

拼多多农货节“南果北粮”上行 1.1 亿单

上海等一线城市购买占比高达四成



万人团遭疯抢, 还没起床就被“秒光”

“9995, 9999, 抢光了!” 8月25日13点, 广西百香果秒杀万人团售罄。农货节期间, 广西海鸭蛋、东北大米、宁夏枸杞、湖南零食大礼包、月饼、贵州红心猕猴桃、四川会理石榴、广西百香果等多个万人团遭疯抢。大凉山会理石榴, 更是太阳没出来1万单即被秒光, 大量消费者醒来想抢时即显示“已结束”。

“拼的模式可以短时间大量归集订单, 使得平台新农人商家能现摘现分拣, 产地直发。由于极致压缩中间环节, 不仅更便宜, 也往往更新鲜。”拼多多农货节负责人介绍, 8月21日的Q2财报电话会上, 创始人兼CEO黄峥公布正在开发“新物流”平台, 将通过包括AI路线规划、物联网设备、自动化仓储风险管



控、实时定位等技术, 进一步优化物流行业整体效率。“目前, 拼多多正联合物流生态的合作伙伴, 尝试对农产品物流与普通包裹做区分。”黄峥透露。

“农产品本身是特别时令化的, 以前都是家庭主妇或老人家起早去超市‘买新鲜的’, 现在变成了年轻人熬夜‘拼新鲜的’, 农产消费也正深度融入信息化的新节奏。”拼多多农货节负责人说。

据悉, 这次农货节, 拼多多平台大规模出现单笔大额订单, 湖南安化黑茶、福建金骏眉茶叶与蜜柚、四川猕猴桃、陕西嘎啦果与黑布林、辽宁海产品、河南山药、云南石榴、新疆大枣、广东月饼等, 批发式订单屡见不鲜。“我们主要是2C的业务, 但因为领先的分布式AI技术与拼购等创新的商业模式, 使平台运营成本相对低很多, 这产生了很大的价格优势, 2B的业务也在迅猛增长。”拼多多农货节负责人分析。

一线城市订单占四成, “时尚农产”正在兴起

农货节期间, 北京的何欣几乎“秒杀”了每一个“万人团”, 其中两单是“活甲鱼”和“大闸蟹”。“我不是拿来吃的, 想养着看。”她说。一个月前, 这位90后在拼多多上拼了一单“石金钱龟蛋”, “出差回来, 居然真的孵化出了六七个‘龟儿子’, 我又给它们拼了带沙滩、假山和绿植的海景房。”

何欣“秒杀”的猕猴桃已由顺丰送达, 广西百香果也已于25日下午发出。

“百香果的订单超过一半来自北上广深。这次一线城市的农产订单占到了4成, 广东订单从第一天起就保持第一, 呈一条明显的增长曲线, 22日之后增幅更为陡峭。”据拼多多农货节负责人介绍, 江苏的消费总额虽略少于广东, 但趋势类似, “22号后的日销售额即超越浙江, 一直保持在全国第二, 仅有2000多万人口的上海展现了强大的农货消费力, 全国排名第四”。

拼多多创始人兼CEO黄峥在Q2财报电话会议上透露, 今年1月, 拼多多平台一二线城市用户的GMV占比为37%, 6月即提升至48%。618期间, 农产品订单中来自一二线城市的占7成。“此次农货节显示, 来自一二线城市的订单量还在增加。”拼多多农货节负责人说。

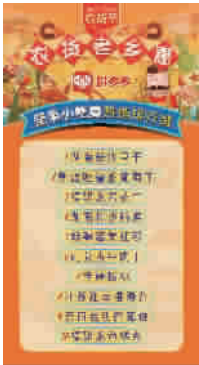
拼多多新出炉的农货热销榜显



示, 作为国内最靠前的水果大省, 陕西和四川的果类占据了“水果生鲜榜”的半壁江山; 而粮食主产区之一的东北, 则是在“粮油冲饮榜”中独占三席。排行榜鲜明反映出全国约500个农产区“南果北粮”的产品特征。

