

拼多多助力“徐闻模式”成效明显：

收购价不降反升，“滞销果”变“致富果”

广东徐闻，国内最先感受春意的小城之一。这里拥有近百年菠萝种植历史，是全国最大的菠萝产区，被称为“菠萝的海”。走红前，过度依赖线下销售渠道的徐闻菠萝，曾因疫情影响一度销路受阻。

徐闻菠萝出圈背后，拼多多助力农业新模式



徐闻县委书记罗红霞总结回顾“2020·2·19拼多多首场田头直播”。

2020年2月19日，在拼多多主导下，一场特别的助农直播在菠萝地里展开。时任县长亲自走进助农直播间，切菠萝、吃菠萝，倾情为徐闻菠萝代言，引得超30万网友围观、近30万斤菠萝销售一空。这场直播也为当地农户打开了经营思路，直播带货、线上流通开始成为徐闻菠萝的主要销售模式之一。

4年过去了，“种菠萝大军”逐渐成长为“卖菠萝大军”，徐闻菠萝层层进阶，成为水果圈的“顶流”之一。拼多多平台数据

显示，过去一年，徐闻菠萝销量同比增长60%。从购买区域来看，浙江超越广东，成为徐闻菠萝消费第一大省，江苏、四川、上海紧随，进入前五。

2月下旬，今年首茬徐闻菠萝抢鲜上市。据了解，这一年徐闻菠萝种植面积约在35万亩，年产量约70万吨，已上市菠萝近15%，鲜果价格稳定在0.8-1元/斤，大菠萝的地头收购价可达1.2元/斤。

果子的销量也是岭南佳果价格的示范性晴雨表。在近日

举行的2024“喊全球吃徐闻菠萝”活动暨“2020·2·19拼多多首场田头直播”回顾座谈会上，徐闻县委书记罗红霞充分肯定了这场由政府、平台、媒体三方合作推动的助农直播，“感谢拼多多的快速响应和媒体全程支持参与。无论是在广东还是在全国，这场直播都有非常明显的示范带动意义”。

罗红霞指出，这次为农产品上网找市场的行动也得到了广东省农业农村厅的高度认可和支持，之后更是掀起了全国性直播助农风潮，“徐闻模式”也成为当年最流行的农业电商发展新模式。

“县长直播是徐闻带领果农尝试互联网农货上行新路径的有益实践，也是拼多多助农直播的起点。而这场‘试验’的成功落地也得益于广东农产品‘12221’市场体系这一新模式的打造与建立。”拼多多相关业务负责人表示，未来公司将延续农产品零佣金等惠农政策，通过倾斜百亿补贴、万人团等资源、供应链优化等举措，完善农产品产地直发的超短链，让全国消费者都可以吃到新鲜、实惠的广东农货，助力农户增收致富与乡村产业振兴。

借力大数据、大直播冲击“世界菠”



拼多多支持的第一场县长直播拉开“徐闻模式”序幕。

徐闻菠萝绝地重生，不得不提一套数字密码：“12221”。

2019年，为了落实徐闻菠萝品牌建设市场营销工作，广东省农业农村厅成立“12221”专项工作组，提出了“12221”市场体系，即建设“1”个农产品大数据，组建销区采购商和培养产区经纪人“2”支队伍，拓展销区和产区“2”大市场，策划采购商走进产区和农产品走进大市场“2”场活动，实现品牌打造、销量提升、市场引导、品种改良、农民致富等“1”揽子目标。

5年来，工作组总会相约在春天来到徐闻，总结阶段重点，带来思考建议，助果农卖果。冬去春来，新一季菠萝即将丰收，徐闻菠萝的发展蓝图也在座谈会上逐渐清晰：电商化、数字化、国际化，成为下个阶段的工作关键词。

今年新出炉的中央一号文件，明确提出要实施农村电商高质量发展工程，推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售。徐闻县也在大力推进电商直播销售，举办了千人培训、千人直播等活动，努力打造成为“全国直播电商第一县”。

徐闻县还紧跟数字化浪潮，推出了AI菠萝君，希望在数据成为新农具、手机成为新农具、直播成为新农活的时代背景下，持续深化徐闻菠萝“12221市场体系建设”，以AI技术助力解决菠萝种植、保鲜、加工、物流、宣传、营销等各类问题，将数据要素与农业全过程有机融合，大力发展直播、短视频等电商新业态，探索线上线下融合发展新模式。

