

探索中国农业新路径

拼多多五年打造1000个“多多农园”

4月21日,在上海市合作交流办的指导下,拼多多创新扶贫助农模式“多多农园”,首站落户云南保山。

通过“多多农园”,拼多多将实现消费端“最后一公里”和原产地“最初一公里”直连,探索农业产业新模式,让农户成为全产业链的利益主体。未来5年内,拼多多将打造1000个“多多农园”项目。

对此,国务院扶贫领导小组专家咨询委员会委员、著名扶贫专家李小云表示:“‘多多农园’瞄准了农业产业利益分配、农村人才留存等核心问题,该模式若成功,将推动很多农村发展方式发生转变,形成伟大变革。将密切关注‘多多农园’的进展,希望它能真正变成助力中国乡村振兴和精准扶贫的大行动。”



将利益留在农村

2009年,60岁的胡老德翻过高黎贡山,从怒江州迁徙至保山市潞江镇的半山腰,同族共有881人先后搬下山,均为直过民族傣族,鲜有人会讲汉语。在村里,他们被称为“半山移民”。

2010年,胡老德租下20亩当地人不愿种植的斜坡山地,随同族人一起种植小粒咖啡,每年一次的行脚商收购,便是全家人一年的生活费。

2014年起,云南咖啡价格持续走低,收购价较高峰期暴跌四分之三,胡老德的儿孙先后下山打工,数年未归。同村的咖啡树遭大面积砍伐,成熟的咖啡豆烂在地里无人采摘。

2019年3月,又是一年“丰收”季,村里超过40吨咖啡豆原料因价格过低而滞销,胡老德每天下山问讯消息。

几天后,他的一千多斤咖啡豆全部被溢价收购,紧接着,胡老德成了一家新农商

的“合伙人”。期间,他学会了一个新的汉语名词:多多农园。

3月底,胡老德所属的从岗村村道旁,竖立起了“多多农园”的标识,上面写着:让农民变农商,让农村有现代企业,让传统小农对接线上大市场。

与标识一同到来的,是农研队伍、培训团队,以及加工厂的货车。

从岗村周围10公里范围内,坐落着多家新建咖啡工厂,未来3年内,这些工厂将在拼多多的引导下,帮助村民提供咖啡豆精制加工。

高黎贡山山腰处,云南热带经济作物研究所的农科专家,在精品咖啡试验田中引进了毕卡、蓝山、贡山1号、波邦等多个高端品种,将筛选出最适合该纬度和海拔的高品质咖啡;

山腰和山顶的740亩生态种植示范基地中,芒果苗、澳洲坚果等经济作物,正与咖啡树复合套种,以提升每亩土地的经济收益。

明年起,从岗村将大面积替换种植高级咖啡品种,多家拼多多平台新锐咖啡品牌商,已提前预定该批产能。

怒江大峡谷的群山峻岭之间,一个产、销、研、加工一体化的现代化农业产业示范项目即将成型。

与既往类似项目不同的是,从岗村501名建档立卡贫困人口,将成为全产业链中的核心利益人。

上海援滇干部联络组保山小组组长、保山市政府副秘书长周行君表示,云南一共有88个贫困区县,为了打赢脱贫攻坚,中央把74个贫困区县交给上海对口帮扶,目前上海共选派了103名干部在云南,2019年共安排援滇资金27亿元,这还不包括各个区县和社会各界的捐赠资金,充分体现了我们强大的制度优势。

周行君表示,拼多多在保山的扶贫行动务实高效,公司从一两个点做起,致力于通过改造种植、加工、销售环节,既带动农产品的销售,又从长远带动农业产业的升级,确保整个行动可落地见实效。“希望‘多多农园’逐步覆盖整个保山,让滇西粮仓重振雄风,更加希望他们能够把好的经验和模式推广到全国。”

其他农产品那样冗长,但是价值分配更为复杂,不论国际期货价如何变化,云南咖农都不会分得太多收益。帮助咖农改变弱势地位,能更好地验证‘多多农园’模式的可行性。”

跨越百年的源头革命

保山有百年咖啡种植史,傣族对于咖啡的认识始于70年前。1932年,村民胡三作为唯一会说汉语的傣族族人,被英国传教士带到上海接受培训,回乡后,他带回了两样东西,一是基督教,另一是咖啡豆。

下山之前,傣族停留在刀耕火种的阶段,迁徙后,种植咖啡成了族群首先掌握的谋生技艺。作为中国唯一种植咖啡的直过民族,身处咖啡供应链底端的傣族咖农们,和整个云南咖啡产业一起,经历了多年的随波沉浮。

云南占据中国近99%的咖啡产量,但国际份额仅为1.7%,主要为星巴克、雀巢、麦氏、卡夫等国际品牌供货,未形成高知名度自有品牌。

云南多种小粒咖啡,品种优良,但走进任何一家咖啡店,摩卡、蓝山、卡布奇诺甚至越南咖啡都排在前列,云南咖啡即便出现,往往也是最便宜的价格。而更多的云南咖啡豆,只能作为速溶咖啡的原料,以最低的市场价格卖出。

