

铜陵生姜产业化发展分析与对策研究¹

葛 航

(铜陵学院，安徽 铜陵 244000)

【摘 要】近年来沿着我国大力提倡“大众创业、万众创新、统一创富”这一政策，铜陵生姜产业化有很大的发展潜力。本文简要阐述了铜陵生姜特点以及产业化的现状，我组预测了铜陵生姜未来市场的发展趋势并且分析了生姜产业化发展的制约因素，提出了相对应的解决对策，在铜陵生姜产业化未来发展中提高经济效益，拉动经济增长。

【关键词】铜陵生姜；市场趋势；产业现状；对策

【中图分类号】F326.13 **【文献标识码】**A

1 绪论

1.1 铜陵生姜特点介绍

铜陵生姜是安徽铜陵的“八宝”之一，铜陵生姜属白姜（别称均姜），姜块大多为佛手形状，外形饱满。铜陵生姜闻名于世的特点为“块大皮薄、肉质脆嫩”。铜陵白姜的营养价值非常丰富，具有健脾胃、去寒、化痰解毒、调味蔬菜等功能，有食、药两种用途；铜陵产姜的历史悠久，北宋时期铜陵业已变成成为举国闻名的生姜生产区域，且被列入朝廷贡品由此而享誉全国。截至 2017 年 8 月，整个铜陵市的生姜种植面积高达 1300 多公顷，主要产区在铜陵县西联乡、天门镇和郊区大通镇，生姜与其加工产品有五大种类 40 多个不同品种，销售范围为周边县市、一些大中型城市，出口日韩欧盟等多个国家。

1.2 铜陵生姜现市场及未来市场趋势

现市场：通过在 2017 年 12 月份对铜陵白姜的销售行情进行实地（铜陵大润发、苏果、世纪联华等大型超市）调查结果表明，各大超市对铜陵生姜及系列衍生产品都设有专柜售卖，但因为新鲜白姜不易储存、保质期短、烹饪方式单一等缺点，真正购买铜陵新鲜白姜的顾客并不多进而导致铜陵新鲜白姜的销售下滑。大多数顾客更加喜爱酱汁姜、姜片茶、白姜油等深加工商品，因此铜陵白姜的衍生产品要比铜陵新鲜生姜现市场的销售状况更加理想；由于中老年人群对铜陵白姜有一定的品牌忠诚度，所以中老年群体是铜陵生姜现市场的销售主力。

未来市场：通过在 2017 年 11 月校内外各开展的两场问卷调查中了解到，年轻人对姜制精油和美妆品比较感兴趣，喜爱将铜陵白姜作为礼品赠送。我小组对铜陵白姜消费市场实现了精准定位，未来铜陵白姜要针对的消费群体愈年轻化、全面化。铜陵生姜的深加工衍生产品在未来市场中将有巨大发展潜力。

2 铜陵生姜产业化现状介绍

¹ [收稿日期] 2019-04-09

[基金项目] 本文系 2018 年铜陵学院国家级大学生创新创业训练计划“铜陵生姜的衍生产品开发”的阶段成果（编号：201810383030）。

近年来，铜陵县委、县政府把生姜作为县两大特色农产品之一，组织重点突破，走农业产业化经营的道路，使生姜产业得到长足发展。

2.1 种植规模

单产比过去提高 10t/hm²左右。种植面积也逐年扩大，现全年种植面积达 333.4t/hm²，年产鲜姜 8000t，形成了华鹏、金长江、和平等一批生姜加工型龙头企业，年加工鲜姜能力已超过 1000t，产值近亿元，他们将传统生产工艺与现代加工技术相结合，已开发出十大系列 100 多种产品。

2.2 企业业绩

华鹏姜制品有限责任公司跻身省级农业产业化龙头企业，和平冰姜厂成为省旅游局旅游特色农产品指定生产厂家。2002 年，“铜官乐”牌开胃姜系列产品与“和平”牌糖醋姜系列产品荣获安徽省名牌农产品称号。铜陵市的农民专业合作社屡次参与无论是省级还是国家级农展会都得到较好名誉，产品需求量和经济效益都有大幅增长。

