

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

农产品产销驶上快车道



说数

□ 本期点评 陈瑶

当前，我国很多地方的农特产品还处于初级开发阶段，产品品牌价值弱，规模化程度低，产业提升空间大。助推优质农产品走出农村、迈向高端市场，对促进乡村振兴非常重要。

首先，突出产地特色是农产品提升品牌价值的可行方案。例如，在苹果品类中，烟台苹果、洛川苹果、阿克苏苹果等逐步成为著名地理标志品牌，受到消费者青睐。接下来，相关地方政府和企业要严守质量关，持续提升产品品质，维护好产地品牌形象。同时，要加快解决基础设施落后、产品营销能力较弱等问题，推进地理标志品牌化发展。

其次，相关企业要转变销售思路，使农产品体现健康、便捷、实用。政府要引导农民转变生产经营观念，在绿色、有机上下功夫，生产更多健康农产品。企业则要在便捷实用上做文章，如增加农产品搭配环节，把各类农产品按一定比例搭配好，方便消费者购买和烹饪。

此外，各地要充分利用电商及社交平台，做好农产品推广工作。通过录制短视频、开展电商直播等方式，拓展农产品线上营销渠道，增加农产品的曝光度和知名度。一方面，企业和农户要根据不同平台的属性及用户群体，有针对性地打造传播内容。另一方面，政府可联合企业成立农产品推广团队，以文化特色、地域特色为抓手，以直播带货、社交平台、短视频平台为载体，通过常态化推广机制，为产地农产品创造更多品牌价值。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



在县域农村地区，很多创业者并不了解自身行业发展前景，以及自身售卖商品的功能和用途。建议相关企业设立服务门店，加派专职员工到县域农村地区进行经营辅导，帮助相关创业者更好发展。同时，相关企业还要注意收集各地消费数据，为生产研发提供有效信息。

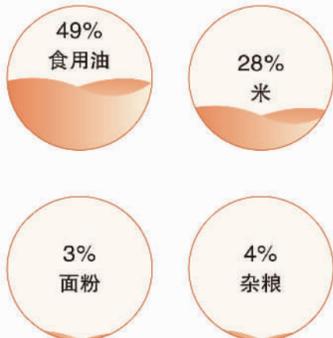
对比来看，在不同区域，县域农村地区消费者的消费水平、消费品类、消费意愿有着较大差异。建议相关商家针对不同区域的消费特征，采取不同的产品投放和营销方式。同时，要根据该地区热销商品特点，对商品配比进行改良和调整，实现差异化经营，用优质商品满足下沉市场需求。

1 农产品加速上行

▼ 水产品成交额占比



▼ 粮油调味品成交额占比



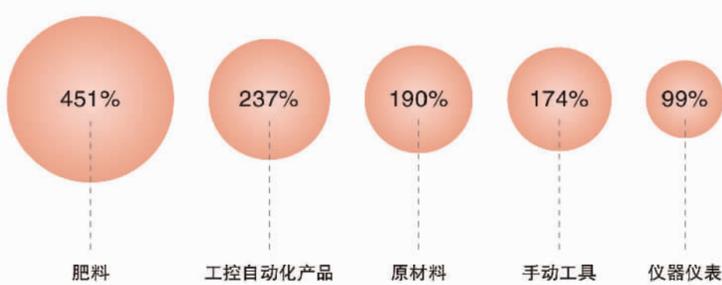
3 县域乡村消费持续升级

▼ 非必需品成交额同比增长

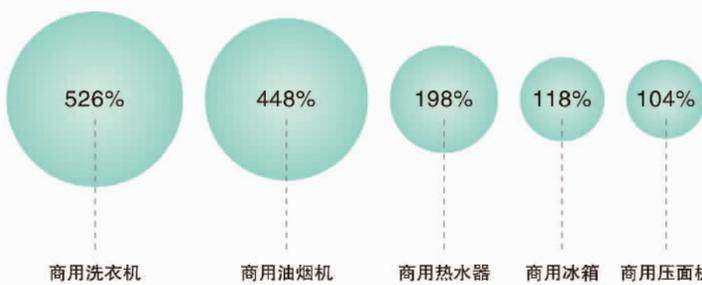


2 工业品消费快速增长

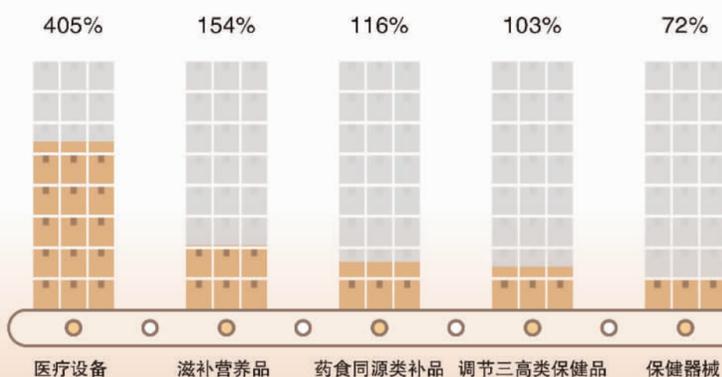
▼ 生产型产品成交额同比增长



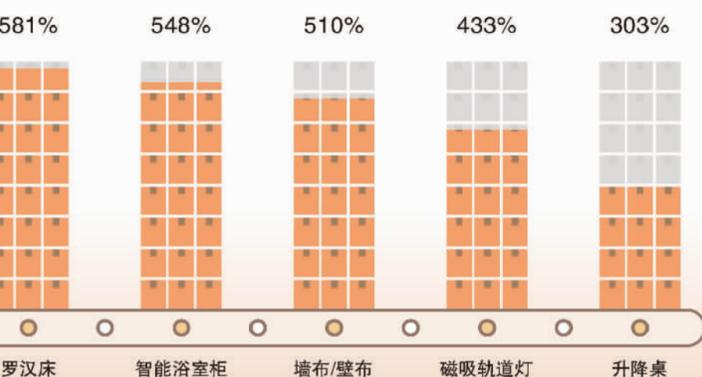
▼ 家用电器成交额同比增长



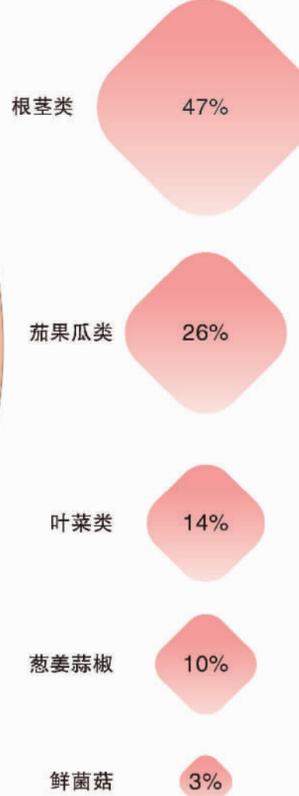
▼ 健康产品成交额同比增长



▼ 家居产品成交额同比增长



▼ 蔬菜成交额占比



▼ 茗茶成交额占比



数据周期: 2023年5月31日至6月18日