

经济日报携手京东发布数据——

消费旺不旺 口碑是标杆

提升地标农产品影响力

消费者画像

苹果、章丘大葱、南丰蜜橘……近年来,我国地标农产品质量齐升,品牌影响力与成熟度均有明显提高。

从数量上看,农产品区域公共品牌数量保持稳健增长。据不完全统计,农产品区域公共品牌从2019年的1157个增长到2021年的1312个。其中,西部地区线上农产品区域品牌数量最多;山东省则是拥有区域品牌数量最多的省份。对比不同省市地标农产品搜索次数可以发现,新疆是消费者搜索次数最多的省份,然后是重庆、宁夏、云南、湖南、山东。

从影响力上看,在云南、宁夏、新疆、黑龙江等地标农产品大省,知名度较高的地标农产品占据了销售的“C位”,如云南的茶、宁夏的羊肉、新疆的水果和黑龙江的大米等。这些产品不仅自身销量多、销路广,还进一步带动了整个地区农产品上行。

在消费侧,地标农产品影响力逐步扩大体现更为明显,消费者对高品质地标农产品的需求越来越高,并习惯于用“地标”筛选农产品,以提高家庭生活质量。

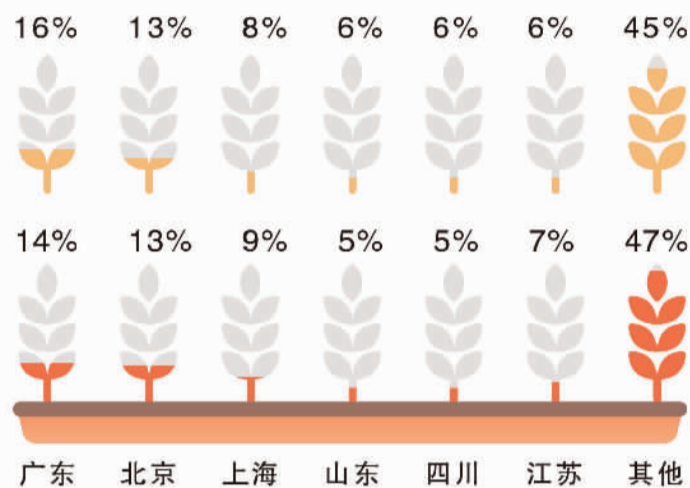
同时,越是经济发达地区,消费者对地标农产品的购买占比越高,整体呈现出消费升级趋势。值得注意的是,一二线城市地标农产品成交占比高,紧随其后的则是县域及农村消费者。而且从地标农产品消费增速看,青海、陕西、广西等省份增速领先。这背后有两重原因,经济发达地区网购率较高,消费者可以通过电商平台快速选购地标农产品;下沉市场有就近便利的农产品购买渠道,与线上购物形成互补,再加上当地消费者大多是熟悉农产品的人,了解地标所代表的品质、口味、营养、安全等特色,进而成为地标农产品的重要消费人群。

地标农产品鲜明的消费特色,为相关企业指明了未来发展的道路。可以针对相关消费群体开展产品规划和营销,企业可以更多地利用新兴渠道和数字技术,精准了解并满足目标人群的诉求。同时,还要鼓励消费者通过社交平台进行购物评价和分享,带动其他消费者购买地标农产品,从而为优质地标农产品拓展更广泛的影响力。

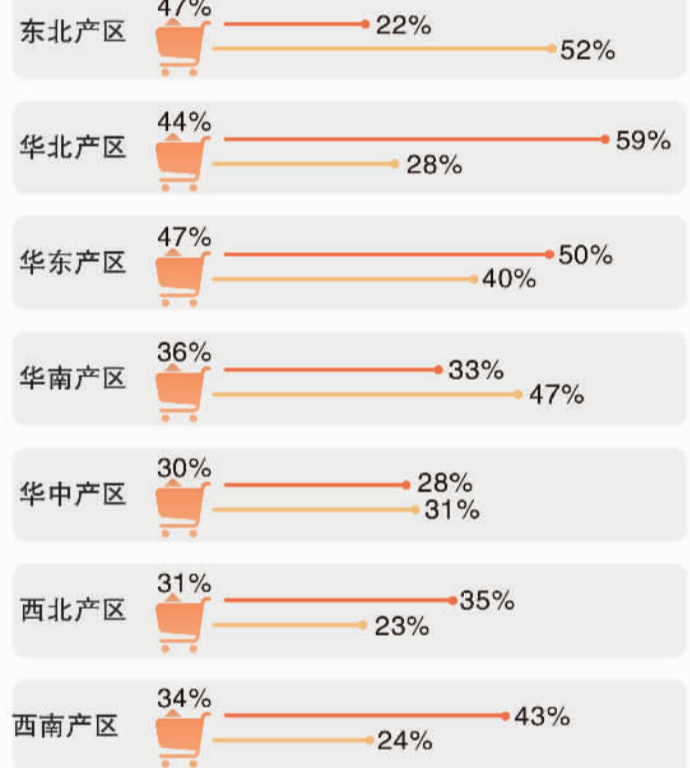
(作者系京东消费及产业发展研究院院长)

