

# 三年卖出109亿斤农货 扶贫助农是本分

## 世界互联网大会上拼多多CEO黄峥谈扶贫



拼多多创始人及CEO黄峥在第五届世界互联网大会分享拼多多扶贫经验

### 人才下乡计划 源头解决贫困地区产销问题

对话

黄峥在演讲中介绍了拼多多的扶贫助农成果，“过去三年，拼多多平台已累计帮扶139,600户建档立卡扶贫家庭，产生超过21亿笔助农订单，累计销售109亿斤农产品，相关交易总额达510亿元。”

为了从源头解决贫困地区产销问题，拼多多还积极响应中央一号文件，启动“人才下乡”计划。3年间，平台累积发动超过5万名新农人返乡参与农村双创工作，在全国679个贫困县帮扶超过10万个商家。在当地政府和拼多多的引导下，大量农产区建立起了现代化流通及生产体系，直接和间接拉动包括各类平台商家、快递物流人员等超过700万人就业。

为了充分发挥新电商的优势，拼多多持续推出创新性的扶贫助农产品。今年5月，平台上线了一款名为“多多果园”的应用，在这个应用里，用户通过社交、互动的游戏方式种植虚拟果树，果树一旦成熟，多多果园就会免费给用户送出真实的水果。这些水果，绝大部分来自中国的贫困地区，尤其是四川大凉山、新疆南疆等国家脱贫攻坚的重点地区。如今，多多果园每天送出的水果已经超过一百万斤。

通过多多果园这类创新的扶贫助农产品，拼多多用户在收获快乐的同时，也自动成为了扶贫工作的一份子。他们的每一株虚拟果树成熟，都意味着在遥远的另一端，有果农实现了增收。

据介绍，拼多多的扶贫助农计划，也得到了地方政府的大力支持。今年以来，在上海市扶贫办的指导下，拼多多陆续与云南省、新疆喀什、西藏日喀则、青海果洛州等12个省及地区签约，全力推动深度贫困地区农货上行。

演讲中，黄峥表示：作为一家社会性企业，帮助贫困户脱贫致富是拼多多的本分。未来，拼多多将在国务院扶贫办的指导下，继续扎根中西部、瞄准三区三州地区，帮助贫困户脱贫摘帽。

成都商报：在互联网大会上演讲的核心在于电商扶贫，电商扶贫提了很多年了，但是物流、农产品上行不是很顺利，以及电商的流量分发上一直是存在很多难题，您给出的解决方案是通过“拼”的方式来解决，这似乎解决的是流量分发的问题。对于供应链的优化，拼多多会做什么？是会自建物流吗？

黄峥：现在5G出来了，5G一个非常好的地方并不在于手机变快了，而是在于物联网，在农产品的源头用5G的技术，包括中间的流通环节，可以全产业链、全流程的信息汇总，这是第一个。现在的快速网络更多的是为日用小商品制造来优化的，对于苹果、橘子这些东西并没有优化被搬运的次数。当物联网应用了之后，我们也越来越有机会从中推动中间环节的变革。

成都商报：拼多多在贫困地区有站点吗？农产品从农户手中到市场上，到消费者手中，整个过程是怎样的？拼多多会统一收购吗？

黄峥：拼多多是一个平台，不做统一收购，但是拼多多在很多贫困的地方都有站点，拼多多和好几十个县已经都签了战略的合作协议。我们有“100个村支书”的计划，相当于这个村支书为这个村代言，一些产量更多的地区，我们就会有长期的驻点。

成都商报：拼多多现在大力做扶贫，这件事在农村市场的这种影响力有多大？

黄峥：对于我们来讲，我们觉得农产品的上行意义更大，就是帮助农村把东西卖出去。社会意义更大的东西，短期未必有直接的经济价值，或者利润不一定能够提高，但是我觉得从中长期来讲，从三五年来讲，我觉得它的经济价值也是巨大的，因为它是你创造的社会价值之后的副产品。成都商报-红星新闻记者 郭晶晶



湖北大洪山板栗通过拼多多大卖，农户笑颜开

### 利用互联网优势 解决农产品流通问题

黄峥表示，电商企业参与扶贫工作，核心是利用互联网的优势，解决农产品流通问题，让贫困地区有产就有销，多劳能多得。作为一家成立三年的“新电子商务”平台，拼多多平台已汇聚3.44亿用户和超过200万商户，希望通过创新的商业模式和技术应用，对现有商品流通环节进行重构，持续降低社会资源的损耗，为用户创造价值的同时，也致力于为中国精准扶贫和乡村振兴做出应有的贡献。

贫困地区大多地理条件复杂，只能走“小农”模式。这些产区天南海北，地理位置相隔甚远。如何充分调动平台资源，帮助贫困地区形成成长稳定的产销机制，是拼多多一直在努力的方向。

据黄峥介绍，平台创立之初，团队便发现，“拼”的模式，能在短时间内聚集海量需求，迅速消化掉大批量的当季农产品，为中国农业突

破分散化的制约提出了新的答案。

拼多多用3年的时间，为分散的农产品整合出了一条直达3.4亿消费者的快速通道。经由这条通道，吐鲁番哈密瓜48小时就能从田间直达消费者手中，价格比批发市场还便宜；以前一度滞销的河南中牟大蒜，现在打包卖到了北京，价格只有超市的四分之一。经由这条通道，平台将全国679个贫困县的农田，和城市的写字楼、小区连在一起，成功建立起了一套以“拼”助捐的可持续扶贫助农机制。

