

2022年 中国乡村数字经济发展专题研究报告

iiMedia Report | Research Report on the Development
of China's Rural Digital Economy 2022

本报告主要采用市场调查、行业深度访谈、桌面研究等方法，并使用艾媒咨询旗下各大数据计算系统和相关计算模型。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 报告数据来自艾媒咨询商业情报数据库、北极星互联网产品分析系统、艾媒商情舆情数据监测系统和草莓派数据调查与计算系统（survey.iimedia.cn）。
- 艾媒商情舆情数据监测系统，全球首个实时全网商情舆情数据监测与品牌声誉监控分析系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报、企业声誉、消费者口碑等，秒级进行全网扫描与数据计算。
- 面向全球针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。



市场规模：2021年中国农产品网络零售额为4221亿元，预计2025年将突破8000亿元

数据显示，2021年中国农产品网络零售额为4221亿元，2022年将达5293亿元，同比增长25.4%，预计2025年将突破8000亿元。艾媒咨询分析师认为，随着农村电子商务体系和快递物流配送体系加快贯通，以及内容电商、直播电商等模式不断创新落地，农村电商呈现高速发展的态势。



用户调研：农产品消费呈升级趋势，用户倾向产品丰富且优质的线上平台

调研数据显示，国内消费者线上购买农产品时，着重考虑平台的商品丰富程度（62.5%）和产品质量（60.5%），对食品安全性（43.0%）和正品保障（37.1%）也比较关注。艾媒咨询分析师认为，农产品消费呈升级趋势，消费者对高品质、安全和正品农产品有明显倾向，平台需对农产品上行过程严格把关。



趋势分析：数字经济向农业农村渗透，加速与传统产业融合

目前，我国在信息基础设施建设领域取得了长足发展，数字经济对产业及市场的渗透率已超过36%，但农业领域这一指标为8%，尚有巨大的发展空间。农村地区需进一步促进数字科技与种业、种植业、畜牧业、水产业、林业、农产品加工业等产业的深度融合，发挥数字技术对农村经济发展的放大、叠加、倍增作用，为农村经济高质量发展增添新动能。



目录

1 / 2022年中国乡村数字经济发展背景及驱动力

2 / 2022年中国乡村数字经济产业链分析

3 / 2022年中国乡村数字经济调研洞察

4 / 2022年中国乡村数字经济标杆案例分析

5 / 2022年中国乡村数字经济发展趋势

01

2022年中国乡村数字经济发展背景及驱动力

中国乡村数字经济发展历程

2015年中央一号文件首次提出“农村电子商务”，其内容包括：农产品进城、农资和消费品下乡，乡村数字经济开启了探索阶段；2018年《政府工作报告》中讲到，大力实施乡村振兴战略，引导各地区各部门结合实际认真贯彻落实；2020年全国脱贫攻坚目标基本实现，十四五规划指出加快推进数字乡村建设；2022年中央一号文件提到，推动乡村振兴取得新进展、农业农村现代化迈出新步伐，乡村数字经济进入深化阶段。

2015-2017年



探索阶段

- 乡村地区开始引入信息技术，在乡村发展方面有了浅层应用；
- 部分乡村依靠电商等数字化渠道销售农产品，农村电商迅速发展。

2018-2019年



引导阶段

- 国家高度重视数字乡村建设，相关政策持续发布，落实乡村振兴；
- 网络扶贫广泛推进，智慧农业发展加速向生产环节延伸。

2020-2021年



推进阶段

- 全国农业生产信息化水平不断提高，脱贫攻坚目标基本实现；
- 农产品电子商务高速增长，成为乡村数字经济发展的领头羊。

2022年至今



深化阶段

- 智慧农业建设由点向面逐步展开，前沿信息技术将与农业全产业链各环节深度融合；
- 新业态不断创新落地，就业创业环境优化。

政策驱动：全面推进乡村振兴战略

党的十九大以来，中共中央、国务院陆续出台了一系列重大政策措施。文件指出，三农工作重心已转向全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化，互联网、物联网、大数据、人工智能、区块链等现代信息技术将与农业全产业链各环节深度融合，聚焦产业促进乡村发展，乡村数字经济的潜力将快速释放。

2018-2022年中国乡村数字经济主要发展政策

Main Policy on the Development of China's Rural Digital Economy from 2018 to 2022

时间	发布部门	文件	主要内容
2022年2月	中共中央、国务院	《关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	大力推进种源等农业关键核心技术攻关，提升农机装备研发应用水平，加快发展设施农业，持续推进农村一二三产业融合发展，重点发展农产品加工、乡村休闲旅游、农村电商等产业。
2022年1月	中央网信办等十部门	《数字乡村发展行动计划（2022-2025年）》	推动农业生产信息化水平稳步提升，乡村4G深化普及、5G创新应用，农业生产经营数字化转型明显加快，智慧农业建设取得初步成效，培育形成一批“叫得响、质量优、特色显”的农村电商产品品牌，乡村网络文化繁荣发展。
2021年3月	中共中央、国务院	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	重点部署优先发展农业农村，全面推进乡村振兴，明确并将解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重。加快推进数字乡村建设，构建面向农业农村的综合信息服务。

数据来源：中国政府网、艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

政策驱动：全面推进乡村振兴战略

2018-2022年中国乡村数字经济主要发展政策（续表）

Main Policy on the Development of China's Rural Digital Economy from 2018 to 2022 (Continued table)

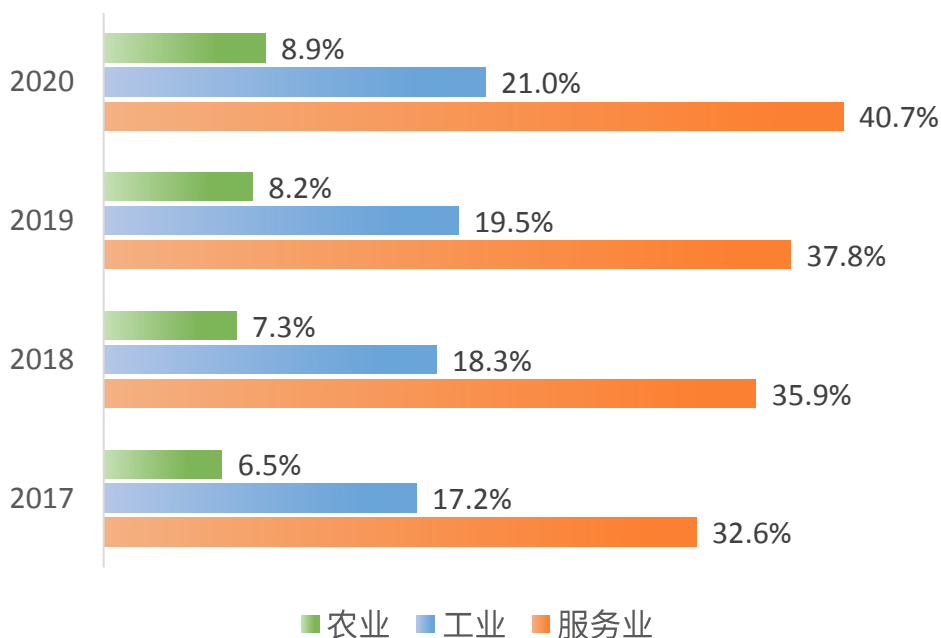
时间	发布部门	文件	主要内容
2021年3月	中共中央、国务院	《关于实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的意见》	加快推进脱贫地区乡村产业、人才、文化、生态、组织等全面振兴，支持农产品流通企业、电商、批发市场与区域特色产业精准对接，搭建用工信息平台，培育区域劳务品牌。
2021年2月	中共中央、国务院	《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》	强化现代农业科技和物质装备支撑，构建现代乡村产业体系。深入推进电子商务进农村和农产品出村进城。吸引城市各方面人才到农村创新创业，参与乡村振兴和现代农业建设。
2020年7月	中央网信办等七部门	《关于开展国家数字乡村试点工作的通知》	农村信息基础设施建设加快进程，农村互联网普及率明显提升。农村数字经济快速发展，农业农村数字化转型快速推进，遥感监测、物联网、大数据在农业生产经营管理中广泛应用。
2019年12月	农业农村部等三部门	《数字农业农村发展规划（2019—2025年）》	加强数字生产能力建设，加快农业农村生产经营数字化改造，强化关键技术装备创新和重大工程建设，以数字化引领驱动农业农村现代化，为实现乡村全面振兴提供有力支撑。
2018年9月	中共中央、国务院	《乡村振兴战略规划（2018—2022年）》	推动农村产业深度融合，加快农业转型升级，大力发展数字农业，加快农业科技进步，提高农业科技自主创新水平。

经济驱动：农业数字化发展潜力巨大

随着国内产业数字化转型提速，中国数字经济保持高位增长。数据显示，2020年中国农业、工业和服务业数字经济渗透率分别为8.9%、21.0%和40.7%，数字经济规模达39.2万亿元，占GDP比重为38.6%。艾媒咨询分析师认为，相比工业和服务业，农业数字经济渗透率成长空间巨大，将持续推动乡村数字经济发展。

