

三区三州农货出山记

川滇交界处、山路崎岖交通闭塞、自然条件恶劣、彝族占半数以上,这是外界对四川凉山州印象的大体轮廓。外界不知道的是,凉山州有座“金山银山”,更是一个聚宝盆,藏着金银花、苦荞、羊肚菌、土豆、橄榄等大凉山特色农产品。

所有人都在等一个能让这些农产品“飞出”大凉山的好时机。7月16日,拼多多针对“三区三州”地区的首个消费扶贫周落地凉山州。凉山州昭觉县的金银花、阿坝州的牦牛奶、西藏拉萨的青稞藜麦片……在拼多多直播间,来自“三区三州”的干部们轮番上阵吆喝,力求解决当地特色农货的销路问题,跳过层层经销商直达消费者的餐桌。



凉山州委副书记、州长苏嘎尔布在启动仪式上致辞

“拼多多让中国知道中泽” 曾经荒山变橄榄园

“有山有水有橄榄,是人生最美好的画面”,梵高1889年的橄榄系列作品里漫山遍野的橄榄树、高悬于天空的太阳、褐红色的土壤……在四川大凉山中泽油橄榄庄园里都成了现实。

能有此境,是杨泽身和妻子徐晓燕坚持了20年的结果。徐晓燕承认种橄榄是一件苦差事,前期成本投入大且回报周期长:“也就是去年,在不算早期科研设备投入的情况下,庄园才做到了收支平衡,之前几年全是在贴钱。”

杨泽身用房地产和水电站生意赚到的钱,补贴橄榄种植园,邀请以色列专家进行现场指导,甚至是让当地老乡认识到劳动可以换取报酬……功夫不负有心人,经过反复的选种、育种,中泽在203个橄榄品种里,筛选出13种适宜凉山本地栽种的品种。

“中泽要做的是生产出全中国最好的橄榄油,拼多多正在做的事情是让全中国的消费者知道中泽。”徐晓燕对此坚信不疑。在拼多多“佛凉协作 云上优选”的直播间里,中泽橄榄油成了抢手货,徐晓燕看到了拼多多对消费者的影响力,坚定了在拼多多做下去的决心。

在徐晓燕看来,拼多多强调的性价比与中泽当前的目标客群不谋而合,为了能进一步迎合拼多多消费者的诉求,中泽正计划生产每瓶20-30ml的品尝装,将价格适当调整。“我们有好的产品,就是缺少销路,拼多多正好能解决卖货。”

未来,拼多多乃至全渠道电商,势必要成为中泽实现“将最好的橄榄油卖向全中国”梦想的助力器。在当地,杨泽身和徐晓燕算是走在很多人的前面,有着成熟的经营理念,也懂得利用电商找寻销售出路。放眼凉山彝族自治州,仍旧需要更多像徐晓燕这样的商家以及拼多多这类的电商长期扎根凉山,将荒山野岭变成金山银

山,带动当地增收致富。

“不缺优质品而是缺少渠道” 首次认识电商实现直销

在“佛凉协作 云上优选”的直播间里,佛山挂职扶贫干部黄礼泉介绍着喜德县的风土人情,也卖力地为当地的苦荞、燕麦、金银花直播带货:“我们不缺优质的产品,但是缺乏市场渠道,电商恰好能把生产者和消费者直接联系,最大限度开拓市场。”他对电商有着天然的好感。黄礼泉是汉族,在喜德县开展扶贫工作的两年多时间里,皮肤已变得黝黑,还能用彝语与老乡交流,乍一看就像是土生土长的彝族人。

对于首次接入电商,黄礼泉期待很高。他希望能通过拼多多了解到电商的操作运营,为以后入驻更多的电商平台做准备。短期来看,黄礼泉希望能让喜德县的农特产品卖上好价钱,有更多的销售渠道,并且有稳定的客群。

同黄礼泉一样相信电商的还有负责昭觉县扶贫工作的昭觉县委常委、副县长徐航。徐航向当地干部和老乡介绍电商时,初期阶段遇到不少阻碍,“多数人不相信电商能增收,就算是直播带货依旧有不同的声音”。即便阻碍不断,徐航依旧坚持做电商并为直播带货站台。

