

经济日报携手京东发布数据——

高质量农产品迎来高增长

“原产地”如何做出好品牌

李 瞳

千里之外的消费者轻点手机，福建的柚子、广西香蕉、阳澄湖的大闸蟹就能从农户手中直达餐桌。随着移动消费快速发展，农产品市场正变得更加广阔，但挑战也随之而来。例如同一产地农产品质量参差不齐，印有相同地理标志产品却大相径庭等。看来把“原产地”做成好品牌，还得下点真功夫。

“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳”。农产品鲜明的地域特征，决定了其独特的品质，这也是原产地农产品的天然属性。因此，要合理运用各种要素，加快打造地域特色，不断壮大产地优势。

加强品牌建设，强化品牌意识。农户、企业、地方要注重品牌的长期培育和发展，根据资源禀赋特点、消费趋势变化因地制宜，在品牌形象、

传播策略、营销方法等方面统一规划，合理利用各类资源，用心呵护特色地理标志。

借力电商平台，实现三方共赢。作为消费者与农户之间的新桥梁，电商平台要主动为原产地农产品触网与发展铺平道路。一方面，平台要发挥自身信息优势，解决好买卖双方面临的痛点和难点，在物流、营销、售后等方面提供更多服务；另一方面，以自身经验帮助农户对农产品全流程进行统筹整合，助力原产地农产品的标准和质量进一步提升，从而更好地满足个性化、多样化、高品质的消费需求。

随着越来越多的产品愈加符合线上消费趋势，相信原产地农产品将在科技与互联网技术的帮助下迎来更多商机。

说数

高质量农产品已成为消费者在线上频繁购买的生活必需品，新兴产地则抓住新机遇，不断开拓线上市场，得到了快速发展

虽然新兴农产品层出不穷，但消费者耳熟能详的“老几样”依然活力十足，并获得了更加广泛的认可



在众多细分品类农产品中，带有更加明确的产地标志和名称的农产品销量增长表现较为突出

“原产地”更受青睐



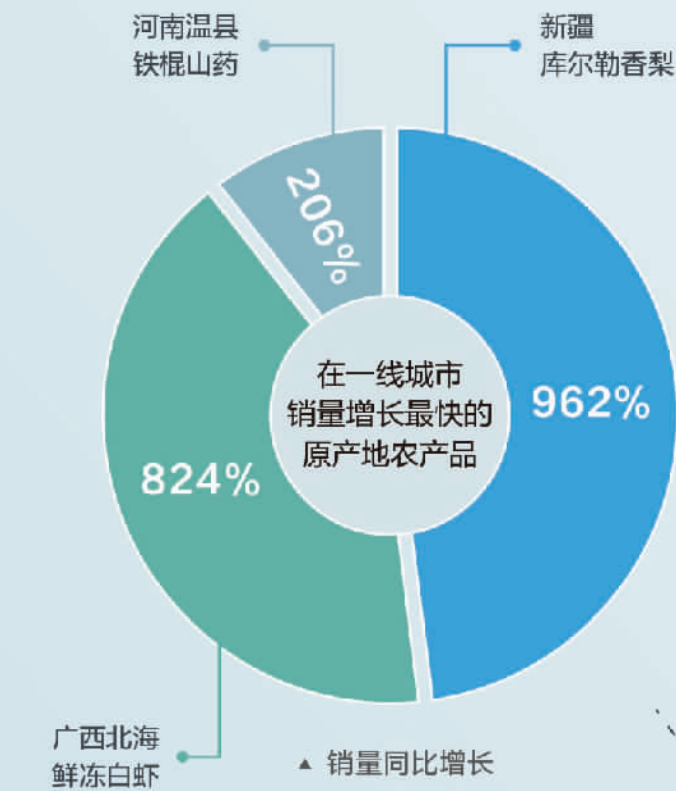
随着消费者对食材原产地、绿色健康等属性的需求提升，越来越多的优质生态农产品脱颖而出，走向全国

“双11”期间成交额最高的原产地农产品

在下沉市场销量增长最快的原产地农产品



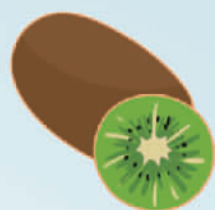
不同地区对原产地农产品的需求呈现明显差异，在一线城市销量增长最快的原产地农产品包括水果、蔬菜、海产等；在下沉市场销量增长最快的农产品主要为水果



华东地区的江苏宿迁霸王蟹，当地的市场份额最高，销量占比达到**40%**，华东是蟹的主产区，也是最爱吃蟹的地区



西南地区的贵州修文猕猴桃，超过**92%**的产量销往其他区域，西南大区的销量占比仅为**7%**



原产地农产品市场特点各不相同



西北地区的宁夏滩羊肉，最大的市场在华东，销量占**25%**



西南地区的四川果冻橙，最大的市场在华北，销量占**33%**



数据周期：2021年10月20日至11月11日

数据来源：京东消费及产业发展研究院 本版编辑：林蔚