

doi:10.16779/j.cnki.1003-5508.2018.01.021

金阳青花椒品牌现状研究与思考

刘亮,王新*,孙雪骄

(四川省林业科学研究院,四川成都 610059)

摘要:随着供给侧改革的不断深入和电商时代的到来,林业产品的供给将越来越依赖于品牌效应,实施品牌战略是新时代林产品有效供给的趋势,也是林农增收和致富脱贫的重要举措。以金阳青花椒为例,通过分析其产业发展现状、品牌建设前景及存在问题,认为从产业投入、市场管理、产品品牌创建和品牌创意这4个方面入手是“金阳青花椒”打赢品牌攻坚战的关键。

关键词:金阳青花椒;品牌建设;品牌战略

中图分类号:F323.5 文献标识码:A 文章编号:1003-5508(2018)01-0101-04

Research and Thinking on the Present Status of Jinyang Green Zanthoxylum Brand

LIU Liang WANG Xin* SUN Xue-jiao

(Sichuan Academy of Forestry, Chengdu 610081, China)

Abstract: With the deepening of supply-side reform and the coming era of electronic commerce, the supplies of forestry products would increasingly rely on brand effect. Implementing the brand strategy of forest products would become a trend of the new era. It was also an important measure for farmers to increase income and lift out of poverty. Jinyang green Zanthoxylum (*Zanthoxylum schinifolium*) was taken as an example by analyzing its development status, brand building prospects and existing problems. It was believed that the key was industrial investment, market management, product brand building and brand creativity for Jinyang green Zanthoxylum to get the market.

Key words: Jinyang green Zanthoxylum, Brand building, Brand strategy

县域经济的发展尤其是对于偏远地区的农林大县来说,关键要找准区域特色资源,做大做强特色经济,打造区域特色品牌,以品牌经济效益拉动区域发展。青花椒是金阳县的特色资源,打造金阳青花椒知名品牌,使其成为金阳县的驱动产业和名片品牌,是发展壮大金阳县域经济和带动全县人民致富脱贫的重要抓手。

1 金阳青花椒发展现状

1.1 产业现状

青花椒是金阳县的特色产业,同时也是金阳县的主导产业。21世纪以来,金阳县委、县政府高度重视青花椒产业发展工作,不断加大资金投入,专门成立了金阳县花椒生产办公室,出台了《关于大力

收稿日期:2017-12-08

基金项目:四川省林业科学研究院科研课题项目“四川林业品牌战略研究”。

作者简介:刘亮(1986-),男,四川内江人,硕士,主要从事林业经济研究,E-mail:739769963@qq.com。

通讯作者:王新(1968-),男,四川成都人,高级工程师,主要从事林业生态和林业经济研究。

发展金阳青花椒生产的决定》，并委托四川省林科院编制了《金阳青花椒产业发展规划(2011—2020年)》^[1]。目前,金阳青花椒的种植主要还是以农户为单位种植面积十分散乱,椒林的经营管理水平还很低。截止2016年底,种植面积已遍及全县28个乡镇,4.7万农户,16.37万人,总面积达5.5万 hm^2 ,全县青花椒年产量达6800 t,年产值达6.85亿元,椒农人均收入4185元。青花椒带来的经济收入是金阳县经济收入的重要来源,其占农业(含农、林、牧、渔)和GDP的比重近年来不断增加,具体情况见表1。

表1 金阳县青花椒产业情况表

| 指标 | 年份 | | | | | | |
|------------------------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | |
| 青花椒年产量(t) | 3700 | 8000 | 5310 | 4000 | 5200 | 6800 | |
| 青花椒产值(亿元) | 2.2 | 2.56 | 3.2 | 2.7 | 4.8 | 6.85 | |
| 与全县农业 (含农林牧渔) 相比 | 农业产值 (亿元) | 8.96 | 10.06 | 9.41 | 9.79 | 12.28 | 13.16 |
| | 占比(%) | 24.55 | 25.45 | 34.01 | 27.58 | 39.09 | 52.05 |
| 与全县国民 生产总值 相比 | GDP(亿元) | 21.78 | 24.57 | 24.25 | 28.06 | 28.15 | 28.93 |
| | 占比(%) | 10.10 | 10.42 | 13.20 | 9.62 | 17.05 | 23.68 |

