

# 拼多多启动“超级农货节”： 24天投入15亿资源，助力近2000农产区加速数字化

采石榴、摘葡萄、下秋梨；吃蟹、饮茶、打枣。8月21日，争秋夺夏之尾，拼多多适时推出“在线时长”达24天的“超级农货节”，横跨处暑、白露两个“春华秋实”的重要节气，覆盖全国20万款农产品、超10万家涉农店铺。

即日起，自北向南，从辽宁盘锦大米、山东青岛大虾，到江西万年贡米、广西螺蛳粉、云南勐海普洱茶、宾川软籽石榴；自西向东，从四川西昌阳光玫瑰、陕西大荔冬枣、周至猕猴桃，到长三角大闸蟹、福建平和蜜柚……诸多优质的原产地农产品都将陆续在拼多多上迎来属于它们的销售主场。

自2019年8月起，拼多多已连续四年举办农货节，辐射产区从2019年的500个、2021年的逾1100个扩展至如今的近2000个。今年，“超级农货节”将一如既往坚持对农产品“零佣金”，撬动百亿补贴、万人团、直播等频道及搜索的扶持

资源，依托定位于农产品产地直播的“百产计划”以及联合湖北、云南等省近十个县(市)开展的助农直播，拉动优势农产区的销售，提升品牌农货、地标农产品的声誉和影响力。

以“超级农货节”为起点，下半年，在柑橘、苹果、芒果等“超级单品”的基础上，该平台还将围绕石榴、葡萄、猕猴桃、大闸蟹等品类，打造一批销量过亿件、增速较快的品牌“超级农货”。

“好农货不仅要产出来，更要卖出去。我们以农起家，以‘农地云拼’的模式推动优质农产品的大规模‘产销对接’，一直以来都是平台的工作重点，每年一度的农货节更是有效的抓手之一。”拼多多农货节负责人表示，今年将为农货节累计投入15亿资源，扶持“南果北粮”直连8.8亿平台用户，助农户、消费者和商家共享秋收的喜悦。

▶从树尖到舌尖，“西昌葡萄”将登陆拼多多第四届农货节，以实惠的价格让千家万户一品阳光玫瑰的美味(卫疆 摄)



## 打造一批“超级农货”

我们的枣子才能‘起飞’，飞往全国各地。”杨栋说。

在巴蜀之地，川渝山货也正等待农货节的加持。“今年，我们做足了准备，‘西昌葡萄’这个地标涉及的西昌市下辖24个乡镇，我们全部都有采收或定园。只要订单一来，我们就立刻安排采摘、发货，保证把这鲜甜从树尖送到舌尖。”作为农产品经纪人，郑磊在拼多多上销售近些年闻名遐迩的葡萄明星——阳光玫瑰。

这是一种原产自日本的青提，过去因国内市场鲜有销售，价格昂贵。而当它被引种至“老天爷赏葡萄吃”的西昌，栽种在光热资源充足、温差

小、虫害少的山区，便生长得格外叫人欢喜。近些年，借助“拼购+产地直发”的上行通道以及百亿补贴的资源扶持，这颗西昌葡萄“甜”出大山，成为寻常家庭喜爱的国民水果。

与“中国枣乡”大荔、“中国晚熟葡萄之乡”西昌等知名产区不同，云南宾川是今年首次参与农货节的产区“新贵”。地处金沙江干热河谷，宾川出产的阳光玫瑰，香甜可口；培育的软籽石榴个大、质优、味美。在四川会理石榴成功“拼”出圈之后，宾川会成为下一个会理吗？为助力宾川石榴“卖全国”，农货节期间，拼多多将落地助农直播、资源倾斜等

一系列举措。

据拼多多“农货节”负责人介绍，“超级农货节”是下半年农产品线上销售旺季的开端，以此为起点，平台将针对石榴、葡萄、猕猴桃、大闸蟹等品类，围绕特色鲜明、质量稳定、信誉良好的地标产区，打造一批应季销量过亿件、增长较快的“超级单品”。由于“拼”的模式能从时空两个维度汇聚和激发需求，容易出现爆款农货，截至2021年年底，拼多多平台单品订单量10万+的农产品爆款超过了6000款，单品销量超100万单的农产品达到50余款，一批“小产区”水果成为国民水果。



▲拼多多已连续四年举办农货节，辐射产区从最初的500个扩展至如今的近2000个。今年将坚持对农产品“零佣金”，以百亿补贴、秒杀万人团等资源扶持。



▲“超级农货节”启动后，李玉萍正在卖力直播。(闵杉 摄)  
▼近年来，青岛大虾产业经历了从海水养殖到池塘养殖、大棚养殖、工厂养殖的规模化蜕变。(崔仁政 摄)

## 农货直播： 破解消费信任难题

在打造“超级农货”的道路上，农货直播正在发挥越来越大的作用。

“欢迎各位茶友来到直播间，今天是‘景迈大树茶’专场。”8月19日，直播镜头中的李玉萍一边向网友介绍勐海普洱茶，一边端着热气腾腾的茶杯向大家展示。尽管眼下正值传统茶业的销售淡季，但李玉萍的直播仓库却一片火热。作为今年首次参加“超级农货节”的直播商家，他们团队提前准备了多个品类的优质产品。