其中, 来自湖南长沙的豆干在坚果小吃类热销排行榜中拔得头筹; 新疆吐鲁番葡萄干和若羌红枣、福建龙岩花生、湖南长沙鸭脖紧随其后; 内蒙古牛肉干、新疆核桃、连云港海苔昆明鲜花饼、福建龙海糕点等农产品也都上榜。

在水果生鲜榜单中, 四川攀枝花芒果、安徽宿州梨、海南三亚菠萝蜜、四川资阳柠檬等南方水果优势明显; 位于南北分界线上的陕西, 因



其独特的地理环境和气候特征, 凭借嘎啦苹果、眉县猕猴桃和渭南大枣一省独居三席。

人民日报新媒体中心5月29日发布的《中国青年发展报告》披露, 35岁以下用户已占拼多多总用户数的83%; QuestMobile信息则显示, 拼多多已成为80后女性用户最常用的网购平台。随着工作节奏加快, “时尚农产”养生与捐步、健身房并列, 已成为各年龄阶层通用的养生“三大法宝”。

在拼多多平台上, 宁夏中卫的枸杞因为颗粒饱满, 价格实惠, 深受消费者青睐, 以突破百万的销售额取得了滋补保健热销排行榜的第一位, 购买枸杞的消费者中, 35岁以下的占80%左右。

上行“南果北粮”, 新电商助力“新农业”

“2018年拼多多的农产品上行 了653亿元, 但上线农货节, 我们主要不是为了GMV, 因为拼多多在三大电商平台中是惟一做农产品起家的, 从终端的购买与交付, 中间的物流, 到前端的种植生产, 拼多多有更大的责任去主动参与探索一条适合中国的新农业之路。”拼多多新农业事业部高级总监东原说。

8月14日农货节当天, 广西北海海鸭蛋的“万人团”活动, 10枚经过腌制、烘烤加工的海鸭蛋仅售13.1元, 16000件海鸭蛋刚过中午就被抢购一空。商家的拼多多店铺海鸭蛋日销量已达30万枚, 累计销量突破3000万枚, 其中大部分销往东北和西北地区。在平台持续稳定订单的推动下, 商家还参股了当地最大的几家海鸭蛋制作工厂, 开始“由商及工”, 往行业上游发展。

随着北海海鸭蛋知名度的全面提升, 相关产业得到跨越式发展。今年以来, 北海海鸭蛋的收购价格也攀升至15元/公斤, 为历年来最好价格。

农货节期间, 贵州六盘水红心猕猴桃上线万人团, 9小时卖光30万枚。为帮助藏在乌蒙山区腹地的这一高原山区特色农产品迅速打响品牌, 拼多多对每一单猕猴桃都进行了高额补贴。

从拼多多数据来看, 农货节“南果北粮”的格局非常鲜明, 在粮油冲饮类热销排行榜中, 来自黑龙江的大米、吉林四平的黑玉米和辽宁盘锦蟹田米就占得三席, 且都排名靠前。其中, 消费

陕西、四川、安徽位列发货单量前五。“秒杀万人团”频频售罄, 19.9元30个的贵州六盘水红心猕猴桃7分钟售出超3万枚; 四川会理甜石榴, 11.9元5斤7小时一万单被抢光。

“农特产品大部分是非标品, 与iPhone等标品的可比价性不一样, 但拼多多的超高性价比还是突破了消费者心理阈值, 产生了非常明显的消费刺激。广东月饼、新疆吐鲁番葡萄干、四川攀枝花芒果、黑龙江五常大米……仅在农货节的12天内, 各地就纷纷涌现单一商品链接销售额超百万的爆款单品”, 拼多多农货节负责人说, “做‘腿上有泥’的新电商, 听起来有点土, 但在平台上, 像枸杞、百香果、雪莲果、石榴、大闸蟹等品类的消费, 超80%是35岁以下的年轻人, 农特产品正成为一种带有娱乐性的时尚和绿色消费, 一种新的农产消费观念正在形成。”

