

猕猴桃区域品牌建设现状及路径分析

张 璐

(宝鸡职业技术学院, 陕西 宝鸡 721000)

摘要: 作为陕西省一大农产品特色, 加强猕猴桃区域品牌建设, 是落实乡村振兴、帮助农民脱贫致富的重要途径。通过建设猕猴桃区域品牌, 相关企业可拉动地方经济发展, 为社会经济持续发展注入活力。但是, 由于品牌建设意识不足、缺乏区域品牌经营主体、生产经营方式较为分散, 猕猴桃的品牌建设仍需要持续加强。基于此, 本文分析猕猴桃区域品牌建设的意义、现状, 提出猕猴桃区域品牌建设的有效路径。

关键词: 猕猴桃; 区域品牌建设; 现状

在长期的发展中, 品牌始终是区分生产商的重要方式。在人们多元化的需求下, 通过发挥产品效能, 品牌能够在市场经济中占据竞争优势, 给消费者带来深刻印象。从某方面看, 品牌直接反映了产品的核心价值, 若要让猕猴桃产品在同种类产品中脱颖而出, 势必要加强猕猴桃区域品牌建设。加强猕猴桃区域品牌建设, 重在利用区域内生产经营者的产品, 推出共同的产业、区域和地方品牌, 向外界展现地方企业形象, 对推动区域经济发展具有重要作用。作为陕西省猕猴桃的重要生产基地, 眉县地区拥有良好的猕猴桃生长条件, 建成了标准化的生产基地, 为猕猴桃区域品牌建设提供了条件。

一、猕猴桃区域品牌建设的优势

(一) 良好的自然种植条件

作为陕西猕猴桃之乡, 眉县地区拥有丰富野生猕猴桃资源。在国家大力支持下, 猕猴桃成为眉县种植业的重要品种, 更引入楚红、红阳、徐香等优良品种。凭借优越的地理条件, 眉县被相关部门确定为国家级农产品地理标志示范样板、全国猕猴桃标准化优秀示范区、中国猕猴桃无公害科技示范县。同时, 作为陕西省猕猴桃生产的示范基地, 在基础设施、自然条件方面具有较强的优越性。在猕猴桃种植、生产基地迅速发展的同时, 陕西省的猕猴桃形成了规模化的产业链, 如销售、加工、贮藏等。同时, 地方相关部门支持国家级检测中心建设, 将为猕猴桃产业发展提供持续保障, 保护果农的生产利益和劳动成果。

(二) 良好产业发展趋势

在猕猴桃产业发展规模不断扩大的背景下, 地方对猕猴桃产业重视程度不断提高, 将其视为建设新农村、增加农民收入的重要渠道。通过加强全方位的扶持, 陕西省市相关部门从基地建设、项目立项、资金支持、技术指导等方面入手, 为猕猴桃产业发展提供帮助。通过加强政府、科技部门、地方高校与企业的联合, 构建起面向猕猴桃产业的技术联盟, 重点研究猕猴桃可持续发展方向, 为其他地方经济发展提供支持。

二、猕猴桃区域品牌建设的价值

(一) 增强产品价值, 推动乡村振兴

在乡村价值的要素中, 生产价值发挥着基础性、决定性作用。通过加强猕猴桃区域品牌建设, 能够扩大生产, 突出猕猴桃产品的特色。同时, 在猕猴桃区域品牌效应的影响下, 能够给品牌带来产业效益, 带动相关产业发展, 为农民创造更多就业机会。伴随猕猴桃产品价值提升, 农民收入将不断提高, 既能够有效利用农村土地、人力资源, 还能延长猕猴桃生产产业链, 吸引更多农民参与, 提升区域经济发展水平, 促进乡村振兴战略实施。

