

借力根植于大后方的新电商平台,上海援外干部创新助农扶贫模式

把电商“新农具”带到对口帮扶地区田间地头

从2月10日起,拼多多在全国率先开启了“市长当主播,农户多卖货”的电商助农新模式。市长为农产品代言,平台提供全方位扶持,加速地方农产品销售恢复及提升。

截至5月14日,拼多多已经在全国20多个省份举办了100多场市长助农直播活动,推动各地特色农产品加速对接平台6.28亿消费者,帮扶农户超过35万户。

在这期间,平台相关助农专区共计成交1.4亿单,卖出农副产品总计超过8.5亿斤,其中有相当大一部分来自上海对口帮扶地区。在云南、新疆等地,上海挂职干部纷纷行动起来,依托根植上海大后方的拼多多平台,把电商“新农具”带到对口帮扶地区的田间地头。

跨越 5000 公里,沪喀一家亲

“6号链接的商品好像没了。”5月24日上午10点,正式开播不到两个小时,一位网友就在评论中提醒。商家后台显示,原本为一天直播准备的5000份秒杀商品已经售罄,商家不得不紧急调配商品库存。

这一天,新疆莎车县委副书记、县长阿不都艾尼·买买提,和上海援疆干部、莎车县副县长徐纲一同走进拼多多直播间,为当地特产巴旦木代言。

“巴旦木是维吾尔语名称,最早由波斯语得名。”下午2点,阿不都艾尼·买买提和徐纲准时出现在了直播间。

“巴旦木富含蛋白质、膳食纤维、维生素E,比其他树上结的坚果营养更多,不含胆固醇,是最健康的零食之一,素有‘干果之王’‘西域珍品’之称。”介绍完历史之后,阿不都艾尼·买买提开始从营养入手,给网友们介绍。

“正宗的巴旦木非常好吃。我现在经常买了寄给上海的亲朋好友,他们也都很喜欢。”徐纲表示,“都市白领特别合适多买一点,巴旦木具有补脑安神、增强免疫力及降血脂等功效,非常养生。”

作为第十批上海援疆干部,两个多月前,徐纲来到了新疆莎车县。现如今,他已经对当地非常熟悉。

除了介绍巴旦木之外,两人还介绍了莎车县的国家级非物质文化遗产——十二木卡姆。十二木卡姆,是维吾尔族一种大型传统古典音乐,集传统音乐、演奏音乐、文学艺术、戏剧、舞蹈于一身,具有抒情性和叙事性相结合的特点。

一个在东,一个在西,上海与新疆喀什相距大约5000公里,但同样都是“一带一路”最前沿的门户窗口与枢纽城市。

莎车县长期以来缺少精深加工企业,此前巴旦木一直以原料形式销售。近年来,为了深度挖掘巴旦木的附加值,在上海援疆莎车分指的积极协调和上海市浦东新区国资委的大力支持下,上海多家知名企业落户莎车,主要从事巴旦木的深加工,逐渐延伸出巴旦木干果、巴旦木乳、巴旦木蜜、巴旦木油、巴旦木巧克力等系列食品,产品在满足国内市场供应的同时,还远销国际市场。

而县长和援疆干部联手直播,也正在为喀什发展提供新思路和新动能。通过一根网线、一部手机,借助上海新兴互联网企业代表拼多多,当地特色农产品将逐渐建立品牌,走到更多消费者中间。

尽管是第一次共同直播,阿不都艾尼·买买提和徐纲都表现自如,吸引了超过78万拼多多网友观看,并转化为一笔笔订单。数据显示,持续一天的直播,共产生2.4万个订单,22吨巴旦木等莎车特产被抢一空。

“工作上,咱们是伙伴。生活中,咱们是兄弟。”直播中,说起搭档徐纲,阿不都艾尼·买买提这样表示。

“不仅仅是兄弟情深,更是沪喀一家亲。”徐纲回应。

贫困地区发展电商的后发优势

5月31日,云南西畴县电子商务公共服务中心展厅内临时搭建的直播间里,西畴县委副书记、县长黄明勇,上海援滇干部、副县长吴川双双上线当起了“大厨”。他们一边与网友互动,一边介绍西畴出产的紫皮洋葱、小米辣的种植条件、果形、口感和食用方法等。

这是西畴县政府携手拼多多举办的“电商助农、乡村振兴”直播助农活动。“这次直播的本地商家,从在互联网上还不会爬,到能够自己跑起来,用了不到两个月时间。对于我们这样的贫困地区企业、农户来说,农产品大规模进行电商销售,与拼多多平台零门槛入驻、零佣金,鼓励以商品品质取胜的属性不无关系。”黄明勇说。

两位县长一个小时的直播带货,店铺累计观看人数达40万次,粉丝数增加42倍,当天销量相比平日增加了620%,一天销量相当店铺过去一周的销量。

“直播的推动作用很明显。”黄明勇说,此前县委县政府花了不少精力建设电商物流体系、培育电商服务站,但是由于地处偏远,交通不便,很难和发达地区竞争。“直播和拼多多这样的新电商平台,给了贫困地区扬长避短的机会。”