拼多多直播也的确不负众望。拼多多数据显示,本次消费扶贫周,共集

合了来自凉山11个贫困县的50多个品种、300多款农产品。截至7月22日,消费扶贫周期间拼多多注册地址、发货地址为凉山的商家订单上涨5倍,超过200款凉山农产品借“佛凉协作 云上优选”消费扶贫周活动完成了线上销售第一单;同时,在消费扶贫周的带动下,“佛凉消费扶贫馆”内农产品诞生了第一款销量破10万的热销产品,销量过万的产品7款。

徐航与黄礼泉均强调,得益于拼多多,凉山的农特产品找到了直销渠道,可以跳过层层经销商,直接接触消费者。拼多多联合创始人范洁真在“佛凉协作 云上优选”消费扶贫周启动仪式上直言,一端连着大山深处,一端连着消费市场,帮助贫困户脱贫致富是拼多多的本分。

黄礼泉直言,借助拼多多实现农产品上行的对接,这种尝试很有意义,一方面加快农产品上行的速度,不再完全依靠采购商上门收货;另一方面,原先采购商收货时会压价,通过电商零售直接面对消费者,利润可得到保证。

“不能让大凉山冷下来” 打破传统思维接纳新生事物

大凉山对于多数人来讲,是陌生又熟悉的“另一个存在”。凉山州是全国“三区三州”深度贫困地区之一,是脱贫攻坚最难攻克的硬骨头。电商,对

于当地的扶贫干部来讲,是让农产品飞出大凉山、为当地贫困户增收的有效方式,更是让老乡们开拓眼界、接纳新生事物甚至是开民智的关键。

已经在凉山州待了数年的徐航见证了彝族人思想上的转变:“当地老乡逐步参与网上平台的交易,这次消费扶贫百县直播行动更是让他们意识到了电商直播的必要。”徐航称,他们不再抵触,变得愿意尝试新生事物,新事物正改变着固化的传统思维。

佛山市政协副主席、佛山工作组组长毛永天面对拼多多直播间的115万消费者十分肯定:“电商带动消费扶贫是2020脱贫攻坚战里出现的一种新模式、新业态。”

“扶贫必扶智”,向凉山州深处扎根的拼多多承担起了电商平台的社会责任。此前,拼多多“多多大学”讲师已经对凉山地区有志于电商发展的新农人进行了入门培训。“多多大学”专业讲师将对电商平台入驻政策、直播技术应用、带货引流等进行实战干货指导,分享成功案例,引导凉山地区积极转型升级触网,开拓新电商、新零售,建立常设性的产业推介合作机制,进一步夯实两地消费扶贫成果。

脱贫攻坚中投入的产能需要通过市场来实现回报。中国农业大学国家乡村振兴研究院副院长兼国务院扶贫开发领导小组专家咨询委员会委员左停认为:“佛山-凉山消费扶贫周活动,通过现代化的商业平台和机制,成功地把产地和市场对接起来,把生产者和消费者连接起来,把产业扶贫、电商扶贫和消费扶贫串联起来。”

在推行中国农产品上行的路上,截至2019年底,拼多多平台国家级贫困县商户的年订单总额达372.6亿元。今年7月以来,拼多多连续支持“三区三州”地区农产品开拓农产品上行通路。包括凉山州在内,阿坝藏族自治州、西藏自治区首府拉萨市也曾与拼多多联合启动消费扶贫大联播。

截至8月16日,拼多多市县市长助农直播已超185场,近340位市、县、区等各级主要负责人进入助农直播间带货。2月以来,农货节、市长县长直播等助农活动,已累计带动平台相关助农专区和活动共计成交3.96亿单,卖出农副产品总计超过23.8亿斤。



8月16日,临夏州政府副州长李明海(左)在拼多多直播间与网友互动



8月,会理的石榴开始进入销售旺季。在此之前,何爽每天都要奔波于县城周边的各个山头,从40万亩石榴园中挑选最优质的果子