

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

西北风味行销八方



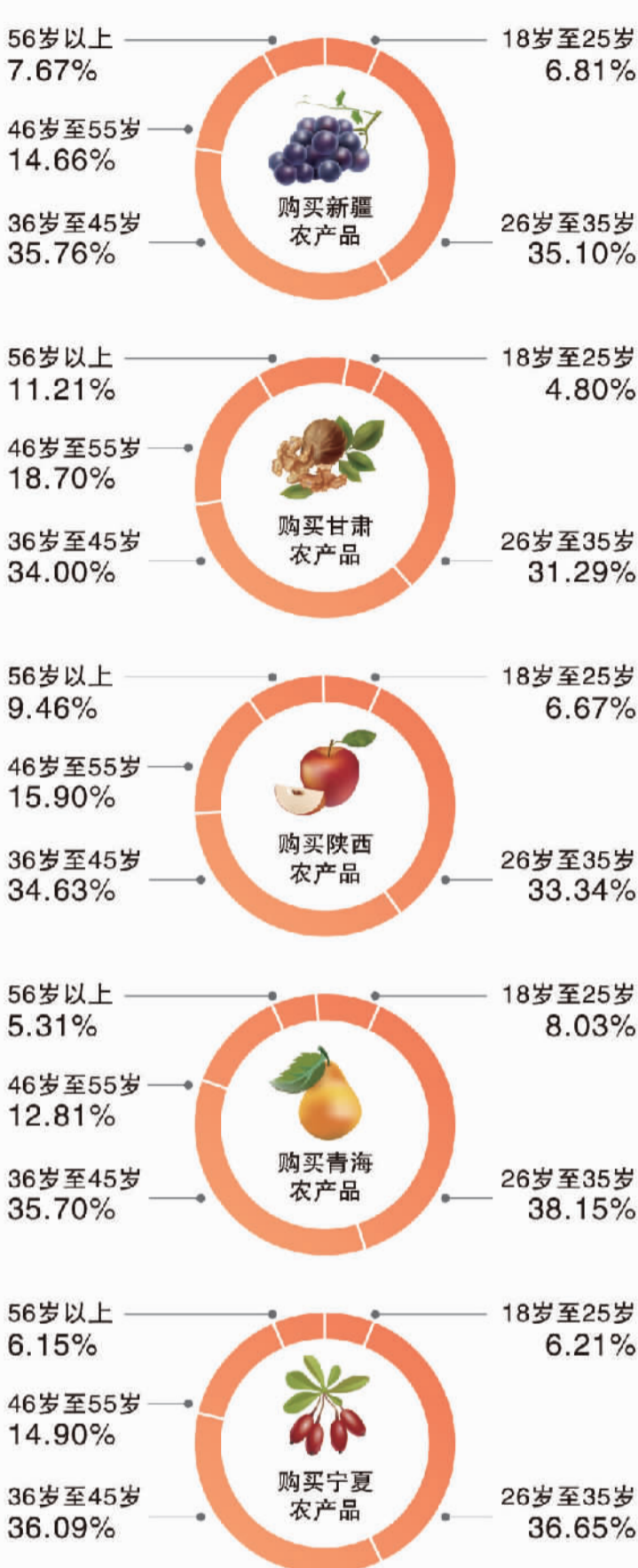
1 各地消费偏好变化

成交额增长变化 ▼ 2022年上半年与2018年上半年相比



2 消费群体偏好特征

从成交额占比看 ▼ 2022年上半年成交额占比



从成交额增长看 ▼ 2022年上半年与2018年上半年相比



说数

本期点评 刘晖

随着越来越多消费者对“食材品质”提出更高要求，有标识认证、可追溯原产地的高品质地标农产品受到更多关注。从农产品消费结构看，西北地区特色牛羊肉迅速成为核心产品，乳制品也进入快速上行通道，凭借特色产品优势和新的产销模式，不仅当地农户收入进一步增长，而且摸索出了一条可复制、可推广的发展路径。

更加完善的基础设施助力农产品上行。基础设施下沉不仅可以畅通农产品上行路径，还能从源头快速完成质量检验、产品分类等基础性工作，高效高质量赋能供应链，从而保障地标农产品的品质和服务，这对于维护品牌口碑有着积极的作用。接下来，政府和企业要加大投入，尽快实现基础设施智能化、数字化升级，进一步提高产销效率，为地区农产品发展注入新的活力。

利用新技术、新手段、新模式提升地标农产品知名度和产销量。相关农产品企业可以利用电商平台推广产品，并根据消费者反馈的意见，及时调整营销策略及售后服务，调整规划产品发展方向，实现数实融合发展。例如，青海刚察县有着口感出色的藏羊，但因品牌知名度低、销售渠道不畅等原因，养殖户缺乏议价权和稳定销路。后来，通过建立地标品牌、线上众筹等方法，“刚察藏羊”成为网红商品，消费者在尝鲜后形成复购，不仅农户实现增收，而且让当地畜牧产销流程更加高效稳定。

此外，区域农产品上行必须坚持底线思维——全力保障产品和服务维持在较高品质。各地政府要尽快制定相关行业标准，做好农业法律法规的宣传教育，加强行业监管力度，落实工作责任，规范行业安全运行。既要让地标农产品叫得响，也要让农产品品质顶呱呱，这样才能让区域农产品成为乡村振兴的有力抓手。

(点评人: 京东消费及产业发展研究院院长)



打通全国市场，只是农产品上行的第一步，保持农产品质量和口碑才是成功的根本保证。商家在农产品上行过程中，不仅要“卖”了多少，还要紧盯消费者反馈，对问题意见要及时处理和调整。建议商家根据市场信息，拓展经营品类，增进上下游合作。在强化国内市场的同时，进一步把握国际需求信息，开拓国际市场。

产品差异化是农产品从同类产品中脱颖而出的关键。建议商家根据不同产地农产品的信息，如历史故事、烹饪做法等，丰富特定农产品的卖点，提高产品附加值，吸引消费者目光。特别是近几年人们对饮食健康越来越关注，商家可以抓住农产品产地的健康属性、营养属性，推广特色农产品。



更多内容 扫码观看