

经济日报携手京东发布数据——

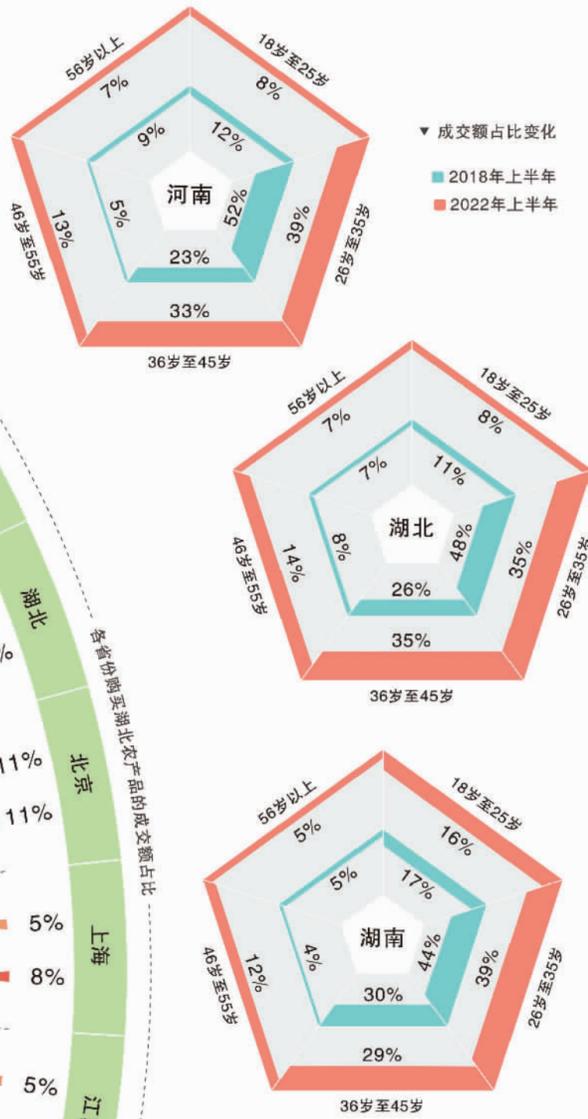
# 华中特产进万家



## 加快

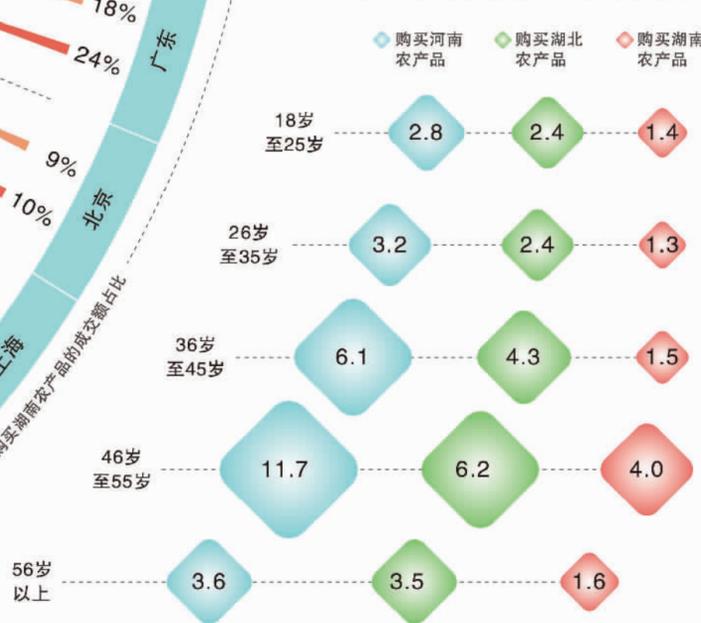