据悉，今年已有约316吨菠萝出口到俄罗斯、吉尔吉斯斯坦、朝鲜等国家，其中朝鲜是首

次出口。2月29日，中荔集团的一批徐闻菠萝也正要出口北美。AI菠萝君的出现，则为徐闻菠萝突破地域限制，从“中国菠”成为“世界菠”提供了平台。

要做大做强徐闻菠萝产业，必须要生产、销售“两手抓”。在畅通销售链路的同时，当地也积极推进生产多样性，在工业化、食品化、洁净化上持续探索，推出了菠萝烤鱼、鲜切小菠萝、菠萝月饼、菠萝年糕、菠萝预制菜等新兴产品。2月29日的座谈会上，与会领导还为“徐闻菠萝预制菜原材料直供基地”正式揭牌。这为徐闻菠萝完善产业链条、拓宽销售渠道奠定了基础。

随着徐闻菠萝的走红，“徐闻模式”逐渐在广东省推广。此前，拼多多与广东省农业农村厅签订合作框架协议，共同助力广东特色农产品进城，并且联合孵化50个广东省特色农产品品牌，全面助力广东省数字农业“新基建”。从开平鸭蛋、遂溪红薯、岭南荔枝到惠来鲍鱼、梅州蜜柚、潮州茶叶，在这些农特产崛起的背后，都能看到拼多多的身影。

数据显示，仅2020年，拼多多就开展了总计超过240场的助农直播，覆盖全国29个省、直辖市、自治区，共计超过430位市、县、区主要负责人进入助农直播间推介本地农（副）产品，累计催生6.7亿笔助农订单，销售农（副）产品总计超过41.2亿斤，帮扶农户113万户。

未来，拼多多还将持续通过资源倾斜、供应链优化等举措，加速粤货出村进城，推动广东农特产标准化、品牌化、数字化发展。

金海善

从“滞销果”到“致富果”

2020年2月，正值徐闻菠萝丰收季，却赶上疫情。“从北京到徐闻，一路上人流非常小。”有采购商在座谈会上回忆称，“特别是从海口坐船去徐闻的时候，除工作人员外好像只有不到5个人。船大人少，我有一种包船的感觉。”

县长直播的开启，点燃了徐闻的生机和活力。短短半小时就吸引超30万网友关注，而全程两个小时的线上活动，原定3万件菠萝全部售罄，直播间又紧急调货2万件，最终带动菠萝销量近30万斤。直播后，徐闻县当地农户的拼多多店铺一夜积累了3万粉丝，近20天内更是累计销售菠萝5.1万件。

这次直播是徐闻当地政府带领果农尝试互联网销售新路径的有益实践，当地农户纷纷打开经营思路，学习直播带货、线上开店销售。徐闻菠萝也逐渐成为全国消费者认可的区域公共农产品品牌，徐闻菠萝的网络销售则被称为“徐闻模式”。

为了做大徐闻菠萝的市场影响力，将其打造为“城市名片”，当地持续推进数字营销工作，培养了一支带不走的直播力量。如今，做电商已经不再需要政府推动，更多当地人都在自发做农业电商。

“95后”徐闻本地小伙邹自营去年从广州回到家乡，在拼多多上尝试做起了农产品电商，“因为发现身边不少朋友靠这个赚到了钱。”

4-6月、8-11月，这两个菠萝销售旺季，邹自营就在拼多多上主销徐闻菠萝，其余时间则经营释迦果、苹果香蕉、红心木瓜等当地特产。依托平台农产品零佣金等惠农政策，在截至2023年底的8个月里，店铺累计销售单量超过30万单，利润也达到预期。

拼多多平台多样化的消费需求，让徐闻菠萝找到了更多可能性。以邹自营自己家的100亩地为例，“过去走线下市场，大果销路好，中小果却往往只能卖给罐头厂甚至烂在地里；而如今在电商平台的助力下，中果、大果都有更广阔的市场，整体产值提升了10%。”

尝到电商生意“甜头”的邹自营干劲十足，春节假期刚过就安排好了新一年工作计划，“我们最近在盘货，预计清明前后上链接。”今年，他决定在拼多多平台加大投入力度，将店铺数量从去年的10多个拓展到20-30个，同时加强对菠萝品质的把控。

除了销售自家菠萝，邹自营



徐闻菠萝迎来大丰收，果农们忙得不亦乐乎。

去年还帮助周边近200户种植户销售菠萝，且收购价普遍高于线下档口，“我们每卖出一斤菠萝，农户可以多赚0.1-0.2元”。

2020-2022年，徐闻菠萝迎来高光时刻，田间收购价不降反升，高峰时更是冲破3元/斤，创下销售纪录。那个一度困扰当地果农的“滞销果”摇身一变成为了“致富果”。

目前，“菠萝的海”产业也越来越成熟，徐闻的“种菠萝大军”俨然成为“卖菠萝大军”。从全国各地赶来的采购商齐聚于此，不同省份号牌的大货车停靠在地头路边，等待菠萝装车运出。