他提到,西畴虽穷但生态好,特色农产品保留了最纯正的乡土特色。“我们通过电商平台助推农产品上行,依托拼多多开展直播带货活动。下一步的工作我们将通过线上线下融合发展的模式来破解我们农特产品的生产、销售痛点问题。扩大与拼多多等大型互联网企业合作。此外我们还将加强农村电商物流网络体系的建设,尽可能降低西畴电商物流的运行成本,让我们更多农民的农产品加入到电商销售的大市场、大平台中。”

“西畴经验表明,贫困地区发展农产品上行有后发优势。”拼多多新农业农村研究院常务副院长韩东原介绍,产品、物流和店铺运营是制约贫困地区发展传统电商的三大门槛,拼多多作为新电商平台,入驻零门槛,运营零佣金,特别适合毛利率低的农产品,当交通等基础设施逐步完善,唯一的门槛就是找到优质货源,而这正是农产品原产地的优势。

据悉,在助力沪滇扶贫协作方面,拼多多近期动作频频。在5月30日召开的沪滇扶贫协作领导小组年度重点工作对接会上,拼多多获颁“社会力量助力挂牌督战工作”荣誉证书,并计划投入400万元扶贫资金,结对帮扶云南曲靖市、怒江州4个国务院扶贫办重点挂牌督战的绝对贫困村,助力云南攻克最后的“贫困堡垒”。时隔仅一周,拼多多又宣布将投入5000万元的专项扶贫资金,正式上线“云南消费扶贫馆”,这也是全国首个省级消费扶贫馆。

拼多多联合创始人范洁真表示,除投入专项扶贫资金外,拼多多还将继续在全国范围内通过各种助农活动,纵深推进消费扶贫,担当起作为国内最大农产品上行平台的社会责任,助力打赢2020年脱贫攻坚收官之战。

(文/李宇)



左图:4月7日下午,长期驻扎在澜沧扶贫的中国工程院院士朱有勇走进拼多多直播间,为自己引进并带领当地农民脱贫致富的冬季土豆代言。作为云南农业大学的前校长,院士直播也为云南农大3万师生的“直播家乡、扶贫助农”活动做出了示范。

穆功 摄

《中国农村电商人才现状与发展报告》指出,未来五年人才缺口或升至350万

拼多多正迅速成为最大人才兴农平台

“以拼多多为代表的新电商,在推动农产品上行,孕育兴农电商人才方面激发出一场真正的变革,拼多多正在成为中国最大的人才兴农平台。”6月10日,中国农业大学智慧电商研究院发布《2020中国农村电商人才现状与发展报告》,详细分析政府、企业在推动中国农村电商人才发展

中的重要作用,并对未来农产品上行

电商人才需求作出预估:2025年缺口为350万人。

《报告》认为,在“大国小农”背景下,中国农产品上行模式不断优化迭代,通过消费端“集零为整”倒推生产端“聚小成大”,以“多对多”“整对整”的方式,对产销两端进行智能匹配,拼多多创造了非常适合中国三农国情的“云端农业”新模式,推动了电商人才

大规模增长。

“中国农产品的‘互联网+’刚刚进入高速发展的第二阶段,面临巨大的人才缺口,未来需要政府搭好政策舞台,高校电商人才培养体系和拼多多、淘宝等电商平台全力投入,将推动农村电商迎来一个新的时代。”中国农大智慧电商研究院院长、课题组负责人郭沛说。

农产品电商高速发展,人才缺口逐年扩大

《报告》结合“十三五”期间我国农产品电商商家数量、农产品电商销售复合增长率等情况,估算出未来五年农产品电商人才缺口将逐年上升至350万,并对云南县域电商人才案例进行了深入解剖,总结出电商人才缺乏的几个特点。

《报告》分析,除了企业家的电商人才,农村县域电商人才主要分为运营推广、美工设计、客服和物流仓储四类,占比分别为12.4%、16.8%、23.3%和31.7%。运营推广及美工设计等对技术要求较高的职位,人员较为缺乏。其中,87.6%的创业团队存在一人身兼多职,即从产品到运营到营销,能力强就负责多个工种的情况。

《报告》同时发现,目前农产品上行电商人群,仍以中等文化水平为主,其中小学文化占比为1%,初中文化占比为50%,高中文化占比为32.5%,大学文化比例仅为16.5%。调研发现,大部分高校毕业的电商专业人才,第一选择并非投身于基层农村电商的发展。

《报告》分析称,电商平台前些年主要在推动工业品下行,一些平台通过设立中间服务机构教农村网民“触网”,主要是在PC时代拓展消费市场的一套解决方案,农产品上行一直还在寻找更有效的新模式。