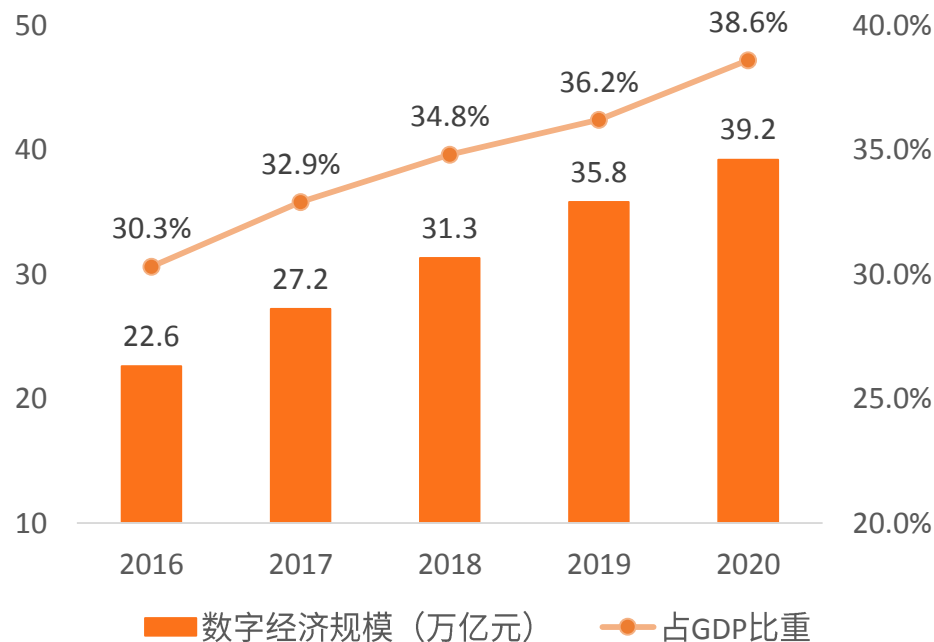
2017-2020年中国三大产业数字经济渗透率

The Penetration Rate of Digital Economy in China's Three Major Industries from 2017 to 2020



2016-2020年中国数字经济规模及占GDP比重

The Scale of China's Digital Economy and Its Share of GDP from 2016 to 2020

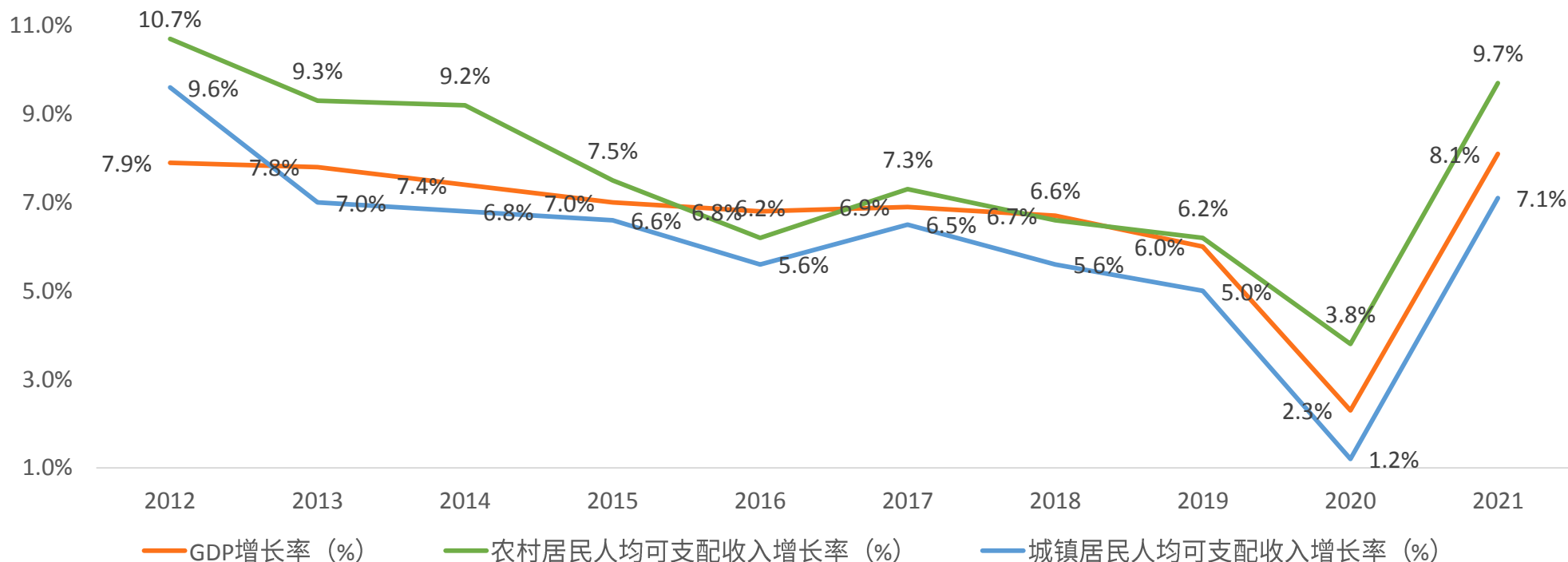


经济驱动：居民收入水平持续改善

2021年中国成功克服疫情汛情等多重难关，GDP增长率为8.1%，农村和城镇居民人均可支配收入增长率分别为9.7%和7.1%，农村居民的收入增速连续多年高于城镇居民。艾媒咨询分析师认为，居民人均可支配收入持续提升，且实际增速同步并略快于GDP增长，内需有望进一步扩大，利好乡村数字经济发展。

2012-2021年中国GDP及居民人均可支配收入增长率

Growth Rate of China's GDP and Per Capita Disposable Income from 2012 to 2021

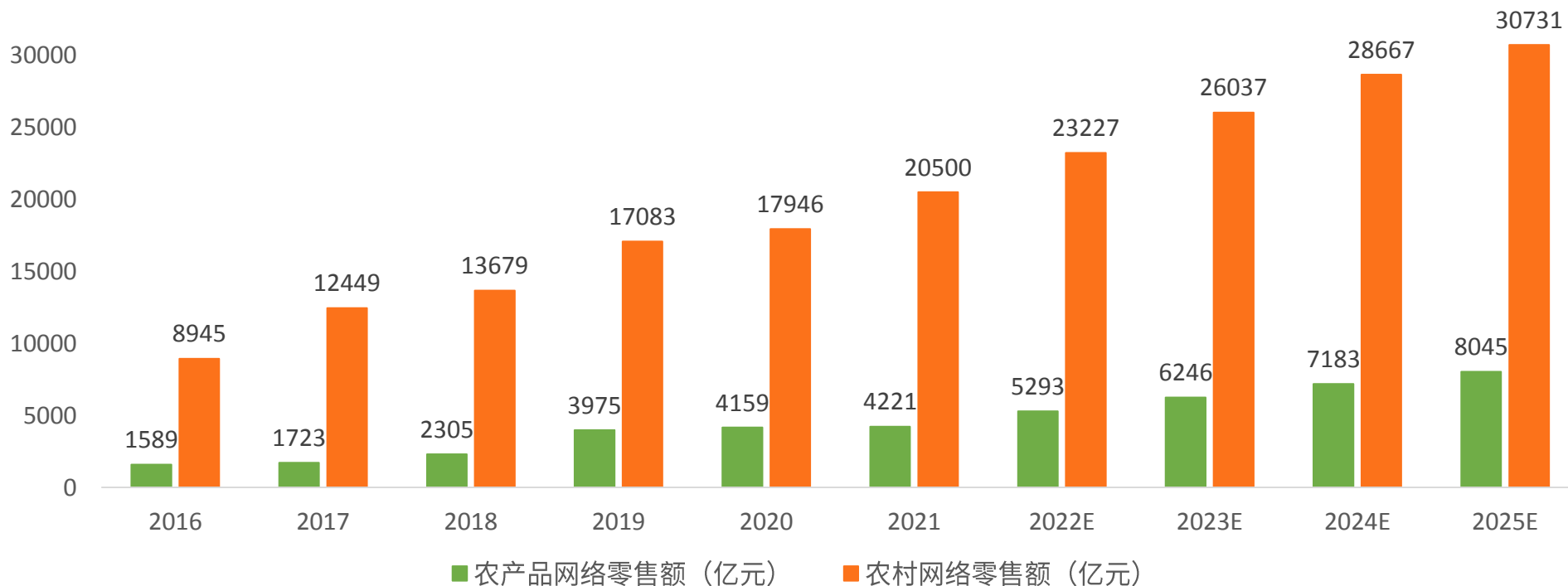


社会驱动：农村电商交易规模持续扩大

数据显示，2021年中国农产品网络零售额为4221亿元，农村网络零售额为20500亿元，连续六年稳步增长。艾媒咨询分析师认为，随着农村电子商务体系和快递物流配送体系加快贯通，以及内容电商、直播电商等模式不断创新落地，深入推进电子商务进农村和农产品出村进城，农村电商呈现高速发展的态势。

2016-2025年中国农村网络零售额与农产品网络零售额及预测

Online Retail Sales and Forecast of China's Rural and Agricultural Products from 2016 to 2025

