

在北纬 35 度寻找 “最想咬一口的好苹果”

▶ 苹果和苹果都拥有百亿补贴的黄金入口

北纬 35 度的黄金分割线一穿而过，成就了国内一条优质的苹果产业带。

今年，经历春霜夏雹、秋季前旱后湿，10月中旬，生长在北纬 35 度附近的各地苹果终于红了。中国果品流通协会近日发布的《2021 产季苹果产销形势分析报告》判断，2021 产季，苹果总产量预计超过 4500 万吨，较去年小幅增长。

作为全球领先的苹果生产国，中国苹果以国内鲜食消费为主。“我国的苹果主产区，不少位于丘陵沟壑之地，是贫困高发地带。”西北农林科技大学教授、国家苹果产业技术体系首席科学家霍学喜表示，小苹果的销售是关系兴农富农的大事。

为助力苹果丰产丰收，10月27日起，拼多多连续推出“苹果丰收季直播”及万人团等活动，联合山西、陕西、山东、甘肃、四川、新疆六大苹果产地，开启苹果“11.11”。其间，该平台将在供应端坚持“源头分级，产地直发”的模式，销售端借助百亿补贴、限时秒杀、万人团等扶持资源，帮助产地农户卖得多、卖得远、卖得好。
文/唐燕

作为一种常见的大众水果，苹果在中国的栽培历史超过 2000 年，形成了渤海湾、西北黄土高原、黄河故道及秦岭北麓、西南冷凉高地四大主要产区。目前，我国栽种的苹果品种包括红富士、国光、花牛、嘎啦等，其中，红富士是拥有较大优势的“苹果一哥”，在 2019 年占据了全国苹果总产量的 75.98%。

与此同时，不同产区的苹果各有特点。论品牌，烟台苹果家喻户晓；论颜值，洛川苹果赏心悦目；论肉质，甘肃花牛是制作宝宝辅食的佳品；论汁水，山西运城人爱，咬一口万荣苹果，得咽两口才能说出话；而论甘甜，新疆阿克苏苹果的冰糖心令人回味无穷。

为匹配平台逾 8 亿用户分级分层的消费需求，寻找他们最想咬一口的好苹果，拼多多选果团队自 8 月起就深入山西运城、陕西洛川、礼泉，山东荣成，甘肃天水、庆阳，四川盐源、新疆阿克苏等优势产区，调研种植情况，培训、发展更多强供应链的产地商家入驻。

“苹果销售正持续从线下向线上转移。以四川盐源苹果为例，去年疫情期间，线上销售占比一度跃升至 50%。打通线上销路之初，苹果电商普遍存在无分类、卖通货等情况，导致价格上不去，农民利益无法实现最大化。”上述负责人表示，在各地农产品电商培训中，他们建议新农人一手抓源头分级、一手抓销售分类，更好地实现优品优价。

例如，山西“果二代”王震在拼多多上销售万荣苹果遭遇瓶颈后，主动转型升级，以“百亿补贴+日常销售”的组合拳，满足不同用户的购买需求。去年，王震带领团队及合作社实现电商销售超过 1.2 亿元，同比增长翻番。

80 后新农人张阳 2017 年开始在拼多多上销售水果至今，最高日销逾 2 万单。今年盐



▲ 近年来，洛川县大力发展电商产业，已先后孵化出 750 多家电商小微企业。图中为当地的标准苹果分拣线。王晓峰/摄

源苹果季，他们自建 5000 平的标准化果库，引进 600 万的自动分拣包装设备，并在当地直接承包果园，推动“离太阳最近、离城市最远”的丑苹果直达城市。

与之类似，山东荣成的悦多果业目前接单已超 10 万+，而这背后依托的是其 2300 亩高标准果园、1.2 万吨的气调保鲜库、6000 平食品级加工分选车间、斥资近千万从法国进口的全自动分选机，以及“非常懂苹果”的种植户。10月23日，国家苹果产业技术体系首席科学家霍学喜在一场苹果产业线上报告会上介绍，山东果农的种植技术和素养，普遍达到了全国领先的水准。

