



“中国农民丰收节”专题

新标准 新联盟 新蟹农

沪苏浙皖“三新”举措推动区域农业高质量发展

文 / 项少云 摄 / 安舜 穆功



“大闸蟹一体化”

将会给长三角农业带来怎样的积极联动效应？

长三角地区是我国经济发展最活跃、开放程度最高、创新能力最强的区域之一。伴随着长三角一体化提升到国家战略高度，长三角地区成为社会各界的关注热点。

促进长三角一体化，作为根基的农业一体化自然是重中之重。“长三角一体化发展是国家战略，这其中，农业是根基。推进长三角地区农业一体化，是加速长三角一体化和高质量发展的重要保障之一。”国务院参事室特约研究员、原农业部常务副部长尹成杰在出席首届长三角“大闸蟹云拼节”暨长三角现代农业一体化论坛时表示。

“大闸蟹是长三角最具特色的农产品之一，率先开展‘大闸蟹一体化’探索有着特殊的意义。未来，拼多多还将继续发挥新电商‘农地云拼’的特质，借鉴‘大闸蟹一体化’样本，助力更多长三角特色农产品搬到新电商上。”拼多多副总裁陈秋对于未来进一步推动长三角农产品“互联网+”提出积极设想。

联动协作打造源头好蟹，出台蟹农升级计划，制定区域一体化产业标准……如今，一只小螃蟹正在牵动着长三角现代农业一体化的大布局。



9月16日，首届长三角“大闸蟹云拼节”在上海开幕。上海市农业农村委副主任叶军平(左二)、江苏省农业农村厅二级巡视员黄非(左三)、浙江省农业农村厅副厅长唐冬春(右二)、安徽省农业农村厅副厅长王华(右一)和拼多多副总裁陈秋(左一)共同启动了这一活动

长三角「大闸蟹云拼节」在沪启动

拼多多发起「长三角新蟹农计划」计划五年创造二百亿元增量市场

初闻桂飘香，又到食蟹时。9月16日，在长三角区域合作办公室及沪苏浙皖一市三省农业主管部门的共同指导下，首届长三角“大闸蟹云拼节”暨长三角现代农业一体化论坛在上海举行。上海市农业农村委副主任叶军平、江苏省农业农村厅二级巡视员黄非、浙江省农业农村厅副厅长唐冬春、安徽省农业农村厅副厅长王华和拼多多副总裁陈秋共同启动“云拼节”。

在“云拼节”开幕式上，太湖、固城湖、洪泽湖、长荡湖、高邮湖、大纵湖、南荡湖、芡湖、兴化等长三角大闸蟹优质产区联合拼多多，共同成立“长三角大闸蟹云拼优品联盟”，推动长三角优质特色农业代表大闸蟹产业实现一体化、高质量发展。

伴随着“云拼节”的启动，长三角10个优质大闸蟹产区将联合拼多多，在线上开展“开湖捕捞”“县长直播”“万人团”“限时秒杀”等活动，消费者可以通过拼多多的限时秒杀、百亿补贴、搜索等入口找到大闸蟹云拼节相关页面，下单拼购各大产区的源头好蟹。

拼多多还宣布发起“长三角新蟹农计划”，即通过开辟商家入驻绿色通道、产区个性化电商培训，以及提供百亿补贴、限时秒杀等流量扶持方式帮助蟹农成长，计划在5年内，帮助长三角大闸蟹产区培育100家电商龙头企业、1000家电商商家，创造200亿元的线上增量市场。

为了规范大闸蟹电商市场，统一产业标准，拼多多联合江苏省淡水水产研究所，共同制定“长三角云拼大闸蟹产业标准”，优化养殖模式，完善大闸蟹电商销售标准。一方面，可以帮助蟹农节约养殖成本，另一方面，有助于规范商家行为，打击以次充好、蟹绳注水、虚假宣传等行业乱象。

据悉，“云拼节”首次在行业内推出大闸蟹“足斤足两”概念，以更好地保障消费者权益；商家承诺足斤足两之后，将在标题页和详情页显示足斤足两标签。消费者在收到商品后，可以对螃蟹去绳后称重，损耗高于行业标准以上(失水率超过7%)，平台将会进行赔付。

一市三省联动 协作打造源头好蟹

青背、白肚、金毛、黄爪，大闸蟹学名中华绒螯蟹，广泛生长于长江中下游。

大闸蟹是长三角地区的优质农产品代表之一。除阳澄湖外，长三角地区还有太湖、固城湖、洪泽湖、长荡湖、高邮湖、大纵湖、南荡湖等大闸蟹优质产区。长江中游的洞庭湖、洪湖，也是大闸蟹的重要产区。

长三角大闸蟹养殖面积在全国占据优势，全国大闸蟹养殖面积为1000万亩，其中长三角地区达到了500万亩。但长期以来，除洪泽湖、固城湖等个别产区外，绝大部分产区的大闸蟹都很难卖出好价钱。通常，这些产区的大闸蟹只能在线下渠道低价销售，或者被不良商家拉到苏州冒充阳澄湖大闸蟹，沦为“洗澡蟹”“听涛蟹”“过水蟹”。有专家指出，真正来自阳澄湖湖区的大闸蟹市场每年仅为3亿元左右，但2019年全渠道打着阳澄湖大闸蟹卖出去的螃蟹则高达300亿元。

