

经济日报携手京东发布数据——

农产品闯出大市场

打造

黑龙江

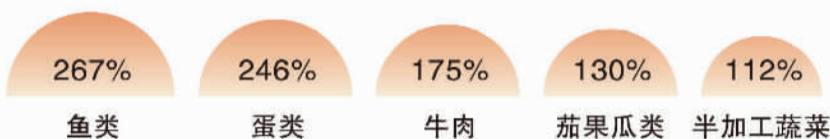
地标粮油产品已成为黑龙江的特色名片

▼ 2022年上半年黑龙江农产品热搜词



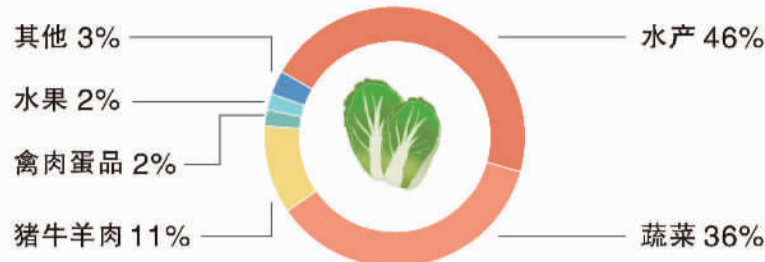
鱼类是近年来销售额增长最快的黑龙江生鲜品类

▼ 近5年黑龙江生鲜农产品各品类成交额年均增长率



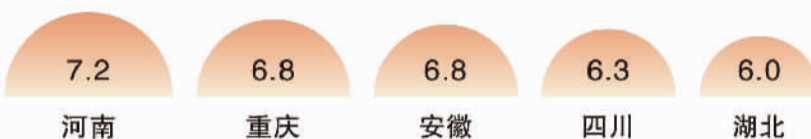
水产和蔬菜是黑龙江上行的主要生鲜农产品

▼ 2022年上半年黑龙江生鲜农产品各品类成交额占比



中部省份购买黑龙江农产品的增速最快

▼ 2022年上半年与2018年上半年的黑龙江农产品成交额比值



东北地区是我国重要的工业和农业基地。数据显示，2000年至2021年，东北地区粮食产量增长了近2倍，粮食产量占全国粮食总产量的比例由12.74%上升到25.36%。

寒地黑土、绿色天然东北农产品的底色。在全国市场中，东北农产品有着明显优势，但是仍面临着品类结构不均衡，农产品品牌建设有待加强，产业链、价值链有待完善等问题。东北农产品品牌建设，是将产业优势转变成市场优势的过程，也是将农产品的产量变现为价值，从而提高农民收入、推进乡村振兴的有效举措。

要增强农产品销售的市场意识。种得好不一定卖得好。在农业生产保持优选优种、高产优产的前提下，应大力促进农民和企业建立互利共赢的合作关系，使农民们能够充分了解、触碰到市场信息。企业也要提升农产品运营的品牌意识，充分调动市场资源，帮助农民提高收入。

打造产业集群，聚力培育农产品品牌。目前，一些农产品在品质上缺乏劣定性标准，建立产业集群，有助于产品标准、服务标准的制定和落实，在竞争中降低成本，提高企业和品牌的竞争力；有助于促进农产品精深加工、企业服务和产业链延伸，推动农业产业链现代化、产业服务优质化；有助于农产品上行结构调整和优化升级，提高规模经济效益。

品牌化、数字化是东北农产品发展的必行之路。东北农产品种类丰富，可以共同打造大品牌，做好联合品控管理。比如吉林省着力打造“吉字号”品牌，把许多企业、商家的力量聚集起来，共同推动地方品牌建设，提升地区品牌知名度。同时，东北传统文化也是一大特色，在品牌培养过程中可以将地方的乡土文化特色发挥出来，提升差异化水平，培养消费者口碑，提升复购率和社会化传播的机会。

总之，打造东北农产品品牌，需要全方位构建产业链、产品链、价值链相衔接的品牌建设体系，彰显区域资源特色，加快推动品牌兴农、产业升级。让农业强起来、农民富起来，开创乡村振兴新局面，让黑土地持续焕发勃勃生机。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

陈瑶

吉林

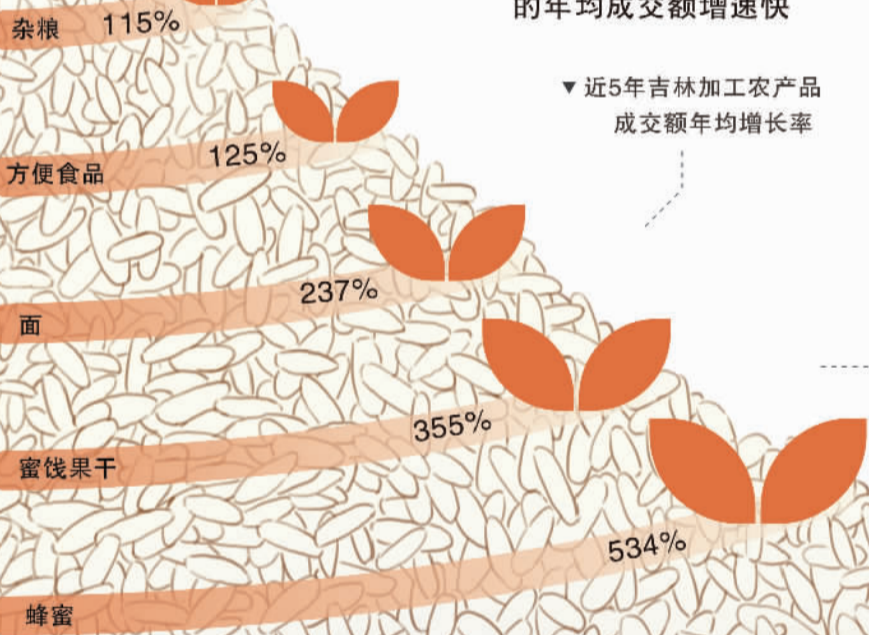
2022年上半年，吉林农产品成交额与2018年上半年相比，增长6.8倍，吉林大米、人参、松茸成为热搜词