(二) 促进现代化农业发展, 保障农业持续发展

在推动乡村振兴战略实施的背景下, 如何建设特色猕猴桃品牌, 实现农村现代化发展, 是农业现代化发展中面临的重要问题。

与其他普通农产品相比, 猕猴桃是陕西农产品的一大特色。通过建设猕猴桃区域品牌, 既能够提升产品在市场中的竞争力, 又能帮助大众辨别同类型的产品, 促进农村现代化建设发展进程。在传统农业的发展中, 形成了以下发展特点: 其一, 缺乏较高的集约化程度, 农户多采用分散经营的方式, 无法形成规模、集群效应; 其二, 需要投入大量的人力成本, 资源消耗量较大, 难以取得较高的农业效益; 其三, 农业发展呈现出孤立化形态, 很难与第二、第三产业深度融合。在社会主义现代化建设和发展中, 受限于传统农业的上述特点, 与第二、第三产业相比, 农业自身的作用不够明显, 这就需要促进农业转型升级, 促进农业适应现代化发展需求。通过推动猕猴桃区域品牌建设, 相关人员可逐一分析传统农业不足, 针对性地解决问题, 进而促进农村农业向现代化方向转型。围绕猕猴桃区域品牌, 可按照品牌要求, 形成统一的品质和标准, 提升猕猴桃产品在市场中的美誉度和知名度, 帮助农民解决种植、生产问题。

(三) 提升农民创业意识, 推出特色猕猴桃品牌

在落实乡村振兴战略的实践中, 农民发挥着重要作用, 农民也能从乡村振兴战略中获得创业契机。所以, 党的十九大报告中明确指出, 发挥乡村振兴战略的导向作用, 引导和支持农民创业、就业, 拓展农民创业渠道, 激发其创业动力。通过建设猕猴桃区域品牌, 恰好能够引导农民树立现代化意识, 使其接受现代化教育。在猕猴桃区域品牌的影响下, 农民可感受品牌本身价值, 再加上互联网+电商的影响, 农民可不断开阔自身眼界, 开设特色品牌网店, 借助网络与其他各地客户对话、交流。在这一过程中, 农民能够树立发展自信, 形成现代化意识。由此, 猕猴桃特色品牌的推出, 将转变农民的传统意识、思维模式, 促使其成为乡村振兴的合格人才。

三、猕猴桃区域品牌建设面临的问题

(一) 区域品牌经营主体缺失

目前猕猴桃区域品牌具有公共物品属性, 品牌隶属其余内的经营者都可以使用该品牌, 很容易导致企业或经营者个人依赖于他人, 缺乏品牌自建意识, 也不愿意在区域品牌建设上投资, 影响了猕猴桃区域品牌影响力。部分猕猴桃经营者还存在“免费搭车”的思想, 一味依赖其他企业来建设区域品牌, 导致区域内很少有企业或经营者进行品牌开发和建设, 最终导致猕猴桃区域品牌建设主体的缺失, 影响了区域产品营销和品牌影响力。此外, 由于部分猕猴桃种植户和企业对市场信息把握不及时, 以次充好等不良思想作祟, 很多以次充好猕猴桃流向市场, 导致消费者买到不新鲜或腐烂的猕猴桃, 影响消费者满意度, 影响他们对猕猴桃区域品牌信任感, 直接影响区域猕猴桃销量。

(二) 区域品牌建设意识淡薄

目前, 地方猕猴桃种植多以家庭作坊为主, 私营企业规模比较小, 虽然在当地政府牵头下成立了猕猴桃区域品牌, 但是由于

种植户和私营业主缺乏品牌意识,不了解品牌经营战略,更关注提升猕猴桃销量,忽略了区域品牌建设。部分家庭养殖户更关注眼前猕猴桃销量,缺乏品牌管理意识,对自己猕猴桃品质筛选不太严格,导致部分劣质猕猴桃流向市场,给区域品牌造成了不良影响,影响了区域品牌长远发展,也会影响自家猕猴桃销量。