“苹果在机器上清洗、抛光后，会有高频相机给它们拍照。每个果子拍 32 张。”悦多果业 CEO 宋楠表示，每张照片对应一个维度的

数据，包括尺寸、颜色、质量等，接着通过光谱测糖仪，测定苹果糖度。综合这些数据，机器会将苹果送往不同的分拣线进行分装，确保消费者收到品质稳定的苹果。

除了实地调研、实时监测店铺销量、好评率等数据指标，上述团队近期还开展了大范围、大规模的抽检，亲测苹果品质。“我们这几个月几乎每天把苹果当饭吃，从去年的旧果一直吃到今年的新果。”相关负责人表示。

而随着各苹果产区在 10 月迎来集中采收，拼多多力推“富农之果”登陆 11.11 电商黄金销售期。目前，包括潘苹果、枝纯生鲜等品牌农产品在内，商超品质的产地优品与热度常年居高不下的苹果手机一样，都能获得百亿补贴的加持；高性价比的源头好果，则借助万人团、限时秒杀等资源倾斜，精准对接消费者。

▶ 疯狂苹果季：晋商最能卖 靓仔靓女最爱买

▼ 自上而下分别为脱袋后的陕西洛川苹果、不套袋的四川盐源丑苹果以及新疆阿克苏冰糖心苹果。王晓峰/摄



▲ 10月27日开始，拼多多连续推出“苹果丰收季直播”及万人团等活动，联合山西、陕西、山东、四川等多个主产地，开启苹果 11.11。郝曼/摄

霜降之后，苹果的口感正变得越来越好，而销售能否同步向好，关乎民生。

去年两会，霍学喜就曾提交一份名为《关于推动新电商发展重塑农产品价值链的建议》的提案，建议重塑农产品供应链体系，通过稳定需求侧、激活终端农产品市场，稳定农业生产，推动农业定制化大生产转型。

在他看来，平台型企业的介入，在促进苹果市场交易层级的扁平化、促进供应链的短链化、促进供给与需求的精准匹配三个方面发挥了重要作用。如果能够进一步推动算法的改进与创新，电商拓展苹果销售的潜力依然巨大。

这恰是拼多多近年来推动苹果等农产品上行的践行思路。针对中国苹果产业小规模种

植的特点，通过“拼”的模式，把在时间和空间上高度分散的需求，和自然成熟的小规模果园供给，在云端精准匹配起来，打造了一条“乡村果园直连家庭果篮”的产销对接高速通道。数据显示，苹果已连续多年蝉联拼多多销售规模最大的水果品类。今年 1-9 月，该平台的苹果销售额同比增长翻番。

10月27日，拼多多推出苹果丰收季直播及万人团活动。截至 28 日中午 12 点，平台的苹果销量达 500 万斤。从产销区域来看，山西、陕西和山东三大产区位居苹果销售榜前三；而广东、江苏、浙江三大销区则摘得苹果消费榜前三。

由于订单量上涨，王震安排了更多工人承担打包、发货，这些工作机会被优先分配给合作社的种植户，助其增收。平常，打理果园之余，种植户们也可到果库帮忙，获得额外收入。王震说，由于拼多多单量稳定，合作社目前已实现统一选种、统一采购农资、统一种植标准、统一收储销售，农民入社意愿高，200 多农户

形成合力，又从供应链端保障了店铺的可持续发展。

四川省盐源县商务经济合作和外事局副局长苏联发认为，有了大电商平台的介入，整个苹果产业的业态如今都有了明显的变化。商家会更加有组织地去园子里选果、订果，按需求采摘、包装和运输。”这也从侧面反映，电商逐步进入生产链的前端，成为打造生产、物流、消费一体的新型产业链条的重要力量。

过去，苹果产一季、销全年。而今，在“拼购+产地直发”的“农地云拼”模式下，苹果被更有效率地组织起来，不仅卖得更多，还卖得更快。尽管今年上半年苹果价格波动较大，但不少果农通过电商平台销售，得以保住部分利润。

“对于主销线下的农户而言，市场波动会影响他们的收益和种植积极性。通过苹果 11.11，我们希望充分发挥平台市场信息更灵敏、精准直连产销的优势，提振国内的苹果消费，助力更多果农‘回血’，进一步提升产业链韧性。”拼多多农业项目负责人表示。

▼ 电商企业优先雇佣合作社种植户，为农民增收提供了新机会。图中为山西临猗的打包女工。郝曼/摄

