



助力打赢脱贫攻坚战的新电商力量

——扶持“新农人”支持农产品上行助推乡村振兴

电商作为新兴业态，既可以推销农副产品、帮助群众脱贫致富，又可以促进乡村振兴，是大有可为的。在夺取脱贫攻坚全面胜利的2020年，电商已成为助力脱贫攻坚的重要抓手之一。作为扶贫新兴力量，新电商拼多多积极扶持“新农人”，增强助农扶贫“后劲”，并联手政府部门，构建农产品上行超短链，以实际行动助力脱贫攻坚和乡村振兴事业。

扶持“新农人”，助农扶贫有“后劲”

助农扶贫是一个长期工程，不是简单的公益捐助，需要真正地帮助贫困户走上脱贫致富之路。2019年，在国务院扶贫办的指导下，拼多多与陕西平利县政府签署“扶贫战略合作协议”。同年9月，大学生创业代表王秀梅在拼多多助农项目经理帮助下，开创了“多多农园”，与51户种植胶蓝的贫困户组成了寻梦农园胶蓝合作社，由拼多多初期投资52万余元，让当地792名建档立卡贫困户成为全产业链的利益主体——股东。他们对标现代企业管理制度，让王秀梅负责运营店铺，贫困户可以通过合作社来共享销售收益。



在拼多多上通过直播为合作社店铺售卖扶贫产品，已经成为了王秀梅的日常主要工作



2019年7月，“多多农园”正式落地云南省大姚县黄家湾村。“多多农园”无偿资助了85万元作为启动金，对标现代企业管理制度，“资金变股金，农民变股东”，带动了当地社员的积极性。2019年底，黄家湾村正式摘掉贫困村帽子

联手政府部门，构建农产品上行超短链

助农扶贫是全社会的事儿，只有多部门联动起来，共同努力，才能让祖国每一片土地都更加美好。近年来，拼多多联手“三区三州”地区（西藏、四省藏区、南疆四地州和四川凉山州、云南怒江州、甘肃临夏州）为代表的深度贫困地区政府部门，倾斜大量资源，对该贫困区域进行定点扶持，聚焦农产品上行。具体做法：一方面拼多多利用自身的营销优势、资金优势、人才优势等，通过帮助当地甄选特色农产品，扶持特色产业，提供品牌、销售、培训、流量、宣传等全方位支持，帮小农户对接大市场，实现消费端“最后一公里”直连原产地“最初一公里”；另一方面在物流服务商主导的“超短链”模式中，拼多多利用全国100多个拼多多邮政扶贫店，大力推进贫困地区农产品上行，充分发挥其网点覆盖全国全部深度贫困县乡村的优势，在深度贫困地区的农产品电商发展过程中发挥了不可替代的作用。

数据显示，截至2019年底，拼多多平台注册地为“三区三州”地区的商家数量达15.7万家，年订单总额47.97亿元，分别较2018年同比增长540%和413%，增速明显高于国家级贫困县整体水平。

新冠肺炎疫情发生以来，拼多多进一步致力于打通农产品上行的难点、痛点，解决疫情区域农产品滞销的燃眉之急。首先，在农业农村部市场与信息化司的指导下由拼多多发起并成立了“全国农产品产销对接公益服务联盟”；其次，拼多多自2月10日开通抗疫助农专区，截至4月20日，已累计售出滞销农产品超过6亿斤，覆盖全国近400个农产区，包括230多个国家级贫困县，帮扶受疫情影响的商家和农户超过18万户；与此同时，拼多多还与山东、浙江、安徽、广东、云南、贵州、湖北、陕西等地政府部门合作组织了超过50场市、县长直播助农活动，超百位市、县长亲自带货。截至4月24日，市、县长直播间累计吸引近2300万站内消费者参与消费，直接带动农产品销售超过8500吨，带动平台同区域农产品产生7300余万份订单。

农业农村部要求，在2年内建成100个示范县，实现农产品出村进城便捷、顺畅、高效。拼多多等其他10家企业成为第一批试点企业，将在“互联网+”农产品出村进城示范工程的框架下，优先选择合作县市，向深度贫困区持续投入资源，助力打赢脱贫攻坚战。

