

■ 电商扶贫

“消费扶贫百县直播行动”启动——

把贫困地区的好产品卖出好价钱

□□ 本报记者 韩啸

近日,国务院扶贫开发领导小组办公室(简称国务院扶贫办)与新电商平台拼多多在北京和上海两地视频连线,正式启动“消费扶贫百县直播行动”。拼多多将在国务院扶贫办社会扶贫司指导下,发挥平台农产品上行优势,选取100个贫困县开展消费扶贫活动,助力打赢脱贫攻坚战。

“今天是个好日子,农历节气小满,预示着我们家家户户都幸福美满,启动这个扶贫直播行动更有意义。”国务院扶贫开发领导小组办公室副主任洪天云出席启动仪式并讲话,和拼多多联合创始人范洁真共同为“消费扶贫百县直播行动”揭牌。

洪天云指出:“直播扶贫”要多聚焦贫困县的产品,脱贫攻坚的收官阶段要突出对“三区三州”这类重点区域的帮扶,同时也要及时总结梳理亮点,把优秀的案例宣传出去,得到全社会的了解和认同。“要让好东西走出贫困地区,让它们卖出好价钱。”

百场消费直播吹响扶贫号角

持续深入开展消费扶贫行动,有利于促进贫困人口稳定脱贫和贫困地区产业持续发展,调动贫困人口依靠自身努力实现脱贫致富的积极性。“此次与拼多多的合作有重要意义,相信电商新业态能帮助贫困地区的农民把东西卖好,卖赚。”洪天云表示。

根据行动方案,拼多多将在国务院扶贫办社会扶贫司的指导下,发挥平台聚集效应,由贫困地区市县领导、组织100场消费扶贫直播大促销活动,推进扶贫产品销售。

就在百县直播行动开启的当日,“多多大学”讲师与云南文山壮族苗族自治州8县市100余名扶贫干部、商家交流电商直播,分析贫困地区如何趁势抓住直播红利。上海挂职干部、云南省文山州政府副秘书长潘正旺介绍,西畴县一位村民在拼多多开店不到2个月卖出1.6万多单洋葱。零门槛入驻、零佣金、鼓励以商品品质取胜,这些平台属性都非常适合贫困地区农产品大规模上行。

近年,文山州成了拼多多的扶贫试验田。潘正旺说,文山下辖的8个县市曾全部是国家级贫困县,广南县目前还未摘帽,是中央挂牌督战的52个贫困县之一。文山相



云南西畴县副县长吴川(右)推介本地出产的“紫皮洋葱”。

陈瞳 摄

对高海拔、低纬度的独特地理条件孕育了多种优质农产品,素有“三七之乡”的美誉。但好产品却很难转化成好收益。

“做这次交流,就是为了结合当地的实际情况,重点分析贫困地区怎样抓住直播风口。”多多大学教务总监桑麻告诉记者,拼多多今年2月率先开启“政企合作,直播助农”活动,目前超过180位各地市县区主要负责人进入助农直播间带货,推动近100个特色农产区产品加速对接6亿消费者,帮扶农户超过35万户。此次开展“消费扶贫百县直播行动”,将更有针对性地结合贫困县的情况,将直播助农进行到底。

截至5月14日,拼多多助农专区和其他助农活动已经达成订单1.4亿单,卖出农副产品总计超过8.5亿斤;县长助农直播已超100场,覆盖全国20多个省及自治区,超180位市县区主要负责人进入助农直播间带货,推动近100个特色农产区产品加速对接6亿消费者,帮扶农户超过35万户。

推动贫困地区变身电商“富矿”

范洁真表示,未来平台会将资源进一步向贫困县倾斜,尤其是52个“挂牌督战县”,全面帮助贫困县形成可持续的产销对接机制。

“老师,我们这边气候条件好,种出来的蔬菜水果都是最优质的,但销售不太理想,

现在想发展电商应该先从哪里入手?”“我们广南还没有摘帽,非常希望借助电商平台帮农民多卖货,直播应该怎么选品?”

