

2020 国家扶贫日专题

腿上有泥身上有土,蹚出一条“新农路”

——上海新电商拼多多荣获全国脱贫攻坚奖组织创新奖背后这五年

在中国国家扶贫日和国际消除贫困日到来之际,上海新电商平台拼多多获得全国脱贫攻坚奖组织创新奖,是今年上海唯一一家获此殊荣的企业。就在10月10日,这家年轻的企业才迎来自己的五岁生日,但已成为一家服务近7亿用户、成交额过万亿元的头部电商平台。

起家于农业,扶贫助农的基因从五年前平台诞生起就已融入拼多多的血脉。五年来,“腿上有泥,身上有土”,一路风尘仆仆,拼多多通过技术和模式创新、持续不断的资源和人力投入,探索出一条全面助力脱贫攻坚的“新农路”。数据显示,拼多多平台上农副产品成交额连年翻番,2019年达1364亿元,其中贫困地区农产品上行372.6亿元,来自国家级贫困县商家数达36万,其中注册地为“三区三州”的商家数为15.7万,依托平台脱贫人口超50万,累计带动脱贫人口超百万。

未来,从聚力脱贫攻坚到投身乡村振兴,这家立足农业的新电商平台还将带给人们更多期待。

右图:丰收节直播活动中,新农人代表、陕西平利县电商脱贫带头人王秀梅(中)与两位央视主持人一同聆听袁隆平院士的嘱咐。安舜 摄



新农人挑大梁,“神奇的多多”卖火了家乡好货

谁也想不到,95后空姐何爽,在从东方航空辞职回到山里后,靠种石榴、卖石榴再次成为“全村的骄傲”。

24岁的何爽,三年前辞职回到大凉山会理县家乡投身农业,背靠国内最大的石榴产区,借助拼多多“多多果园”,卖起了石榴等农产品。从两年尝试产品代发、社区团购时的不温不火,到第三年,何爽的事业全面爆发。自今年石榴销售旺季以来,何爽的拼多多店铺月均销售额在1200万元以上,最高时超过1400万元。三年来的探索让她获得了市场的认可,更获得了投身现代农业的自信。

“创业第一年,没有运营电商的经验,店铺订单量不大,快递拒收是常有的事,供应链也不稳定,每一天压力都很大。”何爽回忆说,有一次打包完当天的订单,已经是后半夜,给快递公司打了100多通电话,全都拒绝接单。深夜发货在销售旺季几乎是常态,快递拒收的主要原因还是自己订单量不够大。

2019年,何爽的店铺开始为“多多果园”供货,当年8月至10月的石榴供货量就达到70万单,并带动店铺销售超过60万单,三个月累计销售800万斤,销售额超过3000万元,正式打开了电商市场的缺口。

“石榴是水果当中的小类目,‘多多果园’最重要的一点是把会理石榴推荐给了用户。”何爽说,“用户免费获得了一单石榴,觉得好吃就会复购,从而给店铺带来更多的增量订单。”

据了解,2019年下半年,石榴市场行情出现波动,会理当地大批冷果价格走低,难以出库,也是“多多果园”的订单缓解了库存压力。“当地至少有十家商户为‘多多果园’供货,每家一天至少一万单,仅我们店铺就累计收购近200万斤的果子。”何爽觉得电商最稳

妥的一点就是能卖出货,即使市场行情不好,也可以保证资金的流动性。

为了帮助小农户融入电商大市场,使得农村、农业、农民能够持续分享互联网的发展成果,拼多多推出了核心为“拼购+产地直发”的“农地云拼”模式。拼购将消费端分散、临时的需求,在时间和空间上形成归集效应,为农业合作社和家庭农场提供长期稳定的订单。同时,稳定的需求又将重塑农产品流通链条,产地直发取代层层分销成为农产品上行的主流,让农田直连写字楼小区,将农产品由“产销对接”升级为“产消对接”。此前数据显示,截至今年6月底,拼多多平台通过农产品上行的“模式创新+人才培养”两大核心体系,已经直接带动全国超过10万名新农人返乡创业。

“平台+新农人”,多多大学推动农村人才振兴

回到大山的三年来,何爽从空姐成功转型新农人,不仅有了自己的事业,也成了会理的石榴代言人。作为拼多多新农人的代表,何爽和其他新农人的事迹表明,中国农业是一个有吸引力、有巨大价值的行业。

不久前,中国工程院院士、杂交水稻之父袁隆平在2020年中国农民丰收节金秋消费季的直播活动中寄语全国青年人,青年农民是国家的希望,现代农业研究需要更多的知识青年。他说:“现代农业不是过去的农业,现代农业是个高科技的农业,不是脸朝黄土背朝天,都是机械化、电气化、智能化的农业。”

