

经济日报携手京东发布数据——

生鲜俏不俏 “身份”很重要

抓住地标农产品成长契机

总体消费情况

部分会直接联想到原产地，如五常大米、阿克苏苹果、锡盟羊肉……在国内农产品市场上，真正具备全国影响力的品牌还比较少，而地标在很大程度上发挥着知名品牌的作用，帮助消费者选择高品质农产品。

数据显示，地标农产品在整个农产品中的线上销售额占比逐年递增，已超过10%。可以说，地标农产品不仅展现了消费升级的大趋势，同时也成为农业走向高质量、可持续发展的一条鲜明路径。

值得注意的是，消费者对不同品类地标农产品的偏好差异明显。其中，水果是消费者最常用地标进行区隔的产品，知名地标水果能得到更多的关注，销量往往更大，从而进一步驱动相关产业带加速建设和完善。而肉蛋及蔬菜类地标农产品则有后来居上的态势，但相关地标产品受众面较小、特色不鲜明的问题仍较为突出。

地标农产品发展的差异性需要相关企业高度重视。首先，消费者越来越关注食物品质，对高质量农产品不再是偶尔“尝鲜”，企业需要付出更多的努力，打造值得长久信赖的产品。

其次，随着物流设施和服务不断完善，越来越多生鲜农产品能够被迅速送上消费者餐桌，竞争变得日益激烈，地方政府和企业要形成合力，进一步突出产品特色，持续壮大产地优势。

最后，在直播平台、社交媒体快速发展的当下，企业要学会利用媒体平台，持续做强做大品牌效应，从而让地标农产品得到更广泛的认可。在宣传过程中，要特别注重文化和传承，擅长“讲故事”的地标农产品往往能取得长足发展。同时，还要用扎实的客观的科学知识凸显地标农产品在营养、口味上的差异化优势，进一步夯实用户认可。

对相关企业来说，消费者餐桌的消费升级是全新的市场契机，许多农产品缺乏相应的高品质代表，也有大量优质农产品藏身于“深巷”之中。因此，要抓紧通过树立地标品牌，突出自身特色，提高产业升级速度，从而让更多地标农产品走上发展的快车道。

(作者系京东消费及产业发展研究院院长)

