

经济日报携手京东发布数据——

# 土特产“出圈”进万家



拓亮

## 消费群体分布变化



“冬季吃羊肉，一冬暖洋洋。”随着天气渐冷，羊肉销量走俏。特别是“内蒙古羊肉”“锡盟羊肉”的热销，依靠的不仅是时令因素和特色文化，还有消费者的认可及过硬的产品质量。更关键的是，高质量农产品之所以能够走出产地为中心的消费半径成为全国消费者餐桌上的佳肴，零售基础设施下沉功不可没。

长期以来，不少高质量农产品被“困”在产地，这是因为以冷链物流为代表的零售基础设施下沉不足。

以内蒙古羊肉为例。此前，因牧民分散，新鲜羊肉上行路径并不畅通，再加上宰杀、分割、加工、称重、打包等多个环节的割裂，引发了品控、时效等延伸问题。现在，发货仓库被建造至牧场周边，能够一站式高效完成从宰杀到打包的全过程，保证了新鲜羊肉的发货时效性。再加上冷链物流技术助力，新鲜羊肉走上全国各地消费者的餐桌不再是一件难事。数据显示，锡盟羊肉的销售量同比增长300%，羊肉复购率超过了45%。

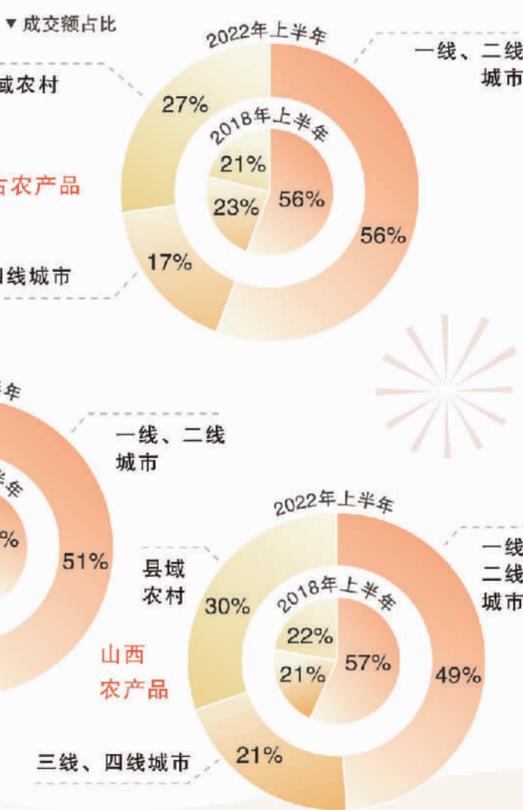
锡盟羊肉新鲜直销是华北地区农产品上行的一个缩影。零售基础设施的下沉畅通了乡村新鲜农产品的上行路径，先进的数字技术和物流设备则保障了农产品品质和消费者体验。目前，华北地区有很多具有地方特色的农产品正走向全国市场，但如何让消费者认知并购买成为一道必答题。因此，快速“触网”成为关键点，在用好数字技术、物流设施的前提下，目前河北的山楂、小米，山西的黄花、苦荞等产品迅速“出圈”，被全国消费者认可。

先进的技术、出色的物流运输效率和通畅的“上行高速路”可以带动特色农产品产生集聚效应，使农产品销路辐射到上千公里之外，成为乡村振兴的重要抓手之一。未来，一定会有更多企业和地方政府加强对零售基础设施的重视和投入，打造高质量农产品上行路。

(作者系京东消费及产业发展研究院院长)

说数

## 消费地域分布变化



数据显示，除了内蒙古农产品一直深受外省市消费者青睐，河北和山西农产品正不断加快走上全国餐桌的步伐。主要是因为不同省份农产品结构存在明显差异——内蒙古农产品以牛羊肉为主，具有很强的地域标识；而河北、山西的农产品主要以粮食、水果为代表，地域标识较为模糊。因此，需要农产品企业在产品设计和营销上多下功夫，打造让更多消费者认知的地标农产品，让地域口味变成全国口味。

当前，线上农产品的消费群体逐步向35岁以上年龄段延伸，这意味着越来越多的家庭用户开始接受线上购买农产品的消费模式，实现了从“尝鲜买”到“日常买”的突破。接下来，相关企业要充分利用线上渠道覆盖面广、口碑传播快、信息反馈迅速的优势，打造特色品牌，形成更好的消费黏性。

◀ 2022年上半年比2018年上半年成交额增长



更多内容 扫码观看

