

宣威火腿、盐源苹果、巫溪腊肉、柞水木耳、青海湖牦牛奶……12月24日,在“国家乡村振兴重点帮扶县”拼多多主题馆内,来自160个国家乡村振兴重点帮扶县的1万余种特色农副产品集中亮相,吸引了全国各地采购商的目光。

12月24日-12月27日,中国国际农产品交易会产销对接暨脱贫地区农业品牌推介活动在广州举行。该活动由农业农村部市场与信息化司主办,旨在为各地优质特色农产品搭建展示舞台。其中,互联网企业代表拼多多搭建的“国家乡村振兴重点帮扶县”主题馆,为来自160个国家乡村振兴重点帮扶县的400多家农业企业提供免费参展机会,助力重点帮扶县实现产销对接,巩固拓展脱贫攻坚成果。记者了解到,这是继今年8月中央农村工作领导小组办公室和国家乡村振兴局公布160个国家乡村振兴重点帮扶县名单之后,这些地区的特色产品第一次集体展出。



陆娟娟正在展会现场直播

1 清新茶香飘荡在整个展馆

走进拼多多“国家乡村振兴重点帮扶县”主题馆,扑鼻而来的茶香让人精神一振。自古名山出好茶,从古至今,但凡谈到有关茶的话题,总是离不开绿水青山。而本次参展的国家乡村振兴重点帮扶县,就有不少出自云南、贵州这两个生态环境良好,茶园面积排名全国前两位省份。因此,主题馆也几乎化身品茗大会现场,不少商家在现场待客以茗,一时间茶香四溢,叫人流连忘返。

“都匀毛尖茶是中国十大名茶之一。”“茶汤入喉顺滑,回甘明显。”“我们的茶种植在海拔1600米到1700米的高山上,茶叶的生长生态环境非常好。”……展馆现场,来自贵州瑞满福茶叶文化有限公司的陆娟娟身着苗族盛装,一边开着手机借着会场的气氛直播带货,一边热情地向往来客商推介都匀毛尖茶。

据陆娟娟介绍,都匀的毛尖茶在全国范围内都很有名气,但在销售渠道上一直较为依赖线下分销的模式。近年来,该公司逐渐开始在各个电商平台上开店运

2 小众美食深耕拼多多月售超20万单

在展会现场,具有地标特色、民族特色、非遗特色的品牌农业很受青睐,特别是在电商销售渠道的加持之下,来自深山的小众农产品焕发出别样的光彩。

在云南宣威,有一批中青年企业家坚守着宣威火腿的非遗招牌,传承着300多年的制腿工艺,把宣威火腿品牌推向世界。王维毅就是其中一个代表。

王维毅的祖父辈就在宣威做火腿,当时宣威的火腿产业主要是家庭作坊的模式,以自产自销为主,一个作坊的产量也仅仅在几吨左右。

“把鲜腿修剪定形,抹上盐腌制,堆码、翻压、洗晒、风干、发酵……宣威火腿没有特殊的添加剂,即便到了今天,我们仍然延续着老一辈的制作工艺。”王维毅在2006年成立了宣威市康发火腿

3 特色农产品依托拼多多走出大山

在湖北西凤来晒贸易有限公司的展位上,一款特殊的展品“山货捕手”藤茶吸引来往客商的目光。记者了解到,藤茶与普通茶不同,它不含茶多酚、茶碱、咖啡因等,没有提神作用,反而有助眠效果,藤茶也不属于茶叶科类,是一种藤本植物饮料。早在2013年,来凤藤茶就已经获得了“国家地理标志认证产品”称号。

“就在前几天,湖北省恩施土家族苗族自治州来凤县人民政府党组书记、县长张作明作客央视财经和拼多多的联合直播带货,我们的藤茶也进了直播间。”据湖北西凤来晒贸易有限公司董事长杨艺琼介绍,该公司在世界硒都·华中药库有6000亩的藤茶茶园,其中在百福有机基地619亩,在来凤长寿地区革勒富硒地有绿色基地380亩。因为今年外界对郎峰藤茶的需求量大,目前该公司正在与村里签下承包土地,采用村集体分红的模式种植高品质藤茶。

“之前我们不太重视电商,基本上只做线下分销。”杨艺琼表示,但是在最近几年电商的异军突起让他们认识到了这个渠道的

营,其中拼多多的店铺在一年多前上线。

“我们当地的电商人才稀缺,对于电商的运营方式、玩法还不是很懂。”陆娟娟表示,“这次我们受邀过来参展,也是想学习一下同行的电商经验,也希望在拼多多这个平台上能够有更好的发展。”

实际上,借力电商取得新的发展机遇,是不少生长在大山里的茶农的心愿。“我们要跟上时代的步伐,借力电商让我们的茶叶触达更广阔的消费者。”据千年古寨那卡茶农合作社总经理王红介绍,那卡是位于云南西双版纳勐海县的一个茶寨,当地甚至生长有800年以上的古茶树。早在清代,那卡所产的竹筒茶就被缅甸国王指定为贡茶,足见茶之佳与名气之重。