说数

地标农产品消费金额增速逐年加快



近5年，地标农产品消费金额年均增长36%，高于农产品整体增速4个百分点

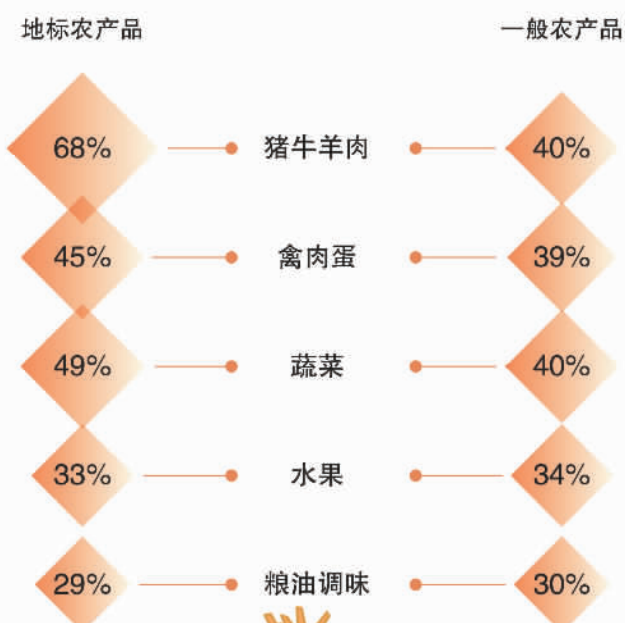


近5年，地标生鲜农产品消费金额年均增长41%，高于生鲜农产品整体增速7个百分点

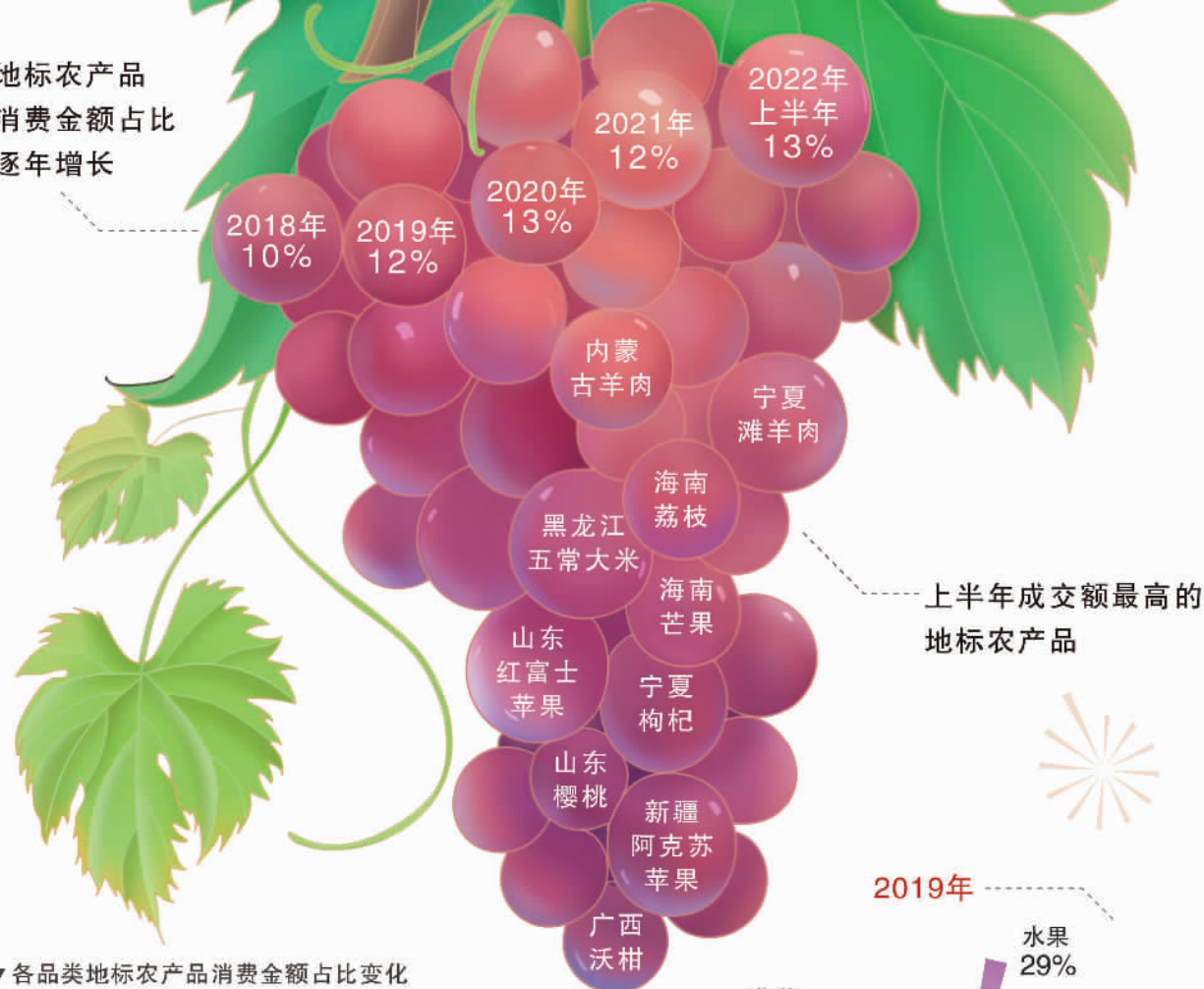
细分品类消费变化

分品类看，肉类、水果等地标农产品更受欢迎，无论是消费增速还是占比均名列前茅，展现了消费升级的总体发展趋势

近5年消费金额年均增长

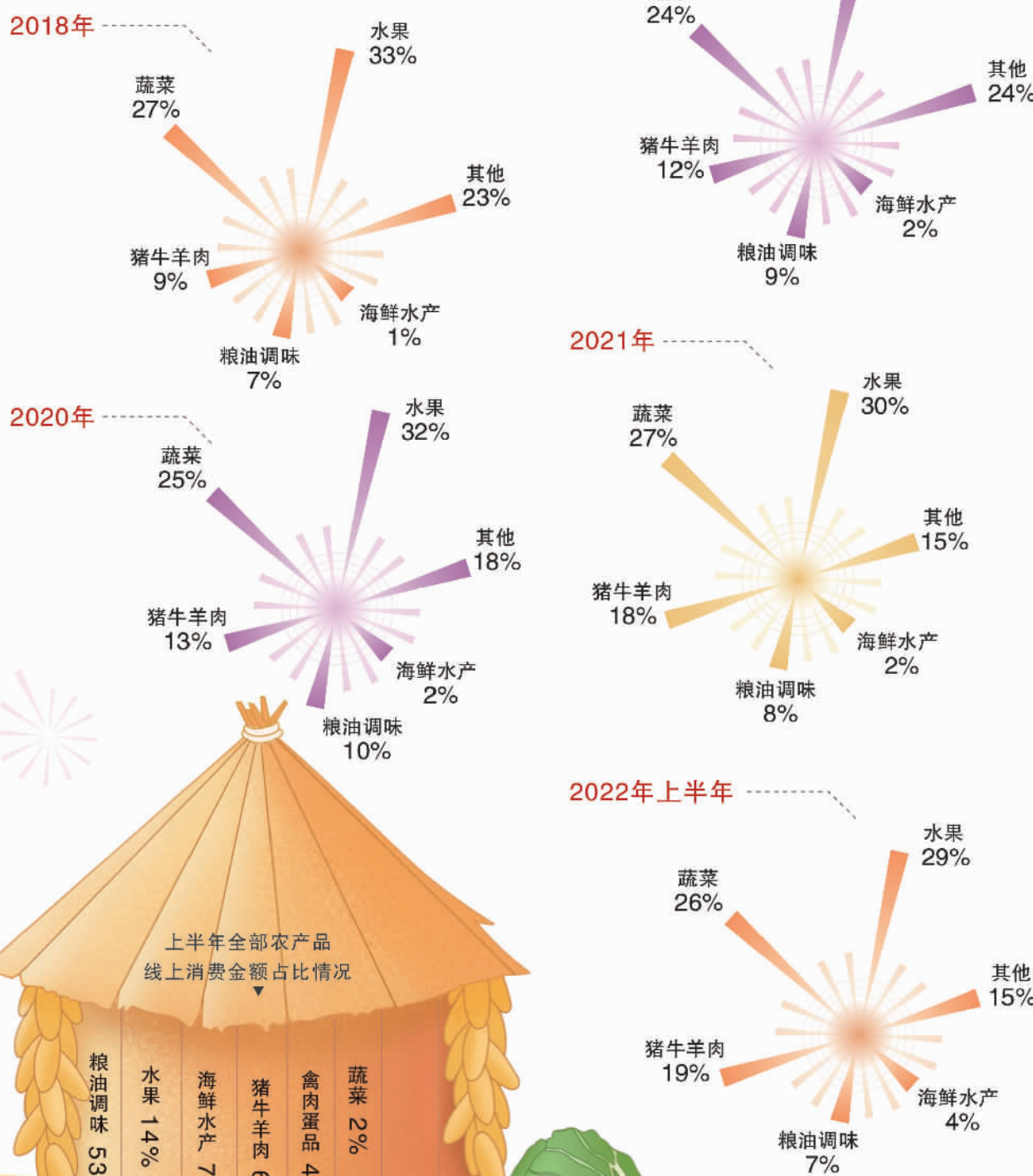


地标农产品消费金额占比逐年增长



上半年成交额最高的地标农产品

