

品牌农产品“爆单”与拼多多“破圈”

【核心提示】我们期待上海地产优质农产品能够充分用好拼多多这一头部电商的渠道价值和巨大影响力来实现优质优价,同样期待拼多多能够继续坚持电商助农并早日实现农产品领域的“破圈”,打响地产农产品“上海购物”品牌。

□张树良

5月4日晚,在黄浦江畔的上海国际会议中心,“五五购物节”正式启动。作为上海本土最大的互联网企业,同时也是“起家于农业、立命于农业”的电商助农平台代表,拼多多力推浦东品牌南汇8424西瓜和东滩绿港大米两款地产农产品亮相“嗨购上海——2020‘五五购物节’全球大直播”,展现着自己在全网农产品上行领域的领先优势。为了此次购物节,在直播前,拼多多还专门安排团队来到上海桃咏桃业专业合作社的西瓜生产基地拍摄视频短片,做了大量的工作。

实际上,近几个月来,拼多多与上海市农业农村委员会等农业主管部门互动频频,从高层互访到业务对接,从意向洽谈到对经营主体手把手开店培训,拼多多对地产品牌农产品入驻展现出了足够的诚意。再结合此次购物节对品牌农产品销售的大力推动,我们不

难发现拼多多管理层对消费提质、结构变革的“破圈”愿望。

拼多多一度被称为“五环外电商平台”,被定义为“9.9包邮成就起来的电商”,在用户量和市场份额有了明显提升之后,“破圈”便成为拼多多的关键任务。

2019年,通过“百亿补贴”等举措的实施,拼多多把大量代表这高端品质、优质生活的品牌,如苹果、戴森等,以极优的价格带给了城市消费者,极大满足了一二线城市消费者对高端品质和优惠价格的双重需求,吸引了大批用户并站稳脚跟,可以说成功实现了“破圈”。

然而在农产品领域,尽管拼多多团队在多个场合均表示“低价只是一种营销策略”,在无法获得大牌入驻的情况下,拼多多花大力气启动了新品牌计划,一手打造了保山咖啡、秭归脐橙等农产品品牌,并依靠水果及农副产品,首次让“五环内”的一部分用户尝试了拼多多,尽管如此,但平台大部分进

行农产品消费的用户,仍然更多是出于“低价”选择了拼多多。

5月5日,笔者以“南汇8424西瓜”为关键词在拼多多进行检索,发现多数号称南汇8424西瓜或8424西瓜的商家,并没有浦东品牌“南汇8424西瓜”的包装箱,且多数不是上海的经营主体,价格也普遍低于30元每只。而使用浦东农协规定包装箱的8424西瓜仅有两三家店铺、八九种产品,其中桃咏旗舰店一只装的西瓜,为了购物节促销,将包邮价格从80元下调到55元,按照合作社理事长何明芳的说法,“为了让市民品到品牌南汇8424西瓜,扩大品牌南汇8424西瓜的影响力,以成本价销售。”

与此同时,掌握话语权的平台和商家之间的矛盾也出现在品牌农产品上。据笔者了解,无论是通过经销商进入高端商场,还是与电商平台企业合作,一方面中间商和平台商要追求利润最大化,另一方面农业经营主体通过控产、增本带

来的品质提升和品牌打造并没有带来合理溢价,品牌南汇8424西瓜在营销上曾出现过多次反复,甚至在产地货源收购价格和终端销售价格上暗暗较劲,历经数年,自主渠道营销在南汇8424西瓜品牌合作社成员单位中仍然占有绝对高的比例。

而拼多多的核心模式是重构供应链、压缩成本,对于入驻平台的合作社,除了必要的保证金外,不收取任何管理费等费用。因此,作为上海农业合作社中最早一批“触网”,且拥有6人电商平台运营团队的桃咏合作社,入驻拼多多“毫无压力”;而拼多多则直接引入了相对成熟的地产农产品品牌,加速平台在农产品领域的“破圈”,双方可谓“一拍即合”。