在5月20日文山的交流结束后,扶贫干部和商家围住多多大学老师问个不停。其中有一位特殊的“学员”,分享了电商带货的“西畴经验”。西畴县是重度石漠化地区,西畴人民创造了“等不是办法,干才有希望”的西畴精神。这位特殊的“学员”就是西畴县副县长吴川。

吴川介绍,西畴县盛产紫皮洋葱,以前主要是出口外销越南,今年受疫情影响,冷库里2000多吨洋葱没有销路。后来,一位村民琢磨电商带货,自己在家鼓捣,不到2个月,不仅店铺开起来了,销量还节节攀升,最近几天的日均订单量已经破千,累计已经销售1.6万单。“我们还要在电商平台上继续开拓,用‘西畴精神’打造线上品牌!”

位于文山州南部县的马关县,是一个集边境、少数民族、贫困、山区、老区为一体的县域,今年5月刚刚摘帽。今年该县种植了700余棚巴西菇,鲜菇总产量达4200吨,干菇500余吨。虽然规模大了,但品牌依然很弱,很难赚到高附加值。副县长徐维纲联系拼多多平台,想在打造品牌上做文章。“以前看到拼多多扶持推出了三禾厨具、思飘纸牛JVC电视等一系列新品牌,帮助中小企业以较低成本对接消费者的需求,扶持它们创立自己的新品牌。现在我们正在结合马

■ 圆桌论坛

我国从20世纪80年代开始的改革开放,既带动了农业发展,也推动了国家的工业化和城市化进程,农业GDP从30%左右下降到了现在不到8%,农业人口比重也有了大幅下降。然而随着城市化的不断推进,社会资源的单向流动,乡村的衰落问题日益凸显。同时,由于中国的历史、社会经济现状及未来很长一段时间发展前景,决定了中国在很长一段时间内,都很难沿着早期工业化国家和某些后发型国家的路径,通过逐渐减少农业就业人口、扩大城市规模来实现现代化。因此,就目前乡村发展的现状而言,核心是建构出一个城乡融合、平衡的发展机制。中国的未来既不能是“乡村中国”,也不能是“城市中国”,而应该是“城乡中国”。

依照“城乡中国”的概念,考虑乡村振兴的问题,离不开资本和人才等生产要素在城乡之间的合理分配。当前导致部分乡村衰落的一个重要原因,是传统发展模式对于乡村空间中的经济、社会功能的定义过于狭窄。随着社会经济的发展,特别是新兴产业的发展,产业在城市和乡村中的配置,越来越不再依赖于地缘空间的比较优势。比如说,假如有一个年轻人在村庄注册一个网络会议公司,他完全可以在乡村这个地理空间通过网络虚拟空间发起会议并获得收入,而不再需要集中在大城市。

随着对乡村空间经济社会功能的再认识和再开发,乡村振兴实际上有了比以往任何时候都更有前景的机会。在这个条件下,乡村振兴的约束就越来越多地体现在人才方面。

我们过去一讲到乡村振兴的人才就想到如何养猪、如何种地,乡村中的农业产业是乡村中的主体,种植业、养殖业人才的缺乏是乡村人才缺乏的重要体现。但是,现阶段的乡村,不再特别需要传统意义上的种植、养殖人才。随着种植业、养殖业一般技术的逐渐普及以及农民素质的提高,一般性农业应用技术已经不再是乡村振兴工作的“短板”。基于乡村这个新的经济社会空间而展开的乡村振兴的工作实际上需要以下五大类人才:

第一类的人才是具有领导能力的人才。乡村智力的外流直接导致具有乡村治理能力的人才严重不足。在脱贫攻坚战中,向贫困村派驻“第一书记”的实践证明了向乡村补充领导人才的重要性。

第二类人才是乡村发展规划类人才。目前,乡村缺乏规划,乱建严重,重复建设浪费了大量公共资金,而且楼房建设缺乏规划、指导,无论从体现地方文化、民族文化,还是居住实用性等方面看都非常落后,这主要是缺乏规划人才。

第三类是懂得市场营销类的人才。乡村市场经济潜力很大,无论是从新业态创意还是对传统产业的改造等方面都存在着巨大的增值空间,但是乡村缺乏这样的经营人才,很多村庄具有大量的闲置资产,如闲置宅基地、农房等,大部分地方缺乏这类人才来帮助农民盘活资产。