### 消费者画像

各年龄段消费者的消费金额占比



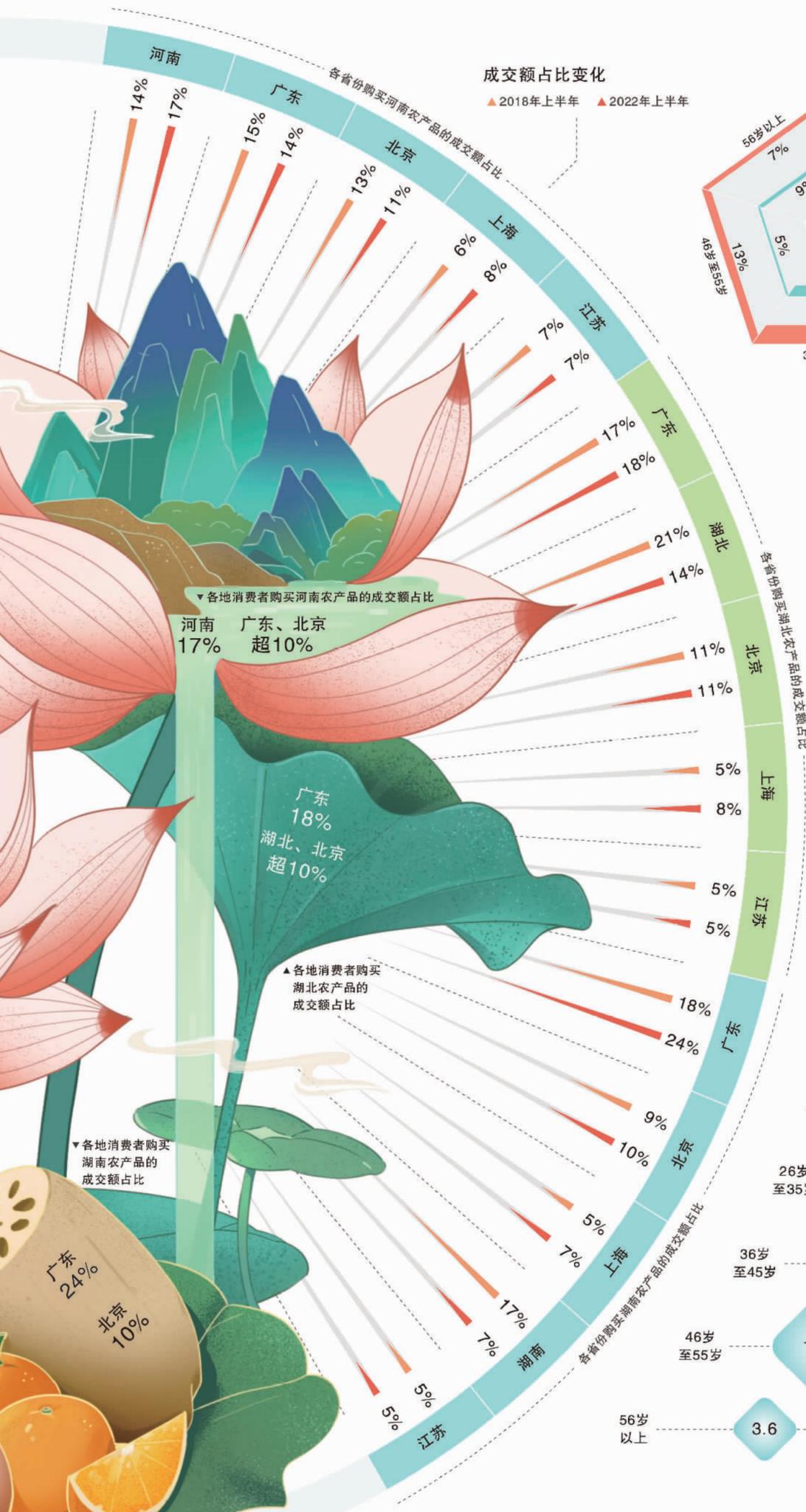
### 各年龄段消费者的消费增长情况

(2022年上半年成交额/2018年上半年成交额)