从表1中可以看出金阳县近6年来青花椒产量很不稳定,但总趋势还是在增加,产值随着产量也有一定的波动,但递增趋势更为明显,年产值近6年翻了3倍,由2011年的2.2亿元增加到2016年的6.85亿元;青花椒年产值在农业和GDP中的占比除了2014年以外都呈上升趋势,2016年占到了农业的52.05%和GDP的23.68%。由此可见青花椒产业在全县经济发展中起着举足轻重的作用,发展青花椒产业,打造金阳青花椒知名品牌是今后促进县域经济发展的重要增长点,是促农增收脱贫的关键环节。

1.2 品牌现状

1.2.1 品牌建设取得突破

为打造金阳青花椒知名品牌,金阳县政府部门积极组织青花椒产品参加各种展销会并定期举办金阳青花椒节,还专门注册了金阳青花椒信息网站,通过网络宣传提升品牌知名度。时至今日,金阳青花椒在品牌建设方面已经取得了不少成果。如在2006年,中国食品工业协会花卉食品委员会授予金阳县“中国青花椒之都”、“中国青花椒第一县”称号,并在同年金阳青花椒获批国家地理标志保护产品;2009年,金阳青花椒在“中国西部国际农产品交易会”上被授予“最畅销产品奖”,获得国家商标局

“金阳青花椒”注册商标证书;2014年,“金阳青花椒”商标喜获首届消费者最喜爱的100件四川商标;2017年,金阳青花椒获得生态原产地产品保护证书等^[2~4]。总体来看,金阳青花椒的品牌建设已取得一定成效,在国内也获得了一定的知名度,在拉动县域经济发展和促农增收方面功不可没。

1.2.2 品牌在省内外所处地位

凉山州是四川省重要花椒种植基地,州内知名花椒品牌就有三个(金阳青花椒、越西贡椒、盐源花椒),其中以金阳青花椒知名度最高。四川省是我国花椒种植大省,截止2016年底种植面积已达28.2万 hm^2 ,遍布全省120多个县^[5],省内花椒品牌众多,其中较为有名的品牌有“汉源花椒”、“金阳青花椒”、“越西贡椒”、“茂县大红袍”、“平昌青花椒”、“泸县青花椒”、“峨眉山藤椒”、“洪雅藤椒”、“三台藤椒”、“黑竹沟藤椒”等。当前川内所有花椒品牌中“汉源花椒”最负盛名,据浙江大学相关专家估算,汉源花椒的品牌价值已高达6.88亿元,其花椒售价已经突破200元 $\cdot\text{kg}^{-1}$ ^[6],高出金阳青花椒售价(约110元 $\cdot\text{kg}^{-1}$)一倍左右,与“汉源花椒”相比,“金阳青花椒”在川内只能算是二类花椒品牌。近年来省内其他花椒品牌发展也十分迅速,比如“平昌青花椒”、“泸县青花椒”等品牌也在近几年内获批了国家地理标志保护产品,其品牌竞争力也不可小觑。另外“越西贡椒”、“茂县大红袍”、“峨眉山藤椒”等品牌在市场竞争力上也不逊色于“金阳青花椒”。因此“金阳青花椒”要想在竞争日益激烈的四川花椒市场中脱颖而出成为全国知名品牌,还任重而道远。放眼全国花椒品牌,知名品牌主要集中在陕西和山东等地,此外四川汉源花椒和重庆九叶青也比较有名,通过金阳政府和全县人民近几年来对品牌建设工作的不懈努力,金阳青花椒在全国也获得了一定的知名度,金阳县也获得了“中国青花椒第一县”的美誉。

2 品牌前景分析

2.1 市场前景

随着川菜和火锅风靡全球,花椒作为必备调味料,其需求量也随之迅速增长,尽管全国花椒产量逐年上升,仅四川省2016年花椒产量就达6万余t,但仍然供不应求,据业内人士称,仅成都餐饮业每年消

