

乡村振兴背景下如何打造新的产品品牌

——以砀山黄桃罐头为例

房诗函 严红霞

东南大学成贤学院

DOI:10.12238/ej.v7i5.1552

[摘要] 随着现代农业的发展和乡村振兴的进行,部分县区农村的发展遇到瓶颈,这些县区不乏特色产品,但是特色产品由于缺乏相应的产品品牌,市场占有率处于较低的水平,市场份额低带来的就是经济转化低,经济转化低又给农村的发展带来阻碍,本文以砀山黄桃罐头为例,在分析砀山县黄桃产业发展现状的基础上,就如何在乡村振兴的大背景下打造新的产品品牌,为农村经济发展提供动力,探索其在打造新的产品品牌方面存在的问题并提供相应的解决办法。

[关键词] 传统经销模式; 政府扶持; 封口处理

中图分类号: TS958.08 **文献标识码:** A

How to Build New Product Brands under the Background of Rural Revitalization

—Taking Dangshan Yellow Peach Canned Food as an Example

Shihan Fang Hongxia Yan

Southeast University Chengxian College

[Abstract] With the development of modern agriculture and the progress of rural revitalization, The development of some counties and areas has encountered bottlenecks, These counties have no shortage of special products, However, due to the lack of corresponding product brands, Market share is at a relatively low level, Low market share brings about a low economic conversion, Low economic transformation and bring obstacles to rural development, Taking the Dangshan canned yellow peach as an example, On the basis of analyzing the development status of the yellow peach industry in Dangshan County, On how to build a new product brand in the context of rural revitalization, Provide impetus for rural economic development, Explore its existing problems in building new product brands and provide corresponding solutions.

[Key words] Traditional distribution model; government support; sealing treatment

引言

2015年,为加快推进农业现代化,中央一号文件提出若干意见,旨在推动一、二、三产业融合发展。为促进农民增收,延长农业产业链条,增加农业附加值,国家对一二三产的整合发展高度重视,接二连三地出台一系列相关政策措施。2017年,国家领导人在党的十九大报告中首次提出实施乡村振兴战略,并指出要促进农村一、二、三产业融合发展,支持和鼓励农民就业创业,拓宽增收渠道,2019年《国务院关于促进农村产业繁荣的指导意见》强调,解决农村各种问题的前提条件是农村振兴,关键在于振兴产业,要把农村的产业发展成果转化为农村的经济发展成果,砀山县具有优越的黄桃资源外加便利的交通位置,这为砀山县的黄桃产业发展提供巨大的推力,但随着社会的发展,消费者

的消费理念随之改变,原先的工厂生产的含有添加剂的黄桃罐头产品在市场上的欢迎度在逐渐下降,这对于砀山县发展经济与推动乡村振兴是有消极影响的,砀山县黄桃罐头拥有传统黄桃罐头与工厂黄桃罐头,这两种黄桃罐头最大的区别在于产品是否加入添加剂,与工厂黄桃罐头相比,传统黄桃罐头更受欢迎,但目前传统黄桃罐头市场占比极低,究其原因就在于缺乏传统黄桃罐头品牌,若是创立新的传统黄桃罐头产品品牌其市场占有率会上升,这对砀山县推动乡村振兴进行与农村经济发展具有重大意义。

1 砀山黄桃罐头品牌现状

1.1 两极分化明显

砀山县黄桃罐头品牌呈现明显的两极化,一极是以科技罐

头、铭凯罐头为代表的大型黄桃罐头厂家,科技罐头全名安徽宿州科技食品有限公司,据统计,在黄桃上市季节科技罐头在砀山县各镇有45个采收点,各采收点每天采收量达到7-8万斤,每天总采收量达到315万斤以上,对砀山县黄桃内部消耗做出了突出贡献,另一极是其他小型黄桃罐头企业,无论是企业规模还是企业抗风险能力,这些小型生产厂黄桃消耗量远不及科技罐头生产厂,2021年-2023年100多家小型罐头生产厂因货物无法外销倒闭。

1.2 龙头集聚,小厂分散

科技罐头与铭凯罐头均坐落于砀山县经济开发区,砀山县经济开发区食品加工产业配套设施完善,拥有着优越的生产条件,科技罐头生产厂与铭凯罐头生产厂直线距离仅有7.5公里,二者紧密相连。

与龙头企业相比,中小型品牌企业分布在郊区,分布呈散点状分布,作者调查走访发现,中小型生产厂大多位于郊区角落,交通条件较差,交通道路不少呈破碎态。

2 砀山黄桃罐头行业所存在的问题以及黄桃罐头新品牌创立所要面对的困难

2.1 缺乏等级判定标准,秩序混乱

砀山县本身就有优越的黄桃资源,砀山县近五年来出现了很多黄桃罐头品牌,这些成立早的品牌存在时间较长,科技罐头和铭凯黄桃罐头构成了砀山县黄桃罐头第一品牌网,短时间内品牌的多样性为其带来了喜人的收益,但是砀山县并未制定当地的黄桃罐头执行当地的标准,因此,遵循国家食品安全执行标准,虽然符合《食品安全法》,但随着时间的推移,“优品级”、“优品级”判定标准不明确的问题显露出来,这直接导致砀山县黄桃罐头执行标准混乱,一些企业打着“优品级”的旗号销售“优品级”产品,但由于判定标准不到位,执法部门无法对涉事企业进行处罚,导致了砀山黄桃罐头产业秩序混乱。

