

山村婆[®] 集团融资路演

重塑中国乡村价值，共创十万亿生态蓝图

报告人名称：



目录





时代机遇

在国家乡村振兴与共同富裕的宏大叙事中，农业正成为“三产融合”的超级赛道，孕育着前所未有的商业机遇与社会价值。

政策红利持续释放，顶层设计指明方向



政策红利

国家全面推进乡村振兴战略，大力支持“数商兴农”、“一村一品”，为农业科技、品牌打造、农村电商等领域提供了前所未有的政策支持与发展空间。

01



市场痛点

中国乡村蕴藏海量优质特产与文旅资源，但普遍存在“有产品无品牌、有风景无体验、有文化无故事”的困境，市场开发度与附加值亟待提升。

02



杭州优势

集团总部位于中国数字经济与电商高地——杭州，可充分整合直播电商、人工智能、区块链等前沿技术与人才资源，为传统农业赋能。

03

万亿级市场亟待整合与开发

01

土特产升级

传统农产品销售模式附加值低。通过品牌化、深加工、标准化，可将初级农产品价值提升数倍乃至数十倍，形成万亿级增量市场。

02

文旅融合

城市居民对回归田园、体验乡村生活的消费需求日益旺盛。从观光农业到沉浸式田园综合体，乡村文旅市场空间巨大。

03

科技赋能

智慧农业、生物育种、农业SaaS服务等技术应用，将极大提升农业生产效率与供应链韧性，催生新的千亿级技术服务市场。



商业模式

我们构建的不是一个单一品牌，而是一个以数字技术为驱动的“乡村产业互联网平台”，通过“1+4+N”生态闭环，重塑乡村价值链条。

一个核心大脑

山村婆数智农业中台（杭州总部）

01

02

03

顶层设计

负责集团整体战略规划、商业模式设计与产业基金运作。

品牌孵化

集中力量孵化“地标爆品”品牌矩阵，提供从0到1的全案支持。

数据中枢

利用AI与区块链技术，打通生产、供应链、销售全链路数据，建立“乡村信用体系”，为金融赋能提供依据。

引擎一：地标爆品

打造“一村一品一IP”的品牌矩阵

严选地标

深入全国原产地，发掘具有独特性、高品质的地理标志农产品。

01

国潮包装

依托杭州设计力量，为传统土特产注入国潮文化元素，提升品牌溢价。

02

深加工增值

建立中央厨房与预制菜工厂，将初级农产品转化为休闲零食、功能食品等高附加值商品。

03

全域营销

整合“千村万播”直播矩阵、社群团购、内容电商等新渠道，实现品效合一。

04

引擎二：沉浸文旅

打造“乡村生活方式目的地”