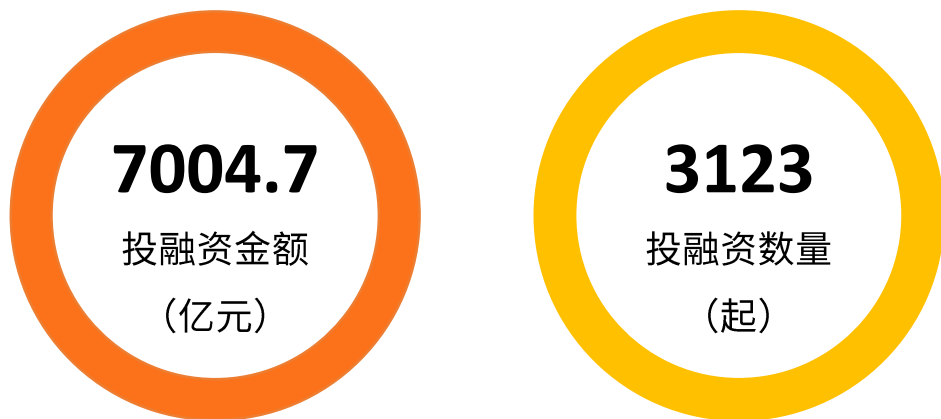


社会驱动：农村电商从业人员增加

自2001年起，国内农村电商投融资事件共发生3123起，金额达7004.7亿元，资本普遍看好农村电商前景。以知名农产品电商平台拼多多为例，平台的95后“新新农人”数量，在两年内增长了近10万人，带动就业效应显著增强。成长于移动互联网时代的年轻人，怀有返乡就业创业的热情，将会促进农村电商持续发展。

2001-2022年中国农村电商投融资数据

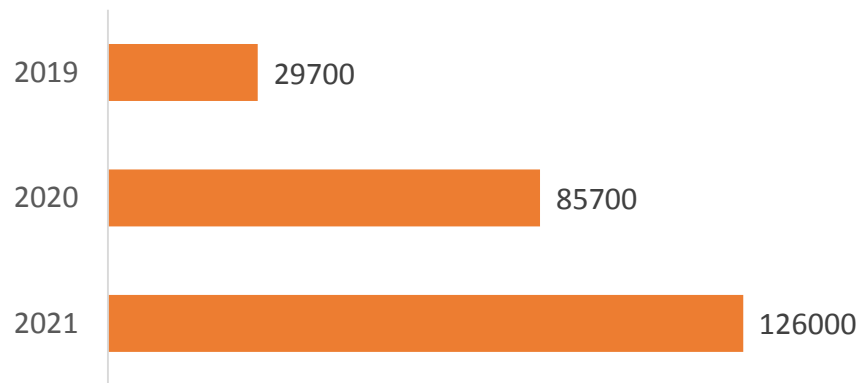
China's Rural E-commerce Investment and Financing
Data from 2001 to 2022



注：投融资数据监测至2022年3月23日

2019-2021年拼多多平台“新新农人”数量

The Number of "New Farmers" on the Pinduoduo Platform
from 2019 to 2021



在95后“新新农人”群体中，女性占比超过31%，达到39060人；00后占比超过16%，达到20160人；普遍具备本科、大专学历。

创新驱动：互联网平台创新助农模式

近年来，互联网公司纷纷借助产业优势、科技优势，助力农村产业转型升级。以拼多多为代表的农业电商平台，将产地和消费者直连，以直播模式带货，有效打通农产品上行通道。而京东发挥其供应链的优势，为农村地区提供销售、物流等方面的服务，进一步完善农产品产销流通体系。



电商助农



基建助农



“市长带货”模式

拼多多在全国率先探索“市县长当主播、农民多卖货”的新模式。截至2020年年底，拼多多“家乡好货”助农直播已超235场，超过425位市、县、区等各级主要负责人进入助农直播间，推荐本地农副产品。



“抗疫助农”项目

2020年2月至年底，拼多多消费扶贫等各种助农活动累计带动平台相关专区共计成交5.5亿单，卖出农副产品总计超过32.5亿斤，帮扶农户近108万户。



物流服务

京东强化农村物流基础设施，帮助农产品“走出去”。目前京东物流服务已触达约60万行政村，已在全国93%区县、84%乡镇实现当日达和次日达，基本完善农产品现代流通体系。



零售服务

京东强化供应链信息互通，促进农产品供给与需求侧高效对接。目前，京东已在全国对接了1000多个农特产地及产业带，提供定制化供应链解决方案。

技术驱动：云计算、5G 技术等技术发展

目前，以人工智能、云计算、大数据、区块链和物联网为代表的现代信息技术突飞猛进，在乡村数字化建设上产生巨大的推动作用，有利于提高农业生产的效率与效益，解决农业发展中的痛点问题，构建现代农业产业体系、生产体系、经营体系，全面提升农业竞争力，加速推进农业农村现代化的进程。

人工智能

人工智能是人类智能模拟技术，使计算机能实现更高层次的应用，包括图像识别、机器学习和深度学习等，应用领域包括病虫害监测、智能化种植、智能土壤灌溉等。

大数据/区块链

区块链技术是分布式数据存储、加密算法新型应用模式，数据的高效存储、处理和分析技术的快速迭代，与农业生产、经营、决策等全产业链深度融合，可消除数字鸿沟和信息不对称现象。

云计算

云计算是与信息技术、软件、互联网相关的一种服务，通过多部服务器组成的系统，在极短时间内完成对海量数据的处理和分析，大幅提高农业信息服务平台的建设速度。

物联网

物联网是一个基于互联网、传统电信网等的信息承载体，通过各种信息传感器采集信息，实现对物品和过程的智能化感知、识别和管理，提供智慧大棚、智慧畜牧养殖、智慧水产等智慧农业解决方案。



02

2022年中国乡村数字经济产业链分析

中国乡村数字经济定义与构成

乡村数字经济是以农村现代信息网络为载体，以物联网、大数据、人工智能等新一代信息技术为驱动力，将数字化的技术、人力、信息、知识、管理等作为生产要素，投入乡村一二三产业中，提高乡村产业数字化水平，加快农业科技创新，催生乡村数字化新业态，实现农业农村经济高质量发展的经济形态。



