

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第060期 总第11028期 四川省社会科学院主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 全年定价:450元 零售价:2.00元

2024年3月10日 星期日 甲辰年 二月初一

一周观察 | Observation

土特产品牌化 或是乡村振兴的好“抓手”

■ 张守营

“做好‘土特产’文章,依托农业农村特色资源,向开发农业多种功能、挖掘乡村多元价值要效益,向一二三产业融合发展要效益,强龙头、补链条、兴业态、树品牌,推动乡村产业全链条升级,增强市场竞争力和可持续发展能力。”习近平总书记关于土特产的这个论述,为我们促进乡村特色产业提质增效、推进乡村产业振兴指明了方向。

我国地广物博,从来就不缺土特产,以全国 2800 多个县级行政区计,哪怕一县一特产,那也是数以千计的了。真实的情况是,目前我国有 8000 多个地理标志和农产品区域公用品牌,平均每个县级行政区有 3 个左右,总数量居世界第一。为何如今连本地人都不清楚自家的特产了呢?笔者认为,这恐怕就是土特产的品牌化做得不够,而如何做好农业品牌建设是一个极其重要的问题,也是一个非常大也非常艰巨的任务。

大家对于全国特产大提底的关注,表明的是消费者对地域特色产品的追求,这种关注或许会让土特产品牌化有了新契机。哪怕是在今日互联网信息爆炸的时代,酒香也怕巷子深。借此“尔滨热度”,我们完全可以让更多特产“飞入寻常百姓家”,各地可以通过挖掘乡村独特资源,强化农产品的地域特色和文化内涵,加强农文旅融合,创新产品开发,利用好社交媒体“出圈”“破圈”。中国人民大学品牌农业课题组组长、首席专家姜向鹏表示:农业品牌革命风起云涌,一个 10 万亿级的超级大市场构建了中国农业发展的鲜明逻辑和壮丽图景。

姜向鹏同时也表示,看似轰轰烈烈的农业品牌建设,对于很多地方政府和企业来说,依然是一项崭新的课题,在理念、路径和方法上,还存在很多误区和盲点,也走了很多弯路。要知道,目前在国际市场上,我国仍然没有出现世界级的国家农业品牌名片。

如何做好土特产品牌化?姜向鹏认为,我们唯一的出路和最大的捷径就是选对路径,不走弯路。

在土特产品牌化的过程中,产品定位起着关键性的作用。首先,土特产应该具备地域独特性,与其他地区的产品有所区别。通过深入了解本地的传统文化、历史背景、自然环境等因素,挖掘并突出产品的特色和卖点。其次,保持传统性也是土特产品牌化的重要方面。土特产往往有着悠久的历史和传统制作工艺,品牌化过程中要注重保护和传承传统工艺,以确保产品的独特性和高品质。此外,增加附加值也是土特产品牌化的一种策略。除了传统产品,可以考虑推出与地域相关的衍生产品,如文化手工艺品、旅游纪念品等,以提升产品的附加值。

品牌形象建设是土特产品牌化的关键环节。通过挖掘土特产的历史、文化、传统故事等元素,打造一个有吸引力的品牌故事,吸引消费者对品牌的关注和认同。选择一个简洁、易记、具有代表性的品牌名称,并设计一个与品牌故事和产品特色相符的标识,以便消费者能够迅速识别品牌。同时,通过多种方式宣传品牌,使更多的消费者了解和认可品牌。可以利用社交媒体、电视、广告等形式进行品牌推广,以及参加各类展览、活动等增加品牌曝光度。

市场推广策略则是土特产品牌化成功的关键。根据土特产的特点和消费者的需求,明确品牌的目标消费群体,制定相应的市场推广策略。可以通过建立品牌官方网站、社交媒体账号等,将土特产推广给更多的消费者。利用线下推广方式,参加各类展览、商贸活动等,扩大品牌的知名度和影响力。与各地零售商、批发商、电商平台等建立合作关系,建立分销网络,将产品推广到更广泛的市场。

烟台何以“品重” ——一个新城市品牌的提出



■ 郭建

“建设具有影响力的国际城市,叫响‘仙境海岸·品重烟台’的城市品牌。”1月13日,烟台市第十八届人民代表大会第三次会议开幕。烟台市市长郑德雁在政府工作报告中提出了烟台的新城市品牌。

时隔百年,烟台再提“品重”

烟台人熟知“品重”,源自孙中山到访张裕。1912年8月21日,烟台欢迎孙先生来访——“莅张裕公司,茗谈一小时”(《申报》“孙中山莅烟纪事”),题词“品重醴泉”。

“醴泉”是《礼记》里的话:“天降甘露,地出醴泉”。这四个字,既赞许了张裕葡萄酒的品质,也褒奖了老板张弼士的人品。自此开始,烟台葡萄酒名扬中外。据了解,1956年,每瓶贵州茅台2元8角8分之时,张裕白兰地已经卖到5元零8分,烟台产品初露头角。

