

传统调味品中小企业经营的研究探讨

郑真辉

杭州西湖神谷酿造食品有限公司, 中国·浙江 杭州 310000

【摘要】中小企业在传统调味品行业中扮演着重要的角色, 在传统调味品市场中占据了相当大的市场份额, 为消费者提供了多样化的产品选择, 具有较强的灵活性和创新能力, 能够快速响应市场需求并推出新产品, 为传统调味品行业的发展注入了新的活力和动力。然而, 中小型企业传统调味品行业中也面临着一些挑战。例如, 由于规模较小, 企业在原材料采购、生产工艺、销售渠道等方面存在一定的限制, 还面临着来自大型企业的竞争压力 and 市场份额的挤压。为了应对这些挑战, 企业采取加强品牌建设、提高产品质量、拓展市场等。然而, 这些策略仍然存在一些局限性。本文旨在探讨传统调味品中小企业的经营, 分析如何化劣势为优势。

【关键词】传统调味品; 中小企业; 经营策略; 转劣为优

在当今的食品行业中, 调味品作为烹饪过程中不可或缺的一部分, 其市场地位日益凸显。传统调味品作为中国传统文化的重要组成部分, 一直以来都是人们餐桌上必不可少的调味品。随着市场竞争的加剧和消费者需求的变化, 传统调味品企业面临着越来越多的挑战。深入研究传统调味品中小型企业的经营情况, 探讨其面临的问题和应对策略, 对于促进传统调味品企业的可持续发展, 提高中国传统文化的传承和发展具有重要的意义和价值。

1 传统调味品中小型企业的经营情况

本文研究了传统调味品中小型企业的经营情况。通过对多家相关企业的调查和分析, 发现这些中小企业在原材料采购、生产工艺、销售渠道及售后服务等方面存在一些问题。在原材料采购方面, 这些企业因规模小往往缺乏稳定的供应渠道, 导致原材料价格波动较大, 影响了企业的成本控制。在生产工艺方面, 这些企业因沿用传统工艺往往缺乏先进的生产技术和设备, 导致产品质量不稳定, 难以满足市场需求。在销售渠道方面, 这些企业因资金短缺往往缺乏全方位的销售渠道和品牌推广, 导致产品难以打开市场。品牌建设需要大量的资金和时间投入, 对于中小型企业来说, 难度较大。提高产品质量需要技术和设备的支持, 对于资金和技术条件较差的中小企业来说, 难度也较大, 拓展市场需要企业具备一定的市场营销能力和资源, 对于缺乏这些条件的中小企业来说, 也存在一定的难度。

在行业形势方面来看, 上市公司海天味业、厨邦、千禾、恒顺等大型企业品牌的常规产品借助资金规模等优势采取下沉渠道价格战等营销手段全方位挤压中小型企业

市场生存空间已形成市场的垄断, 而且中小企业存在规模小、资金缺、区域性品牌等等自身的先天不足导致处于竞争的劣势。如何化劣势为优势是中小型企业必须面对需要化解的最重要的课题。因此中小企业可以采取对外避其锋芒实施产品差异化, 销售差异化, 服务差异化, 引入IP赋能培育高端市场, 对内降本增效, 改进工艺提升质量, 加强营销内部管理建立一套灵活多变的营销机制的策略。

2 中小企业对外策略的具体方案

通过对中小企业调味品“马大嫂”、“裕丰”品牌的实操案例分析, 在产品差异化方面, 主推浙江省北部地区传统特有的古法酿造玫瑰醋, 产品坚持古法酿造, 实现零添加增加产品的附加值。国内大型调味品品牌都没有出品玫瑰醋, 避其锋芒重点打造玫瑰醋的市场销售, 目前“马大嫂”、“裕丰”品牌的玫瑰醋系列产品在浙江省内已形成规模, 品牌效应明显。坚持深耕传统袋装酱油的销售, 降低包装成本, 满足底层消费者的需求, 避开大型品牌的产品包装形式, 在市场分一杯羹。利用日本制作味噌的技术结合传统工艺研发黄豆酱产品, 在确保传统风味的同时使产品更加干净卫生, 实现了不添加防腐剂。目前市场上无论大小品牌的同类产品不添加防腐剂的产品少之又少, 不添加防腐剂的傳統产品深受消费者的认可。

在销售差异化方面, 在加强深耕诸如代理经销商、商超、餐饮等传统渠道的基础上, 结合产品差异化的特点, 重点打造独特的差异化销售模式。集中有限的销售费用重点开拓目标市场, 利用玫瑰醋与大品牌产品的差异化, 在目标市场重点深耕形成第一品牌, 例如“马大嫂”玫瑰醋