注：乡村数字经济的构成参考中央网信办等七部门编写的《数字乡村建设指南1.0》

中国乡村数字经济产业图谱

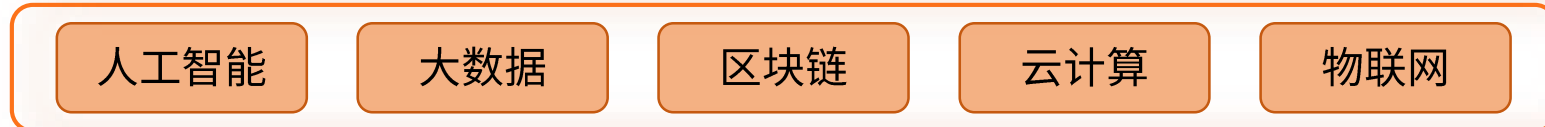
产业构成



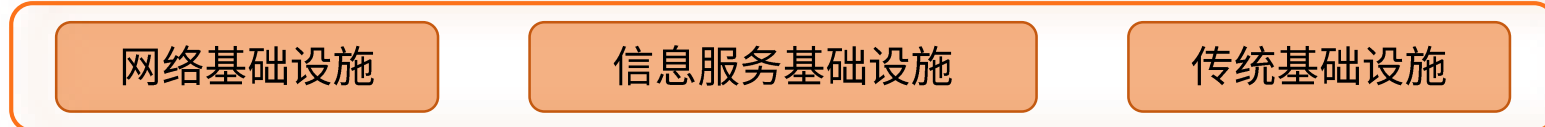
应用场景



信息技术



基础设施



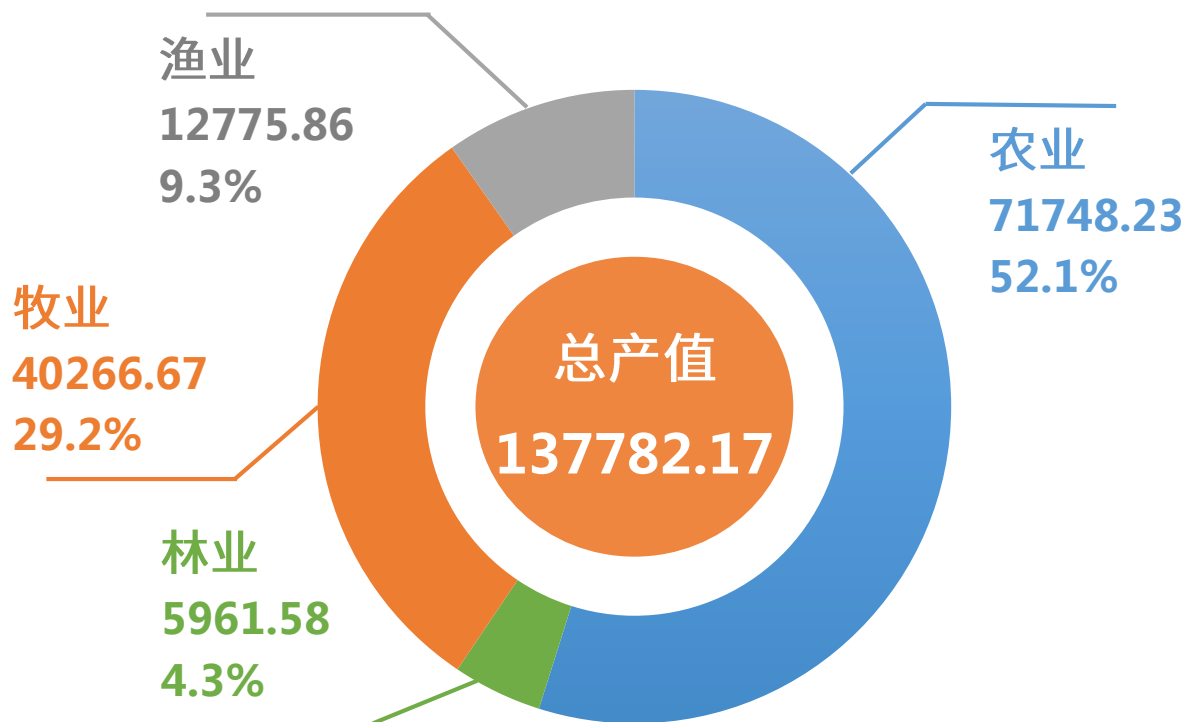
注：本图谱仅标注报告出版时的行业典型案例，以主要业务类型进行了划分持续更新中。案例征集邮箱research@iimedia.cn

智慧农业：农林牧渔生产信息化

数据显示，2020年全国农业信息化水平为22.5%，农产品质量安全追溯信息化水平为22.1%，农林牧渔总产值为137782.17亿元，同比增长11.1%。艾媒咨询分析师认为，农业生产信息化水平的提升，对农业总产值增长有明显的促进作用，有助于农产品的网络销售以及价格的稳定提高，保障质量安全。

2020年中国农林牧渔产值（亿元）

China's Output Value of Agriculture, Forestry, Animal Husbandry and Fishery in 2020 (100 million yuan)



全国农业信息化水平为22.5%

畜禽养殖信息化水平最高，为30.2%，设施栽培、大田种植、水产养殖的信息化水平分别为23.5%、18.5%和15.7%。

质量安全追溯信息化水平为22.1%

设施栽培农产品质量安全追溯信息化水平为29.7%，畜禽养殖、水产养殖、大田种植分别为28.3%、24.5%和16.6%。

农村电商：产业发展规模化

“十三五”时期，中国农村电商迎来高速发展，已成为引领乡村数字经济发展的新重要新动能。中国农村网络零售额由2015年的3530亿元，增长到2021年的2.05万亿元，总体规模扩大近6倍。电商服务网点在全国大量建立，覆盖率达78.9%。以拼多多为代表的电商平台兴起，为农业农村现代化和乡村振兴贡献力量。

2021年中国农村电商发展规模

The Scale of Rural E-commerce Development in China in 2021

01

市场规模再创新高

2021年全国农村网络零售额为**2.05万亿元**，同比增长**11.3%**，占全国网络零售总额的**15.7%**。

02

农产品加快出圈

2021年全国农产品网络零售额为**4221亿元**，同比增长**2.8%**，占农村网络零售额的**20.6%**。



03

电商服务网点全面覆盖

截至2020年底，全国建有电商服务站点的行政村共**40.1万个**，覆盖率达**78.9%**，共建站点**54.7万个**。

04

农业电商平台兴起

拼多多农产品交易额连续**五年**保持**三位数**增长，年活跃商户数量达到**860万**，对接**1600万**农户。

农业科技创新：科技进步带动经济发展

近年来，在乡村振兴战略的带动下，国家财政与社会资本建设农业农村信息化的力度持续加码。2020年，我国农业科技进步贡献率达到60.7%，农业科技创新水平得到切实提升，先进技术不断示范推广，取得了一大批标志性重大成果，科技已成为农业农村经济社会发展最重要的驱动力。

2020年中国农业科技创新发展情况

Development of agricultural science and technology innovation in China in 2020



财政投入

2020年全国县域农业农村信息化建设的财政投入总额达到**341.4亿元**



社会资本投入

2020年全国县域农业农村信息化建设的社会资本投入为**809.0亿元**

- 农业科技进步贡献率达到**60.7%**;
- 高素质农民数量已达**1700万人**;
- 主要农作物良种覆盖率超过**96%**，良种对粮食增产贡献率达到**45%**以上，已建成高标准农田**8亿亩**;
- 主要畜种核心种源自给率超过**75%**;
- 农作物耕种收综合机械化率超过**71%**;
- 全国已建成村级益农信息社**29万个**，帮助农民享受便捷高效的信息服务。

农村新业态：就业创业环境优化

2020年，新冠肺炎疫情催生了许多乡村产业新业态，也使返乡入乡创业就业层次明显提高。数据显示，2020年返乡入乡创业创新人员突破1000万人，运用信息技术、电子商务、直播带货、无接触配送等方式，促进传统产业数字化转型，发展乡村特色旅游，联农带农效果明显，为乡村数字经济作出了积极贡献。

2021年中国乡村旅游业发展情况

Development of rural tourism in China in 2021



乡村旅游业复苏

- 2021年Q1，全国乡村旅游接待总人次为**9.84亿人**，比2019年Q1增长5.2%；
- 2021年Q1，全国乡村旅游总收入为**3898亿元**，比2019年Q1增长2.1%；
- 2021年，中国生态旅游游客量为**20.93亿人次**，同比增长超过12%。

2020年中国乡村就业创业情况

Rural employment and entrepreneurship in China in 2020



乡村就业人才增加

- 2020年，全国各类返乡入乡创业创新人员达到**1010万人**，比2019年增加**160万人**，同比增长**19%**；**1900多万**返乡留乡人员实现了就地就近就业；
- 2020年，全国农村实用人才约**2254万人**，其中高素质农民超**1700万名**。

03

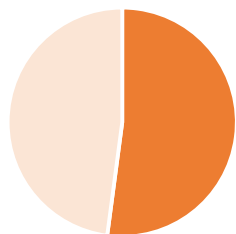
2022年中国乡村数字经济调研洞察

超五成消费者增加线上农产品购买

调研数据显示，超五成消费者过去一年线上购买农产品的频率有所增加，41.7%的消费者保持不变，线上平台已成为农产品销售的重要渠道。艾媒咨询分析师认为，随着农村网络基础设施明显改善，农产品电商凭借非接触、供需快速匹配、产销高效衔接等优势，获得了消费市场的普遍认可。

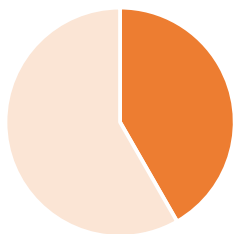
中国消费者过去一年线上购买农产品的频率变化

Changes in the frequency of Chinese consumers purchasing agricultural products online in the past year