在直播现场听了袁隆平院士的嘱咐,有新农人表示:“回去之后,我们要培训一批乡村主播,用电商直播的新模式介绍家乡、展示家乡。”

人才是乡村振兴的关键,如袁隆平院士所说,现代农业的发展需要人才,未来的乡村建设需要更多新农人的参与。自2015年9月运营之初,拼

多多就提出了“平台+新农人”体系,通过市场化机制下合理的利益分配,引导大学生返乡创业。2018年,拼多多创立“多多大学”,建立线上线下两条专业性“扶贫产品上行与互联网运营”课程培训通道。

今年7月5日,“多多大学”电商培训班走进大凉山,来自昭觉县、布拖县、普格县、金阳县、美姑县、越西县、喜德县、甘洛县、雷波县、木里县、盐源县等11个国家级贫困县的超过4000名学员通过陆续通过手机、电脑、线下集体学习的方式参与了培训。针对如何进入新电商平台,利用移动互联网实现三区三州的农产品上行电商平台,学员们进行了踊跃讨论和思考。

“首先是学习怎么经营网店,装修店铺、做推广和营销,接下来还想学直播带货,把我们的农产品介绍出去。”参与培训的甘洛县源顺食用菌种植专业合作社负责人马先念说。据他介绍,传统渠道中间商给到的收购价格很低,接下来希望借助电商渠道直通消费者,把话语权掌握在自己手里。

电商扶贫是系统化的工程,一边要为贫困地区梳理和搭建稳固的农产品上行通道,一边要培养足够基数的电商新农人,使通道长期有效,推动农产品持续以好价格出山,让农民的每一滴汗水,都有真实的回报。

截至2019年底,“多多大学”的线下课时累计达1400小时,覆盖12个省份,共计5591名农村学员;截至目前,同期线上专业课程累计已触达49万扶贫产业经营者,覆盖全国所有的贫困地区,带动近20万建档立卡贫困户。

今年6月,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》,对未来农产品上行电商人才需求作出了“2025年缺口为350万人”的预估。为此,拼多多于9月22日宣布,平台开启的新一轮10万新农人培育计划,将不断完善新农人的人才引入机制和本土培育机制,强化乡村的人才支撑。

百县直播,电商“新农具”助力消费扶贫

电商技术的不断更新迭代,给了贫困地区展示自我的机会,也为现代农业提供了更为便捷的“新农具”。

“虽然我们西畴只是个边陲小城,但北回归线横贯全境,使我们这里出产的紫皮洋葱个大、皮厚、水分多、辣味足,富含花青素。下面,我们就从选料、下刀、配料和烹调几个方面,向大家介绍我们文山人是怎样用洋葱佐餐的……”

今年5月底,上海援疆干部、云南省文山州西畴县副县长吴川在直播间里忙得热火朝天。当天,在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,吴川和西畴县委副书记、县长黄明勇双双上线当起了“大厨”。他们一边与网友互动,一边介绍西畴出产的紫皮洋葱、小米辣的生长条件、果形、口感和食用方法等。两位县长一个小时的直播带货,店铺累计观看人数达40万,粉丝数增加42倍,当天销量相比平日增加了620%,一天销量相当于过去一周。

据吴川介绍,西畴县从2019年9月开始,通过“公司+基地+合作社+农户”模式种植了七百多亩洋葱和小米辣。基地的蔬菜往年销往广东广西,还出口到越南等东南亚国家,往往四月份就能够全部销出去,然而今年受疫情影响,蔬菜面临滞销风险。在这个过程中,与电商平台的及时对接响应起到了重要作用。

“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。”由于地处偏远,交通不便,来自西畴的农副产品很难与发达地区竞争。然而,通过直播这一“新农具”,两位县长将西畴的生态环境、纯正的乡土特色直观地呈现在了全国消费者的眼前。以此为契机,西畴发展了四五年的电商生态,得到了新的突破和爆发。

吴川参与的这种直播,拼多多今年已举办了两百多场。今年2月10日起,拼多多在全国率先开启了“政企合作,直播助农”,探索“市长县长直播,农民多卖货”的电商消费扶贫新模式。截至9月30日,拼多多市长县长直播已超220场,超过400位市、县、区等各级主要负责人进入助农直播间推介本地农副产品。2月以来,消费扶贫等各种助农活动已累计带动平台相关专区共计成交4.9亿单,卖出农副产品总计超过29.3亿斤,帮扶农户超百万户。

搞一次直播,开一批店铺,推一批品牌,培训一批人才,这一套系统化的模式,已成为拼多多独具特色的扶贫抓手。这套“直播+开店+推品牌+人才培养”模式的成果之一,是众多新农人涌现,在各地的脱贫攻坚事业中发挥作用。