已经成为温州地区当地醋市场的第一品牌。温州地区在外打拼的人遍布全国,对在老家吃过的“马大嫂”玫瑰醋念念不忘,有需求但购买不方便。针对这一情况在全国具有较大规模的温州村设立代理经销商,方便了这个群体的同时也为区域性很强的玫瑰醋系列产品打开全国市场奠定基础。目前已培育出西安、昆明、成都、乌鲁木齐等市场。借助杭帮菜、温州面馆在全国的布局,加大对餐饮配送渠道的销售力度,借助本地餐饮业走向全国培养新市场和新的消费群体。开展自媒体渠道的销售,与成熟的自媒体团队合作或贴牌或代理,解决自身费用不足的困难,形成传统行业在新型渠道的销售和盈利模式。

引入IP赋能培育高端市场,借助全国乡村文旅在疫情之后形成的蓬勃之势,在古镇(街)、乡村文旅等场景开设“裕丰”工坊,展示传统非物质文化遗产的传统酿造工艺,开展与场景相适应的体验及研学活动,在传承传统文化的同时培养高端消费群体,实现新的利润增长点。到目前为止已在海宁长安、海宁盐官、临安於潜等开设了三个“裕丰”工坊。深挖浙江老字号“裕丰”的历史文化,开发IP赋能产品。1836年徐志摩的祖父创建了“徐裕丰酱园”,结合海宁市政府打造“徐志摩故居”的文旅题材,与文旅策划团队合作打造“徐宅”系列产品培育高端市场。

此外,拓展国内外市场仍然是传统调味品企业应对挑战的重要策略之一。在国内市场方面,仍然要加强品牌建设、提高产品质量、拓展销售渠道等方式来扩大市场份额。例如,企业继续加强与超市、便利店等零售商的深度合作,提高产品的曝光度和销售量。坚持加强线上渠道的拓展销售,如开设自己的电商平台或在第三方电商平台上打造品牌旗舰店销售产品。在国际市场方面,利用自身差异化产品的优势通过出口、合资等方式进入海外市场,目前味噌和醋产品的已销往日本俄罗斯及东南亚地区。企业需要不断的了解目标市场的文化、消费习惯、法律法规等情况,以便更好地适应市场需求。企业还需要提高产品质量和品牌知名度,以增强在国际市场的竞争力。此外企业应该坚持克服资金短缺的瓶颈积极通过参加国际展会、拓展海外销售渠道等方式来扩大海外市场份额。需要注意的是,拓展国内外市场需要企业具备一定的资金、技术和人力资源等方面的支持。因此,企业需要制定合理的市场拓展计划,并加强与政府、金融机构等合作,以获得更多的支持和资源。同时,企业还需要加强自身的管理和组织能

力,以确保市场拓展计划的顺利实施。

3 中小企业对内策略的具体方案

加强营销内部管理,建立营销考核制度。将业务员的收入与销售额、销售费用、新品销售额、特殊渠道销售额、应收账款、资金回笼周期等用数学公式加权进行计算考核。业务员可以根据分管市场的具体情况制定销售方案,每个业务员都是分管市场的经营者,使之能以最快的速度对市场的变化做出决策,发挥出中小企业灵活多变的特点。管理者根据企业经营状况的变化通过调整加权系数指导业务员的经营,形成一套灵活多变的营销考核制度。

实行差异化销售的培育制度,合理分配销售费用。年初制定差异化销售的内容及年度实施计划,确保能不断发掘开拓差异化销售的内容和形式,为长远利益打好基础。建立销量启动制度,当一个市场或渠道形成一定销量的时候,通过测算将未来一定时间里的预期新增销量所能产生的利润用于该市场的开拓,调动渠道的积极性。这项制度体现了中小企业要时刻与市场渠道站在一起,先要有市场有销量才能实现盈利。温州、台州、哈尔滨、上饶等市场的成功都是该制度运用的成果。树立企业独特的服务制度,在产品没被最终消费掉之前,有责任对产品负责。中小企业的销售大多靠产品特色和质量生存,做好销售渠道各个环节的产品售后服务,对提升品牌和产品改进有很大的帮助。自媒体的销售更是离不开优良的服务,消费者的好评是建立流量的根本。服务制度涵盖了信息反馈登记、部门分析结果、售后处理结果、登门拜访、产品退回制度等等,为公司的长远利益保驾护航。

制定与企业自身相适应的高效内部管理考核制度是中小企业在大品牌掌控的市场中得以生存的法宝。确保能根据市场情况的变化及时做出对策,利用大品牌决策速度慢的弱点快速捕捉市场机会,确保调动销售渠道上每个环节的积极性才能深耕市,确保消费者的权益形成良好的口碑才能做大做强。

4 促进传统调味品中小型企业可持续发展的建议

传统调味品中小型企业的经营过程中面临着上述所述的多种挑战,为了应对这些挑战,这许多中小企业采取了各自的一些策略,如加强品牌建设、提高产品质量、拓展市场等。然而,这些策略仍然存在一些局限性,需要进一步完善和改进。

