

“中国茅台·国之栋梁”乡村CEO公益项目结业 带着新本领，投身乡村全面振兴最前沿

刘显玉

4月15日，贵州道真，尹珍故里。

一场特殊的结业仪式在这里举行——50名来自贵州乡村一线的学员，接过“中国茅台·国之栋梁”富农乐乡村CEO公益项目培训班的结业证书，即将“持证”奔赴乡村全面振兴的最前沿。

他们中有村党支部书记、驻村第一书记、返乡创业青年，也有扎根田间十余年的种植能手。

过去8个月，在贵州茅台公益基金会的支持下，这批平均年龄35岁的学员，经历了理论学习、跨省实训、在岗实践和答辩考核的全链条锻造，逐渐成长为“懂经营、会管理、有情怀”的高素质乡村职业经理人。



“乡村CEO”项目培训班开班。



学员带来的特色农产品。



“乡村CEO”们前往广西桂林马海古村落等地进行实训。

培养懂经营、会管理的人才

“乡村振兴，关键在人，核心是带头人。”贵州茅台公益基金会理事长卓玛才让在结业仪式上指出：“茅台生于贵州、长于贵州，始终把助力家乡发展、服务乡村振兴作为分内之责，乡村振兴需要更多懂经营、会管理的复合型人才，启动这个项目就是为了培育更多留得住、用得上的乡村振兴骨干。”

正是基于这一共识，2025年9月，项目正式启动。它摒弃传统“短期听课、发证”的模式，打造了一套“靶向遴选—理论赋能—跨省实训—在岗淬炼—结业考核”的全链条闭环培育体系。

首批50名学员来自遵义道真、毕节威宁等茅台对口帮扶地区，他们带着一线难题而来。

在为期一个月的集中理论培训中，学员们首先完成了一次关键的思维转向。中国农业大学教授等专家授课，核心是引导学员从以往“重建设、重基建”的惯性中跳出来，转向“重运营、重市场”的经营乡村新思维。

随后，学员们走出贵州，前往广西桂林马海古村落、龙脊梯田等地进行沉浸式实训。

“看到别人的民宿能按天收入300元，而我们的还停留在每月1200元的包月低价模式，我坚定了提档升级的决心。”来自道真自治县洛龙镇大塘村的学员李红感言。大塘村有167家民宿，但业态单一、模式固化。实训归来，他已

着手推动将村委会旧址改造为高端民宿样板，带动全村产业升级。

中国农业大学的十余位硕博导师深入武陵山区、乌蒙腹地，在学员所在的村庄开展“田间地头问诊”。

在道真自治县三江镇三江社区，面对12万亩花椒基地长期“按斤粗卖”、效益低下的困境，党总支书记胡小琴在导师指导下，拿出了打造“歌乡娇韵”品牌、开发花椒粉、花椒酱等深加工产品的三年规划，并制定了详细的预算与融资方案。“让石缝里的花椒卖出好价”成了她的最新目标。

“针对各村闲置的菌棒加工厂、停产的大米厂、空心农房，我们做一对一业态策划，目标是‘一村一方案、一人一规划’。”培训班导师在调研当地具体情况后说。这种陪伴式辅导，让抽象的理论最终落地为一份份可操作的产业计划书。

手持“新农具”，带富一方百姓

茅台乡村CEO项目的突出特点，在于构建了“政—校—企—社”四方联动的创新共育模式，由贵州茅台公益基金会提供资金与资源保障，中国农业大学提供学术与教学支撑，腾讯注入数字技术能力，地方党委、政府保驾护航。卓玛才让表示：“正是各方各司其职、同向发力，才让人才培养更加贴合贵州乡村实际、更具实用价值。”

这种协同不仅在于“育”，更在于“孵”。

2025年11月，广西壮族自治区桂林市龙胜自治县龙脊镇马海村，一场数字乡村专题赋能沙龙正在进行。专属导师手把手教学员开通微信小店、拍摄剪辑短视频、模拟直播带货。对于完全没有电商基础的学员，项目团队从“开店搭建”教到“话术打磨”，并配套4个月全程社群陪跑。