1984年,烟台跻身全国首批14个沿海开放城市之列。1861年开埠后,张裕酿酒公司、宝时造钟厂等应运而生,是中国最早创业的知名厂家,烟台因此被誉为“国际葡萄·葡萄酒城”“中国钟表城”和“东方瑞士”,成为百年工业城市、中国近代工业发祥地。后来,烟台三环锁厂、北极星钟表、飞轮罐头厂、罗锅香皂、烟台啤酒等一批传统企业相继诞生,伴随着“实业报国”的呼声,烟台的优质产品和卓越品质日益清晰。

烟台濒临黄渤海、气候清爽宜人,空气质量常年保持国家二级标准,春可观潮、夏可避暑、秋可品鲜、冬可赏雪。

这里有“海上仙山之祖”昆崙山、“江北黄山”天崙山、“中国书法名山”云峰山,亦有苏轼赞叹“心之所见皆幻影”的古代“四大名楼”之一蓬莱阁,锁钥京津、黄渤交汇的长山列岛。山海间流传着“八仙过海,各显其能”、海上“三仙山”等传说,留存着秦始皇“巡登之果,临照于海”、汉武帝“筑城北望蓬莱山”等遗迹,烟台的品牌底色在历史的发展长河中早已熠熠生辉。

今天的烟台,作为东北亚开放桥头堡,地位日益提升,有100多家世界500强企业投资兴业,累计使用外资近400亿美元,每年外贸进出口额3000多亿元,已从民族工业发祥地蝶变为现代化制造业大市。无论是产品、品

质、品牌还是人品,均在原有的基础上焕发新的生机与活力。

时隔百年,烟台再提“品重”,不仅是对自身的全新定位,更是烟台在新起点新征程上的新姿态。

认识把握“品重”之品

“品重”之品,首先是品格、品质和素质。品格不是空洞的,不是抽象的,而是体现在一件件产品上,蕴含于一个个品牌中。

“品”有三口,意为众多。“品重”之品,是琳琅满目的烟台产品。烟台市已有23个好品入选首批“好品山东”名单,数量位居全省第三。

地处北纬37度黄金海岸,烟台苹果红润津纯、莱阳梨酥软多汁、大樱桃脆甜饱满,渤海大对虾、莱州梭子蟹、长岛海参等海珍品鲜嫩肥美,这是烟台宝地孕珍饈。“引力一号”、“蓝鲸1号”、耕海一号海洋牧场展示了“大国重器”的科技力量,以及烟台好品在技术创新、绿色低碳、质量信誉、全球布局、品牌影响力等方面的突出优势。产品是“品重烟台”的金色名片。

“品重”之品,是过硬的烟台品质。“品”指

事物的类别和等级,也就是事物在质量上的优劣区分。2023年2月,党中央、国务院正式印发《质量强国建设纲要》。以中国式现代化推进中华民族伟大复兴,质量工作踏上新的征程。中国质量源远流长,烟台品质波澜激荡。

品质好不是喊出来的,是实实在在干出来的。从九大制造业产值突破9000亿元,到农林牧渔业总产值突破1300亿元,再到全市清洁能源装机容量达到1325万千瓦、居全省首位……烟台以实干呈现硬核数据,展现过硬品质,为“品重烟台”注入了强大的动力和信心。

“品重”之品,是掷地有声的烟台品牌。“品”可做动词,意为品尝、辨别,“品重烟台”,就是沉浸式体验这座城市的品牌魅力。烟台山海诠释古往,仙境昭示未来,获评联合国人居奖、中国人人居奖,是国家历史文化名城、中国优秀旅游城市、亚洲唯一的国际葡萄·葡萄酒城。

烟台市拥有国家地理标志保护产品9个、山东省知名农产品品牌56个,烟台葡萄酒品牌价值858.74亿元,烟台苹果品牌价值152.94亿元。

2023年,南北长山岛群、大黑山岛、砣矶岛获评国家首批和美海岛;八角湾、庙岛诸湾获评国家级美丽海湾,数量居全国首位;金沙滩、朝阳街分获国家级旅游度假区、旅游休闲街区;八仙过海旅游区入选国家级夜间文旅消费聚集区;烟台市跃居全国消费者满意度测评第四位。

一项荣誉就是一个品牌,闪耀着烟台的非凡魅力。烟台市的品牌指数位居全国第19位,其城市品牌彰显实力和底蕴,奏响了“品重烟台”的华美乐章。

认识把握“品重”之重

“品重”之重,首先是有分量的、沉甸甸的、重要的、厚重的、有地位的。

“品重”之重,彰显烟台的厚重底蕴,展现了烟台在全省乃至全国发展大局中的重要位置,在打造绿色低碳高质量发展示范城市上的重大责任,在推动高质量发展上的重要作为。

“品重”之重,是产品、品质与品牌的重要性。“品牌”作为城市发展的精炼与象征,凝聚着城市的产品和品质。优秀的城市品牌无疑是城市经济腾飞、形象塑造以及资源整合的强大助推器。

[下转 P4]

持续唱响“天下米粉看江西”品牌,江西底气何来?

