经济日报携手京东发布数据——

健康升级带动农产品提质

在这里读懂中国消费

说数

□ 本期点评 刘 晖

当前，农产品品类越来越丰富，农产品市场正逐步进入提质扩容的升级阶段。其中，线上农产品商家、品类、产品更加丰富，消费规模持续增长，产品质量不断提升。随着消费者的选择空间越来越大，他们对健康的消费需求正引导优质农产品提升上行速度。

首先，代表高质量营养摄入的蛋白质类食品更加丰富。特别是在低温奶领域，商品数量同比增长超6倍，牛肉、水产等品类的商品数量也呈现出高增长。相关企业之所以投身这个赛道，是出于对中国市场食品消费需求持续升级的精准预判。一方面，消费者认知发生变化，他们更了解健康知识，更倾向于选择高品质食品；另一方面，物流配送渠道持续优化和畅通，低温奶等生鲜农产品对于冷链要求很高，完善的低温链路是保障其营养和口味的先决条件。

其次，具备保健和滋补功能的农产品是农业发展的重要方向。例如，营养滋补品商品数量同比增长94%，品牌数量同比增长148%……具备更高营养价值的农产品在市场上扮演着越来越重要的角色。除了传统滋补产品，辣木籽、即食燕窝等“网红”健康食品的出现，也为商家和生产企业指明了发展方向，研发生产有营养、有卖点的食品是扩展自身业务的新机遇。

抓住消费升级特别是食品健康升级的大趋势，对相关企业来说是壮大发展的必答题，也是打造自身长期竞争力的重要路径。但是，这也对企业提出了新的挑战——如何选择最适合自己的路径，如何营造差异化发展的护城河？相关品类的商家、品牌、商品数量大幅增长，让一些厂商滋生了“跟风挣快钱”的心态。然而，农产品行业无论是提升产品质量，还是塑造良好口碑，都需要久久为功。要想在农业领域长期发展，打造独具特色的农产品产业带，也需要长期下功夫、做文章。

