

湖南绿色产品市场营销现状分析

■ 杨慎怀, 包月姣

(湖南环境生物职业技术学院, 湖南 衡阳, 421005)

近年来, 湖南的绿色农产品已开始拥有巨大的市场, 但鉴于目前的形势, 一些绿色农产品在品牌选择和营销策略上仍存在局限性, 有待进一步研究。发展绿色食品既是促进湖南经济迅速发展的重要途径, 也是提高当地消费水平和需求水平的重要举措。2022年初, 湖南省委、省政府在积极推进产业发展的同时, 将生态绿色食品产业纳入 23 个新的、有发展前景的产业供应链, 取得了一定成绩。本文在所得结果的基础上, 分析了湖南省发展绿色食品存在的一些问题, 并提出了相应的措施和建议。

一、湖南省生态绿色食品产业发展现状

(一) 具有良好的产业发展基础

近年来, 我国食品工业发展迅速, 绿色食品发展前景广阔。2021 年湖南省无烟产业同比增长 5.1%; 湖南省大型食品加工企业主营业务收入 5236.39 元, 同比增长 4.1%, 全国排名第六、中部地区排名第四。截至 2021 年, 湖南省拥有合法资质的食品加工企业 7600 多家, 食品加工企业 2743 多家。其中, 港交所上市及 A 股主板成功上市的食品加工企业有 30 多家。湖南省拥有的食品、饲料、果蔬加工、茶叶、食品、罐头 6 个子行业的主营业务收入在湖南省食品行业的比重远远高于全国平均水平。因此, 湖南省发展绿色食品具有一定产业优势。食品工业的高速发展促使平江食品工业园、安化红茶园、中国芥末工业园等众多特色的食品工业园区应运而生。

(二) 品牌稳步发展

“4+4+20”区域公共品牌建设, 即打造区域公用品牌 4 个, 区域品牌 4 个, “一县一特”品牌 20 个。截止到 2021 年八月, 全省共有 2836 个“两品一标”产品, 其中有 2563 个绿色食品、265 个有机食品(占茶叶品类的 91%)、98 个农产品地理标志。在 1236 家绿色食品企业中, 有 615 家获得了认证。到 2022 年, “两品一标”产品的产值将达到 615 亿元, 在农业生产中所占的比例达 16% 以上。

(三) 创新能力不断增强

部分企业已经初步形成了“产学研”“科技创新”和“产品研发”体系, 并逐步提高了科技水平。

唐人神公司设立了国家技术研究中心, 创建了 40 多家绿色、环境友好型企业, 并于 2021 年获得了“果秀”科学技术二等奖。江南大学科技成果转化中心——宁乡分中心, 是江南大学在中部地区第一个设立宁乡工业园区的技术服务平台。

二、湖南省生态绿色食品产业发展存在的问题

湖南省幅员辽阔, 各地的地理环境和气候条件的差别很大, 所生产出来的农产品也具有独特性。绿色农产品的原产地属性也是品牌定位的主要组成内容。如果绿色农产品具有强大的自然资源优越性, 那么在这个前提下企业可以建立更鲜明的品牌定位, 并将其作为卖点。以新疆库尔勒香梨为例, 其吸引消费者的是汁多、残渣少、香气浓郁扑鼻、味道好, 营养价值丰富, 还有医学的药用作用。这些有特色的卖点与本地的自然条件密切相关。因此, 与绿色农产品自然特性相关的品牌定位, 可以给消费者留下深刻印象, 促进销售量的增加。

由于现在消费者的需求有着极强的个性特征, 因此企业需要在品牌定位过程当中重视品牌差别化, 这样才能切实体现出品牌生命力。此外, 绿色农产品关联企业可以加强创意农业的发展, 充分达到文化创意和科技创新的有效融合。以“伊力特”品牌为例, 在品牌形象创建当中, 企业应结合西部地区特征的有关形式, 并附上相应的广告词, 有效体现出品牌形象的个性化和差别化特征。湖南省绿色生态产业虽然发展势头良好, 但存在四个方面的短板: 产业龙头不强、产业附加值不高、品牌效应有待提升、支撑保障能力相对薄弱。

绿色健康的特色农产品越来越受到人们的追捧。发展特色农业、完善特色农产品销售渠道、完善特色农产品营销模式, 对推进特色农产品营销具有重要意义。为了扩大特色农产品的市场份额, 进一步提高特色农产品的市场竞争力, 将农业资源优势转化为经济优势, 增加农民收入, 相关部门就要对特色农产品在销售过程中的营销策略和营销模式进行系统分析。