01

数字游民基地

在风景秀丽的乡村建立“乡村CBD”，吸引城市白领远程办公，激活乡村消费。

02

非遗研学体验

结合当地传统手工艺、农耕文化，打造亲子研学、康养度假等高端文旅线路。

03

云认养模式

用户在线认养田地或果树，通过直播实时查看生长过程，成熟后直送家庭，并配套民宿体验，实现“从农田到餐桌+文旅”的闭环。

引擎三：科技农业

技术输出，赋能未来农场

1

智慧供应链

建立覆盖全国主要产区的冷链物流骨干网，利用物联网技术降低生鲜损耗率。

2

AI种植指导

联合科研机构，提供高产优质种苗，并利用AI图像识别技术指导精准施肥灌溉。

3

农业SaaS服务

向合作社与家庭农场输出农业生产管理系统，提供种植计划、成本核算、产销对接等服务，收取技术服务费。

引擎四：品牌出海

推动“东方田园”生活美学全球化

跨境电商

利用TikTok、Temu、亚马逊等平台，将中国的茶叶、丝绸、特色零食等“东方田园好物”销往全球。

01

文化符号输出

将“山村婆”品牌塑造为东方田园生活的代表符号，向海外消费者传递中式养生理念与乡村美学。

02

全球资源链接

引进国外先进的农业科技与管理经验，反哺国内产业升级，实现双向赋能。

03

N个利益共同体

升级版“公司+农户+合作社”模式

1 股权联结

农户以土地经营权、劳动力等入股合作社，合作社再入股山村婆区域子公司，从产业链最底端的生产者转变为“链上股东”。

2 三重收益

农户可获得“土地租金+务工薪金+股权股金”三重收入，实现稳定增收与共同富裕。

3 长效机制

通过股权纽带，将企业、合作社与农户结成紧密的利益共同体，确保联农带农机制的长期性与有效性。



市场策略

从中国乡村到全球市场，我们制定了清晰的品牌矩阵与全渠道通路，让中国乡村的美好被更多人看见、听见、品味到。

品牌矩阵

从国民品牌到全球符号



主品牌：山村婆