第四类是能够维护农民权益的法律人才。在乡村振兴过程中,很多例如宅基地流转、拆迁等问题都涉及相关法律问题需要解决,同时村庄内部缺乏这种人才使得村民在搭建房屋、资产拆借等方面的诸多法律问题难以得到很好的解决。

第五类是乡村缺乏的电商人才。电商的发展很大程度上促进了农产品销售,但实际上现在的传统电商依然扮演了过去的中间商角色,农户在价值链中的地位依然处于末端,没有获得根本意义上的话语权。随着农业现代化的推进,需要越来越多的新农人变成新农商。补充这类人才,可以借鉴拼多多探索实践的“多多农园”模式,自主建立起农民为主体、产销全链条贯通的“新农商机制”,这样可以大大缩短价值链长度,提高农民在价值链中的收益份额。

乡村振兴工作的人才缺乏问题,需要依靠创新的方式来纾解。对于电商人才的培养,建议在农村发起“一村一电商”行动,争取在产业发展比较集中的地区,在行政村一级建立电商中心,一个村至少培养一名“新农人”。今年全国两会期间,全国人大代表赵皖平在《关于“培养百万新农商,推动经济复苏”的建议》里提到,即使2019年拼多多带动了超过8.2万返乡新农人,但对于“大国小农”条件下的“小农户与大市场”这一结构性矛盾来说,还捉襟见肘。对于如何带动和培训更多新农人通过互联网平台低门槛创业,他建议“需要从国家层面出台更具针对性的举措”,将电商人才的培养纳入政府部门开展的农民培训范畴。

■ 行业聚焦

农产品销售搭上智能社区顺风车

□□ 本报记者 胡明宝

“滴——”机器识别人脸,社区大门应声而开,过程不到一秒,数据就能从西安到北京“跑”一个来回;打开软件,就能看到当地质优价廉的精选农产品,下单后很快就能送到社区居民的餐桌上——这让陕西西安宏林尚品小区物业管理人员王琳感到不可思议:这才是自己所能想象的“智慧社区”最接地气的样子。

今年3月,京东智联云为王琳西安宏林尚品小区提供了“京彩家园”智能社区管理系统。这套系统既配备了社区出入口的智能识别机器,还提供精选农产品销售、智慧门禁、物业服务。小区业主和租户只要拿出手机进行注册,数据就

上传到了1000公里以外北京的云服务器,并同步在社区의每个机器终端上。这一看不见的数据流动,让居民享受到了看得见的社区智能。

京东智联云推出的“京彩家园”产品,成为西安“智慧社区”建设的落地应用之一。西安市紫禁长安的业主刘丽发现,“京彩家园”和市场同类产品相比,不仅有智能门禁、物业管理等传统功能,还带有精选农产品选购、拼车、租房、快递物流等服务,用一个APP可以解决业主多种诉求。一个新应用,激活了社区生活、社区管理、社区商业等新业态。在疫情期间,这款产品还搭载了疫情地图、远程家庭医生、应急物资数据、防疫知识门禁海报等端口,让居民足不出户就能享受智能社区带来的便利。

■ 地方实践

山东临清：扶贫农副产品线上销售旺

山东省临清市刘垓子镇作为省信息化扶贫示范镇,与山东尚网网络科技有限公司合作,利用50万元扶贫资金,建立起信息化扶贫电商平台,通过线上线下推广的方式销售扶贫农副产品,培养村民通过电商平台进行线上农产品、手工艺品的售卖技能,在丰富村民信息化经验的同时,拓宽村民自有产品的销售渠道,带动村民增收。

“我要6包白仁,5斤龙须面,再来一瓶香油。”近期,家住聊城柳泉花园小区的陈女士在名叫“家乡扶贫,我先行”的微信群里下单购物。下午,快递直接将货品送到她家。“我老家是刘垓子的,这个团购群非常方便,里面有各种特产、蔬菜水果,不仅原汁原味,而且价格实惠。”陈女士说。随着社交电商模式的盛行,公司组建了17个团购微信群,不定期在群内举办优质产品下单红包返利活动,让买家在线上以优惠的价格体验优质的扶贫农产品。据了解,群内有15个社区8000余户家庭,覆盖用户约5万人。