今年是脱贫攻坚关键之年。据了解，为了进一步加大支持农产品上行的力度，拼多多计划在将农货上行团队扩充至2000人，并联合物流生态合作伙伴，探索农产品上行专用电子面单，对农产品包裹与普通包裹作区分，进一步扩大农村尤其是边远地区农产品上行的规模。

形成农产品电商2.0版本，为乡村振兴注入新动能

构建农产品上行超短链，拼多多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。人民网新电商研究院日前发布的《中国农村电商物流发展报告》，以拼多多为例，在农村电商物流的基础设施建设上，拼多多建构了“农货智能处理系统”+“轻仓储”的有效模式，解决了中国农产品物流链条长、中间环节多和两端收益低的问题，这一智能化物流模式有效连接了农产品原产地和消费者，整合和升级农业产业链和农产品电商物流体系。相关



“互联网+”农产品出村进城



新疆喀什地区麦盖提县委副书记、县长艾尼瓦尔·吐尔逊和主持人正在为69万拼多多网友展示大枣和小枣的区别

数据显示，2019年拼多多平台农产品成交额达到1364亿元人民币，成为中国最大的农产品上行平台之一。

“在拼多多等新电商带动下，深度贫困地区脱贫取得重大进展，正成为农产品电商发展的富矿区。”4月29日，中国人民大学中国扶贫研究院发布《中国深度贫困地区农产品电商报告》如此表述。

以拼多多在深度贫困地区推进的“多多农园”模式为代表，在实现消费端“最后一公里”和原产地“最初一公里”直连的同时，从农产品生产源头开始，深耕全产业链，构建向农民倾斜利益的经营与分配机制，这形成了极有特色的农产品新电商价值链，农产品电商发展2.0版本正在深度贫困地区落地。

2019年4月，“多多农园”首站落地云南保山，致力于“将利益留在农村”。通过在国家级贫困县及深度贫困地区，引入农产品电商上行通路和现代企业管理模式，培养新型电商经营主体，精准帮扶建档立卡贫困户，实现农民—农人—农商的转变，从而让提供主要生产力和生产资料的农户，成为全产业链的利益主体。“多多农园”是一种创新的扶贫模式，是一次新的“电商+扶贫+生产组织形态”的系统创新，这种模式的关键，在于通过“电商+合作社”的模式，将贫困农户联结起来。贫困户可以通过合作社来共享销售收益，同时，合作社带头人负责运营店铺，又保证了这些贫困户可以安心生产，贫困农户成为全产业链的利益主体，这一个系统性的变革，为电商脱贫带来了新的发展思路。

截至目前，“多多农园”已在云南省保山、文山、楚雄、临沧、怒江、曲靖，以

及陕西平利、新疆喀什等地共落地11个扶贫兴农项目。

拼多多农产品电商模式是将脱贫攻坚和乡村振兴有机结合起来并进行成功运作的典型案例，标志着电商平台对激活农村产业的发展，推动农业供给侧结构性改革有着积极意义，为推动农民脱贫致富、实现乡村振兴起到了显著作用。

在脱贫攻坚中，电子商务发挥了极其重要的作用。以拼多多为例，其仅在2018年就投入价值86亿元资源助农扶贫，累计带动18万名“新农人”，为贫困县提供超过30万个新增就业岗位，贫困县开店数量与返乡新农人增量明显。截至2019年底，拼多多平台注册地址为832个国家级贫困县的商家数量达36万家，年订单总额达372.6亿元，分别较2018年同比增长158%和130%，其中绝大部分成交订单为农（副）产品。国家级贫困县农（副）产品年订单总额占平台农（副）产品成交总额的比重明显上升。

众所周知，农村产业兴旺事关农民收入和乡村振兴的大局。实践证明，时下，以拼多多为代表的新电商正深入农村地区，打通了农产品从田间地头与餐桌的超短链，这对于中国的农村产业扶贫、乡村振兴乃至区域经济发展都具有重大意义。与此对应的数据显示，近几年来，已经有数以万计拥有电商经验的“新农人”，从城市返回家乡，成为乡村振兴的核心力量，他们依托以拼多多为代表的电商平台，把全国1200万农户田地里的分散农产品，直接送进拼多多逾6亿用户的厨房和菜篮，既带动了家乡脱贫，又为广袤的中国大地，打通了一条乡村振兴的新路径。（齐家园/文 穆功/摄）