定位为“中国乡村价值重塑者”，负责集团品牌背书与文化传播，成为一个具有亲和力与国民度的心智高地。

子品牌矩阵

针对不同品类与消费场景，孵化“XX记”（如“龙井记”）、“XX造”（如“竹编造”）等系列子品牌，形成品牌集群效应。

全球符号

最终目标是将“山村婆”打造成代表东方田园生活的全球性文化符号，与星巴克代表咖啡文化、无印良品代表简约生活类似。

全渠道通路



线上线下融合，国内国际并举

01 线上渠道

整合天猫、京东、拼多多等传统电商，抖音、快手等兴趣电商，以及自有小程序与社群矩阵，实现全域覆盖。

02 线下渠道

与头部餐饮品牌、连锁商超、精品便利店建立战略合作，并开设品牌体验店，打造从“尝鲜”到“购买”的闭环。

03 海外渠道

通过跨境电商平台、海外华人商超、亚洲美食专卖店等路径，将产品推向全球30亿华人市场及对中国文化感兴趣的海外消费者。

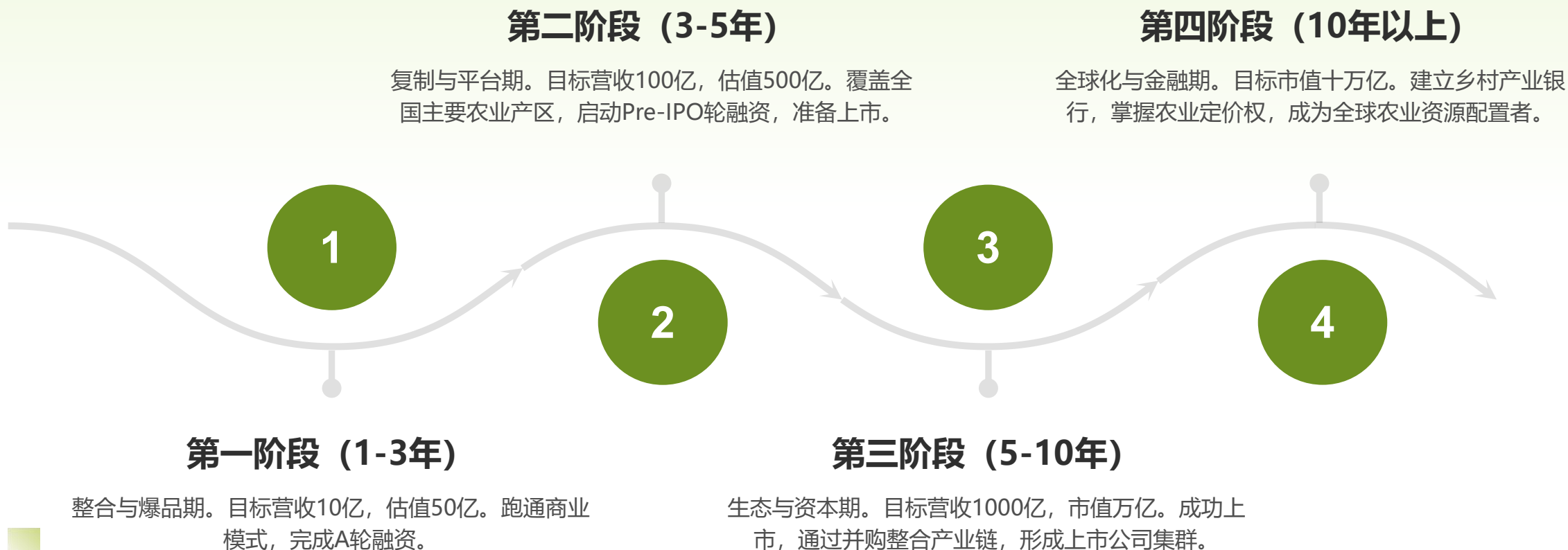


发展规划与财务预测

我们为这座十万亿级的商业大厦，设计了清晰的
的四步走资本路径，每一步都脚踏实地，每一
步都价值斐然。

资本路径图

迈向十万亿市值的四个阶梯



股权结构与融资需求

开放共赢，诚邀同路人

01 融资金额

本轮计划出让10%股权，融资人民币5亿元。

02 资金用途

40%用于数智农业中台建设与科技研发投入；30%用于全国核心产区的基地布局与产能建设；20%用于品牌营销与渠道拓展；10%用于补充流动资金。

03 退出机制

投资方可通过公司IPO上市、后续轮次股权转让、以及约定的回购条款等多种方式实现投资退出。



核心壁垒与团队

我们的护城河，源于对国家战略的深刻理解与对数字技术的极致应用。我们的战斗力，源于一支兼具家国情怀与国际视野的顶尖团队。

构筑核心壁垒

筑牢十万亿生态的坚实根基

01

品牌壁垒

占据“山村婆”这一极具亲和力与国民度的心智高地，使其成为“中国乡村”的代名词。