2.2 生产企业偷工减料,原料以次充好

作者调查走访发现,在4月份仲春时节,部分黄桃罐头生产厂门口能闻到浓烈的黄桃腐烂味道,这直接证明了生产厂为减少成本原料以次充好,生产厂家明知黄桃原料有变质迹象,原料难以再次使用,但仍然强行使用,将变质的原料和符合标准的原料进行混合并加入添加剂改善产品品质,产品生产原料好坏参半最大程度的使用原料,达到了降低生产成本的目的;添加剂的使用使得消费者难以通过产品口感判断出产品原料的好坏,达到了混淆视听的目的。

2.3 有特色产品但缺乏创立品牌意识

到2022年年末,砀山县全县拥有2000多家水果种植合作社,黄桃种植合作社700多家,黄桃家庭农场达到420家,年生产黄桃罐头总量达到9万吨,产值6.7亿人民币,带动10万户果农增收。砀山县的家庭农场生产的黄桃罐头是砀山县传统黄桃罐头,与工厂流水线上生产的黄桃罐头相比,家庭农场所生产的黄桃罐头不含安赛蜜、阿斯巴甜等一系列化学添加剂但这种繁荣的背景下砀山县依旧缺乏高知名度的家庭农产品品牌,也就是传统黄

桃罐头品牌,最大的问题在于经营者缺乏品牌意识,品牌意识缺乏表现在缺少对品牌价值的认知,忽视品牌建设,市场定位模糊不清,品牌传播策略不足,忽视消费者实际消费需求,品牌管理不规范,品牌投资不足,表现最直接的是忽视品牌建设,例如产品生产符合国家法律规定标准,但由于经营者忽视品牌建设,并未申请商标等一系列品牌建设必备的项目,导致产品和市场上流通的大众产品区别度不高,消费者无法一下锁定产品,给产品的销售推广带来不必要的麻烦。品牌意识的缺少会导致品牌难以创立,这会给产品推广带来诸多问题,例如降低消费者信任度、市场推广成本增加、产品溢价能力降低、消费者对产品忠诚度降低、易受到竞争影响等等。

2.4 各自为营,无法产生集聚效应

砀山县传统黄桃罐头一大特点就是分布散乱。相较于工厂流水线生产模式来说,传统黄桃罐头的生产模式大多是家庭农场模式,主要劳动力是家庭成员,例如父辈负责生产,子辈负责销售,自产自销的模式,虽然这实现了利润个人分成最大化,全部的收益归家庭所有但是也有不小的弊端,无法获得产业集聚产生的效益,比如降低成本、扩大市场规模、获得政策支持、带动区域经济发展而砀山县传统黄桃罐头生产散乱分布在根本上无法形成集聚效应,资源、设备、服务都无法实现共享,生产成本居高不下,也直接影响了经营者获得的收益高低。在产业集聚区,经营者接触到供应商、客户、相关产业供应链上的其他企业机率更高,打开市场相对于散乱分布更容易。

2.5 缺乏新鲜血液注入,经营者多为当地农民

传统黄桃罐头生产经营者大多是当地黄桃种植户,在互联网时代信息大爆炸的背景下,新的销售理念很难被理解和接受并运用到实际经营活动中,经营者遵循传统的生产销售理念,传统的生产销售理念对于现代消费模式而言显得较为薄弱,缺乏新鲜血液的注入会造成创新不足等多种问题,因此,在传统的生产经营活动中,沿用传统的销售模式会导致传统黄桃生产经营活动的市场竞争力减弱,行业发展速度放缓,市场饱和度提高,行业整合的可能性增大,现有生产企业更倾向于并购其他同行企业,从而提升自身的市场份额,这对于建立新的产品品牌,提升现有生产企业的市场份额,都是一种毁灭性的打击,因此,黄桃生产经营活动的市场竞争能力将会在新产品品牌的创立最难度过的就是初期的企业发展阶段,在企业发展初期,市场上任何一个要素的变化都会造成企业的破产,若是企业破产新产品品牌的创立自然是失败的,当地的农民由于自身的原因,在经营决策上更容易出现决策失误,导致整个家庭农场的衰败,

2.6 政府扶持不到位,后顾之忧大

砀山传统黄桃罐头新品牌的创立离不开政府的扶持,但从砀山县黄桃罐头龙头品牌的发展现状来看,砀山县政府的引导和扶持力度无法满足砀山黄桃罐头新品牌创立的需求,表现在两个方面,一是资金扶持不足,砀山黄桃罐头新产品的创始发起人多为个人发起,相对于企业和政府而言。资金是个明显的短板,资金不足对黄桃罐头企业会有多方面的负面影响,比如生产受