云南勐海是闻名世界的产茶重镇，正宗的勐海普洱，价格远高于一般的农产品。“如何让消费者相信我？”这曾是李玉萍在线上销售普洱的难点，而直播让她一点一滴收获了用户的信任。

“起初，在镜头前精准推介产品对我而言并不容易。我就从如何注水、如何泡茶开始讲解。”李玉萍认为，专业的讲解会吸引新客，而优质的产品会吸引复购。“以前我们只管做茶，销售全靠各地经销商，鲜少得到消费者的直观反馈。但通过直播，我们能快速看到市场反应并迅速对产品做出调整。”目前，李玉萍经营的店铺回购率极高，用户在直播间的平均停留时长达到1小时以上。

均停留时长达到1小时以上。

据了解，“超级农货节”期间，拼多多将向农产品直播倾斜包括直播培训、流量等在内的扶持资源，鼓励更多新农人走进直播间，展示、推介产品、产业及产区，让品质农货被更多人看见及信任。其中，定向扶持农产品的产地直播项目“百产计划”将每日一播，助力农户及时出货，兑现丰收的喜悦。

“目前，侧重知识普及的科普播、人设型主播的个性播是最受平台用户欢迎的两种直播方式。”拼多多“农货节”负责人表示，今年上半年，通过直播频道销售的农产品金额是去年同期的四倍。“农货节期间正值秋收，直播这一新模式应用于丰收的田间地头，或将‘生产’出更多爆款农货。”

此前，中国农业科学院农业信息研究所发布《中国农产品网络零售市场暨重点单品分析报告》指出，“超级单品”通过集约化、规模化供应显著降低农产品上行成本，而新电商平台的新技术、新模式应用，推动优势特色农产品网络零售的加速发展，是催生“超级单品”的新引擎。



▲烟薯25号育成辛国胜正在进行茎尖剥离实验。脱毒种苗进行繁育后会供应给农户种植。(小满 摄)

## 从“最初一公里” 到“产前一公里”

农货节，拼多多迄今已举办四届。在国内多家头部电商平台积极推动的几大购物节中，农货节是唯一以农产品为特色的电商大节，鲜明体现了拼多多出身于农，重仓农业的特点。据悉，今年的“超级农货节”，是持续天数最久，产区规模、补贴力度最大的一届。

国家统计局的数据显示，近年来，我国夏粮产量连创新高，今年上半年达到2948亿斤，实现增产丰收。在疫情防控常态化的背景下，“三农”的压舱石作用进一步凸显。为助力农产品丰产又丰收，早在2019年8月，拼多多就筹划打造一场真正属于广大农户和数亿农产品消费者的电商节日。

起初，依托“农地云拼”的模式，拼多多发力农产品销售的“最初一公里”，打通了原产地直发的通路，使得新鲜农货的最佳赏味期限不再浪费于多重分销与冗长运输之中。此后，顺应消费者从“有没有”到“好不好”的需求，拼多多农货节不断升级。农货供应既保数量，也要保多样、保质量，开始深入“产前一公里”，推动农产品的品种培优、标准化生产以及品质提升。

比如，被此次“超级农货节”翻牌子的烟薯25号是烟台农科院选育的优质烤薯品种。“烟薯25号使用的是烟台农科院授权的脱毒种苗。同时，我们要求种植户必须起垄、深耕、覆膜，以科学的方式进行种植，从‘源头’保证食味与品质。”壹亩地瓜创始人刘朝丽表示。

青岛大虾是另一款从种苗这一产环节开始抓质量的农货节“重

补”产品。过去，青岛大虾产业以本土的中国对虾为主要品种，病害率高、产量少、价格贵。近年来，当地依托中国海洋大学、黄海水产研究所等一批涉海院校，不断加码科研力量，使得国产对虾这一“卡脖子”难题取得了突破性的进展。

“青岛吃海鲜长大，竹节虾的饵料一般是‘海沙子’，蛤蜊等贝类小海鲜。南美白对虾进入高速增长期以后则喂食鳕鱼肉。”为“超级农货节”供应青岛大虾的95后“新农人”崔成龙说，“环境好、种苗好、吃得好、不打药，这是以大虾为代表的青岛水产品质量突出的重要原因”。

而在江苏昆山，今年首次参加农货节的大闸蟹品牌今锦上亦狠抓标准化生产。比如，他们实现了不同大闸蟹规格的机械化分拣，二两母蟹还是三两公蟹，机器分得清清楚楚。同时，他们引入机械设备取代捆蟹师，使用符合食品级要求的绳子进行机器捆扎，从而保证“足斤足两”，且过程可追踪、可溯源。

据了解，为助力农业科技创新对接大市场，带动农业生产经营的产业化、规模化、标准化和组织化，“超级农货节”期间，“百亿补贴”对品质农产品的单笔补贴最高接近60元，而补贴额度则普遍超过30%。

“除了此次‘超级农货节’，拼多多还将通过‘寻鲜中国 多多好农货’等长期项目，发现、选择、培育更多有潜力、有口碑的产区和产品，带动新农人将更多小品种做成大产业，用技术赋能农业生产，助力乡村振兴。”拼多多农货节负责人表示。(杜宇)