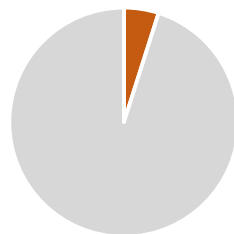
52.1%

有所增加



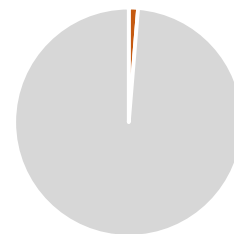
41.7%

保持不变



4.9%

有所减少



1.3%

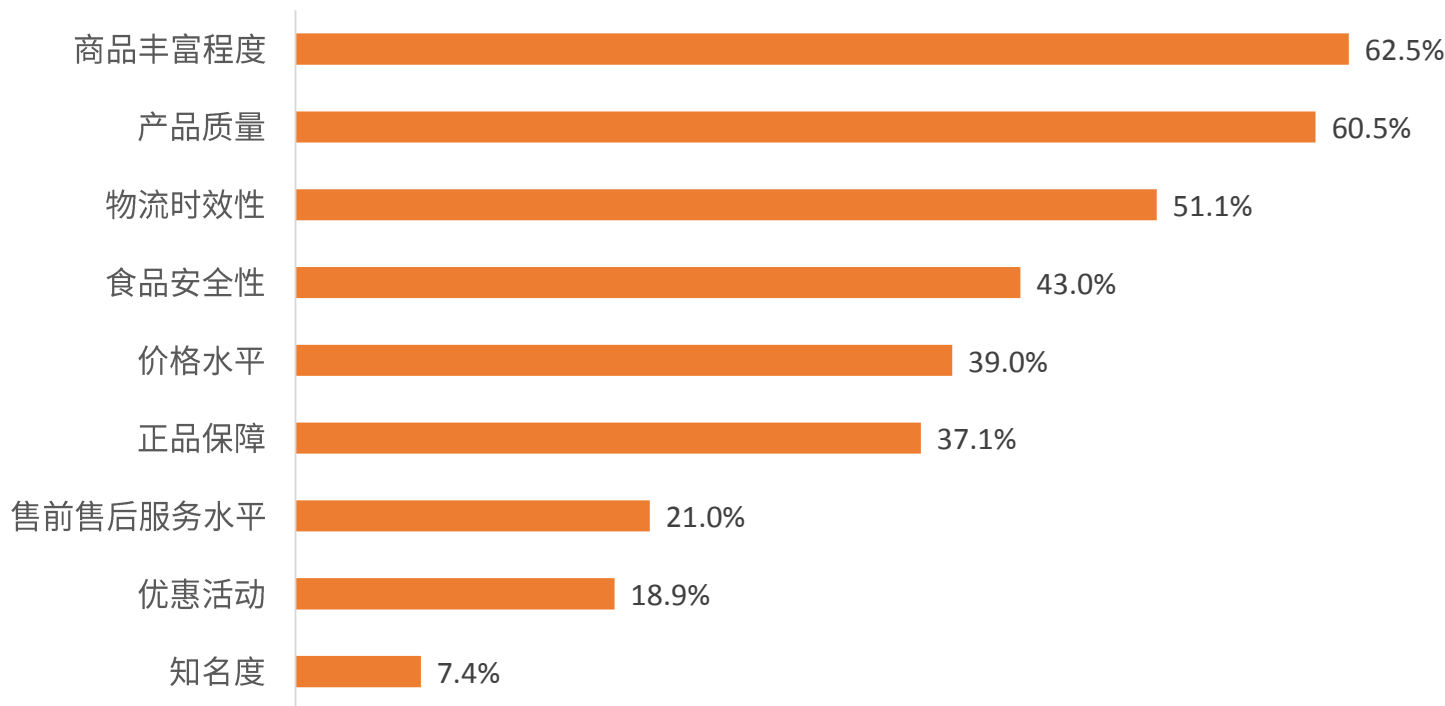
从未买过

消费者倾向产品丰富且优质的平台

调研数据显示，国内消费者线上购买农产品时，着重考虑平台的商品丰富程度（62.5%）和产品质量（60.5%），对食品安全性（43.0%）和正品保障（37.1%）也比较关注。艾媒咨询分析师认为，农产品消费呈升级趋势，消费者对高品质、安全性和正品农产品有明显倾向，平台需对农产品上行过程严格把关。

2022年中国消费者购买农产品时对于平台的考虑因素

Considerations for the platform when Chinese consumers buy agricultural products in 2022



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)；

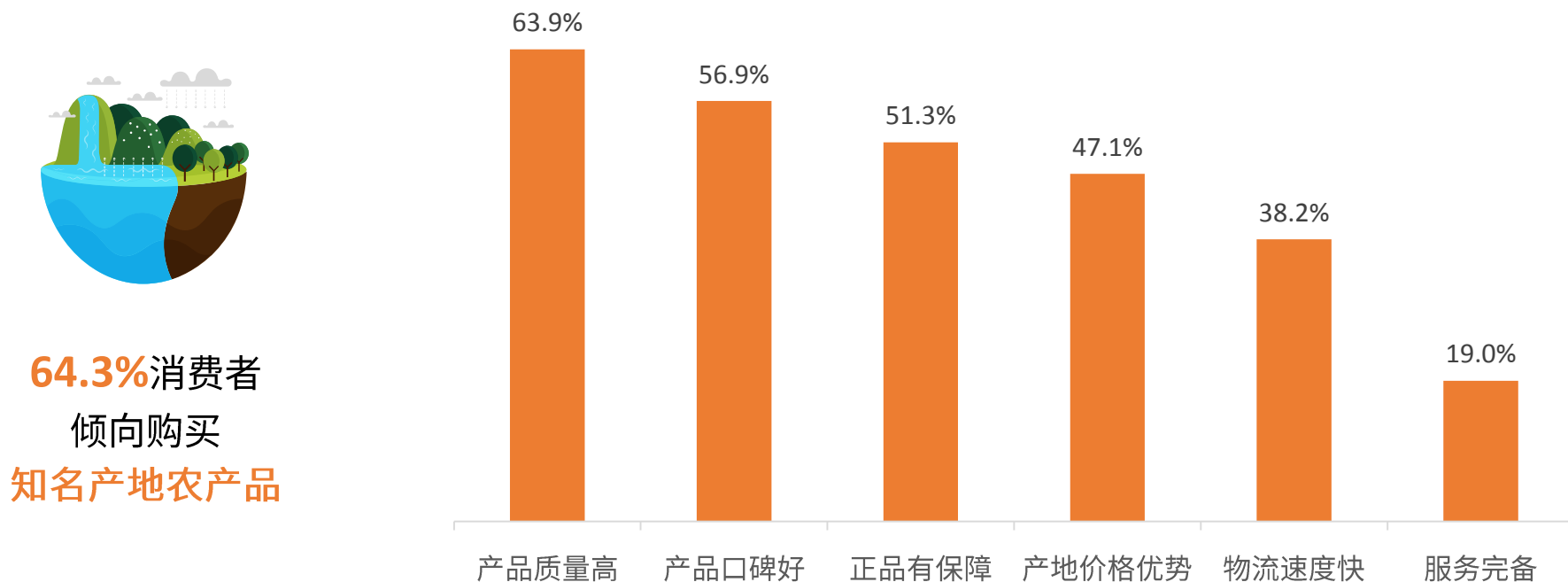
样本量：N= 1828；调研时间：2022年3月

知名产地农产品更受市场青睐

调研数据显示，64.3%消费者倾向于购买知名产地农产品，主要原因是其产品质量高（63.9%）、产品口碑好（56.9%），且正品有保障（51.3%）。艾媒咨询分析师认为，随着农村电商产业兴起，农产品凭借产地优势触及大众，满足了市场对高品质的需求，有助于发展特色农业品牌，推进产销一体化不断融合。

2022年中国消费者购买知名产地农产品的主要原因

The Main Reason of Buying Agricultural Products from Well-known Origins for Chinese Consumers in 2022



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)；

样本量：N= 1828；调研时间：2022年3月

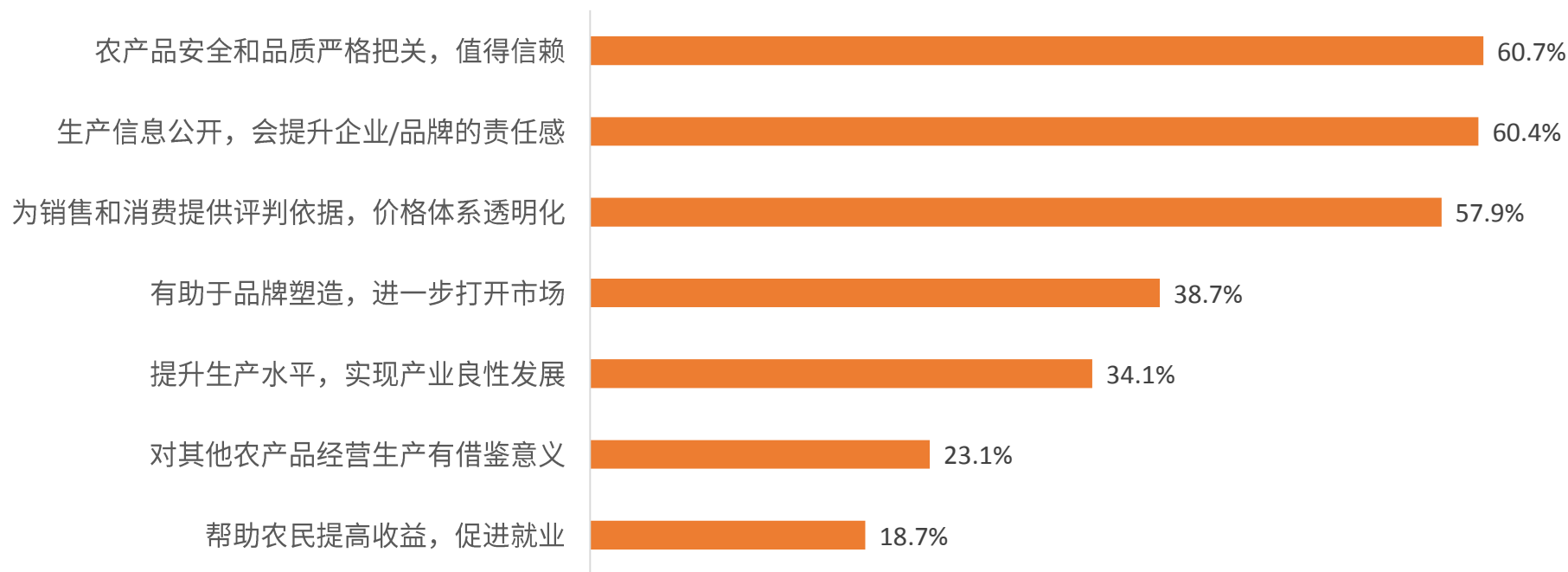
数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

近六成消费者认可农产品生产标准

调研数据显示，对于农产品生产标准体系，近六成消费者认为其确保农产品安全和品质、促进价格体系透明化。艾媒咨询分析师认为，近年来国内食品安全问题和以次充好现象频发，消费市场存在信任危机，制定农产品生产标准，完善农产品质量安全追溯体系，将有力推进农产品流通现代化。

