

“爱链杭黔 优品云行”消费扶贫周启动

脱贫“主播”推介家乡好货 42万人围观苗侗刺绣蜡染

本报记者 朱蓓蓓 通讯员 元宇

黔货出山又添新通路。10月27日,贵州省黔东南苗族侗族自治州(下称“黔东南州”)人民政府、杭州市帮扶黔东南州工作队联合新电商平台拼多多开启“爱链杭黔 优品云行”杭州-黔东南消费扶贫周。

据了解,这是贵州省首个东西部帮扶消费扶贫周。基于黔东南州优质农特产品和拼多多6.83亿消费者的优势,黔东南州商务局携手拼多多共同搭建线上线下“黔东南消费扶贫馆”,启动东西部协作扶贫成果展示直播、东西部帮扶脱贫代表线上大联播,畅通黔东南州农货上行通路,增强黔东南区域公共品牌“苗侗山珍”影响力。

截至10月27日,拼多多“黔东南消费扶贫馆”访问量累计超过200万人次,带动全平台“红酸汤”“三穗鸭”“百香果”等黔东南州特色农产品搜索、收藏、浏览量上涨4.5倍。东西部帮扶脱贫代表线上大联播吸引了包括当地融媒体直播在内的60多万消费者围观,其中42万人通过拼多多了解了黔东南特色文化,下单购买特色农产品。



黔东南州委常委、副州长,杭州市帮扶黔东南州工作队领队沈翔(中)、黔东南州委常委、副州长魏世平(右)、拼多多副总裁狄拉克(左)共同启动了“爱链杭黔 优品云行”杭州-黔东南消费扶贫周及“黔东南消费扶贫馆”

一场特殊的“普通人直播”



“主播”们在推介苗绣产品、三穗香酥



东西部协作刺绣工坊让苗族绣娘在家门口就能“加班”

随着消费扶贫周的到来,东西部协作扶贫成果展示直播也相继开播。凯里红酸汤、丹寨蜡染围巾、麻江蓝莓干、黄平牛肉干、施秉香肠、镇远天麻、岑巩黄桃干、三穗咸鸭蛋、天柱烟熏腊肉、锦屏腌鱼、黎平山茶油、从江香禾糯、榕江百香果、雷山银球茶、台江苗饰、剑河食用菌……来自黔东南州下辖16县市特产悉数登场,让不少线上“逛展会”的拼多多消费者表示“馋哭了”。

据介绍,这是拼多多走进“三区三州”历程里一场特殊的直播,所有“主播”都是来自东西部扶贫协作里最普通的老百姓,没有IP、没有粉丝。

他们由区域公共品牌“苗侗山珍”负责人、苗族绣娘、脱贫农民、返乡致富带头人、侗族姑娘组成,直播中,他们热情向直播间消费者推介家乡特产,展示家乡文化,邀请直播间消费者到家乡做客。

一花一草皆有意境,一针一线都是功夫。龙禄

颖是苗绣非遗传承人,也是杭黔东西协作扶贫车间、苗族刺绣工坊舞水云台创始人,首次作为“主播”出场的她,面对直播间超过42万拼多多消费者,现场展示了苗族刺绣的技法。

“苗族女人最盛大的衣裳是嫁衣。女儿的嫁衣往往由母亲亲手缝制,苗绣技法也就借助着亲情的纽带代代传承。”14年前,见证了深圳“一天一个样”高速发展的龙禄颖发现,外出多年后,家里最大的变化是多了一盏电灯,这触发了她回乡创业的念头。于是她以苗绣为切入点开始创业,既让苗族姐妹能有事做、有钱赚,同时也担负起传承推广苗族文化的责任。

对于龙禄颖的想法,丹寨返乡创业者潘成毅感同身受。同样从外地回到家乡,他们将苗绣、蜡染与现代生活进行了融合创新,结合苗族技艺图案与现代工艺,设计了一系列适合城市白领日常穿衣打扮的丝巾、服装,还把蜡染变成抱枕、围巾等实用产品,在拼多多上开店销售。

返乡创业、就业者的新通路

2018年以来,杭州市加大东西部协作帮扶力度,累计拨付财政援助资金21.124亿元,助力消费扶贫工作,支持黔东南州完善“线上+线下”销售网络,全力打造杭黔“电商平台+电商企业+电商扶贫合作社+电商扶贫基地+农户”五位一体消费扶贫模式,累计帮助黔东南州销售农特产品15.6亿元,带动贫困人口10万余人。

“现在家门口就有‘包吃包住’的工作,每个月收入3000元,人家都说我们是山沟沟里的‘新白领’。”脱贫户潘年波也是本次直播的主播之一。他带着浓重的乡音,讲述了自己的脱贫故事。潘年波曾是黔东南州三穗县款场乡等溪村的一名贫困户,初中学历的他做过高速养护员,下矿挖过煤。今年开始,他与妻子杨妍秀一同加入了浙江商人开办的养鸭厂,

每天5点起床喂料、捡鸭蛋、打扫鸭棚,日常照料18000只三穗麻鸭。

潘年波的同事袁仁模是一位电商负责人。他表示,浙江人不仅在这里建起了养鸭厂,还带来了专业的养殖技术,让三穗鸭从散养过渡到了专业养殖的阶段,使得规模化养殖成为可能。这种优势显而易见,本地鸭蛋每枚售价在1.2元左右,但鸭场的鸭蛋可以做到0.7元。这种低成本给三穗鸭带来了全国性的竞争力。另外,从养鸭饲养到产品加工的完整产业链条,也进一步降低了成本。

近期,袁仁模也在拼多多开设了店铺。在他看来,拼多多平台运营成本低,模式更适合农产品销售。身边的朋友,甚至连都家庭主妇、老奶奶都在用拼多多买农产品,很方便。



脱贫户潘年波、杨妍秀在养鸭厂

多多大学走进黔东南

10月18日,多多大学专业讲师第一次走进黔东南,为80余名致富带头人带来精准化的电商基础课程培训。多多大学通过为黔东南农产品上行培育“带头人”,让区域特色农产品、少数民族特色消费品经电商对接到更广大的市场。

作为国内主流电商平台,拼多多一端连着大山深处,一端连着消费市场。2019年,拼多多平台成交额

突破万亿,其中来自国家级贫困县商户的年订单总额达372.6亿元,较上年同比增长130%。今年10月17日,上海寻梦信息技术有限公司(拼多多)作为互联网企业代表获颁全国脱贫攻坚“组织创新奖”。

拼多多副总裁狄拉克表示,全国脱贫攻坚“组织创新奖”是对新电商平台在脱贫攻坚方面所做工作的鼓励。本次进入黔东南,展现了拼多多助力消费

扶贫的初心。未来拼多多还将持续助力黔东南州推动产业数字化转型升级。

据悉,7月以来,拼多多连续支持“三区三州”地区农产品开拓上行通路,协同地方政府,在四川、甘肃、青海等地发起消费扶贫活动,已经初步实现了“搞一次直播,开一批店铺,推一批品牌,培训一批人才”。