### 成交额占比变化

▲ 2018年上半年 ▲ 2022年上半年



各地消费者购买河南农产品的成交额占比

河南 广东、北京 17% 超10%

各地消费者购买湖北农产品的成交额占比

广东 18% 湖北、北京 超10%

各地消费者购买湖南农产品的成交额占比

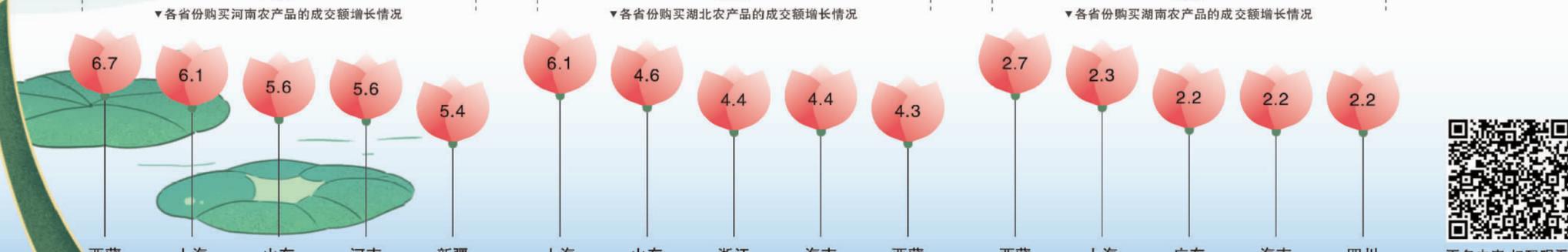
广东 24% 北京 10%

### 成交额增长情况 (2022年上半年成交额/2018年上半年成交额)

各省份购买河南农产品的成交额增长情况

各省份购买湖北农产品的成交额增长情况

各省份购买湖南农产品的成交额增长情况



12月初,湖北、河南部分地区受多重因素影响,出现农产品卖难问题。蔬菜、水果等农产品季节性较强,如果不及时妥善解决,可能会损害农民利益、影响农民收入。实际上,农产品卖难问题体现的是销售渠道单一、供应链调配不灵活,同时也是品牌建设还不够到位的一种表现。

从销售渠道看,除了传统销售渠道,农产品还可以通过社交平台、短视频平台、电商平台等模式销售。各地可以建设多条并行的农产品供应链,将适合不同市场的农产品输出到各个链条中,提高销售效率,降低农民风险——可以做加工农产品的,要大力推荐给加工企业;适合电商平台销售的,要加快网店建设速度;适合外地销售的,要迅速拓展物流运输能力。通过科学的配置和指导,将农产品分类、分批销售,才能解决优质农产品卖不上价及市场不匹配等问题。

从品牌建设看,农产品品牌建设是一个长期工作,要久久为功。目前,华中地区各省份的无公害农产品、绿色食品、有机农产品、地理标志等“三品一标”认证产品的销售均出现明显增长,许多农产品加工企业聚集的产业园区相继投产。但是,品牌建设不只是规模的扩展,还需要长期跟踪市场需求,相关企业要根据市场变化及不同群体的消费特征,及时调整供给策略。

从市场拓展看,要加快拓展国内国际两种资源、两个市场,两手都要抓,两手都要硬。近两年,华中地区农产品出口形势向好。以湖北为例,2021年湖北农产品出口额176.2亿元,同比增长15.84%,许多企业接到了俄罗斯、印度等国的订单。但是,原料要符合哪些要求、产品要到达什么标准,企业对此是一头雾水。有关部门要及时出台相关标准,帮助企业与国际标准对接。龙头企业则要发挥带动作用,在薄弱环节上积极学习、吸纳国内国际先进经验,帮助其他企业共同发展。

农产品企业的发展需要不断实现突破,在国内、国际市场竞争日益激烈的当下,相关企业要做好产品品控,积极吸引人才,抓住发展机遇。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

### 说数



华中地区的河南、湖南、湖北都是重要的农业大省。近年来,上述地区极具地方特色的农产品受到消费者广泛欢迎,但如何进一步拓展消费群体,对相关企业来说仍是一个艰巨挑战。随着人们对食品健康、热量等指标越来越关注,特产企业可以从成分入手,加快改良加工农产品,开辟新的增长空间。

消费者更愿意购买“吃过”的农产品,在对农产品营养、口味、做法都了解的基础上,逐渐产生消费习惯。因此,在农产品推广过程中,相关商家可以尝试与各类餐厅合作,共同推出好菜式,让消费者见到、尝到、了解到。同时,各地在农产品销售时,要打开思路,多渠道搭建与消费者的沟通网络,激发行业活力。



更多内容扫码观看