限、产品质量下降、市场推广受限、研发创新受阻、供应链不稳定、人才流失严重,对企业影响最大的就是供应链不稳定,供应链不稳定体现在多个方面,例如生产缓慢甚至停滞,产品质量得不到保证。生产成本上升,企业倒闭风险加大等方面;二是生产场地不足,截至2023年12月,砀山县政府陆续收回部分土地纳入储备土地,但因合同原因,部分亏损严重的企业土地无法收回,土地租赁未到期,政府无权收回土地,这给想在砀山县落地的黄桃罐头企业造成巨大困扰。企业一边需要寻找资金来源,又需寻找合适的地块建设厂房,企业的后顾之忧极大,企业不能落地,更不能打造企业品牌。

2.7 基础设施薄弱

砀山交通县黄桃主要生产区有砀城镇、周寨镇、西南门镇、葛集镇、玄庙镇等乡镇,但截止到2022年12月,砀山县黄桃产量最大的西南门镇仍有部分村屯道路未通,这就大大增加了黄桃罐头新品牌的创建难度,道路未通意味着道路设施的缺失,传统黄桃罐头生产容器多为玻璃材质的易碎品,路面的碎裂会使传统的黄桃罐头在运输途中更容易碎裂,产品损失率也会大幅提升。

2.8 封口技术欠缺,品牌形象受损

砀山传统黄桃罐头最大的缺陷并不在于产品本身,封口技术还是采用的气压法,其原理是将装有黄桃的黄桃罐头经过高温蒸煮,内部气体受热膨胀排出,瓶盖在其整体冷却前拧紧,达到封口的效果,内部气体冷却后气压降低,内外产生一定的气压差,使瓶盖自然压紧,从而达到密封的效果,由于瓶盖和瓶身分别由铁质和玻璃制成,防灰效果较差,灰尘颗粒落在瓶口,并且黄桃罐头存放在阴暗避光的地方,底部的灰尘很容易霉变,传统黄桃罐头的生产是经过高温杀菌的,瓶内是真空环境,在这种条件下,霉菌无法存活,但消费者判断一款产品的优劣的一大条件就是外观是否完整、毫无瑕疵,而消费者的第一印象显然因为底尘导致的霉变大打折扣。

3 如何解决创立新品牌所需面对的各种困境

3.1 政府给与资金与政策扶持,划定黄桃罐头产业园

砀山县在创建黄桃罐头新品牌过程中,政府应加大扶持力度,一是加大资金扶持力度,基于当地黄桃产业发展的基础上,在生产、加工、销售等环节给予新型传统黄桃罐头企业一定的

资金补助、税收优惠、场地租金优惠,最大程度上降低企业生产成本,同时设立黄桃罐头传统罐头专项资金,用于传统黄桃罐头生产相关环节的技术攻关;其次是基础设施的完善。交通运输是黄桃罐头生产过程中一大重要要素,从产品原料的运输到产品相关材料的运输再到最后的产品外运都离不开完善的交通网络,完善的交通网络能最大程度的降低产品与原料以及相关材料在运输过程的损毁率,进一步降低企业生产成本。

3.2 制定明确的产品等级划分标准,以规范生产秩序

明确的产品划分标准能最大程度避免以次充好、串级销售等现象的出现,使新品牌产品的产品市场定位更明确,针对性的开发推广相关产品,为之后的销售和营销策略精细化管理做基础。良好的市场秩序建立在规范的划分标准之上,能有效的减少企业打“擦边球”现象,而当“擦边球”现象发生之后相关执法单位有法可依,对设施企业进行处罚,维护砀山黄桃罐头的良好形象。

3.3 提高科技投入,实现技术突破

解决传统黄桃罐头封口处灰尘在阴暗环境下霉变的问题刻不容缓,封口处霉变问题的处理关系到砀山传统黄桃罐头产品是否能合格上市,能否被消费者所接受,应予以重视,在公众之中建立良好的企业形象。

4 结束语

通过上文可知,创立砀山县传统黄桃罐头新品牌并且让其在公众面前拥有良好的形象是个艰难漫长的过程,这不仅仅需要企业方面的努力也需要政府方面的参与,砀山县拥有着优越黄桃资源,黄桃与黄桃罐头是砀山县闪亮的名片,特别是传统黄桃罐头,在乡村振兴的大背景之下辅以现代科技,传统黄桃罐头能脱颖而出,帮助砀山县发展乡村经济,成为推动乡村振兴一大推手。

[参考文献]

- [1]王雪贤.砀山县黄桃产业发展提升路径研究[J].村委主任,2023(02):62-64.
- [2]权聪娜,焦伟伟,胡建.家庭农场有机种植发展困境与出路[J].合作经济与科技,2024(12):20-21.
- [3]郝远远.砀山县黄桃罐头加工企业生产策略研究[D]南京:南京大学,2017.