2022年中国消费者对于农产品生产标准体系的看法

Chinese Consumers' Views on the Production Standard System for Agricultural products in 2022



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)；

样本量：N= 1828；调研时间：2022年3月

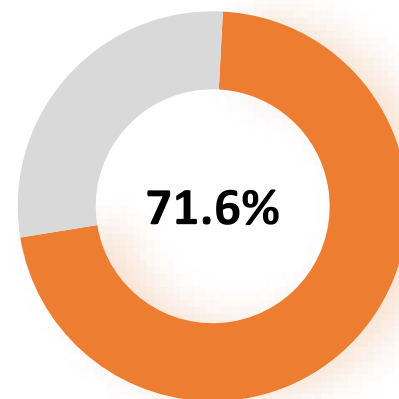
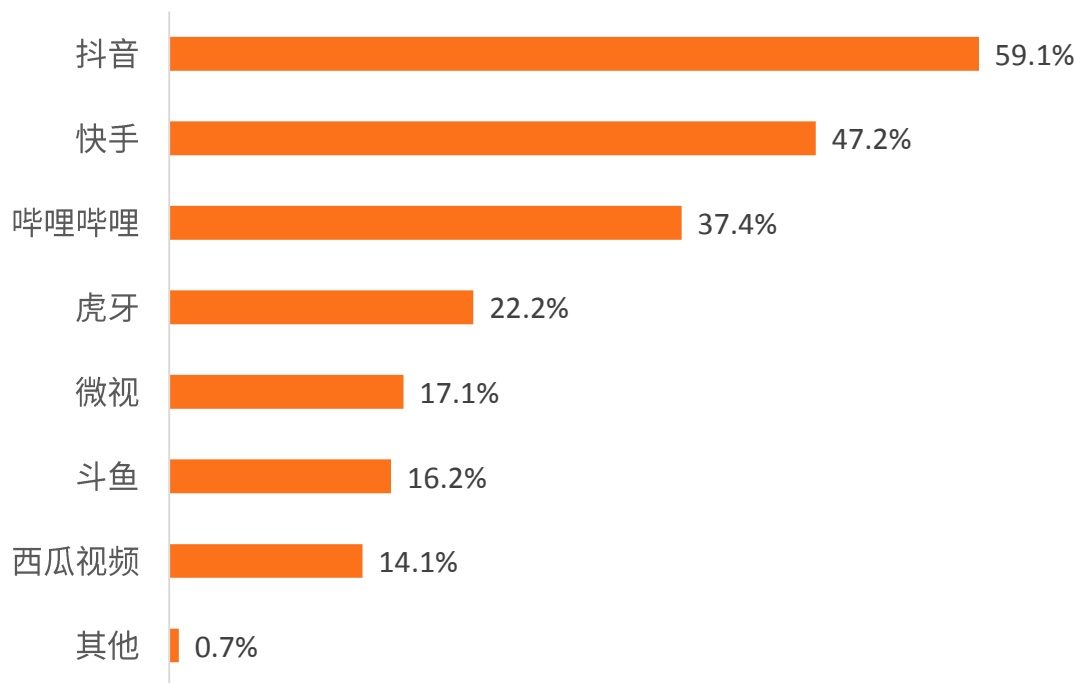
数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

超七成网民关注平台新农人

调研数据显示，中国网民观看乡村题材内容的常用平台是抖音（59.1%）、快手（47.2%）和哔哩哔哩（37.4%），超七成（71.6%）网民每日观看时长在一小时内。艾媒咨询分析师认为，通过短视频和直播平台，新农人展示乡村好物和生活，吸引到感兴趣的关注，存在打通农产品电商销路的可能性。

2022年中国网民观看乡村题材内容的平台

The Platform of Watching Rural Theme Content for Chinese Netizens in 2022



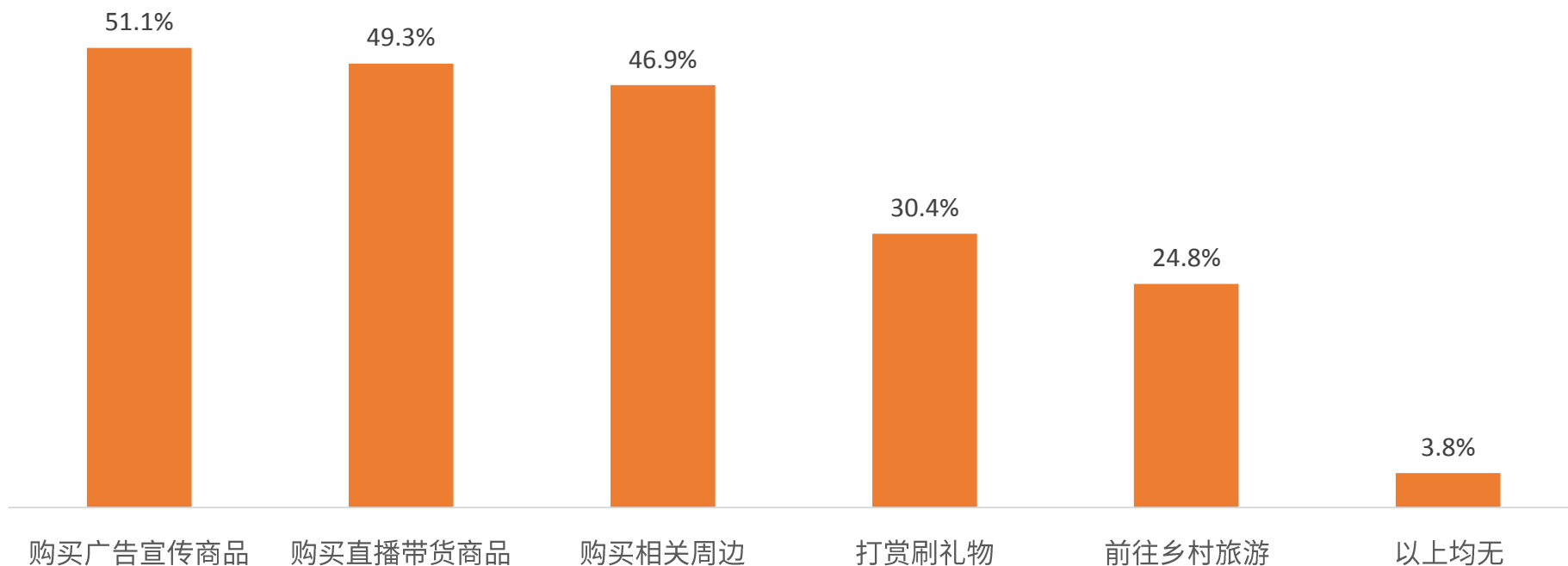
超七成中国网民每日观看农村题材内容的时长在一小时内

近五成网民为新农人产生付费行为

调研数据显示，中国网民观看乡村题材内容时，较常出现的消费行为分别是购买广告宣传商品（51.1%）、购买直播带货商品（49.3%）和购买相关周边（46.9%）。艾媒咨询分析师认为，平台孵化成功的新农人掌握短视频和直播的运营能力，增加了乡村文旅和农产品的消费场景，助力乡村振兴。

2022年中国网民观看乡村题材内容时产生的消费行为

The Consumption Behavior of Chinese Netizens Watching Rural Theme Content in 2022



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)；

样本量：N= 1828；调研时间：2022年3月

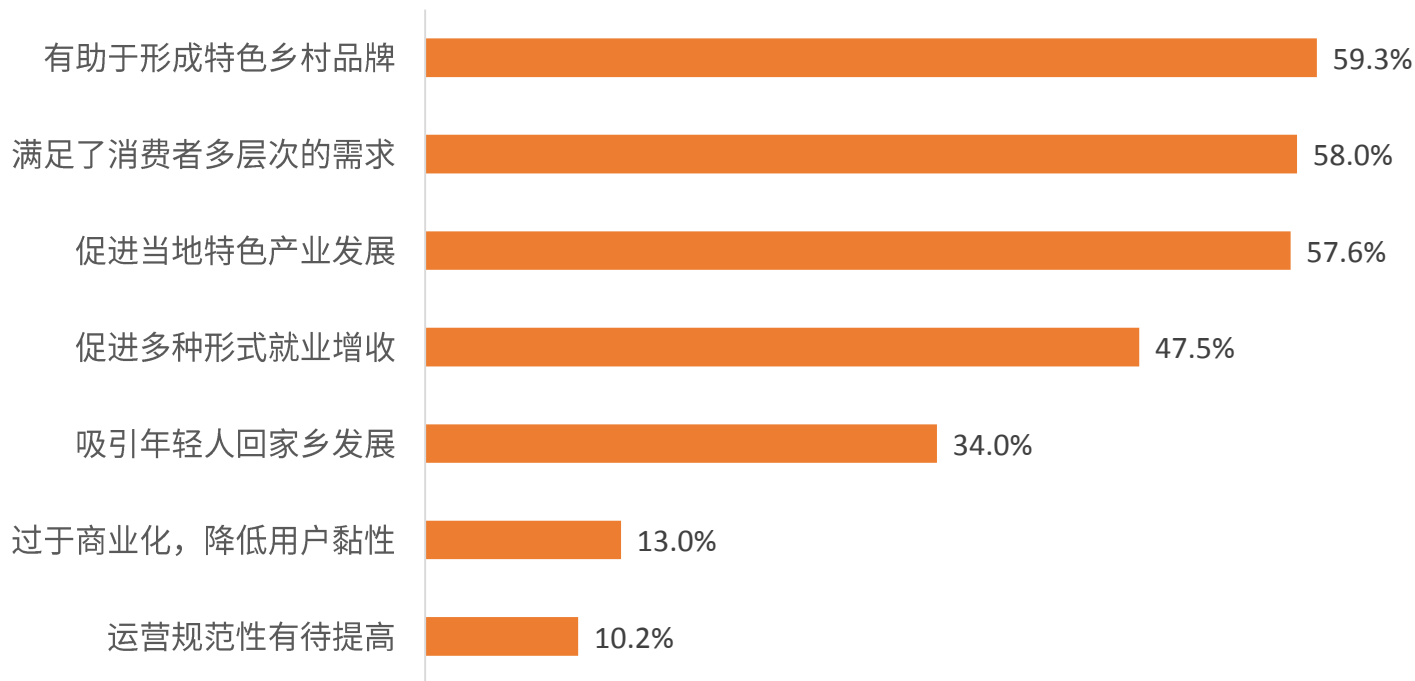
数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