王红表示,目前他们正准备加大电商渠道的销售占比,此次前来参展,希望能够有志同道合的朋友一起,将那卡茶更好地传播出去。王红甚至对记者说:“要不在拼多多上开个店,我们来做提供‘一件代发’服务。”

有限公司,目前仅火腿一个品类的年产量就能达到万吨。

在康发火腿的展位前,滇式火腿月吸引了大批采购商。云腿月饼外皮金黄酥香,咬上一口满嘴火腿肉,油脂丰盈。近年来,宣威火腿的产品线得到进一步丰富和创新,云腿月饼、糕点成为电商平台的新宠。王维毅带领电商运营团队,在拼多多平台上深耕了6年,目前云腿系列产品的月拼单量已经超过20万单。

“电商给小众的农产品带来巨大的发展空间,现在宣威火腿已经被端上了全国人民的餐桌。”公司相关负责人表示,电商平台带动了公司火腿产品的销售,也为当地提供了更多的就业机会,火腿产销业务累计在格宜镇和阿都乡惠及470户脱贫户增收。

潜力,西凤来晒也在拼多多上也开设了店铺。“目前我们拼多多店铺的产品的销量正在慢慢增长,长期来看,电商渠道的销售占比会越来越大,甚至可能超过线下渠道”。

而在安徽省霍山县皖翠猕猴桃种植专业合作社的展位上,一款与众不同的猕猴桃引起了记者的注意。据该合作社法人代表王谋才介绍,这种猕猴桃是该合作社研发的新品种,名为“皖黄”,其特点是甜度能达到20以上,最高可达23。

记者了解到,王谋才与猕猴桃打交道近40年,引进和培育早中晚熟猕猴桃新品种达60多个。此次参展,他带来了不少新品种,“皖黄”就是其中之一,他希望借助展猕猴桃新品寻找推广种植的合作伙伴。

除了推广种植外,王谋才还表示,希望借助拼多多的这个主题馆,寻找电商销售的渠道。“我们合作社是搞种植、搞新品培育的,电商的事儿我们不懂。”让王谋才感到惊喜的是,才在展位上摆几个小时,就有不少客商前来询价,希望引进他的品种到电商平台上进行销售,“早上有两个拼多多的商家,已经和我达成了初步的合作意向”。

集体首秀!

160个国家乡村振兴重点帮扶县特色农产品亮相大湾区

拼多多

助力精准产销对接 巩固脱贫攻坚成果

文图 羊城晚报记者 沈钊

国家乡村振兴重点帮扶县

拼多多主题馆



展会现场展出的茶产品

4 拼多多服务农村电商基础设施建设

“以前觉得拼多多卖的东西太低端,现在觉得越来越好了。”“我们是去年上架的拼多多平台,销量每月都有增加。”“觉得拼多多对农业的贡献是实实在在的,我们当地很多商户都上线了拼多多。”在展馆现场,不少新农人表示,已经将自家的产品上架了拼多多平台,且销量正越来越好。新农人商家上线拼多多的背后,是平台默默为给这些地区商家带去的帮扶。

此前,农业农村部信息中心对全国农村电商发展成就、现状特点和存在问题进行监测分析,该中心指出,农村电商仍然存在基础设施薄弱、农业电商专业人才短缺等问题。而这正是拼多多多努力的方向。拼多多董事长兼CEO陈磊曾在今年一季度财报电话会议上表示,拼多多正致力于打造一个聚焦农业、降本增效、迅速履约的物流基础设施平台,充分发挥平台潜力,并有效提升相关商家的履约效率。

“拼多多和其他电商不同的地方在于,它为我们提供了仓储服务和直播间。”来自贵州都匀的陆娟娟表示,拼多多在当地设立了商家仓库和直播基地,凡是在拼多多上面销售产品的商家都可以免费享受仓储服务和直播间。

此外,在农村电商人才培养方面,拼多多正深入推进“人才本地化、产业本地化、利益本地化”策略,因地制宜、因时施策,通过“培育致富带头人+探索科技扶贫应用+创新产业扶贫产品”的完整体系,让脱贫模式规模化、可持续,为乡村振兴打下了良好的人才基础。

5 拼多多助力农产品实现标准化升级

今年9月13日,借着农民丰收节金秋消费季的契机,拼多多联合江苏省淡水水产研究所正式发布了长三角“河蟹商品分等级标准”。在市场现有的通用规则基础上,对大闸蟹的检测方法、质量评定方法、包装运输和贮藏等方面确定了新型的商品标准。

拼多多相关负责人表示,建立统一的标准,有助于实现大闸蟹优养优产优销,从源头带动蟹农提高市场竞争力,同时为消费者提供始终如一的好螃蟹。接下来,拼多多将在平台上严格执行长三角云拼大闸蟹的相关产业标准,从江苏各产区起步并推广到更多地区。