“云南咖啡难题是多原因的共同结果。”云南热经所专家胡发广表示:“云南咖啡以小农户种植为主,标准化程度低,自身抗风险弱,与市场严重脱节,在国际收购方面,咖农们没有任何话语权,常年遭低于国际期货价格的压价;国际高端咖啡的定价权在纽约、伦敦和东京交易所,云南咖啡只能和巴西、哥伦比亚、印尼等大规模咖啡园进行价格竞争,在成本上毫无竞争力。造成这些的主要原因,是国内未形成‘内产内销’的稳定机制,也没有市占率足够大的自主品牌。”

近年来,国际咖啡豆价格一路下跌,由226美分/磅跌至不足100美分/磅。由于利益有限,从岗村的咖农们在生产周期无心管控,导致咖啡豆先天养分不足;后期采摘时,又为了省事红绿果一把捞,以至于其中的很大一部分,都不符合收购商的标准——勉强合格的拿去做速溶咖啡,其余则全是废果。

恶性循环之下,从岗村的咖啡树遭大量砍伐,青壮年成批外出打工。

“咖啡行业利润率充足,只是和咖农无关。如果现有链条不打破,云南咖农不可能靠种植致富。”胡发广表示。

据金融数据研究服务平台JingData测算,整个咖啡产业链中,上游种植环节生豆的价值贡献约为17.1元/公斤,中游深加工环节烘焙豆的价值贡献约为83元/公斤,下游流通环节的价值则暴增至1567元/公斤,三个环节利益分配占比分别为1%、6%和93%,提供土地、人力以及咖啡豆的上下游环节,几乎成了免费劳动力。

近年来,国内咖啡消费市场增长迅猛,全世界每年增长大概在0.2%,中国近十年都在15%以上,趋势则是从基础消费在向精品升级。但胡发广认为:对于国内咖啡产业而言,这种增长并非完全利好,如果产业链条不变,中国市场的增长,最终成就的都是国际品牌。“抛开烘焙和精品咖啡不谈,就连无门槛的速溶咖啡都存在明显的供需错位;云南的咖啡原料在大量出口,而国内咖啡速溶粉却在大量进口。”

拼多多平台的数据,从侧面印证了胡发广的观点。2018年6月至12月,平台咖啡类产品的订单量增幅超过1000%,年轻用户对于咖啡消费的需求增速远超其他类目。其中,雀巢的单店GMV环比增速在

150%以上,而国产品牌价格低一半,增速却明显不及国际品牌。

为了扭转现有局面,拼多多农货团队联合产业和农业专家商讨了多种模式,最终确定了利益引导、高维突破(精品种植)、品牌致胜的三步走战略。这场源头变革的目标,是对生产要素和利益的重新分配,让农户成为利益的核心。

新农商机制

依据“利益引导”战略,3月底,拼多多联合云南咖啡、比顿咖啡、景兰咖啡等6家平台商家,以40.76万元的溢价,溢价收购了建档立卡贫困户42.53吨咖啡豆等原料。这轮溢价收购,激发了从岗村民众的好奇心。

“溢价收购只是纾一时之难,不能解决根本问题。我们希望将此作为敲门砖,引导农户主动参与并建立新的机制。”蓝天表示。据其介绍,2019年,多多大学将在保山举办多场公开课,主要课题是向咖农介绍“新农商”机制,引导他们通过合规的方式,保障自己的主体利益。

所谓“新农商”机制,是以咖农户集合的合作社为主体,建立农货上行和品牌培育的新模式。该机制中,拼多多将携手地方政府,打造以新农人为创业带头人,工厂、代运营公司提供第三方服务,政府监督、平台扶持的新农商发展模式,以确保咖农的核心利益。按规划,未来3年,拼多多将在云南培养1000至1500名符合“新农商”机制的新农人。

“我们联合当地政府,预设了从‘做给农户看’到‘带着农户干’再到‘农户自己干’三个阶段。初期由拼多多提供产业扶持和营销扶持;中期形成较为稳定的第三方‘代服务’机制;后期则逐渐退出,合作社自主掌控,并由当地政府保障利益分配依从性。”蓝天表示:“这套机制的形成和落实,是‘多多农园’最大的挑战。平台每个项目都会扶持3年,我们相信,3年后,即便‘新农商’分配机制没有完全达成既定目标,也必然会引导整个产业实现良性循环,显著提升咖农的收益。”

“该模式一旦成型,我们相信其所创造的社会价值将远远超越平台的GMV。相较线下和传统电商,拼多多实现了农产品流通的最短链路,我们比任何人都清楚这个链路更进一步的意義。”蓝天表示。

对此,李小云认为:“‘多多农园’开创了以咖农为主体的上行模式,在此机制下,上下游的利益将形成持续且微妙的博弈与再平衡,博弈的结果无疑在整体上有利于农民。”