说数

各地消费者消费金额占比



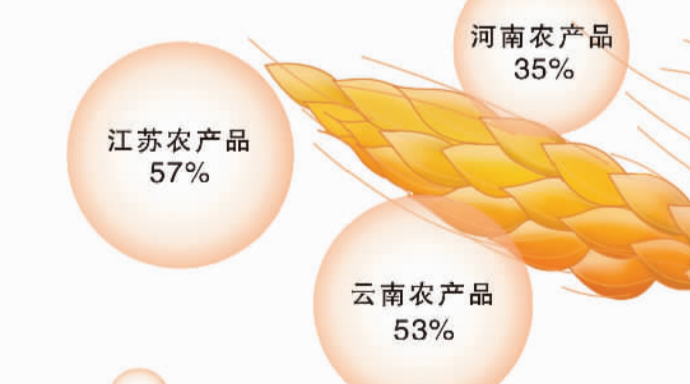
近5年成交额年均增长



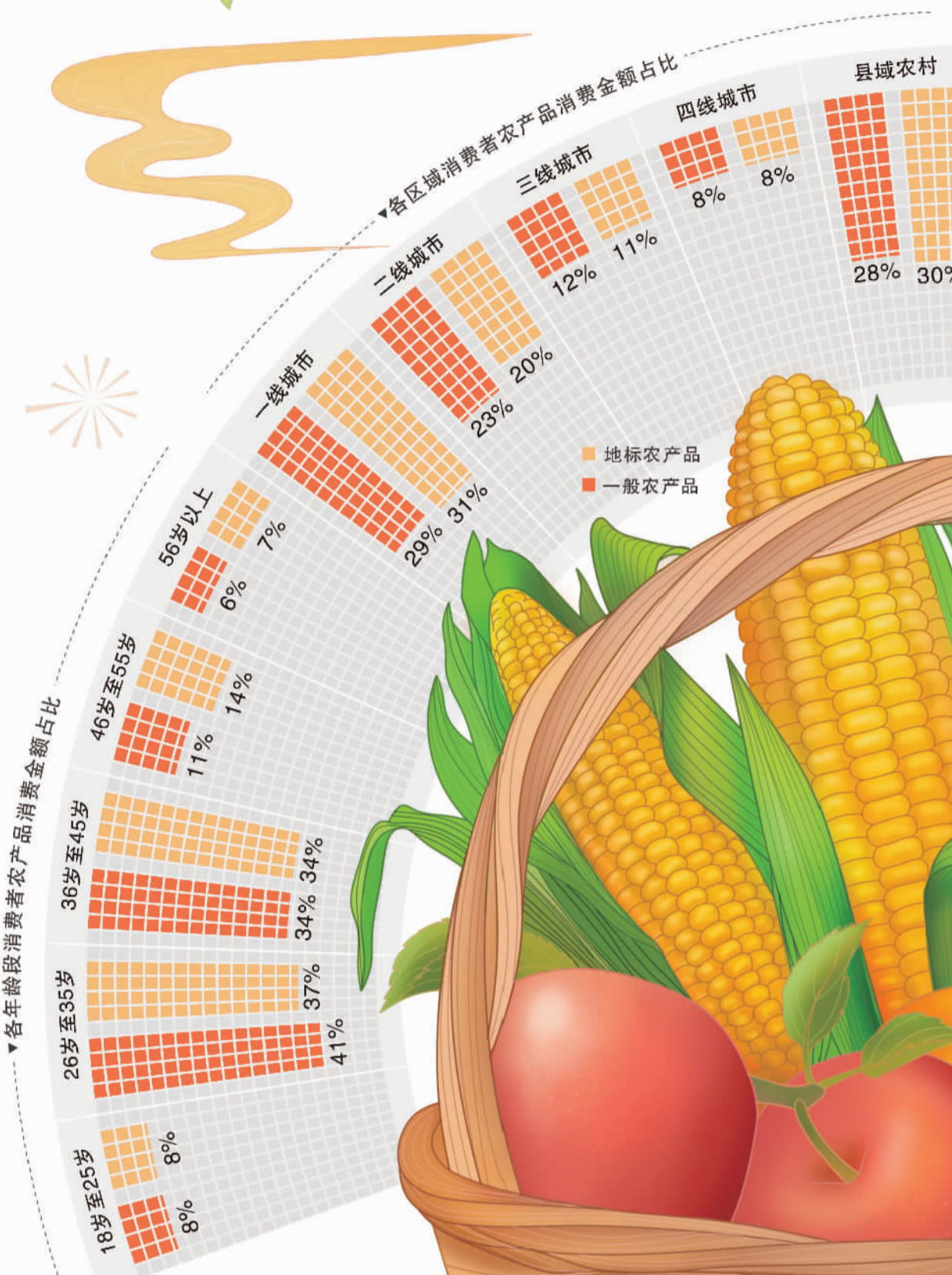
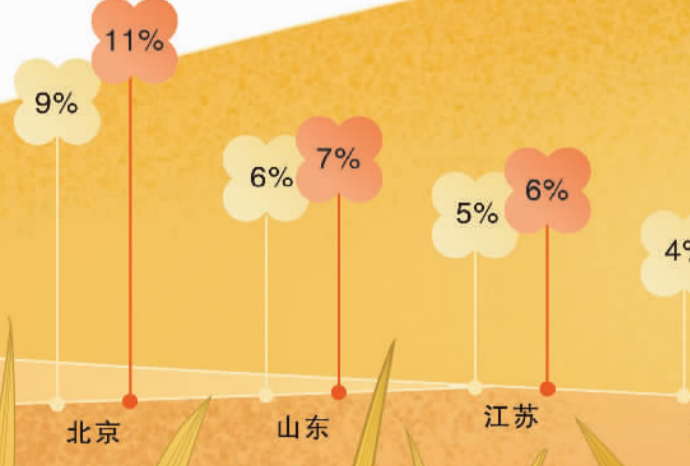
地标农产品认知度越来越高

消费者对区域品牌的认知进一步提升。其中,新疆是搜索最高的农产品产地,其次是重庆、宁夏、云南、湖南;广东、北京等地消费者最爱搜索地标农产品,对产地标识的认可度更高

上半年农产品关键词搜索量同比增长情况



各地消费者地标农产品搜索量占比情况



更多内容 扫码观看