耗花椒就达 4 万 t,花椒干果价格已从 2012 年的 20 元·kg⁻¹飙升到了 100 元·kg⁻¹~150 元·kg⁻¹。面对如此大的市场需求和利益诱惑,川内花椒种植县区不断增多,种植面积不断扩大,为争取有利的市场地位,各个县区都是“王婆卖瓜,自卖自夸”,市场竞争日趋激烈,品牌效应在市场竞争中的作用日益凸显。我国花椒市场正悄悄地迎来品牌经济时代,谁能率先占据品牌的制高点也就在未来的花椒市场竞争中掌握了主动权。

2.2 品质潜力

金阳青花椒生长在金阳县海拔 800 m~2 000 m 的山区,干湿季分明的独特气候赋予了金阳青花椒肉厚、颗粒大、碧绿色、麻味纯正、浓郁持久等特点,其品质与其他花椒相比具有独特优势,素有“中国第一麻”之称,这些优良特质是金阳青花椒打造知名品牌的品质保障。尽管金阳青花椒品质出众但价格却不尽人意,市场调查显示干花椒 110 元·kg⁻¹左右,处于市场中等价格水平,这与品牌建设乏力不无关系,因此通过加强品牌建设提升青花椒价格很有必要也很有前途。

2.3 产业特性

种植花椒不像种植其他农作物,当年种当年收,变更非常灵活,花椒树自栽植到挂果一般需要两年且头几年挂果不多,此外花椒的人工采摘成本也很高,目前还无法实现机械采摘。总的说来,花椒产业具有种植周期长、前期投入大、采摘成本高等特性。市场经济条件下,资源会不断向利润高的产业流动,直到利润消失甚至造成供过于求的局面,然后就是优胜劣汰的残酷竞争,而在未来的市场竞争中比的就是品质和品牌,二者缺一不可。花椒产业的刚性特点必然会给失败者造成巨大损失,因此实施花椒品牌战略才是发展花椒产业的长久之策。

3 存在问题

金阳青花椒的品牌建设虽然成效明显,但是对于具有独特品质优势的金阳青花椒来说,还远没有挖掘出其潜在的经济价值。产品品牌化不是注册一个商标,打造“三品一标”,再向政府争取几个称号就完事那么简单,而是一个非常复杂、科学的系统工程^[7]。金阳青花椒虽然戴着很多政府给予的“光环”,但其产品仍然是以非常初级的方式出售,产品

附加值仍然非常低下,可以说金阳青花椒还处在有商标、有称号但无产品品牌的尴尬境地,究其原因笔者认为主要可以归纳为以下几点:

3.1 产业投入不足,品牌基础不牢

近年来,金阳青花椒的种植面积不断扩大,但经营管理水平却停滞不前,其中最主要的原因就是产业投入资金不足,政府部门虽然每年预算投入 200 万元资金用于发展青花椒产业,其中安排 20 万元的资金作为流动补偿使用,对青花椒种植区实行分片区集中扶持与改造^[3]但这还远不足以解决当前产业存在的问题(如:产能低、产量波动大、产品加工率低、基础设施落后等),产业资金投入还存在很大缺口。

3.2 花椒市场散乱,品牌维护不够

金阳县青花椒交易市场依然很散乱,还没有形成管理规范的交易市场,椒农们主要还是以集贸市场“散”、“乱”的交易方式销售青花椒,因此其他青花椒以次充好冒充金阳青花椒进行销售的情况时有发生,这严重损害了金阳青花椒的品牌信誉。

3.3 缺乏下游品牌,品牌体系不全

“金阳青花椒”是金阳县青花椒的地理标志品牌,地标品牌旗下几乎没有品牌企业和产品品牌,品牌体系存在“短板”,与其他知名花椒品牌相比,金阳青花椒在花椒产业下游市场上缺乏竞争优势。如“汉源花椒”旗下就有“黎红”、“汉达”等一批知名品牌,因此其竞争优势就远胜于“金阳青花椒”。

3.4 品牌宣传乏力,设计缺乏创新

金阳政府在青花椒品牌宣传方面也做了不少工作,在各类媒体上都宣扬了金阳青花椒,但效果不是很明显,主要原因就在于品牌设计缺乏创新,品牌宣传信息单调,无法抓住消费者的内心需求,也没有真正体现出金阳青花椒的独特品质和金阳文化特色。此外,金阳青花椒品牌宣传信息比较杂乱,没有品牌建设规划,也没有统一的宣传口号、品牌 LOGO、品牌文化等。