在当天直播结束的15分钟内,拼多多桃咏旗舰店便收获了6000多个订单,并最终以超过8600单、1.5万只西瓜“爆单”成绩暂时“收官”,将之后的西瓜销售改为预售模

式,双方的第一次携手成绩不俗。

5月7日,笔者再次以“南汇8424西瓜”为关键词在拼多多进行检索,发现上海越亚农产品种植专业合作社、上海歆香蔬果专业合作社等浦东农协旗下几家销售品牌南汇8424西瓜的合作联社成员单位也均已入驻拼多多平台,包括桃咏在内的西瓜销售价格回调至略低于指导价,让利于市民,扩大品牌南汇8424西瓜的影响力,让我们看到品牌合作社在销售渠道互鉴方面做法和成效,也看到通过品牌联合提升市场话语权方面的价值和共识。

我们期待上海地产优质农产品,尤其是品牌农产品能够充分用好拼多多这一头部电商的渠道价值和巨大影响力,提升竞争力,最终实现优质优价;我们也同样期待拼多多能够继续坚持电商助农并早日实现农产品领域的“破圈”,真正成为上海地产优质农产品的展示窗口,与上海优秀的农业经营主体一道,共同打响地产农产品“上海购物”品牌。

(作者系本报融媒体中心工作室主任)



农村公益电影遭骗补,别忘了村民的监督作用

□任然

农村公益电影是国家实施的文化惠民工程之一,全国各地都在推行。然而,电影放映中,竟有人打起“歪主意”——通过虚报放映场次,骗取国家农村公益电影放映补助。4月26日,因3年内虚报510场放映场次、骗取农村公益电影放映补助6.6万余元,四川内江一对夫妇被判处缓刑。而过去一年,包括这对夫妇在内,四川内江至少已有20名放映员因此获刑,他们虚报的放映场次高达近6000场。

作为文化惠民工程的农村公益电影却成了一些人骗补的工具,这着实让人意外。且据媒体梳理,除了四川内江,近年来,浙江乐清、山东平邑以及广西灌阳、岑溪等全国多地都曾出现类似案例,他们或通

过“空放”电影,或通过虚报放映场次等方式,骗取农村公益电影放映补助。这表明,防范农村公益电影骗补现象,已经不只是一个“地方问题”,而是需要在系统性的监督层面有更为整体的改进。

从内江的骗补案例看,一些监督漏洞是显而易见的。比如,公诉机关出示的证据中,有村干部作出证言称,有放映员一次拿多张回执单到村委会盖章,自称是一式多份。此外,还有多名村干部称,农村公益电影放映回执单有时是一个月甚至一年一签订,没有每次核实真实性。因此,当地给出的改进方法主要是增加审核强度。如在回执单监管方面,除了每场放映后需在回执单上留存一名村民电话,放映员的放映计划也需要乡镇党委宣传委员签字确认。

不过,仅有这样的针对性监督补强或许仍不够。一方面,骗补现象在数年内大面积发生,除了制度上的监管漏洞和放映员故意操作,是否也存在监管上的失责和“内鬼”的配合?如果“内部”的问题不查清,外部的监管环节再增强,也可能遗留漏洞。另一方面,不管是提升公益电影的放映质量,还是杜绝骗补,不能把村民的监督作用给抛在一边。

事实上,农村公益电影实施了多年,但在一些地方,还有不少民众根本就不知道有此惠民工程。至于具体的放映标准,包括放映时间、场次,一般村民更是不知情。村民作为公益电影的观众和受惠者,他们理当享有最大的知情权。如果连他们对相关政策和操作都完全处于“不知情”的状态,这显然为骗补和

各种猫腻预留了极大的空间。假设一下,若公益电影的放映计划和标准,提前统一向村民公开,让他们有确定的预期,放映员拿泡沫假人来作假的场景,又何以能得逞?

另一方面,未能重视村民的主体作用,除了放大骗补漏洞,也让公益电影的质量和效果大打折扣。比如,此前就有媒体报道显示,一些地方的农村公益电影片源选择不灵活,观影人群减少。因此,公益电影下一步到底该如何放,还是得多从村民的视角来予以考量,既要压缩骗补空间,也要提升放映质量。除此之外,公开信息显示,在放映员骗补的另一面,还存在一些放映员不能及时拿到补助或者补助标准疑似和国家标准不符的现象,这些问题同样应该正视。

(摘编自《光明网》)

让“乡村善治”助力城乡基层治理

□赵冬梅

乡村治,百姓安,国家稳。邓小平曾指出:农村稳定了,发展了,百分之八十的人口生活有比较显著的改善了,中国就稳定了。党的十九届四中全会把构建基层社会治理新格局作为重要内容进行部署。乡村治理作为城乡基层治理的有机组成部分和重要基础,要全力推进乡村善治,实现乡村振兴,助力城乡基层治理,为全面建成小康社会保驾护航。