源头管控,培育农产品品牌

作为“多多农园”保山项目的科研带头人,胡发广不清楚“新农商”机制,但他对“高维突破”战略充满信心,“只有大面积推广高品质咖啡品种,才能打破既有的弱势链条,走出一条新路。”

3月初,胡发广正式带领团队进驻从岗村,围绕精品咖啡培育和复合生态套种开展实验。在胡发广看来,找到合适的高端咖啡品种并不难,关键在于如何引导村民

进行大规模替换种植,并在生产周期和加工环节实现标准化、品质化作业。“引导农户精心培育,改进水洗、日晒等工作,将是未来一段时间内团队的工作重点。”

胡发广认为,按照“多多农园”的既定规划,村民的收益可以显著提升。他举例称:目前云南超过95%的咖啡是阿拉比卡的变种卡蒂姆,收购价在10元/公斤左右,而新的试验品种,市场价格为30元/公斤。虽然产量略低,但每亩的产出将有850元至1000元左右的提升。

“高端品种不愁卖,而且成品不再是速溶咖啡,而是烘焙豆以及精品咖啡。”胡发广表示,一位在深圳经营咖啡进出口贸易公司的朋友,已联络他推进此后的收购事宜。

景兰咖啡董事长黄伟,也对“新品种”志在必得。景兰咖啡是国内规模前三的咖啡生产企业,也是拼多多的类目头部商家之一。黄伟认为,如果形成稳定的高端咖啡供应链,国内品牌的竞争力也将水涨船高。“以往只能是有什么豆子收什么豆子,以后是市场需求什么豆子就种什么豆子,云南咖啡在市场上的竞争力必将大幅提升。”

按“多多农园”规划,保山咖啡豆将经历平台兜底、市场充分竞争,以及形成品牌3个阶段。蓝天表示:“新农商”可以自由选择线下收购商或者其他电商渠道;

而出现销路受阻的情况时,拼多多则会联合平台商家进行“兜底”。

在李小云看来,“多多农园”和产区的关系,是可靠的产品和品牌背书——基于优种优育和源头把控,“多多农园”将为农产品品牌化提供先决条件。

“中国真正的农产品品牌很少,‘多多农园’的长期目标,应该是引导农户创立一批高品质、高认知的品牌。”李小云表示。

有产地,无品牌,是中国农业的长期的标签,也是精品农业的主要制约。出于客观条件的限制,中国农业的主体仍然是户均耕地约10亩的2.3亿小农户,他们和数亿消费者之间形成了复杂的供需网络,产业链条高度依赖各级批发市场以及数以千万计的小商小贩,从而形成了一个相对低效能、高损耗、高成本的产业链体系。

“由于链条冗长,各类主体分散,农产品很难实现标准化。出于不确定性,很少有民营资本愿意投入‘最初一公里’的建设。”拼多多联合创始人达达表示:“但挑战与机遇并存,农业是大产业,也是大机遇。拼多多将坚持一以贯之的资金和技术投入,通过更多‘多多农园’落地项目,持续提升覆盖产区的土地价值与生产力价值,助力农民成为有吸引力的职业,实现平台长期稳定发展。”

在李小云看来,拼多多将乡村振兴和扶贫根植于企业发展内核,开拓了深具社会影响力的发展模式。“30年的农村扶贫历程里,我第一次看到有企业瞄准了农业产业利益分配、农村人才留存等核心问题,这个模式如若成功,将推动很多农村发展方式发生转变,形成伟大变革。”李小云说:“接下来的几年里,将密切关注‘多多农园’的进展,希望它能真正变成助力中国乡村振兴和精准扶贫的大行动。”

作为“多多农园”的第一站,怒江畔的从岗村正经历蜕变。胡老德深刻感受到了不同以往的氛围:他的儿子正计划返乡,重新种植咖啡。

“日子好起来了。”胡老德用傣语说道。



▲在从岗村贫困户大会上,村委副主任施忠相给村民介绍拼多多平台和“多多农园”计划



▲“多多农园”团队向从岗村村委会、商家、农户公布未来三年的计划,一位年轻妈妈站在门外旁听



▲由于海拔高,生长的时间更长,温差更大,言秀邓(傣语音译)家的咖啡要比河谷的咖啡晚熟一个多月。虽然品质更好,但一年下来,20亩坡地的咖啡豆仅有九千元收入,去除肥料、人工等开支,年净收益仅三四千元。



▲“多多农园”的咖啡豆会统一送到工厂精制加工,进行脱皮、等级筛选、深加工等工序,最后加工成精品咖啡豆,未来将围绕从岗、赧元两个贫困村打造精品咖啡品牌。



▲好山好水就有好的出产,在从岗村,当地人喜欢用自家的咖啡加上野生挂蜜调在一起饮用。
▲从岗村咖啡地平均海拔1300米,地势陡,劳作异常辛苦。
▲90岁的傣族老人交蒙阿凤(傣语音译)在屋外扬咖啡,一年四季围绕咖啡劳作已成为当地人的生活的一部分。