(三) 区域品牌宣传力度不够

地方猕猴桃销售主要以外省批发、“四季鲜果”地方平台或第三方平台销售为主,以提升销售量为目标,忽略了区域品牌建设以及品牌文化在销售过程中的渗透。这种品牌宣传渠道比较单一,宣传力度不够,盲目追求猕猴桃销售量不利于区域品牌建设,由于淘宝广告宣传费用成本高,很少有企业为区域品牌进行宣传,单纯依赖于当地“四季鲜果”地方平台和微信朋友圈转发,很难把眉县猕猴桃区域品牌打出去,影响了区域品牌拓展能力。

四、猕猴桃区域品牌建设路径分析

(一) 发展龙头企业,加快农业产业化进程

地方政府要大力扶持猕猴桃龙头企业,树立猕猴桃企业发展典范,让龙头企业带领全县猕猴桃种植户开展区域品牌建设,把眉县猕猴桃销往全国各地。首先,政府要积极打造“合作社+基地+农户”的猕猴桃产业运行模式,大力扶持当地企业和合作社发展,把分散的家庭种植户和小型民营企业整合起来,打造猕猴桃培育、采摘、加工和销售一条龙产业链,不断增加猕猴桃龙头企业数量,把猕猴桃产业做大、做强,进一步推动区域猕猴桃品牌建设。其次,政府要加大对龙头企业的扶持力度,坚持“扶大、扶优、扶强”的原则,选择县内猕猴桃品质优越、营销有特色企业进行扶持,例如给予这些龙头企业一定的资金、政策和技术支持,可以给予优秀龙头猕猴桃企业税收减免政策,为其他企业树立良好学习榜样,还可以邀请猕猴桃培育专家深入龙头企业进行技术指导,指导企业培育猕猴桃,不断提升猕猴桃品质,这也是提升区域品牌影响力的重要举措。最后,政府要充分利用地方丰富的猕猴桃资源,引进一批拥有先进猕猴桃种植技术、深加工产业链的企业,鼓励这些企业和当地龙头企业合作,实现强强联合,实现猕猴桃产业化经营,进一步提升猕猴桃企业经济收益,让他们有更多资金进行区域品牌建设。

(二) 加大人才培养力度,强化区域品牌培育意识

由于地方猕猴桃企业缺乏区域品牌建设和宣传意识,政府要积极督促企业培养猕猴桃营销人才,鼓励区域内猕猴桃种植户、企业为区域品牌建设建言献策,丰富品牌建设主体,强化企业管理者区域品牌建设意识,为当地培养更多优秀品牌战略经营人才。例如政府可以组织各个龙头企业负责人进行培训,让他们了解品牌战略经营模式、电商直播模式等新理念,进一步增强他们的区域品牌建设意识,同时要为龙头企业与农业类高校“牵线”,帮助企业引进猕猴桃种植人才,还可以积极成立猕猴桃发展协会,定期邀请猕猴桃领域专家深入龙头企业培训,推广先进种植和培育技术。各个龙头企业负责人要重视区域品牌建设,立足企业自身发展,制定品牌战略发展计划,优化配置企业资源,积极引进熟悉新媒体营销的大学生、猕猴桃种植人才等,不断提升企业自身猕猴桃种植和深加工技术,同时开辟新的宣传和销售渠道,打造“多点开花”的猕猴桃企业营销格局。此外,企业还要定期组织员工培训,讲解猕猴桃电商平台直播、第三方平台团购等营销方式,增强员工区域品牌建设意识,携手促进眉县猕猴桃区域品牌的发展。

(三) 充分发挥眉县猕猴桃协会职能,做好品牌保护

第一,政府要发挥猕猴桃协会职能,充分利用当地得天独厚的自然资源,让协会引领当地猕猴桃种植和培育技术创新,并推动区域品牌建设,搭建起政府、企业之间的合作桥梁,并监督企