据了解，针对国家级贫困县，拼多多开启“绿色通道”，确保农产品产销对接。例如今年秋季，湖北秭归县脐橙丰收，但交通不便很难运出大山，拼多多得知消息后迅速联合本地新农人上门进行溢价收购，两个月内帮助当地农户销售2300多吨脐橙，为当地村民创造了1200多万元的收入。

# 下乡与出海 走到第十年的“双11”电商增量

从十年前，“双11”的营销节日变为商业现象，十年后的市场背后也面临着各电商巨头的增量阵痛。今年“双11”，阿里、苏宁、京东以及众多垂直类电商喊着不一样的口号开启了狂欢大幕，但无一例外都在寻找新的市场增量。不论电商的大小，都在同一个快要见底流量池内蓄水，难度可想而知。于是，另辟渠道开拓增量是摆在电商面前的一个挑战。三四线城市和海外市场自然也成了电商们的目标。

海外市场不断拓展，农村电商市场也成为了香饽饽。农村电商大致分作卖出去和买进来。卖出去是通过电商渠道销售农产品，买进来是通过电商渠道帮助农村消费者购买商品。不论是卖出去还是买进来，这块在几年前还没有被广泛关注的市场，在“双11”走到了第十年时，成为了众多电商争夺流量的主战场之一。纵观阿里、苏宁、京东的布局，农村电商这个新流量池成为了各家争夺的热点，就连成立仅三年的互联网黑马拼多多也开始瞄准了这一流量池加入了争夺战。而在今年的“双11”，电商下沉成为了一个市场现场。

### 拼多多：自11月开始 一至六线城市呈现旺盛消费势头

11月7日零时刚过，拼多多“双11”农货必买清单中，“五万份9.9元包邮的20只装散养土鸡蛋”不到一小时售罄。

拼多多平台数据显示，自11月开始，一至六线城市呈现出了超出往年的旺盛消费势头。新款高客单价的iPhone销量超过12万部，而农产品每天包裹数已稳超250万单以上，逢爆款推出和平台大规模补贴时，每天的农产品包裹数超过400万单。火热购物狂欢节，“11.11农货必买清单”成新电商拼多多的爆款关键词。

据了解，11月7日至9日，拼多多平台将进行补贴，连续三天每日推出五万份9.9元包邮的20只装散养土鸡蛋助农惠民，每天0点开抢。为备战此次“双11”，平台联合多个商家，由全国上万专业养殖户直供备货，确保货源充足。

除了惊爆价土鸡蛋，拼多多的农货必买清单中还有东北老岭珍珠米、大连野生大虾、东海酥干小黄鱼、四川黄心猕猴桃、海南无眼凤梨、广西百香果、河南中牟大蒜、吕梁老区核桃、河北阜平木耳……这些从海量农货中精选出

的原产地农产品，成为一二线城市消费者热购的“爆款”。商家让利加平台补贴，让城里消费者用最实惠价格尝到各地尖货，平台上的农货商家和5亿农民，也分享了双11的商业红利。

“双11”前，来自拼多多的数据显示，拼多多农产品日均销量已超250万单。排名前列的农产品主要为水果、鸡蛋、大米和干果。仅梨、苹果、橙子、柿子、柠檬的销量就超过50万单/日，鸡蛋超过8万单/日，核桃超过15万单/日。



为备战“拼多多双11”，商家几乎收光了附近专业养殖农户的散养土鸡蛋

### 苏宁：一万店 嗅出农村市场电商发展现状

2018年，是苏宁线下门店遍地开花的年份，“两大一小多专”的业态模式迅速发展。在过去10个月里，新增互联网门店数量达到了6416家，平均每月640家，每天21家；其中苏宁易购县镇店总数已达4000家，苏宁小店总数超过2300家；而苏宁易购广场、苏宁易购云店、红孩子店、苏宁影城等其他业态门店也在今年加快布局，快速发展。县镇市场发展最为迅猛，今年双十一，苏宁易购县镇店将覆盖1.2亿的县镇用户。

10月26日，苏宁在全民嘉年华媒体发布会上，苏宁易购总裁侯恩龙喊出“10000>1000000”剑指行业，霸气宣告苏宁易购线下门店将突破万家，那第一

万家苏宁门店是在哪里？又是苏宁十几种业态类型中的哪一类呢？

据苏宁官方消息，第一家苏宁门店将以2.0升级版苏宁易购直营店的姿态，在11月9日落地常州。苏宁易购直营店这一业态门店布局已超三年，其凭借特有的“销售在当地、就业在当地、纳税在当地、服务在当地、造福在当地”的“五当”政策受到广大农村市场消费者认可与信赖。今年双十一，直营店凭借“认保30天”提前锁定大批农村市场消费者。

不少行业人事更看好农村市场在双十一的表现，从“苏宁一万店”也能嗅出一些农村市场的发展现状，农村市场绝对是不少电商企业攻坚的主力阵地之一。

### 京东：无界零售拉平城乡消费鸿沟

京东大数据显示，2016-2018年

度，四到六线城市订单量和销售额增速高于全国大盘。除了增速的提升，四线以下城市的消费结构也在向品质提升的方向变化，四线以下消费者在京东平台购买手机、电视、冰箱、电脑、洗衣机等产品占的比例非常高。而这正是得益于京东以京东家电专卖店、京东便利店、京东帮服务店等多种形式的渠道下沉。

以京东便利店为代表的无界零售店面，依托的是京东的商品、供应链和技术优势。相当于京东将多年积累的大数据管理平台等核心能力，向这些店面开放，自然使便利店的运营能力实现质的飞跃。而将这样的便利店下沉到农村市场也是京东在农村市场锁定消费者。

成都商报-红星新闻记者 郭晶晶



2016年苏宁农村电商学院成立