4 关于金阳青花椒品牌建设的几点思考

4.1 加大产业投入,筑牢品牌基础

一个强势的品牌背后一定要有一个过硬的产业作支撑,金阳县政府应加大青花椒产业建设的投入力度,尽快解决青花椒产业存在的各种问题。如果

政府财力有限可以通过出台优惠政策鼓励民间资本进入青花椒产业,利用各种融资手段和政策性贷款等方式解决资金短缺问题。另一方面,还要不断提高椒农的科学经营管理水平,加快推进青花椒标准种植基地建设进度,提升科学种植技术普及率,确保青花椒质量过硬,年产量达到稳中求增,为青花椒品牌建设筑牢产业基础。

4.2 加强市场管理,确保品牌信誉

金阳青花椒交易市场的发展要跟上产业发展步伐,除了不断开拓县外市场外,还要在县内建立规范的青花椒批发和零售市场,在交易集中区设立金阳青花椒鉴定中心,加强对金阳青花椒包装、加工等相关企业的监管力度,统一实施防伪标志,杜绝伪劣假冒产品,维护好品牌的合法权益,确保金阳青花椒产品的纯正性,提升品牌信誉度。

4.3 培育产品品牌,完善品牌体系

一个强势的产业品牌一定要有一个或几个强势的品牌企业来带动,一个知名的企业一定要有一个或几个知名的产品品牌来体现^[8],为充分挖掘金阳青花椒的经济价值,就需要培育品牌企业和产品品牌,实现产品增值和多样化。金阳县可以通过引进外商或与外商合作创建产品品牌,也可以通过制定优惠政策激励本地相关企业、合作社等组织打造产品品牌。此外,金阳青花椒品牌发展要有专业的战略规划,明确品牌建设目标,围绕青花椒产业逐步建立起“地标品牌+品牌企业+产品品牌”的完整品牌体系。

4.4 注重品牌创意,提升品牌引力

品牌建设效益是否明显,是否有创意很关键,金

阳青花椒品牌建设要牢牢抓住当地自然环境特色、青花椒独特品质、彝族特色文化这3个方面进行品牌内涵的创新与整合。比如:结合金阳县优美的自然风光,改现有的“金阳青花椒节”为“金阳青花椒旅游节”,让青花椒产业与旅游、森林康养等元素相结合;金阳青花椒还可以与彝族“火把节”相融合,每年可以由县政府主办开展“金阳青花椒火把节”;金阳青花椒还可以与当地特色农产品白魔芋一起组成“金阳一青二白”的品牌宣传口号等。总的说来,金阳青花椒的品牌建设要更加强调品牌创意,要对品牌名称、品牌LOGO、品牌宣传口号、品牌文化、品牌产品包装等一系列品牌建设内容进行统一的专业设计,使品牌能够更好的迎合消费者心理需求。

参考文献:

- [1] 杨德富,日力伟日,陆文静.全国青花椒生产标准化示范区建设的思考[J].中国林业经济,2011,111(6):16~19.
- [2] 阿则晓龙.金阳县青花椒保障机制分析[J].南方农业,2016,10(6):147~148.
- [3] 日力伟日,杨德富.发展林业产业是少数民族地区经济振兴的重要举措——对四川省金阳县发展青花椒产业情况的调查[J].中国林业经济,2011,109(4):21~25.
- [4] 日力伟日,杨德富.小小青花椒,闯出新天地[J].中国林业经济,2011,110(5):60~62.
- [5] 王成栋.四川欲打造花椒产业第一省[N].人民日报,2017-11-22.
- [6] 张燕,刘成凯.四川汉源花椒品牌价值达6.88亿元[N].人民网-四川频道,2015-10-20.
- [7] 庄庆超.区域公用品牌如何实现价值再造?[J].农产品市场周刊,2017,(1):13~15.
- [8] 任荣.关于我国农业品牌战略体系架构的思考[J].北京农业职业学院学报,2012,26(3):13~16.