

经济日报携手京东发布数据——

高品质农产品“真香”

好产品如何价优快销

李 瞳

随着我国经济持续健康发展，居民收入水平不断提升，消费升级态势愈发明显，特别是越来越多的消费者对农产品的品质提出了更高要求——有机、绿色、原产地，高品质农产品需求快速增长。如何才能更好满足人们日益增长的高品质农产品消费需求，这是消费者关注的一个话题。

一方面，要加快打造具有广泛影响力的农产品品牌，提高农产品附加值，促进农产品优质优价正向激励机制的建立。

特别是要形成“农产品质量越高销量越好，农民收入越高越愿意提供更多高质量农产品”的正向循环。这样既能帮助农

民增加收入、改善生活，也能进一步满足消费者对高品质农产品的消费需求。

另一方面，要借助电商平台优势，形成线上线下资源优势互补，帮助各地优质农产品更好更快触达全国消费者。

去年受新冠肺炎疫情影响，许多优质农产品的线下销售渠道受阻，更多农户对于线上销售有了新的诉求。但是，受制于知名度不高、地理位置不佳、供应链基础设施落后等因素，导致产品滞销。因此，要发挥电商平台高效宣传、精准对接、快速直达等优势，支持农村农业产业兴旺，助力优质农产品走得更快更远。

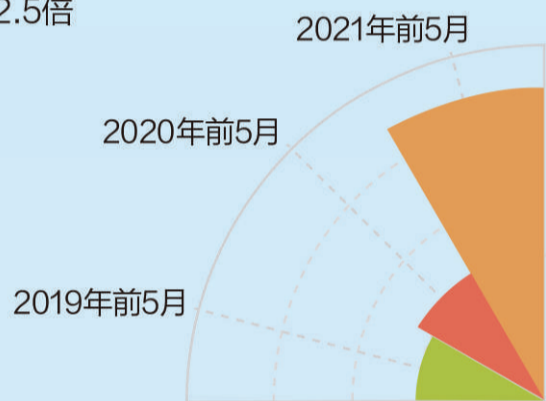
说数



消费者对高品质农产品需求逐步提升

农产品产地成为消费者热搜词

2021年以来，对产地的搜索次数超过2020年同期的2.5倍



消费者搜索最多的农产品产地



产地农产品成为高品质农产品的显著标签



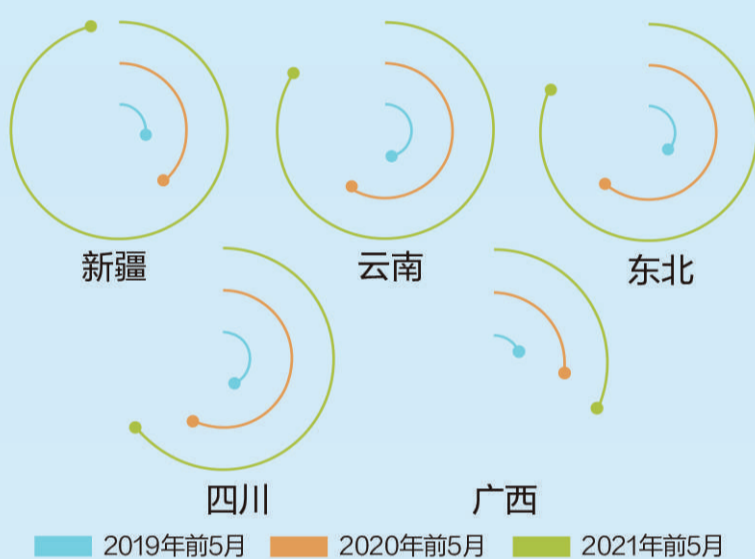
农作物生长环境受关注

有机、绿色、野生是消费者搜索最多的生态关键词

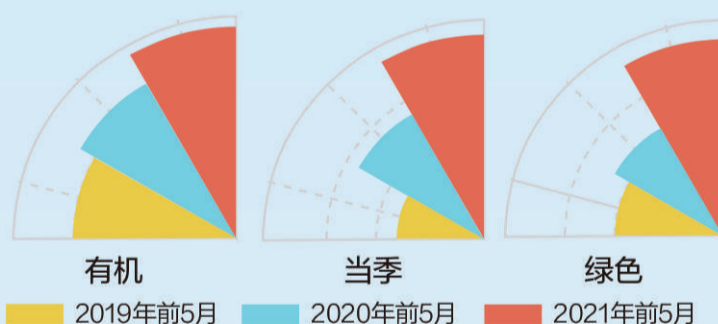


线上农产品市场更加繁荣

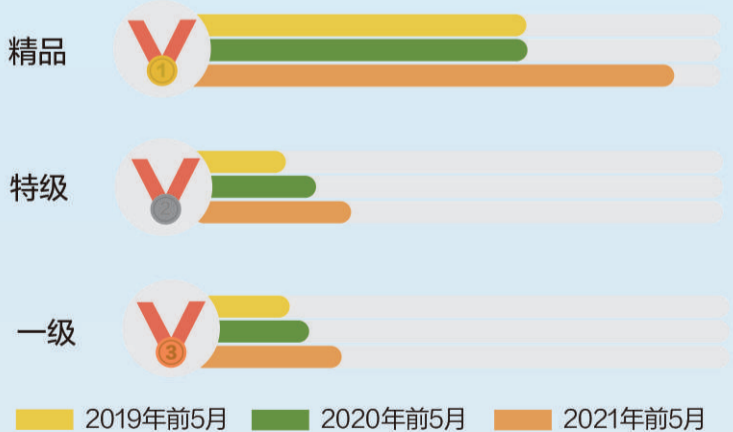
产地农产品商品数量大幅增加



在线上农产品市场中，有机、绿色等生态农产品商品数量明显增多



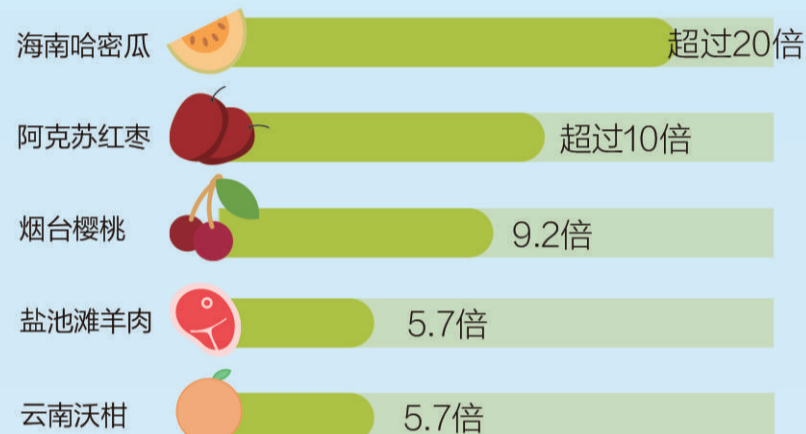
精品、特级、一级等标签的农产品数量明显增长，同时从产地到餐桌的速度也更快了



高品质农产品消费快速增长

产地农产品消费呈现高倍数增长

2021年前5月成交额同比增长(倍)



线上农产品市场仍具增长潜力

近年来，越来越多的农特产品在线上热销，越“土”越受欢迎。但是，由于产地偏远，不少农特产品销售受到很大限制

2021年以来成交额同比增长超过10倍的地标农产品