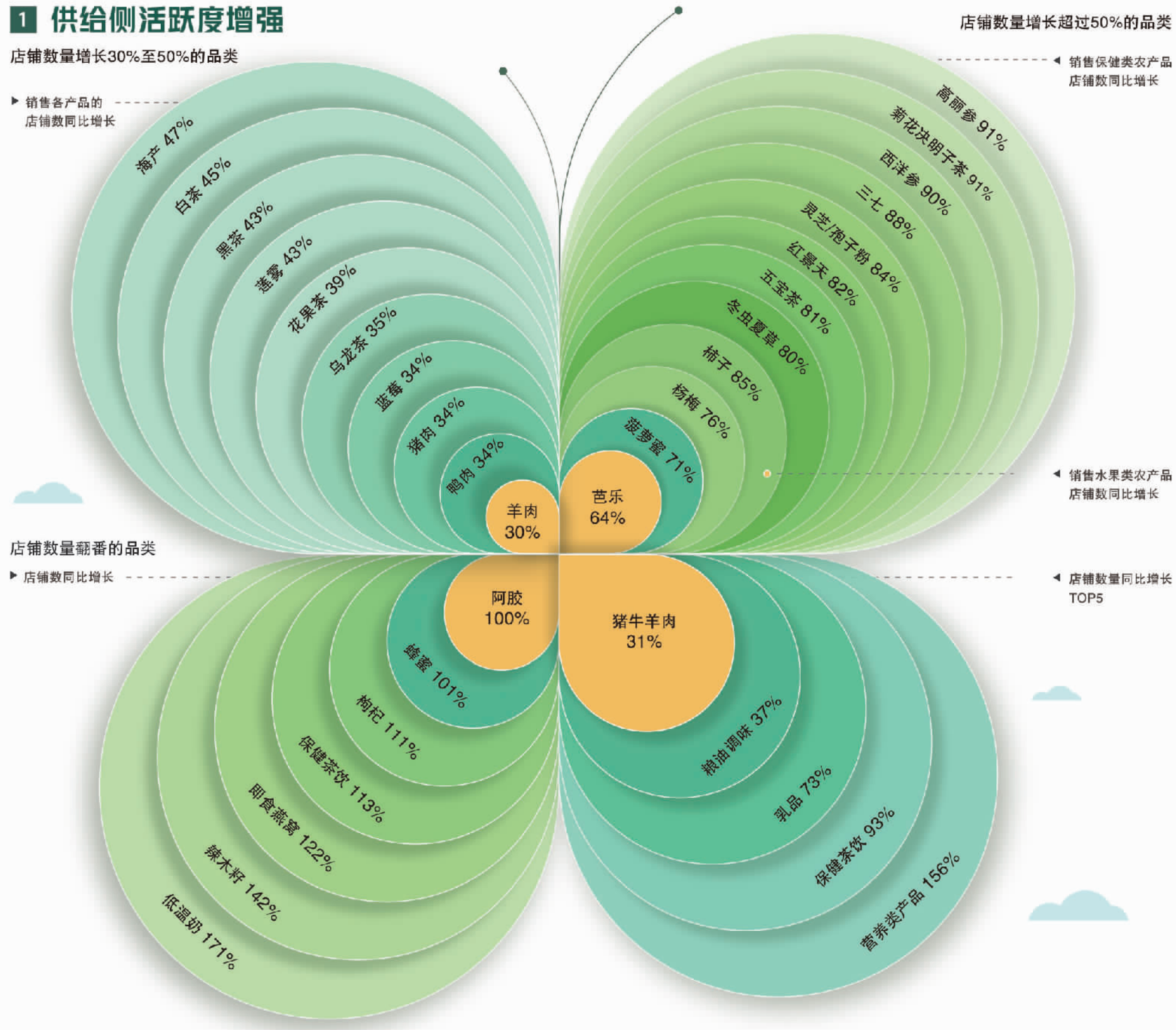
（点评人：京东消费及产业发展研究院院长）

数据显示，在线上店铺中，营养品店铺数量持续增长，特别是在地标农产品领域这一现象尤为突出，表明了消费者对健康关注度持续提高。建议地方政府、龙头企业及平台企业加深合作，完善地标农产品标准体系，严格执行相关规定，为地标品牌注入更加强劲的生命力。

得益于冷链物流基础设施快速下沉，大量地域性较强的水果、蔬菜及肉蛋奶产品持续热销，相关品牌扩展速度逐步加快。可以说，打通一条物流路径，就有可能盘活一个产业带。建议地方政府加大在物流基础设施建设上的投入和支持力度，为本地高质量生鲜农产品打造更顺畅的上行通道。

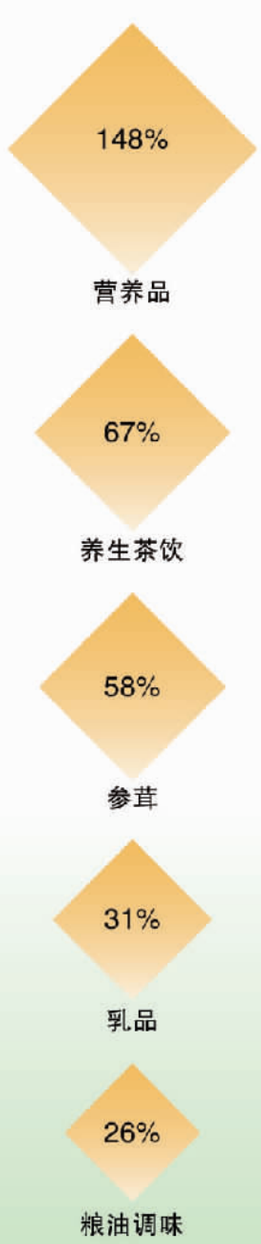
扩展农产品品类，既要让“藏在深山”的产品走向消费者，也要通过建立深加工产业，让农产品能够以更丰富的形态走上餐桌，从而满足消费者日益增长的需求。建议深加工农产品企业加大研发力度，有效解决生鲜产品周期短、扩散半径小等问题，提升农产品产业带供给能力和水平。

