

2021年中国农民丰收节走进嘉兴南湖

拼多多启动“为咱老区拼一单”公益活动

本报记者 朱蓓蓓 通讯员 李云丰

9月23日，农历秋分时节，2021年中国农民丰收节主会场正式开幕。今年丰收节主要聚焦长江经济带11省（市），主会场在浙江嘉兴、湖南长沙、四川德阳三地同时举行。

作为电商企业的代表之一，新电商拼多多受邀参与此次丰收节的主会场活动。在嘉兴南湖的主会场，来自陕北、遵义、大别山等革命老区，以及新疆、大凉山等脱贫地区的拼多多新农人，分别带来了家乡的优质农特产品，也将革命老区、脱贫地区的丰收喜悦带到了百年大党的起航地，与全国人民一起饮水思源，共庆丰收。

当天晚上，拼多多还联动央视“2021年中国农民丰收节晚会”，并与央视财经新媒体共同推出“丰收节专场”直播带货活动，全面开启“为咱老区拼一单”公益活动，继续助力老区农产品出村进城。

此前，在农业农村部启动“2021金秋消费季”时，拼多多作为主要参与平台同时上线了“多多丰收馆”，并正式启动“消费惠农直播”“农产品产销对接大会”“新农人电商培训”等一系列电商助农活动，全面推动长江经济带11省市及全国农产区直连8.5亿消费者，助力各地农户增产增收。



9月23日，在丰收节当晚，央视主持人康辉、月亮姐姐走进央视财经、拼多多直播间，开启“丰收节专场”直播活动，与全国人民一起共庆丰收。

“多多丰收馆”热销，革命老区农产品单量突破100万

今年的主会场活动主要聚焦长江经济带11省市，并首次在多地同时举办。在嘉兴南湖现场，活动围绕“感党恩·庆丰收”主题，将党建红色文化与农耕文化紧密结合，全面展现长江经济带农民群众奋发昂扬的精神面貌。

活动现场，来自革命老区的拼多多新农人不仅分享了老区人民丰收的喜悦，并集中展示了从家乡带来的农特产品，包括陕北榆林小米、贵州遵义苦荞面、大别山枞阳土鸡蛋、广西百色芒果、沂蒙山高粱饴等，一度成为活动现场最为瞩目的焦点。

与此同时，拼多多还联合中国优质农产品开发服务协会发起了“重点帮扶脱贫地区、革命老区农特产品产销对接公益行动”，首批地区重点覆盖长江流域的革命老区，并深入革命老区，通过助农直播、流量扶持、官方补贴、品牌塑造、新农人培训等多种形式，全面推动老区农特产品上行新电商，助力老区人民增产又增收。

半个月前，在农业农村部启动“2021金秋消费季”时，拼多多上线“多多丰收馆”，并同时上线了“革命老区优质农产品集市”，“百亿补贴”“限时秒杀”等补贴资源也向老区农产品大幅度倾斜，单日投入亿级的流量曝光。



9月23日，来自革命老区、脱贫地区的拼多多新农人，将家乡丰收的喜悦带到了嘉兴南湖的丰收节主会场。(柯布 摄)

“在官方资源的加持下，‘丰收馆’的农产品订单量持续上涨，单日增幅均超过50%。”据“多多丰收馆”的负责人介绍，尤其是革命老区的优质农产品累计售出100多万单，陕北小米、洛川苹果、百色芒果、大别山土鸡蛋、沂蒙山高粱饴等单品销量均达到“10万+”。

探索农业标准化道路，助力农户种得好卖得好

作为全国农民自己的节日，2021年已经是“中国农民丰收节”走过的第四个年头。4年来，中国农民丰收节不仅见证了中国脱贫攻坚战的全面胜利，更是成为全面展示科技强农新成果、产业发展新成就、乡村振兴新面貌的崭新窗口。

去年，作为“中国农民丰收节金秋消费季”战略合作电商平台，拼多多在上线“多多丰收馆”的同时，首批即发放了5亿元消费券，并协同平台15万涉农商家促消费庆丰收。今年“金秋消费季”期间，拼多多在继续加大电商助农的基础上，还进行了农业标准化道路的探索。

9月13日，借着农民丰收节金秋消费季的契机，拼多多联合江苏省淡水水产研究所正式发布了“长三角河蟹商品分等分级标准”。在市场现有的通用规则基础上，对大闸蟹的检测方法、质量评定方法、包装运输和贮藏等方面确定了新型的商品标准。

“这次标准的制定和实施，旨在为消费者提供质量评判的明确依据。”江苏省淡水水产研究所种质与育种室主任葛家春表示，希望可以借此引导养殖企业更加注重大闸蟹的品质，提升产品的质量和品牌形象，实现产业的良性发展。

随后，拼多多作为支持平台共同启动了“2021年地标农产品中国行活动”。据了解，该活动是在农业农村部农产品质量安全监管司指导下，由农民日报社、中国绿色食品发展中心联合主办，旨在进一步推动地理标志农产品产业高质量发展、助力乡村产业振兴。拼多多将走向全国各地寻找精品农货，并通过直播带货、流量扶持、公益培训等方式，助力优秀地标农产品品牌发展，推动农业产业升级。

此外，拼多多还联合中国农业大学、浙江大学共同启动了“第二届多多农研科技大赛”。在刚刚结束的初赛中，全球15支团队超过120名青年科学家齐聚一堂，共同探索“AI种番茄”。而进入决赛的4支队伍将于近期奔赴位于云南的“多多农研基地”，进行为期6个月的番茄种植决赛，在实践中探索如何通过AI技术提高番茄的品质和产量。

拼多多副总裁侯凯笛表示，希望借由“地标农产品中国行活动”“多多农研科技大赛”以及“长三角河蟹商品分等分级标准”制定，探索更多中国农产品源头的新标准，继而助力高品质、名品牌农产品的形成，让消费者买得好吃得好，同时也帮助农民种得好卖得好，增产又增收。