如何让长三角“大闸蟹走出困境”？对此，沪苏浙皖一市三省围绕大闸蟹产业升级同频共振、同题共答，而来自长三角各个大闸蟹主产区的领导和专家也提供了不少新的思路。

上海既是全国最大的河蟹消费市场，更是大闸蟹养殖技术创新的“领航员”。上海市农业农村委副主任叶军平认为，此次活动以大闸蟹这一长三角区域的优质农特产品代表为切入点，通过产区+电商平台+科研的多方联动，助推长三角农产品电商上行的品牌化、标准化发展，有可能开创长三角一体化中区域农业协作的典型样本，通过发挥电商平台作用，“帮助以大闸蟹为代表的长三角地区农产品探索出一条高质量的发展道路”。

浙江省农业农村厅副厅长唐冬春同样指出，“一市三省联动，在大闸蟹的

“新蟹农计划” 让蟹农变蟹商

主产区率先完成联动，符合长三角一体化的思路，也有助于大闸蟹产业的高质量发展。

而举办“云拼节”的目的之一，就是希望各产区的源头好蟹，通过拼多多等电商平台，走向消费者餐桌。“拼多多通过开放百亿补贴、限时秒杀等优质流量赋能给优质湖区，助力湖区建设品牌，给消费者提供更多的品牌选择。让大闸蟹从产地直连餐桌，使大闸蟹新鲜看得见、实惠看得见、品质看得见。”陈秋表示。

有与会专家指出，当前，数字经济正在成为农业产业升级过程中重要的新基建，农产品电商已经成为拉动长三角农业发展的新引擎。利用电商提高农产品的流通效率和利益分配，有助于进一步激发长三角农业的内生动力，提高产业效率，实现高质量发展。

但反观现状，目前，大闸蟹销售仍主要依靠线下收购商来完成。尽管大闸蟹线上化正在加速，但与工业品的高线上化率不同，作为农产品的大闸蟹线上化率整体仍有巨大空间。数据显示，截至2019年，大闸蟹整体市场规模约1100亿元，而线上规模仅为40亿元，渗透率仅为3.6%。

在大闸蟹线下流通渠道中，一只螃蟹从池塘“爬”到消费者餐桌，需要经过蟹农、本地一级收购商、本地二级收购商、消费地收购商、商超/批发市场等多个环节，才能到达消费者这里。层层加价，导致最终消费者常常为高价买单。另一端，个别不良中间商通过压低收购价格、提前预售蟹卡等方式，将市场风险转嫁给蟹农。

如何扶助蟹农成长转型，真正改良养殖端，对于重构大闸蟹利益分配链条，推动大闸蟹产业升级，同样重要。

对此，拼多多发布“新蟹农计划”，其目的之一就是帮助蟹农，着眼供给侧和养殖端。希望蟹农在平台的帮助下，

制定产业标准 助推区域一体化

可以转型成为大闸蟹电商商家，通过平台直接对接消费者。这一方面，有助于减少流通环节的成本，另一方面，可以使蟹农直接面对消费者，更直接地了解消费者需求，优化源头养殖模式。

陈秋表示，目前拼多多平台已经全面启动了“新蟹农培训”，希望通过从培训、入驻，到资源扶持、流量倾斜在内的一揽子计划，带动一批优质的新蟹农，助推其成长为地方代表性企业，并且用2到3年的时间，助力各大主产区形成有全国影响力的区域品牌，真正帮助更多优质湖区的大闸蟹走向消费者。

“我们希望实现两个核心目标：一是让平台6.83亿用户买到产地直发、足斤足两的优质好蟹。二是打破现有的产销链条，让蟹农成为产业链利益分配的主体，实现丰产又丰收。”

如今，大闸蟹线上化率正在加速。2019年，通过电商渠道销售的大闸蟹同比增长了29%，远远超过电商行业平均增速。这无疑是一个好消息，但也给大闸蟹线上市场的规范化提出了新的要求。

通常而言，线上和线下是两套流通体系，在购买、履约、售后保障等方式上都有所不同。因此，处在成长期的大闸蟹线上市场，提前做好产业标准十分必要。

有与会者表示，近年来，大闸蟹“触电”为区域经济带来可观的红利，但产区上行同样面临挑战。大闸蟹产区不同、规格繁杂、品质不同，导致消费者很难在一个基准线上对比价格。

此外，无法“足斤足两”依旧是行业的普遍性问题。江苏省淡水水产研究所研究员葛家春表示，目前螃蟹流通的通用规格标准依旧为带绳重，“蟹绳”潜规则仍然盛行，足斤足两无法保证。同时，各产区对于螃蟹产后处理方式千差万别，冰块数量，都会影响存活率，也会影响消费者到货品质。

拼多多与江苏省淡水水产研究所启动制定“长三角云拼大闸蟹产业标准”，目的之一，就是在未来一段时间内，双方共同探索制定更多与大闸蟹电商相关的产业标准。该标准将对长三角大闸蟹的品质要求、质量安全、产后处理、称重分拣等作出统一的、具体的认定，让消费者明白白白消费，让市场主体更加公平竞争，从而也将为大闸蟹电商发展奠定重要的行业基础。

提前布局、制定产业标准，这是农业高质量发展的核心要义，也是长三角农业一体化的关键要点之一。

从把大闸蟹搬到线上、给予流量支持，到联动湖区成立优品联盟，再到培养新蟹农，并联合制定线上化流通产业标准，一整套长三角地区的“大闸蟹一体化”样本正在初步成形。

在拼多多看来，这仅仅是一个开始。拼多多从农业起家，“脚上有泥，身上有土”一直是拼多多的底色。数据显示，2019年，拼多多农产品和农副产品成交额达到了1364亿元，成为中国最大的农产品上行平台。据预计，2020年这一数字将达到2500亿元。“大闸蟹项目只是拼多多助力长三角农业一体化的开始，通过‘大闸蟹一体化’的样本，未来拼多多还将探索更多品类，深度助力长三角特色农产品上行。”陈秋表示。