■ 吴清泉

“一碗米粉,是外出工作的赣鄱儿女最爱的家乡美食之一,更是乡愁。”在老家安顿好孩子上学事宜后,家住江西余干县的彭松2月28日进店点上一碗米粉,吃完便踏上了外出务工之旅。

人间有味是清欢,对许多江西人而言,每个早晨,从一碗冒着烟火气的米粉开始。早在南宋时期,江西就留下了“江西谁将米作缆,捲送银丝光可鉴”的佳话。持续唱响“天下米粉看江西”品牌,这个长江中下游省份底气何来?

产业规模稳步增长

地处长江中下游南岸的江西自古就是鱼米之乡,是中国传统米粉生产大省、消费大省,各式米粉店遍布大街小巷。据不完全统计,江西有各类米粉销售门店数万家。

甲辰龙年春节前夕,江西都昌县一家农产品公司排粉加工厂,工人们忙着制作排粉以满足源源不断的新年订单。该公司负责人张廷尧说:“我们的排粉纯手工、无添加,粉条粗细均匀、垂直性好,煮后口感爽滑、富有弹性还不粘牙。”2023年,这个排粉厂生产销售



排粉约20万斤。

近年来,江西将米粉作为赣菜的重要品牌和重要产业来培育打造。江西官方此前印发《关于进一步提升江西米粉竞争力和附加值的实施意见》,提出推动江西米粉标准化、品牌化发展,做大做强江西米粉产业规模。

栽下梧桐树,引得凤凰来,越来越多的知名企业把目光投向江西。全国连锁米粉企业无名缘选择与江西米粉供应链企业合作,全球供应链企业巨头益海嘉里在江西投资兴建了米粉专业生产供应基地;江粮集团、煌上煌等一批江西企业也纷纷跨界投资,加入江西米粉产业“赛道”。

江西官方明确提出,到2025年,江西将培育3至5个国内外知名的米粉餐饮连锁企业和预包装米粉品牌,打造1至2条全国知

名的特色米粉美食街区,力争实现江西米粉全产业链销售收入超过1000亿元。

品牌IP“破圈”扬名

发布江西米粉统一标识、邀请影视演员刘涛担任“江西米粉推广大使”、连续举办三届中国米粉节……近年来,江西推动米粉整体品牌形象大幅提升,江西米粉品牌IP出圈出彩。

“中国米粉节品牌在行业内得到了广泛认可,已成为国内规模最大、专业化程度最高、影响力最广的米粉产业交流合作平台。”在第三届中国米粉节新闻发布会上,江西省商务厅副厅长饶芝新说,通过参展参会,春丝、渣渣灰、周真真、花小小、海特佳等一批江西省内外企业打响了品牌,收获了订单、实现了快速发展。

为唱响江西米粉品牌,江西支持米粉餐饮龙头企业在全国布局,在一线城市开设品牌连锁店、旗舰店,提高市场占有率和品牌影响力;研发米粉预包装产品、衍生产品,开发伴手礼系列产品,鼓励米粉龙头企业实现数字化、智能化改造。

“米粉操作简单、出品快,既可堂食,也适合外卖。”江西省赣菜产业发展促进会会长

邓丹此前表示,江西米粉品牌初步实现了从区域性品牌向全国性品牌的跨越。

远销多国香飘海外

江西不仅是“嗦粉”大省,还是米粉出口大户。公开数据显示,2023年,江西米粉出口量2.6万吨、货值2亿元,同比分别增长5.1%、3%,均位居全国第二位,远销多个国家和地区。

近年来,江西米粉产业加速发展,该省一批米粉供应链和消费品牌企业纷纷走出江西,在中国乃至全球市场上开疆拓土。

早在1993年于海南举办的中国食品博览会上,一款由江西会昌县县精制米食公司自研的米粉产品斩获金奖“一炮而红”。当年5月,会昌县第一批“江西米粉”漂洋过海出口至加拿大,自此踏上“出海”之路。

“江西米粉品质好,加上政府不断提升出口便利度,使得江西米粉出口量稳步增长。”中国饭店协会副会长金勇接受记者采访时表示,米粉口味适合中外食客,在海外有广泛的消费群体和良好的消费基础。

小米粉大产业,米粉的味道千滋百味又历久弥新。随着业态不断丰富,热度不断提升,江西米粉产业料将在海内外闯出一番天地。

**双汇熟食**
SHUANGHUI DELI

**三头商,更入味**

广告

责编:周君 版式:黄健
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业家日报微信公众号
二维码

中国企业家网
二维码

**山西特产 霍州年馍**
中国年馍之乡
“舌尖上的美食” “指尖上的艺术”



联系电话:18534090188
霍州市农村集体经济发展有限责任公司

广告

**嗨吃家中国粉**
中国美食之粉

**嗨吃家**

成都嗨吃科技有限公司
河南嗨吃家食品股份有限公司
品牌热线:400-883-5661

广告