02

数据壁垒

通过数智中台，掌握中国乡村最核心、最底层的产销大数据，为精准决策与金融赋能提供支撑。

03

政策壁垒

深度绑定国家乡村振兴战略，成为政府信赖的合作伙伴，优先获取政策支持与项目资源。

04

模式壁垒

“1+4+N”生态闭环模式具有极强的复制性与网络效应，一旦形成规模，将产生强大的协同价值，难以被模仿和超越。

创始团队简介

家国情怀与商业智慧的融合

01

集团创始人

拥有成功创办消费品类上市公司的丰富经验，深谙品牌打造与资本市场运作之道，怀揣“实业报国”的坚定信念。

02

首席技术官

来自国内顶尖互联网企业，是农业大数据与人工智能领域的专家，拥有多项核心专利。

03

首席品牌官

资深品牌战略专家，曾成功打造多个国潮品牌，对中国传统文化与现
代审美有深刻理解。

04

首席运营官

资深供应链管理专家，拥有多年全球采购与物流管理经验，确保全球供应链的高效运转。



携手未来

这不仅是一场商业远征，更是一场关于中国乡村的伟大价值革命。我们诚邀您，与我们一同见证并参与这场历史性的变革。

价值共创

让世界爱上中国乡村

01

对社会的价值

创造百万级就业岗位，带动千万农民增收致富，成为乡村振兴与共同富裕的标杆企业。

02

对股东的价值

打造一个万亿级市值的上市平台，为早期投资者带来千倍万倍的丰厚回报。

03

对产业的价值

用数字技术武装农业，用世界审美重塑土特产，全面提升中国乡村产业的现代化水平与国际竞争力。

结语与展望

一个关于土地与未来的宏大叙事

01

我们的愿景

成为全球首个“十万亿级”乡村生态综合型上市控股母公司。

02

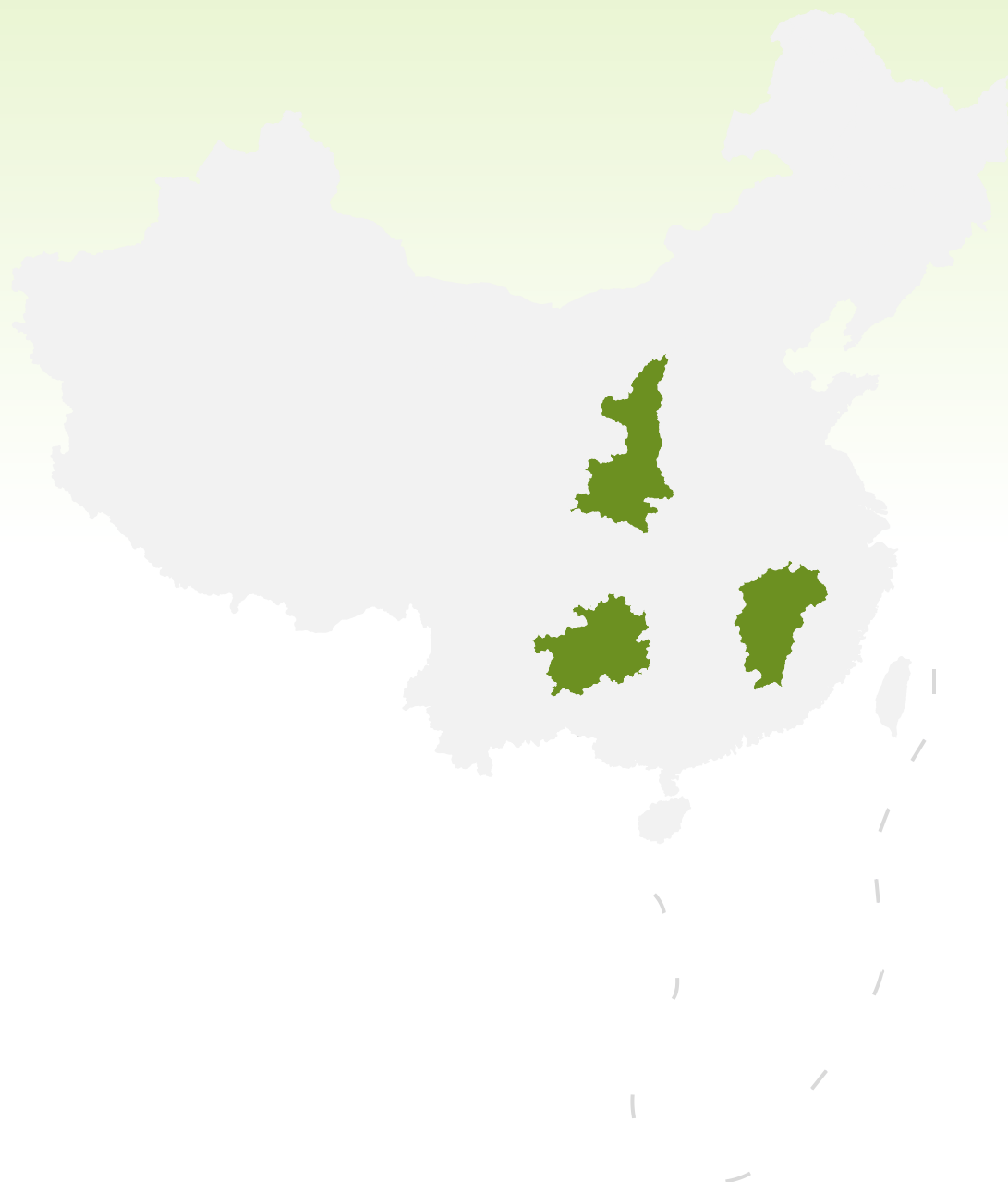
我们的使命

让世界爱上中国乡村！

03

我们的口号

山村婆 —— 中国乡村价值重塑者与全球输出者！



谢谢观看

20xx.xx.xx

报告人名称