马娥，毕节市威宁自治县马房社区的一名电商助农主播。在导师一对一指导下，她搭建了微信小店“威宁穆彦农产品经营部”，上架红辣椒、土豆、大黄梨等7款农产品。

参训后，她累计拍摄乡村短视频1143条，播放量超114万次；开展直播1786场，全平台累计GMV（商品交易总额）达349万元。

更关键的是，她依托加工厂和直播基地，带动50人稳定就业，其中脱贫户20人，人均月工资3000元；以订单种植带动100户农户，助推全旗农产品附加值提升30%。

“培训前，我觉得直播是网红的事；培训后，我发现手机就是‘新农具’。”马娥在结业仪式后说。

她的故事并非孤例。威宁自治县杏子村“喜丫好货”账号主理人王乐，依托2000余亩小麦种植基地与5家加工厂，构建了“种植—加工—销售”全产业链，年产面粉24万斤。

培训后，她打造乡土好物IP“喜丫好货”，仅拍摄15条短视频就获得5万播放量；首场乡村市集直播观看21万人，线下带动小麦订单4000余单，年售50余万斤，销售额125万元。

江艳霞作为道真自治县文旅局的工作人员，她的视角更偏向区域品牌。

经过数字化培训，她快速优化内容体系，累计拍摄短视频96条，内容涵盖民俗、美食、美景、文旅业态，全平台粉丝超2万。其中一条展现侗族服饰和方言说唱的短视频《不敢带你回道真》，单条播放量突破5万+。她还专门打造了“城BA”乡村篮球赛事系列短视频，全网播放量突破40万，为乡村文体活动探索出传播新路径。

这些学员的成长，离不开项目搭建的全周期陪跑机制。

项目还选拔了5名优秀学员参与“土特产小店·共富乡村过大年”助农主题直播，5场公益直播累计观看125万人次，成交109单。

创新探索可复制路径

“结业只是学习阶段的终点，更是投身乡村实践的起点。”卓玛才让在讲话中向学员透露了三个好消息：

茅台计划持续与中国农业大学合作，把乡村振兴实训项目长期做下去；结业后将通过组建乡村CEO联盟、选拔精英班等方式，继续提供支持；第二期培训即将启动，争取提升为省级培训项目。

此外，他还对学员提出三点期望——“希望大家坚守初心、扎根山区、实干兴业；学以致用，推动学习成果转化，大胆运用短视频、直播带货等数字化工具；携手共进，持续拓展发展空间。”

“希望各位学员以此次结业为新的起点，脚

踏实地、勇挑重担，在乡村振兴的广阔舞台上展现作为、实现价值。”

“结业既是终点，更是奋进的壮行。”

道真自治县县委常委、组织部部长葛继红对学员们寄予厚望，希望他们成为扎根乡土的“领头雁”、产业破局的“操盘手”和共享资源的“连心桥”。

8个月的培育，成果初显。中国农业大学人文与发展学院副院长武晋总结，项目不仅为贵州培育了50名乡村振兴的“人才种子”，更探索出一套可复制的“茅台乡村人才培养方案”雏形。这套方案融合了顶尖高校的理论案例教学、头部企业的数字化工具赋能、公益基金会的资源支持以及地方政府的全程保障。

项目期间，9名学员成功开通微信小店，上架26款农特产品，完成订单498笔。导师还为12名重点学员提供一对一陪跑，使他们的视频粉丝总量实现翻倍增长。腾讯可持续社会价值事业部提供的“数字化新农具”，让学员快速掌握了从AI创作到直播带货的新技能，真正实现了“授人以渔”。

在这片土地上，新一批“乡村CEO”正走向田间。他们手中的“新农具”，是手机，是直播间，是一套可复制的乡村经营方法论。而贵州茅台公益基金会、中国农大和腾讯搭建的这个培育平台，还将继续迭代——

下一期已在路上。

（本文图片由茅台集团提供）

本版责编：胡卡妮 熊瑛 张元斌 刘钰银
版式设计：陈倩

中国茅台 国之栋梁 | 贵州茅台公益基金会
GUIZHOU MAOTAI FOUNDATION



统筹发展和安全 护航“十五五”新征程

第十一个全民国家安全教育日



国安宣工作室