1 供给侧活跃度增强

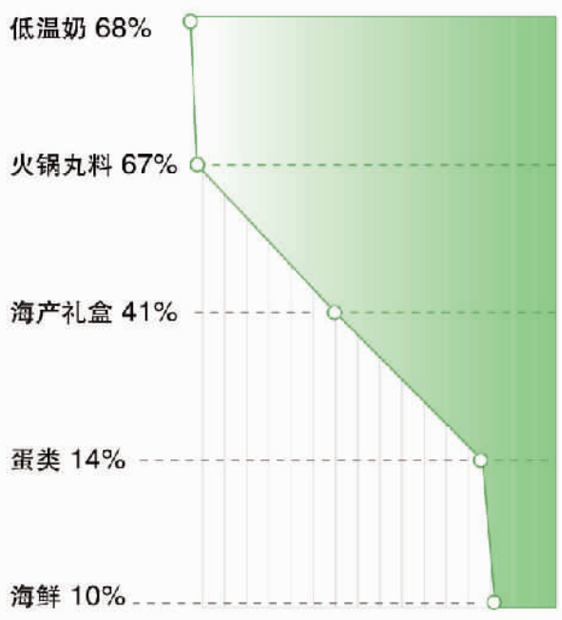


2 品牌化趋势愈发明显

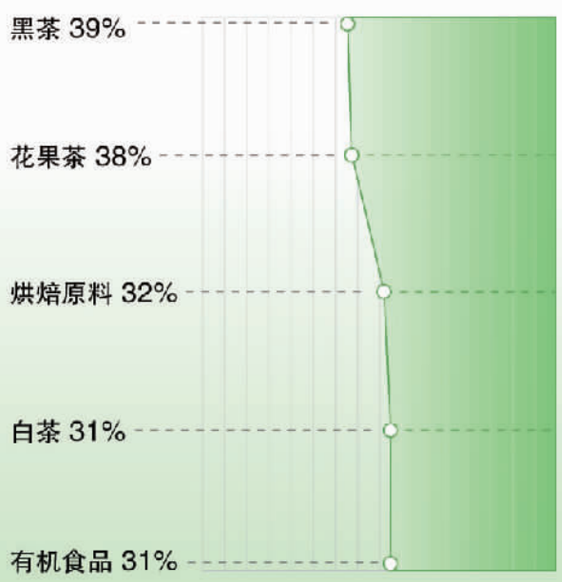
▼ 品牌数量同比增长TOP5



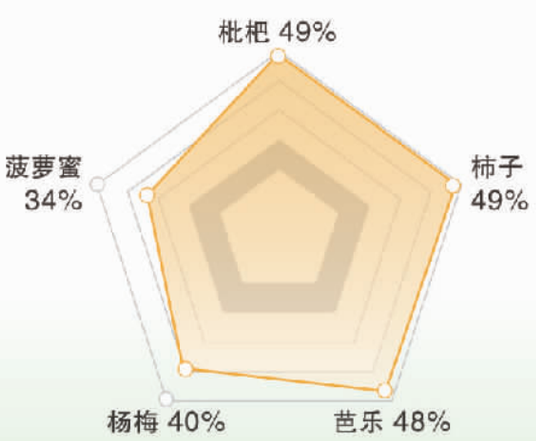
▼ 肉蛋奶农产品品牌数量同比增长情况



▼ 加工农产品品牌数量同比增长情况

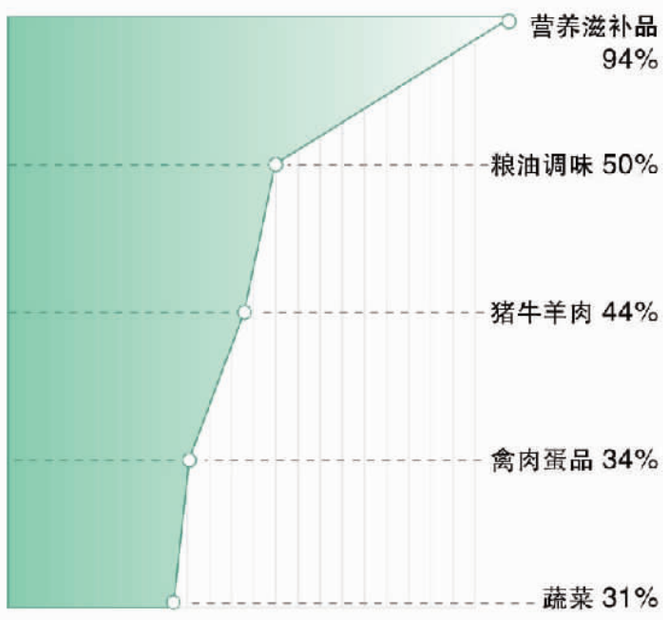


水果、蔬菜类农产品品牌数量同比增长情况

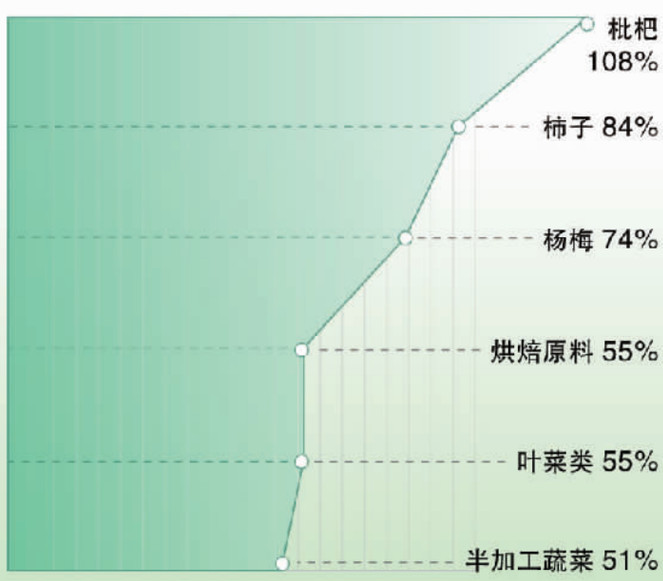


3 商品供给更加丰富

▼ 线上农产品商品数量同比增长TOP5



▼ 线上蔬菜水果及加工农产品数量同比增长情况



▼ 线上肉蛋奶商品数量同比增长情况

更多内容 扫码观看

数据周期：2022年

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