经济日报携手京东发布数据——

土特产消费助乡村振兴

在这里读懂中国消费

说数

□ 本期点评 任威风

“一骑红尘妃子笑，无人知是荔枝来。”在唐朝想吃到一颗新鲜的岭南荔枝是一件难上加难的事情。如今，想要吃到智利车厘子、丹东草莓、岭南荔枝只需要动动手指，东北大米、宁夏滩羊、东海大黄鱼、云南菌菇更是成为人们的“家常便饭”。随着流通成本持续降低，运输效率不断提升，各地特色地标农产品通过现代流通系统走向全国，成为农民增收的主要手段，为脱贫攻坚的全面胜利作出了重要贡献。

汉朝班固所著的《汉书·食货志上》有曰，“籴甚贵，伤民；甚贱，伤农”，讲述了农业发展的困境和难题。今天，中国农业发生了翻天覆地的变化，在中央政策的支持，以及政府、社会和企业的共同参与推动下，现代化农产品流通体系基本建立，乡村智慧物流和冷链物流设施不断完善，为现代农业发展提供了有力保障，在提升农民收入、实现乡村振兴的同时，也更好地满足了消费者的需求，为美好生活增加了“好味道”。

我们也要看到，地标农产品发展和流通的不平衡不充分问题仍然较为突出。特别是在西部偏远地区，农产品资源虽然很丰富，但产业基础薄弱叠加财力不足，导致基础设施建设相对滞后，现代化物流、智能仓储布局有所缺失，这些问题已经成为西部偏远地区经济社会发展的瓶颈。

为此，地方政府要对偏远落后地区物流基础设施建设进行重点扶持。同时，企业也要发挥帮扶作用，加大对产地仓、冷链及大型智能供应链中心等设施的投资，提升农业生产和流通环节的数字化程度，带动偏远地区地标农产品产业带建设。此外，政府、企业、平台之间要继续加深合作，建立生鲜农产品从产地直达消费市场的快速通道，打造以土特产为主题的线上线下购物节，激发农产品消费热情并扩大销路，让农民分享更多增值收益。

（点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员）

随着居民生活水平提高和健康意识提升，蔬菜、水果、有机食品的消费持续增长，消费者对农产品提出了新的要求——健康成为人们作出消费决策的首要考虑因素。特别是不同年龄段消费者对健康的关注点不尽相同，建议农产品生产者和经营者根据不同人群的需求，生产指向性更加明确的产品，制定不同的营销策略，从而实现可持续发展。

近年来，家庭消费的比重在各消费领域持续提升，食品消费领域也呈现出家庭占主导地位的趋势。建议农产品经营企业根据家庭消费的场景和需求，在产品包装、售卖方式、优惠活动等方面积极跟进，用更好的品质和更优惠的价格满足消费者的需求。同时，还要引导产地农产品迭代升级，助力产地农民增收，实现农产品品牌化发展。

1 叶菜、水果、乳品等产品消费增长快

▼ 成交额同比增长TOP5

- 叶菜类 115%
- 柿子 80%
- 葡萄/提子 74%
- 荔枝 65%
- 低温奶 57%

各年龄段消费者的农产品成交额占比

年龄段	2021年成交额占比	2022年成交额占比
18岁至25岁	8.7%	6.6%
26岁至35岁	41.1%	38.2%
36岁至45岁	32.0%	35.0%
46岁至55岁	11.9%	13.1%
56岁以上	6.2%	7.1%

营养保健类农产品消费情况

▼ 成交额同比增长

有机食品	425%
保健茶饮	262%
黄芪	85%
枸杞	71%
党参	62%

各年龄段消费者偏好系数对比

注：系数越高表示对该品类的消费偏好越强

18岁至25岁消费者偏好系数

花果茶	2.2
草莓	2.0
阿胶	1.5

26岁至35岁消费者偏好系数

椰青	0.7
草莓	0.6
阿胶	0.6

36岁以上消费者偏好系数

灵芝/孢子粉	0.7
三七	0.6
干海参	0.6

2 线上生鲜的最大市场是一线城市

生鲜产品成交额占比变化

	2021年	2022年
一线城市	35%	38%
二线城市	23%	21%
三线城市	12%	11%
四线城市	8%	7%
下沉市场	22%	23%

粮油调味产品成交额占比变化

	2021年	2022年
一线城市	22%	26%
二线城市	23%	22%
三线城市	13%	12%
四线城市	9%	9%
下沉市场	32%	30%

3 超过80%的农产品被家庭消费者买走

个人消费与家庭消费的农产品成交额占比

	个人消费	家庭消费
禽肉蛋	14.8%	85.2%
粮油调味	17.0%	83.0%
蔬菜	17.2%	82.8%
猪牛羊肉	18.3%	81.7%
海鲜水产	21.2%	78.8%

个人消费者偏好系数

番荔枝/释迦	1.5
阿胶	1.4
草莓	1.3
藏红花	1.2
花果茶	1.1

家庭消费者偏好系数

干海参	0.4
灵芝/孢子粉	0.3
有机食品	0.3
党参	0.3
三七	0.3

注：家庭消费者为已婚消费者，个人消费者为未婚消费者

各区域消费增长高于30%的品类

▼ 成交额同比增长

华东地区	水果	33%
华中地区	禽肉蛋品	42%
	猪牛羊肉	32%
西北地区	禽肉蛋品	80%
西南地区	海鲜水产	36%
	禽肉蛋品	77%
	猪牛羊肉	111%

更多内容 扫码观看

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