(一) 市场监管能力薄弱

各地要扩大农产品销售规模, 仅仅在种植、养

殖等技术环节开发特色农产品是不够的,还要掌握市场运行的规律。然而,由于缺乏经验、人才、资金和信息,一些农户不了解市场的发展前景,一些农户不了解品牌注册,一些农户不善于宣传,加之包装加工水平低,因此市场反响较差,无法吸引消费者的广泛关注。

(二)特色农产品单一营销模式

通过对湖南特色农产品销售现状的调查发现,湖南特色农产品的营销模式相对简单。以湘西猕猴桃为例,与水果和乳制品相比,这些产品的促销频率更高,但湘西猕猴桃的促销实时性不足,几乎没有交叉销售。通过对各大商场的实地调查发现,湘西猕猴桃在湖南省的节日销售额很低,原因是几乎没有通过会员营销和微信营销进行推广。

(三)特色农产品品牌影响力低

与全国其他省份相比,湖南省在特色农产品品牌建设方面与其他省份还有一定差距。除少数品种外,湖南省的特色农产品在国内市场的占有率和知名度均较低,主要原因是特色农产品的栽培者对特色农产品品牌宣传的认识薄弱。

三、推进湖南省生态绿色食品产业发展的有效途径

湖南省生态绿色食品产业有很大的发展空间。下一步,湖南省生态绿色食品产业要抓住市场机遇,更新消费群体,大力发展新兴产业产业链,加强基地建设,加强领导,加强品牌建设,加强要素支撑,以推动湖南省绿色食品产业发展到一个新阶段。

(一)加强基础建设,夯实产业发展基础

第一,湖南省生态绿色食品产业应加强生态绿色食品原料生产基地建设,依托以精细农业为重点的农业和边缘产品基础,加强规划定位,优先发展一批绿色食品基地,为其发展提供优质原料支持。湖南省生态绿色食品产业还应优化空间布局,立足长沙市场和洞庭湖区优质农产品,聚焦长沙麦、油、奶、茶加工;岳阳麦、油、茶、调味品加工;常德粮油饮料加工;益阳“一县一品”四大产业集群,将环洞庭湖区建设在产业链中心,发展湘西及周边地区具有地方特色的生态绿色食品产业。

第二,湖南省生态绿色食品产业应提高开发质量,加快标准制定,结合现行国家标准和行业标准组织评审地方标准,引导企业加快标准更新,逐步缩小与世界标准的差距。相关部门应加强对农业生产的支持,加强农业生产基地水、电、路、渠等基础设施建设,形成标准化、科学化、合理化的健康养

殖,促使现代农业园区、农民专业合作社和家庭农场按标准生产。相关部门要加强生态绿色食品的生产基础,建立标准化生产线,引导农民按照技术规范和操作规程进行生产。

第三,湖南省生态绿色食品产业要搭建生态绿色食品生产基地与企业对接平台,加强优质大米、生猪、油菜籽、油茶、蔬菜、水果、茶叶及水产品与龙头企业的对接,鼓励符合条件的企业创建绿色原料基地,或通过联合租赁稳定与绿色食品原料基地之间的供需关系。

(二)增强驱动力,推动产业有序发展

第一,大力引进和发展骨干企业。湖南省生态绿色食品产业应增强投资吸引力,创建食品行业生态项目库,引进一系列“500强三强企业”,采取产业链和集群招商等措施,加快发展出口加工区,将世界著名的食品加工基地转移到湖南,并吸引雀巢、亨氏、益智、火星等食品巨头。相关部门应培育和发展当地企业,将要素资源集中于领先企业,支持盈利企业建立强大的联盟并进行兼并和重组,并创建大型食品公司(集团)相关企业应强化服务意识,积极开展一对一帮扶,为企业在基地拓展、流程更新、品牌宣传、项目申请等方面提供支持。

第二,要针对产业发展中的薄弱环节,加快产业链的强化。湖南省生态绿色食品产业应抓住湖南奶业大规模发展的机遇,支持当地企业建设高水平牧场,促进奶业发展,并加强高层设计,加大资金支持,提高品牌知名度和影响力,积极拓展销售渠道,推动“湘酒中兴”发展。相关部门要大力支持酒鬼酒、香蕉酒等白酒龙头企业的强强联合,加快产业集群发展,打造好“湘酒”品牌,重点发展新的商业模式,如老年功能食品和中央厨房。

第三,引领产业集群发展,引领企业聚焦生态生态产业园,将宁乡产业园建设成为“科技农业国家公园”,加快永州国家高新技术农业示范区建设。

第四,要充分发挥龙头企业的优势。相关部门要促进农业和二次食品深加工、食品加工等龙头企业与农业产业协调发展,大力支持农民、农业合作社、家庭农场和农民、农业合作社、家庭农场发展。企业应根据原材料需求,通过共享合作、订货合同、服务合作等方式,形成稳定的购销关系。相关部门应培育农村集体经济组织,推进“村+社区+基地+领导”模式,形成风险共担、多赢的利益共同体,促进一、二产业融合发展,并探索价格补偿、退税等方式,鼓励生态绿色食品生产企业在当地大规模