除了在微信群内购买,客户也可以在微信搜索小程序“刘垓子电商”,实现购买和订单管理,直接简化了营销的步骤,降低了团购项目的采购成本和渠道成本,增加了平台与粉丝之间的黏性。同时,姜庄、吕堂扶贫大棚里的天然水果蔬菜还登上了拼多多、快手、抖音等短视频客户端,通过拍摄剪辑,打造天然、绿色等特色化的内容形式,吸引不同客户群体,为信息化扶贫电商平台打造出新的获客渠道。

截至目前,刘垓子镇扶贫大棚的果蔬通过电商渠道销售达1.5万余斤,电商扶贫销售额近20万元,其中5万元扶贫收益惠及当地9个扶贫重点村的贫困户。“为确保脱贫攻坚各项任务圆满收官,我镇做到了‘靶心不散’‘响鼓重锤’,进一步将刘垓子电商扶贫做大做强,重点打造2~3个品牌项目,加大线上线下推广力度。”刘垓子镇党委书记于红丽介绍。

案例源

■ 新电商 新农人

第一书记李佩阳成上蔡高李村“头号主播”

□□ 曹耀强 白贤阳
本报记者 张培奇 范亚旭

“李书记来了,李书记来了!”5月14日,在河南省上蔡县邵店镇高李村蔬菜种植基地,种植户姚汝亮让农友们放下手里的活儿到门口去迎接他们的李书记。

李书记是谁?为什么这么受大家的欢迎?

村民口中的李书记是河南省委宣传部派驻上蔡县邵店镇高李村的第一书记,名叫李佩阳。最近一段时间,她又多了2个身份,不仅是高李村农产品的形象代言人,而且是线上农产品售卖的“头号主播”。

今年年初,受疫情的影响,村里养殖大户李刚岭4000多只鹅因在鹅场中,眼看养殖户的几十万投入要打水漂。李佩阳得知这一情况后,发挥自己专长,撰写了一段特别生动有趣的文案,在朋友圈、微博等平台帮着推销活鹅。

原本本着“多卖一只就少赔一只、尽自己所能去帮助养殖户拓宽销路”心态的李佩阳,没想到自己发的“小广告”竟然“火了”。各种订单纷至沓来,疫情结束后,4000多只鹅被“一抢而空”。

鹅场空了,李佩阳的办公室却热闹起来了,经常有人送蔬菜、面点等物品,群众突然间的“热情”让李佩阳摸不着头脑。时间久了,她才洞察出其中的玄机:他们是看好自己的“超强带货能力”,就提前来“拉关系”,盘算着等到农忙收成时节,就请“李大主播”帮自己家策划策划,也搞个网络售卖,争取卖个好价钱,多赚点钱。

“无心插柳柳成荫,我真没想到大家会这么认可我的‘带货’能力!”李佩阳面对热情的群众,既哭笑不得又有所感悟。

“直播带货而已,难不倒我!”结合自己文笔好、懂传播的特长,李佩阳开始研究如何高效直播带货,“现在直播带货的平台很多,机制成熟、分成比例合理,跟一些农产品直播带



李佩阳在推介高李村出产的土豆。

资料图

货主播或者平台合作也是一个不错的选择;另外,我们自己也在一些平台开户,自己代言、直播带货。”

一段时间摸索以后,李佩阳根据自己的标准将它们分类排序。公益属性较强、合作口碑较好的平台,是合作的首选对象;商业化程度高、佣金较高的平台是最后的选择。选择什么样的平台,如何设置直播间的农产品类目、数量,李佩阳运筹帷幄,依据上市农产品数量、存储期限、物流速度等做“组合”搭配,“价格最高、成本最低、销售量最大,这才是我想要的结果。”

“我代言过土豆、豌豆角、鹅……我是‘零收费、全配合’最接地气的农产品‘代言人’!”李佩阳让朋友帮自己拍一段农产品代言的“形象宣传片”,参加“5.20助农直播带货节”

关县巴西菇的品质特点,打造线上农产品品牌,让合作社、农民受益。”