近年来,移动互联网的快速发展,使得一大批50、60后以及90、00后直接跳过了PC时代,进入到移动互联网的环境中,因为微信支付和物流的便利化,农村网民从娱乐休闲走向消费购买,随着拼多多等新电商平台的兴起,“农产品上行”进入爆发式增长的阶段。“新电商的兴起速度太快,人才需求增速太快,但供给端的培训体系和学员意识都还没有及时转变过来,扩大了我国家农产品上行电商人才的缺口,使人才问题日渐成为制约中国农村电商发展的重要瓶颈。”郭沛称。

多多大学线上线下覆盖面迅速扩大

2019年农产品活跃商家超过58万,带动返乡新农人超过86000人,直连超过1200万农业生产者,《报告》数据显示,基于简便的操作界面和流程,拼多多不到五年时间以裂变等方式获得6.28亿年度活跃消费者的同时,吸引了510万活跃商户。其中,农产品商家占比超过11.3%,分布全国主要农产区的80、90后大学生、进城务工返乡新农人,伴随着拼多多的指数级发展获得飞速成长。早在2015年9月,拼多多即提出“平台+新农人”的体系,通过新市场机制下合理的利益分配,引导受过高等教育、了解互联网的新型职业人才返乡创业。

在实战养成大批量新电商人才的同时,以多多大学等为载体,拼多多通过与政府部门和高校师资力量合作,系统地推进农村电商人才培训计划。平台上70%以上的活跃商家,都通过

多多大学接受过系统培训。

2019年双十一当天,中国工程院院士朱有勇主讲的澜沧科技扶贫班在澜沧拉祜族自治县竹塘乡云山村正式开班,拼多多负责电商实战培训,来自全县20个乡镇、年龄从20至50岁不等的60名首批学员,从零学习电商知识,在拼多多开设属于自己的网络店铺。

2019年5月,拼多多与中国农业大学达成战略合作,随即,双方团队在云南文山开设第一堂公开课,110名当地农村学员参与该课程。2019年,多多大学的线下课程覆盖12个省份的农村学员,在此基础上形成的线上专业课程,累计触达49万农业经营者。

“随着‘云端农业’新模式的成熟和扩展,拼多多正迅速成为最大的人才兴农电商平台。”《报告》结论称。

《报告》还分析了另外两大电商平台的农村电商人才培养特点。京东主要从落实“生鲜电商战略”开展农产品上行的运营管理,电商运作知识等培养,“通过授权专业培训结构,校企合作开展相关培训”;阿里巴巴则通过“从政策解读、趋势分析、实践探索等多方面对县域领导者进行培养”“以实践操作培训方式对农村淘宝创业者进行培养”“借助淘宝大学与分享嘉宾开展相关培训”。

政府、高校、企业联手培养“双零人才”

《报告》把农村电商人才发展模式分为两大类:一是政府主导型,二是电商推动型。在政府主导下,通过学历教育和专题培养,形成了农村电商人才培养的基础盘。多多大学、淘宝大学等电商推动模式成为重要的市场化力量,对农村电商人才培养,发挥着强大的实践引领效应。

“面对350万的电商人才缺口,光靠政府、高校或任何一家电商平台,都无法及时解决为题。”课题组认为,农村电商人才的培养是系统工程,需要政府顶层设计,高校提供智力支持,电商进行实战培训,“创造出一种联动模式,才能建立高效适用的人才培养体系,培养出与企业电子商务应用实际‘零距离’,与就业岗位‘零适应期’,既有发展后劲又能快速进入具体电子商务岗位的‘双零人才’。”

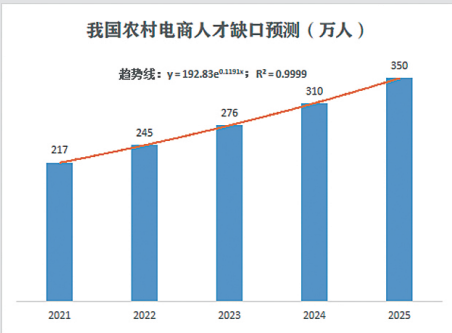
此外,《报告》还分析了新冠疫情后风行全国的“市长直播”带来的人才效应。2月份以来,已有超过200位市长县长进入拼多多助农直播间,这在全国掀起了一股直播带货的风潮,吸引了大批90后、00后试水“直播卖货”,养成了一批新电商人才。

“为多元化培养农村电商人才,拼多多甚至通过邀请院士和大学校长等学术精英走进直播间,带动整个高校的学生尝试直播,在新青年心中,埋下一颗电商助农的种子。”拼多多新农业农村研究院常务副院长韩东原说,“拼多多未来5年将投入500亿支持农业农村新基建,聚焦于企业家的电商人才的养成,推动‘百县万商’,为中国农业带来真正的改变。”

(文/李宇)



上图:疫情期间,多多大学讲师向山东寿光学员在线授课。 钱江 摄



上图:三名云南农业大学学生正在为云南省澜沧拉祜族自治县的土豆“代言”做直播。

穆功 摄

左图:未来5年,中国农村电商人才缺口将达350万人。图表来源:《2020中国农村电商人才发展报告》