▼ 2022年上半年吉林农产品热搜词



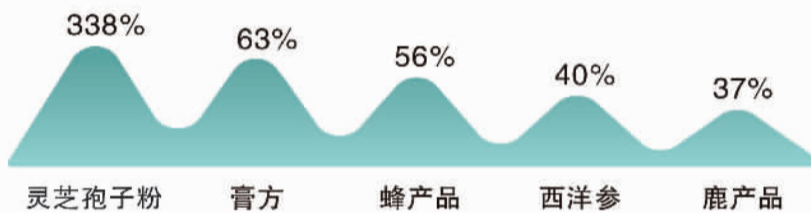
吉林蜂蜜、蜜饯果干等加工农产品的年均成交额增速快

▼ 近5年吉林加工农产品成交额年均增长率



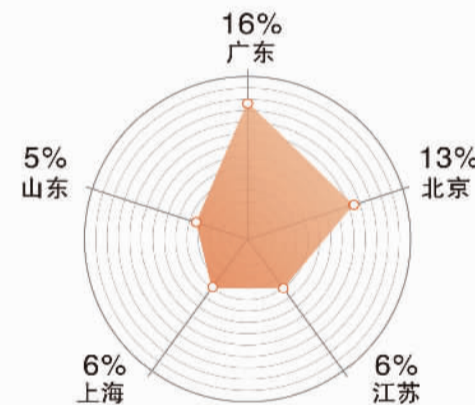
吉林产出的传统滋补品，特别是药食同源农产品，广受消费者青睐

▼ 近5年成交额年均增长率



广东和北京的消费者买走了近三成的吉林农产品

2022年上半年购买吉林农产品成交额占比TOP5省份



辽宁

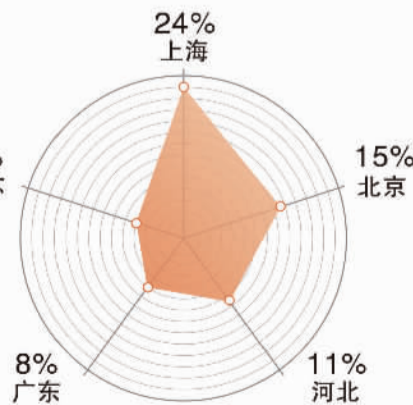
近5年，线上销售的辽宁农产品成交额年均增长34%

▼ 2022年上半年辽宁农产品热搜词



上海消费者买走了近四分之一的辽宁农产品

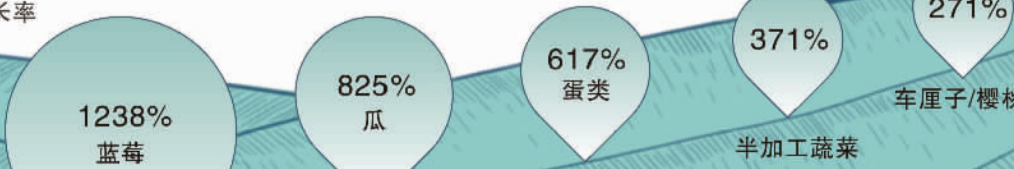
▼ 2022年上半年购买辽宁农产品的成交额占比TOP5省份



加工农产品不仅能实现消费破圈，同时也能延长农产品的销售周期，提高销售利润

蓝莓是近5年销售增长最快的辽宁生鲜农产品

▼ 近5年辽宁生鲜农产品成交额年均增长率



说数



黑龙江五常大米是畅销全国的明星产品，大马哈鱼、猴头菇等也非常有特色。目前，黑龙江农产品上行的多样性已经出现，但消费者层面的认知还不够。其他特色农产品可以考虑与五常大米进行品牌联动，例如在畅销商品中附带赠品和介绍，借助消费者熟悉的品牌来带动其他农产品销售。

灵芝孢子粉、人参、鹿茸等传统滋补品一直深受人们喜爱，但一些消费者购买时仍担心遇到以次充好、没效果等问题。目前，多个吉林农产品获得了绿色食品、有机农产品认证加持，大大减轻了消费者顾虑。除了要大力做好品牌建设，还要充分利用电子商务和新媒体等手段，扩大品牌推介和产品信息传播范围，做好营养成分、功用的展示和后续服务，让特色产品走进消费者心里。

辽宁农产品中，除了大连海参知名度较高，盘锦大米、辽宁人参、大连樱桃等特产在全国同类商品中的知名度还有待提升；新宾蜂蜜、彰武地瓜、锦州海蜇、辽西驴等优质农产品虽然在当地家喻户晓，但还没有走出原产地。对于辽宁来说，农产品品牌建设应着力于挖掘产品特点，突出与其他同类产品的差异，培养消费者认知，同时，大力拓宽线上线下销售渠道，让特色农产品走向更大的全国市场。



更多内容 扫码观看