花》等节目组的拍摄,让蟳埔

簪花迅速引爆网络,他运营的蟳埔花米百年大院最高日接待量达到五六百人次,实现了惊人的市场破圈。

更可贵的是,黄溶冰坚持“原真性”底线。“我们坚持传统手工簪花”,他聘请当地阿姨亲手制作,团队从几个人扩展到16人,涵盖该村的簪花阿姨、化妆师等。这种由核心IP驱动,辐射周边的模式,带动周边渔民乡亲走上共富之路,让流量转化为了社区共享的“留量”。

人才反哺 将科技力量“沉到底”

乡村振兴的重要动力,是人。在福建省“扬帆计划”的赋能下,邱佳雄、陈晖政等更多大学生,正将专业知识与创新思维打造为最硬核的“新农具”,带回田间地头,解决乡村人才与未来的问题。

“以前觉得学农没出息,现在才明白,乡土才是施展才华的大舞台。”1999年出生的邱佳雄,带着福建农林大学农业管理专业的知识奔赴安溪茶乡。面对传统农技推广“信任难、见效慢”的困局,他总结推广“科技小院+模范农民”模式,带领团队踏遍安溪山川,收集古茶树等珍稀种质资源,编制了5本科普手册。面对老农对新品种的抵触,他和团队瞄准农村中年妇女群体,通过技能培训让“安溪女茶师”从采茶人变身技术推广骨干。“茶不只是饮品,更是生态理念和文化身份的载体。”邱佳雄说,他将“女茶师模式”

推广至建阳,创建“水仙白女茶师工作站”,更通过“世界女茶师联盟”将中国茶推向国际,用“穿着西装种茶”的实践证明传统产业的创新活力。正如邱佳雄所说:“乡村振兴需要我们把论文写在大地上,用青春和汗水让乡土焕发新生。”

在八闽大地,更多时代青年正带着知识与活力,用创新“农具”犁开乡建新局。在南安,2003年出生的陈晖政将目光投向了乡村的孩子。在他看来,“乡村孩子缺的不是求知欲,而是看世界的窗口。”这位智能互联专业的大学生,将新媒体技能化作乡建“利器”。针对乡村儿童课外资源匮乏的问题,他设计“闯关式”科普课程,用竹子、秸秆制作简易教具,让水稻实验、自然绘画等趣味课堂取代单向灌输。更巧的是,他将孩子们的学习瞬间拍成短视频,在社交平台讲

述乡村故事。“看到孩子用智能手表拍家乡风景分享时,我知道热爱家乡的种子已经种下。”陈晖政的坚持换来了回报,孩子们写下“希望老师明年还来”的纸条,爱知识、爱家乡的种子正在悄然萌芽。

他们不是个例。泉州团市委发布的2025年实习岗位达3.1万余个,吸引了省外14所“双一流”高校的500余名学子组成实践队伍。他们围绕“智造泉州”乡村振兴”开展调研,用农业大数据让生产更精准,用社群运营让文化传得更远。

陈佳锦说:“家乡,本就是星辰大海。”从郑丽明的直播间到陈佳锦的镜头,从黄溶冰的古厝到邱佳雄的科技小院,这些“新农具”的背后,是泉州新

□融媒体记者 赖小玲 张君琳 陈森森 实习生 吴晨曦/文 受访者/供图



邱佳雄(左一)指导茶农开展茶树新品种茶苗繁育



陈晖政(左一)演示消防水带的使用方法,让孩子们在实操体验中筑牢消防安全意识。



黄溶冰与头戴簪花的蟳埔女在海边