2.3 商标效益

该市地理标志证明商标“铜陵白姜”的核心区域的姜农约 1000 多人，现有会员 27 家农加工企业，拥有注册商标的产品达 20 多件。现生姜每斤比之前上涨 10 元左右，经济效益大幅增长，产量也比过去上涨 5 万斤左右，累计带动 2 万多农民脱贫致富。

2.4 栽培技术

在长期的生产实践中，铜陵姜农钻研思出高产的栽培技术：一是姜窖保种催芽，二是深翻高垅栽培，三是空中搭棚遮阴，尤其是铜陵姜窖保种催芽技艺在全国生姜产区绝无仅有。根据姜农多年种植所总结出来的经验，铜陵市制定了省级地方标准《DB34/T 636-2006 铜陵白姜生产技术规程》、铜陵白姜种植标准以及一系列加工标准。

2.5 品牌成就

铜陵市打造了 1 个省级和 1 个国家级白姜标准化示范基地，获批 1 个铜陵白姜绿色食品，2 个无公害农产品，同时向国家工商总局申请“铜陵白姜”商标为地理标志证明商标，并制定《DB34/635-2016 地理标志产品铜陵白姜》，铜陵白姜的标准化体系已逐步建立。借此不仅保证了铜陵生姜的品质，还形成了一定的品牌效应。

3 制约其生姜产业发展的因素分析

在相关政策的扶持下，铜陵生姜产业发展速度逐年提高，生姜特色产品不断创新，生姜原材的种植技术也达到了优秀水平。不容置疑，近几年来在安徽省特色农产品经济发展当中已经占有了不容小觑的地位，但是仍有不少因素阻碍产业的发展。制约生姜产业发展有以下几个因素：第一，随着国家政策的扶持，各省也都乘着改革的东风特色农产品蓬勃发展，在激烈的市场竞争中，要想取得高销售额不仅在于产品本质优劣与否，更在于营销模式的技巧和规模。由此看来营销模式的规模限制了铜陵生姜衍生产品的销量。第二，通过我组的实际调查走访发觉，消费者对生姜了解程度低，大多数消费者对生姜购买用途更多的是礼品赠送。对生姜的功效认知程度低是姜类产品销量的直接原因，其实更多的在于生产商与经销商的宣传力度小。商家宣传方式的有效性直观影响未来生姜多销的几率。第三，近年来，随着频频被曝的食品安全事件的丑闻，当下人们对食品原材料的安全问题及绿色农产品的重视程度越来越高。但在产品深加工行业中原料根源难以追寻，因此这也制约了产业的发展。第四，网络的发展着实对人们的生活产生了巨大且深远的影响。在现代人们生活中，网购已进入寻常百姓家，电商与外卖平台的发展就

是因为提供了便利。而生姜的存储时间短、运输调配不畅，存货地零散等问题是电商发展中的短板。第五，在市场众多加工产品中，有出众的品质才能吸引源源不断的回头客，有关生姜深加工的生产企业规模、加工工艺水平等因素制约了生姜优质产品的发展。第六，同类商品多样化让消费者应接不暇，如何能脱颖而出使顾客眼前一亮。在保障品质的情况下，对铜陵白姜包装的改变，也是提升未来市场和销量的利器。目前，铜陵白姜包装的单一乏味是制约其发展的又一因素。

4 相应的解决对策

4.1 利用互联网+推广产品，扩大营销模式规模

近年来，我们目睹了阿里巴巴、京东、淘宝的出现对人们的购物理念产生翻天覆地的影响，ofo 小黄车、摩拜单车等共享单车的出现改善了人们的出行状况，这些基于互联网平台提供的机遇让我们认识到网络营销方式的价值性和不可或缺性。互联网推广方式，主要在于通过网络平台推广、通过社区平台推广、通过搜索引擎推广这三种。以这三种主要推广方式来制作具体可行性方案。一、通过网盟平台推广：制作弹窗广告吸引眼球，制作 flash 动画或小视频，在各大网站进行展示。二、通过股票社区平台推广：利用论坛、微博等互联网络平台打广告，发布标语、植入式广告等营销策略进行病毒式传播。三、通过搜索引擎推广：通过竞价排位等方式将要推广的内容显示在搜索引擎的前列。积极扩大铜陵生姜深加工衍生产品的影响力，提高竞争力和品牌的价值。