范洁真认为,把贫困地区农货卖好卖赚是第一步,要借助市县长直播的公信力和推动力,之后就必须要从品牌打造、人才孕育、供应链建设等维度入手,通过消费扶贫带动当地产业兴旺,让藏在深山和边远地区的特色农产品,能形成全国竞争力,推动贫困地区转变为电商的富矿区。

以常态化直播持续推动消费扶贫

中国农业大学教授李小云分析,市县长直播带货和网红带货不同,后者是对“网红”的热情和追捧,“情绪”是购物的关键因素;而市县长直播带货则是消费者对地方货品的信任以及强有力的政府背书。“消费者相信市县长直播带货的商品有品质保障,也相信市县长承诺的价格是最实惠的。”李小云说。

在“消费扶贫百县直播行动”之前,拼多多已经充分总结各地市县长直播的经验,积极探索“跨省直播”和“直播常态化”。

3月12日,广东省农业农村厅与拼多多正式达成战略合作。未来三年内,每个月都会有市县长上线直播促销,每年不少于12位广东省市、县主要负责人进入拼多多直播间助农直播,助力广东特色农产品触网上线进城,在全省范围内推广“徐闻模式”,以市、县长的率先垂范,引领农民数字农业思想的觉悟,培育广东数字农业新业态,加强广东数字农业基础设施建设,推动广东数字农业走在全国前列。

4月24日,陕西农业农村厅与拼多多签署战略合作框架协议,双方将联合发起农产品上行扶贫专项行动,帮助陕西省贫困地区的农产品上行,拼多多将与陕西省20个县展开合作。当天签约仪式结束后,陕西省农业农村厅厅长黄思光走进多多直播间倾情推荐柞水木耳。

5月12日,深圳市委罗湖区委书记、区长刘智勇,广西隆林各族自治县党委副书记、人民政府县长杨科,广西西林县委副书记、人民政府县长欧阳可爽一同走进多多直播间,推介西林和隆林的优质特色农产品。这是拼多多市县长直播助农项目中,首次出现东西部扶贫协作的区县政府主要领导一同直播。

的直播带货活动。

“李书记帮我们策划直播带货,卖的价格比自己卖的高不说,客商还自己来大棚拉货,省了我运送的成本。最主要的是卖得快,不用担心滞销的问题。成本低、售价高、出货快,一个棚比以前多赚2000多块钱。”尝到收益甜头的黄瓜种植户姚汝亮打算今年再多个棚,“李书记要求我们一定要保证产品的安全、健康,维持好咱高李村农产品的品牌!”

“直播带货做成规模以后,也是一种产业。我们下一步打算培养更多的农民主播,打造‘主播天团’,将咱们带着泥土、沾着露水、清新鲜美的农产品推向全国。”李佩阳觉得,自己的身份又要改变了,下一回,自己将变成“网红孵化基地”的负责人。

“李书记帮我们策划直播带货,卖的价格比自己卖的高不说,客商还自己来大棚拉货,省了我运送的成本。最主要的是卖得快,不用担心滞销的问题。成本低、售价高、出货快,一个棚比以前多赚2000多块钱。”尝到收益甜头的黄瓜种植户姚汝亮打算今年再多个棚,“李书记要求我们一定要保证产品的安全、健康,维持好咱高李村农产品的品牌!”

“直播带货做成规模以后,也是一种产业。我们下一步打算培养更多的农民主播,打造‘主播天团’,将咱们带着泥土、沾着露水、清新鲜美的农产品推向全国。”李佩阳觉得,自己的身份又要改变了,下一回,自己将变成“网红孵化基地”的负责人。

“直播带货做成规模以后,也是一种产业。我们下一步打算培养更多的农民主播,打造‘主播天团’,将咱们带着泥土、沾着露水、清新鲜美的农产品推向全国。”李佩阳觉得,自己的身份又要改变了,下一回,自己将变成“网红孵化基地”的负责人。

“直播带货做成规模以后,也是一种产业。我们下一步打算培养更多的农民主播,打造‘主播天团’,将咱们带着泥土、沾着露水、清新鲜美的农产品推向全国。”李佩阳觉得,自己的身份又要改变了,下一回,自己将变成“网红孵化基地”的负责人。