平台助农作用受到网民普遍认可

调研数据显示，对于平台在孵化乡村品牌、满足消费需求、促进乡村产业发展等方面发挥的助农作用，超五成国内网民予以认可。艾媒咨询分析师认为，短视频和直播平台有助于释放农产品电商市场的潜力，并获得分成收益，产出的视频内容和推荐好物与用户兴趣相契合，实现了用户、平台与商户三方共赢。

2022年中国网民对平台孵化新农人的看法

Chinese Netizens' Views on the Platform Incubating New Farmers in 2022



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)；

样本量：N= 1828；调研时间：2022年3月

数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

04

2022年中国乡村数字经济标杆案例分析

中国乡村数字经济标杆案例——拼多多（一）



拼多多成立于2015年9月，是一家专注C2M拼团购物的第三方社交电商平台。截至2021年底，拼多多的活跃买家数接近8.7亿，总GMV达到24410亿元，总订单量达610亿单，其中很大一部分增量来自农产品，已成为国内最大的农产品上行平台。

拼多多发展历程

成立时间

2015年

经营模式

C2M社交电商

企业状态

已上市

总市值

563.2亿

2016

7月，拼多多用户量突破1亿，获得B轮1.1亿美元融资，IDG资本、腾讯领投。

2019

拼多多全年GMV突破万亿元，平台交易规模再上新台阶。

2015

4月，拼多多正式上线，深耕水果及农产品线上零售。

2018

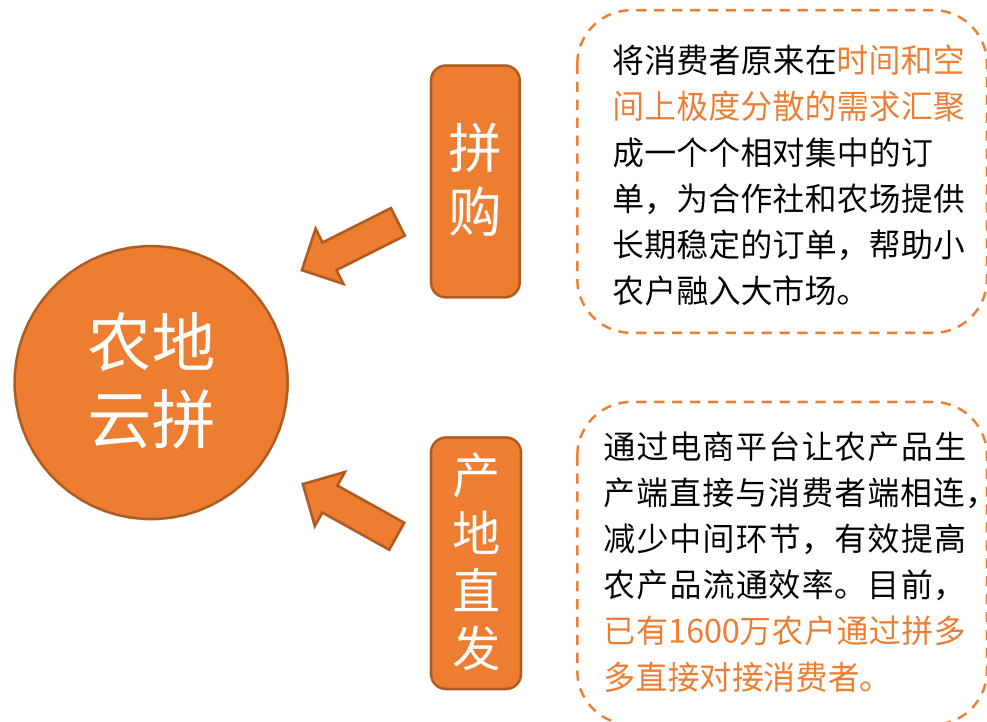
7月，拼多多于美国纳斯达克上市，发行价19美元，市值达到140亿美元。

2020

上线“抗疫助农”专区，帮助贫困地区解决产品滞销问题。

中国乡村数字经济标杆案例——拼多多（二）

拼多多充分利用电商平台优势助农兴商，推行“农地云拼”和“家乡好物直播”计划，有效汇集短时间内的同质需求，将产品直达消费者，通过直播分享推荐好物，带动农产品销量。截至2021年12月，拼多多平台上单品销量超10万单的农产品，达到6000余款，同比增长43%，单品销量超100万单的农产品多达50余款。



家乡好物直播



2021年5月，拼多多发起“家乡好物直播”乡村产业振兴计划，邀请接地气的“好物推荐官”直播带货推动各地农产品品牌化的打造，预计在未来三年覆盖超过100个涉农产业带。

中国乡村数字经济标杆案例——拼多多（三）

农货触网打开了销路，消费者品质需求的提升，倒逼农产品供应商提高产品质量和生产效率。作为直连农户与消费者的平台，拼多多通过联合科研机构制定系列农产品质量标准体系、发起“多多农研科技大赛”及“百亿农研专项”等方式，积极助力提升农产品的标化程度和生产技术，持续推进乡村数字经济发展。



江苏省淡水
水产研究所

长三角“河蟹商
品分等分级标
准”

云南农科院经
济作物研究所

雪莲果种植地方/
国家行业标准

联合制定农产品质量标准

- 以农产品上行平台的身份，拼多多持续联合农业科研机构，建立中国农产品供应链和源头生产分级标准，满足消费者多层次需求的同时，促进农民稳定增收，助力乡村数字经济。

多多农研科技大赛



中国农业大学
浙江大学
联合国粮食及农业组织
荷兰瓦赫宁根大学

百亿农研专项

- 2021年8月，拼多多宣布投入100亿元设立“百亿农研专项”，致力推动农业科技进步，鼓励更多人才将农业作为他们的职业选择。目前拼多多已投入2021年二三季度利润。

中国乡村数字经济标杆案例——拼多多（四）

由于部分偏远产地交通不便，加之农产品易坏易腐的特点，使得其对运输条件有较高的要求。拼多多为此大力推进农村物流快递网点布局，重投入创新农产品专用物流设施；并与快递物流企业合作，扩宽快递代收业务，助力发展村级寄递物流综合服务点，打造数字化农产品物流新体系。



研发

- 2021年Q3研发费用同比增长**34%**；
- 2021年Q4研发费用为**20.2亿元**；
- 2021全年研发费用达**89.9亿元**，同比增长**30%**。

相关发明专利已超100个

- 冷链运输方法
- 物流时效管理
- 物流实效评价
- 虚假运单识别
- 仓储拦截
- 货物揽收调度

多多买菜

社区团购 + 快递代收

2020年8月，拼多多设立“多多买菜”社区团购项目，搭建仓配物流体系；2022年年初，拼多多为有快递业务资质的“多多买菜”站点提供代收服务系统，助力发展“一点多能”的村级寄递物流综合服务点。

