

经济日报携手京东发布数据——

特色农货广受欢迎



打造差异化上行路径

当前,推动农产品上行的关键在于基础设施建设和品牌营销。通过新模式、新应用等举措,组成了一整套相辅相成的“软硬能力”。但每个区域都有属于自己的地域特色,农业潜在发展方向也不尽相同。因此,在规划发展路径时,无论地方政府还是龙头企业,都要避免对一些成功路径的生硬复制,而是要从他山之石中吸取最适合自身发展的经验。

从河南、湖北和湖南特色农产品品类结构变化和增长来看,3个省份之间存在明显不同,均有自己的特色优势和独特发展路径。

河南作为农业大省、粮食大省,近年来积极开拓农产品线上销售渠道,逐步建立了品牌和产品优势。其中,粮油调味品线上成交额年均增长51%,领跑整个农产品品类;在生鲜农产品领域,菌菇、瓜、葱姜等品类也实现快速增长。这些都是相当基础、消费频次较高的农产品,一旦消费者对相关农产品产生认可,就会在线上形成持续购买的习惯,对于企业来说这是相当稳固的市场。

湖北农产品上行更具地域特色,无论是生鲜品类中的脐橙、蜜橘、藕带,还是销售增速较高的热干面,都洋溢着湖北的“味道”。当地企业所主打的“湖北味”,拉动了大量湖北特色农产品的线上消费,正帮助地域性较强的商品出“山”入“海”,实现高质量发展。

同样以独特味道走向全国的湖南农产品,则搭上了“方便菜”的快车。作为八大菜系之一,湘菜不仅在线下覆盖了全国市场,也通过方便菜的形式让更多消费者享受到“辣”的畅爽。除了五花腊肉、常德酱板鸭等传统方便食品,外婆菜、梅菜扣肉、剁椒鱼头等一系列特色方便菜也持续热销。对此,相关企业要持续保持并强化地域菜系的“色、香、味”,并进一步提高方便菜的品质,从而长久留住消费者。

事实上,不仅省份之间的农产品发展路径不同,每个县甚至每个乡镇的特色和路径都会有差异。期待看到更多差异化的实践,让每一个乡村都走上高质量发展的道路。

(作者系京东消费及产业发展研究院院长)

说数



随着冷链物流等基础设施持续下沉,越来越多的消费者从购买深加工产品向购买生鲜产品转变,线上采购禽肉蛋鱼等生鲜农产品成为常态。建议具备丰富淡水鱼、虾资源的湖北、湖南相关企业可以充分利用线上渠道,在提升产品品质和供给速度的同时,加快打造地标产品品牌,帮助农户增收增产。

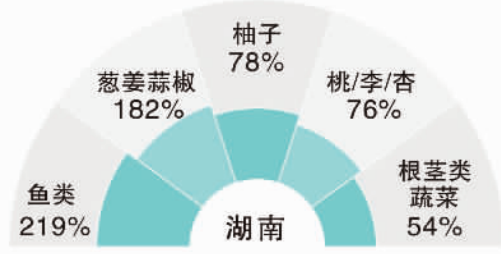
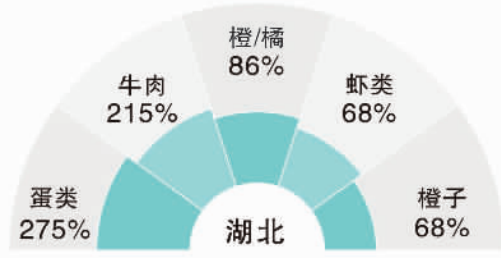
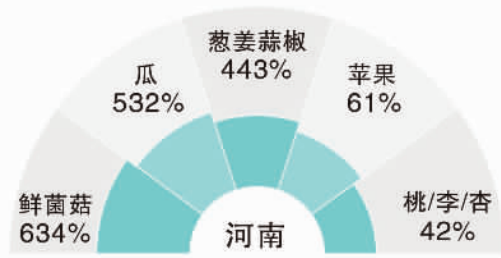
具有独特风味的特色农产品往往更受消费者青睐,这表明地域特色已经成为影响消费决策的重要因素。因此,农产品生产者既要进一步强化自身特色,也要关注消费者的反馈意见,在保证口味的同时,灵活调整生产和营销策略,让产品更适口、食用更便捷,从而赢得更多消费者复购。

生鲜农产品消费情况

受欢迎的生鲜农产品



近5年成交额年均增长



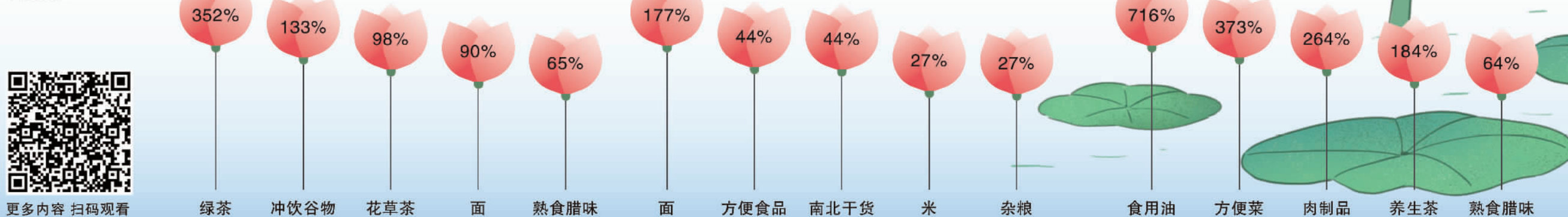
加工农产品消费情况

受欢迎的加工农产品



近5年成交额年均增长

加工农产品近5年成交额年均增长



更多内容 扫码观看