乡村善治,要以经济实力供给治理原动力。马克思说过,经济基础决定上层建筑。经历我国革命、建设、改革开放的各个历史时期,我国农村经济发生了历史性变革,为乡村治理奠定了重要物质基础,农

村面貌焕然一新。农村面貌的改善,离不开经济发展这个原动力。譬如《大江大河》剧中,小雷家村从食不果腹、穷困潦倒的“光棍村”演变到村集体经济解决村民养老保险的小康村。村民人人各司其职,忙于发展经济,村子里秩序井然。农村经济壮实了,购买基本公共服务能力自然随之提高,施政治理更为容易。无疑,发展经济实力才能为乡村治理持续注入原动力。

乡村善治,要以民主自治激发治理活力。俗话说,百里不同风,千里不同俗,不一样的地方有不同的风俗文化。乡村治理因地制宜,推进民主自治更能尊重民风习俗,彰显治理人性化。同时,也更能促进群众参与到乡村治理中来,提升群

众参与感、获得感、幸福感。例如,新冠肺炎疫情防控期间,为解决赶集集中出行与农户购买春耕物资的冲突,村民自发组织运送生产物资上门服务。又如,村民达成防疫期间不操办喜宴丧宴自治协议。这些都体现了村民民主自治的组织能力。要激发治理活力就要让广大村民积极参与自治,群策群力,形成民事民管,民事民议的良好民主议事协商局面。

乡村善治,要以依法治理提升治理持久力。治民无常,唯法为治。城乡基层治理中,若无法治,终不能长久。春秋时期,孔子提倡仁政治国,强调要以德治民,这样的治国思想有其长处,但若无法治兜底,当德与法产生冲突时,就难以实现

公平正义。纵观中国的发展史,法治比德治走得更为长远。当前,我国农民法治意识薄弱,维权意识有待提高,遇到事情讲情多于讲法,不懂以法律武器维护自身利益。当下,我国全面推进依法治国,要将法治宣传阵地前移,如推行“流动法庭”,将群众常遇到的法律问题送到身边,引导维权方式和途经,让法律成为百姓解忧办事的有效工具,才能持续推进乡村和谐稳定。

乡村善治,让广大农村充满生机、和谐稳定发展。建立健全乡村治理体系,有助于城乡基层治理有序推进,有利于实现城乡现代化发展,为构建全面小康社会提供安定有序的发展环境。

(摘编自《中国乡村发现》)

畅通农产品销售渠道需要综合施策

□冯涛

解决好农产品畅销问题,既关系到扶贫群众的脱贫问题,又关系到持续增收致富的成效,更关系到群众发展内力问题。因而在畅销农副产品,需要各级在对接市场中综合施策。

对接市场拓宽销路。在脱贫攻坚的实践中,基层针对农产品销售难的问题,通过培育地域名牌商标、扶贫专项商标等形式,让扶贫产品搭上了销售的快车。通过培养自己的经纪人在对接市场中,让农副产品走入了大中城市的农贸市场、超市、大中专院校的食堂,有效解决了农副产品的滞销问题,增强了农村“土”字品牌农产品的知名度,促进了群众增收致富。

畅通农产品要在规模化生产上下功夫。农村农副产品绿色生态、小而精的优势,吸引了城镇客户的眼球;但小而散的生产形式,增加了经纪人的运输成本,成为滞销的关键。要认真总结在扶贫攻坚中集中连片发展产业的经验,推广支部+协会+基地+农户的模式,不断加大科技的投入,提供产前产中产后服务,在提质增效中培育名优品牌,促进一村一品、多村一品产业基地的壮大,在发展乡村旅游中提升农产品的知名度,带动农产品的销售。

畅通农产品要在转化中延伸产业链条。近些年来,陕西、山西、广元、新疆等地在农产品的转化做了有益的探索,苹果干、苹果醋、豆腐系列产品、干果系列产品,在加工转化中对接市场,在转移当地劳动力中实现了致富增收。

畅销农产品是群众致富增收的关键。基层党员干部要在农产品的转化中综合施策,关键要在创新思维中,强化责任与担当,方能做大增收文章。