实际上,作为典型的非农产品,农产品品类多样、口感各异。在传统的销售场景下,一批农产品要经过层层批发商的筛



拼多多参展展台



青海雪峰牦牛乳业的生产线内部化验室 资料图

拼多多数据显示,截至今年10月,平台的“新新农人”数量已超过12.6万人,在涉农商家中的占比超过13%。过去两年,平台

“新新农人”的数量呈现爆发式增长,由2019年的2.97万人增至2021年的12.60万人,两年增长了近10万人。

选才会进入消费者手中,但在电商助力农产品“上行”的过程中,农村地区的小生产直接对接了居民需求的大市场,如果没有建立起足够的行业标准,就意味着消费者无法得到品质稳定的产品,体验大打折扣。而拼多多深度参与的“河蟹商品分等级标准”的设立,就是电商平台倒逼农村产业转型升级的范例。

除了大闸蟹,很多农产品都面临类似的标准问题。“比如拼多多平台上的丹东草莓,按照单果分成不同等级,40克的会比20克的每斤贵3元到4元。另外,一些知名柑橘品牌存在外表不佳的‘花斑果’,过去找不到销售渠道,但被单独区分出来后,凭借口感不变但优惠的价格,同样受到

部分消费者欢迎。”全国人大代表、安徽省农业科学院副院长赵皖平曾在参加2021年两会时表示。

作为中国最大的农产品上行平台,拼多多未来将继续依托平台沉淀的市场信息及数据,联合更多农业科研机构,反馈到农业产业链前端,形成农产品供应链和源头生产分级的标准。此举不但能满足消费者的多层次需求,持续提升农产品消费端的满意度,还能提高农产品附加值和溢价能力,促进农民稳定增收。

6 电商平台倒逼农产品走上品质化道路

不断推进农村电商基础设施建设和行业标准规范化建设的拼多多,也对平台商品提出了更高的品质要求。在国家乡村振兴重点帮扶县拼多多主题馆,很多科技含量高、品牌特色突出、制作工艺精良的农特产品,让观展观众大为惊艳——原来偏远地区的农产品也可以如此精致。

作为青海省重点帮扶县共和县的参展企业代表,青海雪峰牦牛乳业有限责任公司相关负责人马金秀表示,为了打破人们对偏远地区农副产品普遍比较粗放的刻板印象,公司近年来积极与甘农大、哈工大等知名高校的研发团队合作,努力提高产品的科技含量,进行精深加工,打造出一条覆盖了种植、养殖、原奶收购、合作社规范标准化、农牧区科学养殖和防疫检测、提升科技研发带动及精深加工、冷链高效储运、从源头到货架的高原特色奶产业链。

不仅如此,该公司还加大了对电商渠道的深耕。去年以来,青海湖牌牦牛鲜牛奶、藏式酸奶等产品在拼多多上的销售热度越来越高,其官方旗舰店的粉丝增长近10倍。

7 “农地云拼”体系助力巩固脱贫成果

巩固拓展脱贫攻坚成果,是过渡期内国家乡村振兴重点帮扶县的首要任务。从根本上改变脱贫地区落后面貌,真正做到“扶上马,送一程”,关键是要把产业切实发展起来。

“拼多多是一个‘腿上有泥’的电商平台,我们也希望切实参与到这个过程中,能够与其他涉农平台一起,在各级政府部门的指导下,为160个县做力所能及的实事,助力优质的农产品出山和产业转型升级。”拼多多相关负责人表示,未来,平台也将持续关注国家乡村振兴重点帮扶县的发展,在精准产销对接、农业品牌升级、电商人才培养等方面尽力发挥作用。

在农交会产销对接活动期间,数字农业展区的火爆,正映射出人们对农业现代化的高度关注。随着科学技术发展,各大电商平台正将农业科技、人工智能应用到农村电商的发展,持续推进农产品上行,助力乡村振兴。

11月26日,瞭望智库发布的《2021农村电商发展趋势报告》认为:相比于传统电商平台依靠工业品下乡助力乡村发展,以拼多多为代表的新电商则通过变革农产品供应链,推动农产品上行的方式找到了困局破解的密码。

拼多多基于开拓性的分布式人工智能“农地云拼”体系,通过聚合消费端分散、临时的需求,为农业合作社和家庭农场提供长期稳定的订单;减少中间的流通环节,让农民对农产品定价有更大话语权。

在“农地云拼”模式的持续带动下,截至今年12月1日,拼多多平台上单品销量超10万单的农产品达到6000余款,同比增长43%。单品销量超100万单的农产品达到50余款。盐源苹果、会理石榴、赣南脐橙、武鸣沃柑、固城湖大闸蟹等地标农产品订单量实现180%-200%不同幅度的同比大幅增长。



▲▼拼多多展台上陈列的帮扶县农产品