业猕猴桃种植和营销。一方面,猕猴桃协会要积极引进种植、营销和管理人才,明确协会技术、营销和创新创业等部门职能,为当地猕猴桃企业提供优质服务,并及时为猕猴桃种植户和企业提供市场和气象信息,避免种植户遭受损失,还可以推广新种植技术,提升当地猕猴桃种植水平,保证猕猴桃品质。另一方面,协会还要履行监督责任,既要监督当地猕猴桃企业是否存在盲目“价格战”以次充好等情况,及时维护区域品牌形象。第二,猕猴桃协会要牵头进行区域品牌建设,一方面可以为种植户、合作社和企业提供培训,讲解猕猴桃种植注意事项、深加工技术、储存技术和品牌战略营销理念等,帮助企业明确品牌定位,扩大区域品牌宣传渠道。例如猕猴桃协会可以拍摄龙头企业种植、加工场景,制作精美的宣传短视频,并把视频投放在地方政府平台、社交媒体账号上,让更多消费者、省外企业了解眉县猕猴桃,扩大区域品牌影响力,凸显眉县猕猴桃优势,明确品牌优势,从而提升区域品牌影响力,赢得消费者认可。

(四) 加大宣传力度,提高知名度

首先,地方政府要积极构建猕猴桃产业公共信息平台,利用互联网来推广眉县猕猴桃,例如上传猕猴桃生产环境、猕猴桃加工生产线等,拓宽眉县猕猴桃宣传和销售渠道。企业可以在平台上发布猕猴桃产量、品种信息、采摘时间等信息,消费者和猕猴桃采购企业在平台上发布预订信息,实现猕猴桃线上交易,还可以介绍地方猕猴桃优势,以及相关深加工产品,让更多消费者和外省企业了解眉县猕猴桃区域品牌。企业还要重视知识产权保护,在平台上发布眉县猕猴桃品牌真伪辨别方法,帮助消费者辨别品牌真假,维护自身品牌好口碑,共同维护眉县猕猴桃区域品牌。此外,猕猴桃企业之间可以在平台上交流猕猴桃种植、培育技术,提升眉县整体猕猴桃种植水平,为提升区域品牌影响力奠定良好基础。其次,政府可以举办眉县猕猴桃区域品牌展销会,龙头企业和猕猴桃协会统筹展销会活动,展示地方独特的猕猴桃生长和培育环境,猕猴桃独特的口感和特色品种,赢得更多省外订单,打响眉县猕猴桃品牌知名度,逐步把眉县猕猴桃销往全国各地,让更多消费者认识并认可眉县猕猴桃。再次,眉县猕猴桃企业要紧跟电商直播和新媒体营销浪潮,联合成立眉县猕猴桃淘宝店铺、抖音账号等,选拔优秀人才担任主播,把直播间搬到猕猴桃种植基地,现场采摘猕猴桃,并展示猕猴桃单果重量、切开后果肉等,可以开展一些线上购买优惠活动,促成线上订单,进而提高其品牌知名度,提升眉县猕猴桃企业销售量。

五、结语

区域品牌的建设和发展离不开政府、龙头企业和农业人才的共同努力,地方政府要积极打造独具特色的猕猴桃区域品牌,凸显猕猴桃特色,不断开辟猕猴桃区域品牌建设和宣传渠道,成立专业化猕猴桃协会,扶持龙头企业发展,申请眉县猕猴桃特色商标,引进猕猴桃种植和新媒体营销人才,把新技术、新理念融入眉县猕猴桃产业发展中,严把猕猴桃质量关,赢得消费者认可,提升眉县猕猴桃区域品牌知名度和信誉度,促进眉县猕猴桃产业可持续发展。

参考文献:

- [1] 叶丽丽.都江堰猕猴桃区域品牌建设研究[J].现代商业,2018(24):73-74.
- [2] 刘素芳,秦其文.地理标志农产品对乡村振兴的推动路径研究[J].农业经济,2021(4):141-142.

本文系宝鸡职业技术学院2022年度乡村振兴专项立项课题“眉县猕猴桃区域品牌建设现状及发展研究”(课题编号:2022238Y)研究成果之一。