4.2 利用消费群体的关注兴趣点，宣传新概念姜产品

统计生姜在不同层次的消费群体间的比重变化趋势，在姜文化宣传运作中，针对不同的消费群体开展不同的宣传模式，进行新的推广方法。青少年熬夜成瘾，脱发问题已成为普遍状态，生姜止脱产品可应运而生。老年人多发老年斑，吃姜可以抗衰老，生姜衍生产品方便的进食方式使老年人坚持吃生姜来去除老年斑，增强生姜产品的附加值。调查生姜的市场占有情况，针对不同的地区和消费群体，提出相对应的新颖、吸入眼球的宣传模式。

4.3 消费者参与农场运营，简易追溯产品源头

选择一批基础条件较好的农业基地，创建各具特色的共享农庄，打造特色旅游景点，为消费者提供土地租赁等多种形式的订制服务，提升农业综合效益。通过“共享”方式，让门外汉、参观者可以和农场主一起经营农场，消费者享受到劳动乐趣的同时农民也节省了成本，一举多得。这将使生姜产品的宣传效果更具真实性。

4.4 数据分析实现调度一体化，填补“一公里”缺陷

利用现代电子商务技术加上大数据分析，在当地政策支持下实现铜陵白姜产品仓储—运输一体化，解决产品存储、运输的调配不畅，存货地零散的问题达到生姜的衍生产品更加有效率地向市场推广的效果。对于地方性特色农产品发展新思路是用数据分析实现商品配送调度一体化，填补产品到仓库、产品到专柜的“一公里”缺陷。同时也紧跟互联网+时代潮流让农户散户聚集，研发铜陵白姜生产方式，统一种植教学，让生产更加专业化、集中化。

4.5 扩大生产企业规模，引进资金提高精加工工艺

开展铜陵生姜精加工工艺研究，大力引进资金保证企业开发力度。加大对当地企业的政策帮扶力度，引进人才支持白姜精加工企业的技术改革、产品研发。提高加工水平和产品类别，可适当对产品研发、技术改革等项目给予优惠政策和奖励份额比重。针对高需求产品和高要求产品品质，以优质产品取得同等商品的口碑，形成品牌效应，拉动经济增长。

4.6 摆脱单一性包装，研发主题系列提高品牌价值

明确生姜多功能性深加工产品，分析消费者需求心理。针对不同需求的顾客，开展主打功能的专一性系列包装，增加品牌价值。人性化设计，便利商品存储、运输等流通过程。提高包装外观，加大顾客在购物过程中的注意力，借此达到促销商品的目的。

5 总结

铜陵生姜营养丰富，现市场以中老年人为主力，未来市场中生姜深加工衍生产品具有巨大的发展潜力。随着当地县政府的支持，种植面积逐年扩大，出现了一批生姜加工型龙头企业，拉动经济效益增长速率，带动农民脱贫致富。农业产品竞争激烈、宣传力度小、深加工产品源头追溯难、生姜产品储存运输、生产规模小、包装水平低等因素制约其发展。我组通过利用互联网+推广产品，扩大营销模式规模、利用消费群体的关注兴趣点，宣传新概念姜产品、消费者参与农场运营，简易追溯产品源头、数据分析实现调度一体化，填补“一公里”缺陷提出了具体解决方案。扩大生产企业规模，引资金提高精加工工艺摆脱单一性包装，研发主题系列提高品牌价值，以促进铜陵生姜产业化发展，构建品牌化、规模化深加工衍生产品产业体系。