2019年,拼多多农副产品销售额达到1364亿元,成为中国最大的农产品上行平台,今年这一数字预计将突破2500亿元。因农而生的拼多多,有着一颗向农而兴的雄心。在刚刚过去的拼多多五周年庆内部讲话中,拼多多董事长黄峥特别强调,“我们愿意去做大量的重投入,深度的创新,愿意扎扎实实的改造我们的传统农业,改变流通。”

未来,将会有更多熟悉互联网,爱农业、懂技术、善经营的新农人,继续得到平台大力扶持,引入全国各地的农产品,通过大规模农产品上行,带动农村发展。而不断迭代的电商“新农具”,也必将成为未来农业发展的“新基建”。

(文/李宇)



上图:6月6日,广西环江毛南族自治县县长黄炳峰(右)走进拼多多直播间,为环江“五香”特产代言。谭峰 摄

拼多多开创 电商扶贫助农新模式

“拼多多构建的农货上行‘超短链’,让生产者分享流通环节利润,开创了电商扶贫助农的新模式。”这是今年中国人民大学中国扶贫研究院《中国互联网普惠与减贫研究报告》(下称“报告”)中,对拼多多的农货上行“超短链”的分析。

报告以拼多多为例,分析了对贫困群体的多层次赋能。在数字化“应用性赋能”方面,拼多多依据“人才本地化、产业本地化、利益本地化”策略,通过“多多大学”开展农产品电商运营培训。

报告认为,得益于操作便捷化,手机已成为广大农民的“新农具”。农产品商家只需一部手机,就能便捷地进行店铺管理。而随着短视频、直播等内容形式的扩展,智能手机成为了乡村内容数字化转化、传播、销售的新工具。

在此背景下,中国农产品电商发展迅速。以拼多多为例,截至2019年底,平台国家级贫困县商户的订单总额达372.6亿元,较上年同比增长130%,其中,大部分为农产品订单。注册地址为“三区三州”深度贫困地区的商家数量达157152家,较上年同比增长540%;订单总额达47.97亿元,较上年同比增长413%。

与工业品相比,农产品通常具有非标化、季节性、易腐等特征,小农户对接大市场的矛盾在电商时代转化为农产品上行难的困境。仅仅将农产品从实体摊位搬到线上,只是农产品电商的初级阶段,无法克服上行难的问题。报告认为拼多多农货上行“超短链”,有效打破了农产品上行瓶颈。

拼多多将时间、空间上分散的农产品需求,汇聚成为短期内的同质化需求,推动农产品标准化,突破农产品成熟周期短和地理销售半径短的限制,实践出新型的集约化、规模化的农产品上行路径。

以拼多多打造的示范农园为分析对象,人民大学课题组进一步分析了在减贫过程中的人才可持续性和产业链利益分配问题:“其重点在于让小农户(包括贫困户)从劳动力和初级农产品提供者转变成为全产业链利益主体的‘新农商’机制”。

在拼多多云南保山小粒咖啡项目实地调研后,课题组观察到,该项目支持当地贫困户成立合作社,并为之配套了供应链管理、品牌设计等全产业链的支持。其主要目标是通过人才培养、合作社建设、电商平台优势资源匹配,来进行产业链改造和价值链重建。

在平台资源优势基础上,项目一方面以“平台流量资源倾斜+贫困户入股注入+新农人培训+种植科研试验”的形式实行公益化支持,另一方面通过培育本土年轻人来带动培育利益共同体,构建新农商合作社机制,引导农户主动参与以激发内生动力,经由技术示范引导咖啡种植户改良种植品种、提升初加工技术,以提高产品附加值和市场竞争能力。最终,对接流量优势实现的利益,将回到合作社进行分配。

报告总结到,整个项目致力于“产业健康发展,生产者获得全产业链利益”,改变了“上游种植者几乎处于零利或者亏本状态”,把更多的产业链利益真正留给贫困户。



左图:4月7日,长期驻扎在云南澜沧扶贫的中国工程院院士朱有勇(左一)走进拼多多直播间,田间挖土豆之余,朱有勇也不忘向网友秀一波厨艺。穆功 摄

左下图:在四川大凉山石榴产区,95后空姐何爽返乡创业,通过拼多多实现销售额超3000万元,带动当地一批农户增产增收。穆功 摄

下图:7月22日,第一届“多多农研科技大赛”决赛在云南昆明启动。一边是具有多年草莓种植经验的农人组,一边是掌握人工智能技术的AI组,农业领域的“人机对战”拉开帷幕。穆功 摄

