



9月7日,由农业农村部、商务部、中央广播电视总台、中华全国供销合作总社联合发起的2021年中国农民丰收节金秋消费季正式启动。

据了解,此次金秋消费季活动将以营销助农、消费惠农、品牌强农为重点,推动各类市场主体开展展示展销、直播带货、专场推介等营销促销活动,覆盖超过150个农产品区域公用品牌,涵盖60余万种农副产品,超30万商家参与,阿里巴巴、拼多多等电商平台也将通过发放消费券、打折让利、流量倾斜等方式,吸引广大城乡居民购物过节。

作为“2021金秋消费季”的主要参与平台之一,拼多多同时上线“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”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。

此外,在9月23日“丰收节”当天,拼多多还将作为央视“中国农民丰收节晚会”的互动合作伙伴,通过全平台直播的方式为各大农产区代言、带货,与全国人民一起促消费庆丰收。

现代快报+/ZAKER南京记者 王静

农业农村部正式启动“2021金秋消费季”

拼多多上线“丰收馆”共庆农民丰收节

上线“多多丰收馆”,单日投入亿级流量支持



9月7日,“多多丰收馆”正式上线,并协同平台28万涉农商家,助力长江经济带11省(市)及全国农产区丰产丰收

2021年已经是“中国农民丰收节”迎来的第四个年头,经过4年的发展,“丰收节”不仅成为全国农民自己的节日、中华农耕文明的符号,更是成为全面推进乡村振兴的新窗口。

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,全力推动各地农产品出山进城。

“今年丰收节期间,平台将在去年的基础上,继续加大资金资源的投入力度。”据拼多多相关负责人表示,平台“百亿补贴”“限时秒杀”“万人团”等补贴资源也将向“丰收馆”全面倾斜,单日投入亿级的流量曝光,并对丰收节打标农副产品、农资农具实行不限额补贴,单笔最高补贴力度超过40%。

据了解,今年共有28万涉农商家参与平台此次“丰收节”的系列活动,相比2020年,商家规模扩大了近一倍,全面覆盖长江经济带11省(市)及全国各大农产区。平台近8.5亿消费者均可通过拼多多App搜索“丰收节”关键词,一键购买全国各地的优质农货。

此外,多多买菜也将作为今年“丰收节”消费助农的新渠道,全程参与此次“金秋消费季”系列活动。在此期间,多多买菜将在浙江、江苏、安徽、湖北、四川等长江经济带多个地区连续开展多场“农产品产销对接大会”,助力嘉兴粽子、固城湖大闸蟹、枞阳土鸡蛋、会理石榴、洪湖莲藕等直连消费者餐桌。



去年“丰收节”期间,中央广播电视总台联合拼多多共同开启“庆丰收,为老乡拼一单”系列直播活动,首场直播即售出3720万斤农副产品
安舜 摄



9月7日,2021年中国农民丰收节金秋消费季在北京正式启动
据农业农村部官网

携手央视“丰收节”晚会,助力全民促消费庆丰收

为充分发挥“丰收节”的节庆效应,拼多多还将联合央视以及各地政府举办多场直播助农活动。据了解,9月16日,央视新闻将联合拼多多率先开启“中秋节”直播专场,为全国消费者重点推介品质农产品,助力各农产区打造自己的产地品牌。

9月23日,在“丰收节”当天,中央广播电视总台将举办“中国农民丰收节晚会”。届时,晚会将在央视一套、农业频道以及央视财经新媒体直播同步进行,拼多多将作为晚会的互动合作伙伴,通过直播带货的方式,与全国人民一道消费助农,共庆丰收。

在此次“丰收节”期间,第二届“多多农研科技大赛”也将进入初赛评审阶段,拼多多将联合中国农业大学、浙江大学以及全球顶尖科研团队,继续探索科技助农道路,让农民种得好卖得好,让消费者买得好吃得好。

作为农产品起家的电商平台,拼多多的崛起主要依托于中国农业的深度和广度,2020

年的农产品交易更是突破2700亿,连续5年保持三位数增长。

今年上半年,拼多多农副产品订单量依然保持快速增长,同比增长431%,单品销量超过10万单的农(副)产品超过4000款,同比增长超过490%;单品销量超过100万单的农(副)产品达到30余款。

为了提升各地农货的上行效率,拼多多今年以来还加大了对农产品冷链物流、仓储配送等供应链体系的建设。目前,拼多多已经通过路线规划技术与网络解决方案,初步打造出一套高效的农产品物流体系,直连超过1000个农产区,并带动超1600万农户参与到数字经济之中。

“自成立以来,拼多多始终践行扎根农业的长期战略。”拼多多相关负责人表示,今年丰收节期间,拼多多将充分发挥电商平台市场规模效应,继续推动各农产区直连全国消费者,提升农产品的品牌价值,带动农户增产增收,实现农业产业升级。