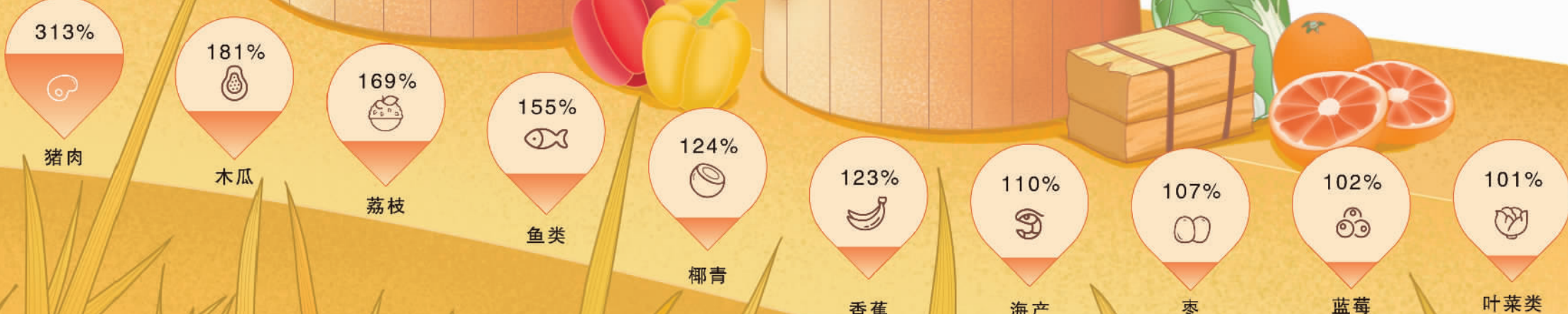
各品类地标农产品消费金额占比变化



随着地标农产品销售增速超越整体农产品，培养地标平台已成为发展高质量农业的有效路径。接下来，地方政府和龙头企业应进一步挖掘和培育本地特色农产品，通过标准建立、质量把关、精准营销等方式，更好地运营地标农产品，形成可持续、多方受益的发展体系。

从品类结构看，水果虽然是地标农产品渗透率最高的品类，但肉禽蛋鱼等的销售增速最快。特别是水果更容易受季节因素影响。肉类覆盖消费者日常餐饮，更容易形成持续性需求。因此，相关企业应更加重视农产品深加工，扩展产品形态，提升商品附加值，从而突破地域和时间的限制，不断满足消费者需求。

近5年细分产品消费金额年均增长



更多内容 扫码观看