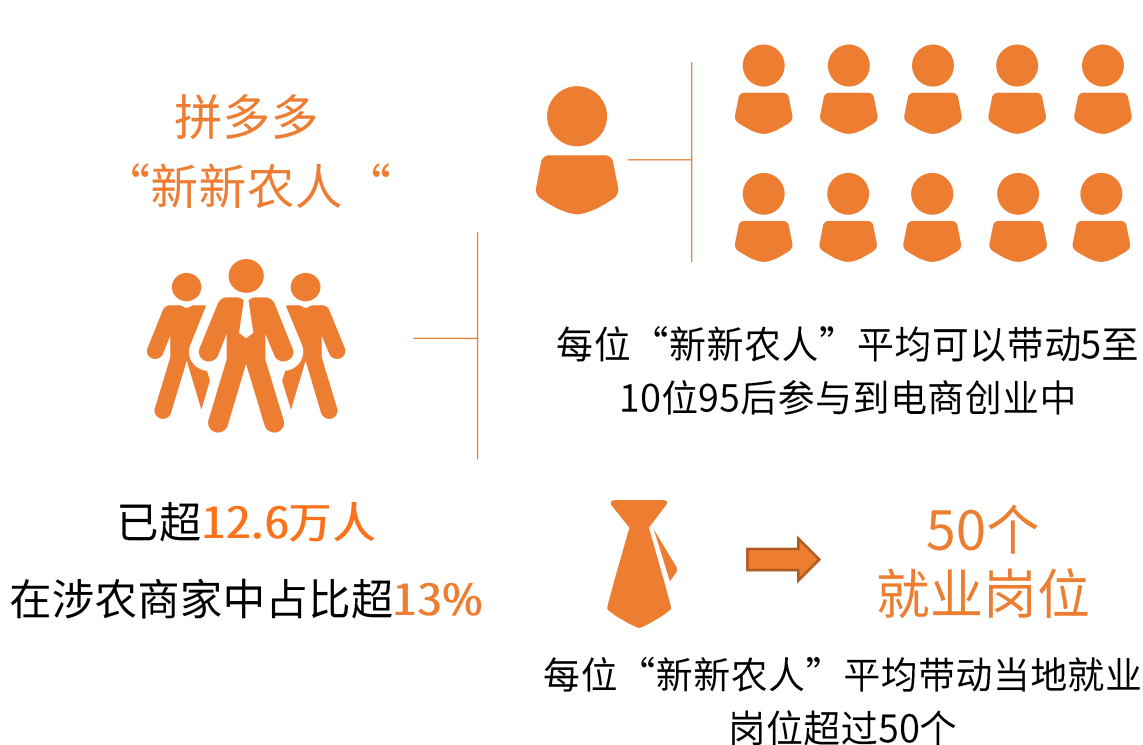
企业合作

顺丰、中通、圆通、邮政

拼多多积极与快递物流企业展开合作，走好生鲜农产品的“最后一公里”，共同推进县乡村物流配送。截至日前，拼多多与顺丰、中通、圆通、韵达、极兔、邮政等快递企业都建立了较好的合作关系。

中国乡村数字经济标杆案例——拼多多（五）

拼多多着力扶持95后的“新新农人”，鼓励更多具备高学历、懂经营、会管理的青年人才返乡创业，帮助农村地区创造新的就业机会，推动农产品品牌化、标准化；推进“多多课堂”电商培训课程下乡，帮助各地区农民上手产销全产业链运营管理，推动乡村数字经济产业可持续发展。



多多课堂



线下课程覆盖21个省份

累计触达49万农业经营者

线上农产品商家70%已接受培训

2018年，拼多多创立“多多课堂”，建立线上线下两条专业性“扶贫产品上行与互联网运营”课程培训通道。通过培育致富带头人，让脱贫模式规模化、可持续化。

中国乡村数字经济标杆案例——抖音（一）



成立时间

2016年

软件定位

短视频
社交平台

日活用户

超6亿

所属公司

字节跳动

抖音成立于2016年9月，是字节跳动孵化的一款音乐创意短视频社交平台，截至2021年八月，抖音日活用户已超6亿。2020年，抖音成立电商部门，开辟“内容+电商”业务，积极助力农货销售，2021年共有179.3万款农特产通过抖音电商卖向全国。

抖音发展历程



中国乡村数字经济标杆案例——抖音（二）

作为短视频社交平台，抖音打造了独特的内容电商模式。通过短视频和直播优质内容的输出，新农人得以激发消费者需求，开辟新型销售渠道，充分提升优质农产品的品牌价值和获利空间，并通过优质产品和高销量的正向反馈机制，促进农业生产标准化，带动产业链上下游的发展和农民就业，赋能乡村数字经济。

新型销售渠道

不同与传统电商单纯满足消费者需求，抖音电商利用**抖音短视频及直播的方式**，帮助新农人在抖音用户娱乐休闲时段**激发其购买需求**，寻找潜在消费者



优质品牌形象

内容+电商的模式为优质农产品提供了**更为直观、立体、低成本的品牌形象展示平台**，通过内容输出展示专业度，提高生产透明度，增强用户信任

农业生产标准化

抖音平台现形成的**优质产品与高销量的正向反馈机制**，使得生产技术等方面的投入加大，充分提高农产品生产的标准化和专业化，形成技术溢出效应和规模效应

中国乡村数字经济标杆案例——抖音（三）

2020年起，抖音大力扶持三农创作者，帮助各地农特产推广至全国大市场，支援乡村数字建设。抖音持续推出了“新农人计划”、“富域计划”等活动，投入亿级平台补贴与专项扶持，吸引地方新农人和农货商家原产地开播，并辅以多元运营技能培训，从源头助力品质农货出村进城，促进地方农特产业发展。



05

2022年中国乡村数字经济发展趋势

2022年中国乡村数字经济发展趋势（一）



农村电商：农产品网络零售前景广阔，电商人才推动市场前行

农业农村部印发的《“十四五”全国农业农村信息化发展规划》提到，2025年农产品网络零售额将超过8000亿元，农产品上行电商人才缺口为350万人。艾媒咨询分析师认为，农村电商人才培养需要发挥政策的引领和主导作用，高校加快实行电商人才培养体系，拼多多推出的“多多课堂”电商培养模式，也为其他电商平台树立了良好典范，将共同推动中国农村电商保持良好发展态势。



文旅复苏：乡村旅游是旅游业复苏重点，带动乡村数字经济发展

艾媒数据显示，2021年中国生态旅游游客量为20.93亿人次，同比增长超过12%，超过国内旅游人数的一半。艾媒咨询分析师认为，在国内新冠疫情防控常态化的背景下，乡村文创、特产美食、生态观光等重体验的内容逐渐走红，乡村旅游成为复苏重点。借助短视频等新媒体平台，依托当地核心特色打造乡村IP，构建农产品、餐饮、民宿、文化资源生态链，将成为乡村旅游业发展提质增效的重要手段。

2022年中国乡村数字经济发展趋势（二）

产业融合：数字经济向农业农村渗透，加速与传统产业融合

目前，我国在信息基础设施建设领域取得了长足发展，数字经济对产业及市场的渗透率已超过36%，但农业领域这一指标为8%，尚有巨大的发展空间。艾媒咨询分析师认为，农村地区需进一步促进数字科技与种业、种植业、畜牧业、水产业、林业、农产品加工业等深度融合，发挥数字技术对农村经济社会发展的放大、叠加、倍增作用，为乡村数字经济高质量发展增添新动能。



企业助农：深化宣传效果，鼓励企业参与投入数字乡村建设

近年来，以拼多多、抖音为代表的网信企业，发挥其在产业与技术方面的优势，赋能乡村基础建设和数字转型，发挥着日益显著的助农作用。艾媒咨询分析师认为，政府和相关部门可加大媒体媒介的传播力度，鼓励网信企业履行社会责任，在平台和各类应用场景建设方面主动作为，积极参与并投入到乡村基础设施、农村电商、智慧农业等领域的建设和运营，营造全社会广泛参与乡村数字建设的良好氛围。



产业升级新视角的来源：艾媒产业升级研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对产业升级商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问 <https://www.iimedia.cn/c400>

本报告是艾媒产业升级研究中心研究成果的一部分，后续本中心将在产业升级领域开展相关研究，敬请关注。

权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映当前调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。报告所载的资料、意见以及推测仅反映艾媒咨询于报告发布当日的判断，相关预判可能会随着社会以及政治、法律、技术等环境的变化而发生改变，艾媒咨询不保证本报告所载信息为读者阅读时的最新状态。鉴于上述情形，本报告仅作为市场和学术研究的参考资料，不作为投资决策依据，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。若确有必要，艾媒咨询保留对本报告所载信息在不发出通知的情形下做出补充和修改的权利，阅读者可自行关注艾媒官网上相应的修改或更新。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。

艾媒大数据监测与分析工具矩阵

POiiMedia (艾媒舆情) 艾媒商情舆情数据监测系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

DataiiMedia (艾媒北极星) 移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

SocialiiMedia 微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

SurveyiiMedia (草莓派) 用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

RankingiiMedia (艾媒金榜) 权威消费品牌评价监测 (ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

ADiimedia 移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。





艾媒咨询
iiMedia Research

用数据说话!

- iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过2000份，覆盖了新技术、新零售、餐饮、教育、生物、医疗、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、制造、区块链、环保与公共治理等新兴领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被超过100家全球主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。
- 艾媒是中国科协九大代表优秀研究课题、建设国家级科技思想库研究课题等重要项目的承担单位，是广东省大数据骨干培育企业、广州市创新标杆企业、广州市首批人工智能入库企业、广州市“两高四新”企业。基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”（广东省科技计划重大专项），艾媒建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告效果、商业模式与商业趋势等多维度的数据监测体系，累计成功为超过3000家政企机构提供常年大数据咨询服务。



更多报告请登录
艾媒咨询公众号