政府应该加强对传统调味品中小企业的政策支持,为其

提供更多的财政和税收优惠政策,降低企业的经营成本,应该加强对传统调味品行业的监管,规范市场秩序,保护企业的合法权益。传统调味品中小企业应该提高自身的管理水平,加强内部管理,提高生产效率和产品质量。还应该加强与供应商和客户的沟通,建立长期稳定的合作关系,降低采购成本和销售成本。传统调味品中小企业应该加强行业协作,建立行业协会或联盟,共同解决行业面临的问题,分享资源和信息,提高整个行业的竞争力和影响力。中小企业往往缺乏专业的人才管理团队,导致人才招聘、培养和留用方面存在困难。由于传统调味品行业的特殊性,企业需要具备一定的技术和工艺知识,但是这些知识往往只有老员工掌握,新员工难以快速掌握。

针对传统调味品企业面临的问题和挑战,政府可以出台一系列扶持政策,如加大财政支持力度、降低税收负担、提供技术支持和培训等。首先,政府可以通过财政资金的投入,为传统调味品企业提供必要的资金支持,帮助企业解决资金短缺问题,促进企业的发展。政府可以通过减免税收等方式,降低企业的经营成本,提高企业的盈利能力。政府还可以提供技术支持和培训,帮助企业提高生产工艺和产品质量,提高企业的竞争力。最后,政府可以加强与传统调味品行业的合作,共同推动行业的发展,促进企业的可持续发展。政府扶持政策对于传统调味品中小企业的发展至关重要,政府应该加大力度出台相关政策,为企业提供更好的发展环境和支持。

5 中小企业发展具体措施

企业应该加强人才管理团队的建设,招聘专业的人才管理人员,制定科学的人才培养和留用计划。企业应该注重技术和工艺的传承,建立完善的培训机制,让老员工将技术和工艺知识传授给新员工。企业还应该加强市场营销人才的培养,提高企业的市场竞争力。政府和行业协会也应该加强对传统调味品中小企业的人才培养和管理方面的支持。政府可以出台相关政策,鼓励企业加强人才培养和留用,提供相关培训和资金支持。行业协会可以组织相关培训和交流活动,促进企业之间的合作和共享资源。加强政策支持是促进传统调味品中小企业可持续发展的重要手段之一。政府可以通过出台相关政策,为传统调味品企业提供更多的支持和帮助。政府可以加大对传统调味品企业的财政支持力度,为企业提供更多的资金支持,帮助企业解决资金短缺的问题。政府可以加强对传统调味品企业

的技术支持,为企业提供更多的技术咨询和培训,帮助企业提高生产工艺和产品质量。政府还可以加强对传统调味品企业的政策支持,为企业提供更加优惠的税收政策和减免政策,帮助企业降低成本,提高盈利能力。通过加强政策支持,可以有效地促进传统调味品中小企业的可持续发展,提高企业的竞争力和市场地位。

传统调味品中小企业面临的挑战不仅来自市场竞争和技术创新,还包括政策环境和行业协会的支持不足。在政策方面,政府应该加大对传统调味品企业的扶持力度,包括提供财政支持、减免税费、降低融资成本等。政府还应该加强对传统调味品行业的监管,规范市场秩序,保护企业的合法权益。在行业协会方面,应该加强行业协作,促进企业之间的交流和合作,共同应对市场挑战。行业协会还可以为企业提供技术支持、市场信息、人才培养等方面的服务,提高企业的竞争力和创新能力。政府和行业协会的支持是传统调味品中小企业可持续发展的重要保障,需要得到足够的重视和支持。

6 结语

中小企业在传统调味品市场中占据了相当大的市场份额,为消费者提供了多样化的产品选择,在传统调味品行业中具有较强的灵活性和创新能力,能够快速响应市场需求并推出新产品,还为传统调味品行业的发展注入了新的活力和动力。但要想在竞争激烈的市场中立足并取得成功,还需不断探索和创新。只有当整个行业都意识到中小企业的价值和重要性时,调味品市场才能迎来更加公平、健康和繁荣的发展。

参考文献:

- [1] 宫润华,程小敏.非遗视角下中国传统调味品的创新发展[J].中国调味品,2018.
- [2] 钟龙斌.中小企业投资决策存在的问题与对策[J].广西职业技术学院学报,2017(03).
- [3] 赵艳丽,于溪洋.调味品企业社会责任营销对企业成长性的影响研究[J].中国调味品,2021(06).
- [4] 华琦,刘霜.中国调味品行业的发展趋势分析[J].中国管理信息化,2020(20).
- [5] 马昕瑜.调味品企业成长性分析--以千禾味业为例[J].中国管理信息化,2021(21).
- [6] 卢紫伊,李鑫熈.企业成本管理信息的自愿性披露与市场反应研究[J].中小企业管理与科技,2024.