采购一定数量的农业原料,鼓励政府机关事业单位按同等条件购买湖南绿色生态产品。

(三) 加强品牌建设,拓展产业发展空间

第一,加强“两个产品、一个标准”的质量管理。相关部门应加强企业“两个产品、一个标准”的检验、认证费、标识使用等方面补助,并将其与企业参展、龙头企业评选、相关荣誉奖励等政策挂钩,以调动企业认证的积极性和主动性。相关部门加强农产品生产和销售管理,加强对合格产品的监测和监督,严厉查处假冒伪劣产品等违法行为,提升“两个产品、一个标准”的质量和社会信用。

第二,把“湘味”品牌做得更好。相关产业要进一步挖掘、保护、继承、发展和识别这些传统食品,继承和挖掘“湘味”老绿色生态食品,形成一批具有湖南特色的食品品牌;大力发展湘西、湘南绿色生态食品品牌,大力发展“湖南茶油”“湘江源蔬菜”等区域性公共品牌;加强品牌资源整合,整合唐人神、金健、科明面业、金昊茶油、安化红茶、国秀食品,增强品牌影响力,提高品牌知名度。

第三,加强企业的品牌意识。相关部门应组织“绿色食品”广告月,宣传“走进社区”“走进学校”“走进超市”主题,邀请媒体宣传“绿色食品”企业,挖掘“绿色食品”典型案例,发展好“品牌”。“吃湘麦,喝湘江水,尝湘味”是一个非常明确的口号。相关部门应支持企业参与各类农业博览会和展览,继续举办“湖南”中国农业博览会,努力规范长沙“中国绿色食品博览会”,并加强电子商务平台建设,打造省级精品专柜,推动绿色生态食品网上销售。

(四) 加强要素支撑,优化产业发展环境

第一,加强财政支持。相关部门应设立绿色生态食品发展专项基金,在智能化生产转型、品牌规划、营销渠道拓展、商业流通等领域,重点支持市场前景广阔、驱动力强的园区和企业;发展绿色生态食品产业,采取同股同权、固定分红、基础担保等多种形式,促使股本参与;支持金融机构加大对绿色产品的支持力度,鼓励企业上市,拓宽融资渠道。

第二,加强对科技的支持。企业的发展可以依托湖南机械行业强大的技术实力,开发食品机械、烘焙机械、制冷机械、挤压机械等先进机械。绿色生态食品产业在互联网方面的发展能够推动物联网、云计算、大数据等下一代信息技术的应用。相

关部门应鼓励湖南农业大学、农业科学院等科研院所通过技术合同、技术投资、技术转让等方式,大力发展绿色生态食品。

第三,加强基础设施建设。相关部门应强化食品研发、检测、物流、标准等公共服务平台,建设重点打造绿色生态食品产业园(基地),充分发挥省级检验检测园区的产业优势,促进产业检验检测链与生态绿色食品产业协调发展。相关部门应加强农产品流通体系建设,加快农业市场建设和转型,支持冷链工厂、产销区冷库、冷链运输和冷链批发市场的发展。

调查分析显示,针对一般的农产品的价位来看,绿色农产品的价位比普通农产品价位高出12%~51%。这不仅可以打造更好的绿色农产品品牌,提升产品竞争力,还可以在在一定程度上提高其附加价值,有效实现绿色农产品的优质高价目标。为了打破区域间销售的离线营销时间和空间制约,企业可以通过互联网进行在线营销。例如,对于对“蛋白质”需求高的消费者,企业能够在产品广告主要词中添加“蛋白质”,更准确地识别目标顾客,有效提高营销战略的科学性和实施性。

四、总结

综上所述,创新开展品牌的定位、恰当地进行市场营销,可以充分开拓湖南绿色农产品市场,为提高企业经济的成效发挥积极作用。因此,相关企业必须更加重视品牌定位和品牌营销,为其持续性发展打下良好的基础。绿色农产品可以满足如今市场的发展需求,与此同时,还能够满足消费者在健康领域和绿色饮食的部分需求。要想真正地推动绿色农产品的有效发展,企业就必须注重品牌及营销两个方面的策略,给绿色农产品的发展创造良好的前提条件。

【作者简介】杨慎怀(1974—),男,湖南益阳人,助理研究员,湖南环境生物职业技术学院,研究方向为教学管理。

包月姣(1975—),女,湖南张家界人,本科,副教授,湖南环境生物职业技术学院,研究方向为农产品市场营销。