
柑橘产业发展的 SWOT 分析

——以江西省赣州市为例

王大鹏 王超¹

(青岛农业大学 管理学院, 山东 青岛 266109)

【摘要】:运用 SWOT 对赣州市柑橘产业进行分析,指出赣州市柑橘产业发展本身所具有的竞争优势(Strengths)和竞争劣势(Weaknesses),以及所面对外部环境的机会(Opportunities)和威胁(Threats),提出赣州市柑橘产业的发展对策,比如创新宣传策略,吸引投资商;加强区域间的交流学习;积极引进先进的技术;优化传统的种植方式,加强科学的管理水平;打造以赣南脐橙为代表柑橘品牌形象;积极拓展潜在客户;提高柑橘商品化处理;加大人才的培养。

【关键词】: 柑橘产业 SWOT 分析 战略 发展对策

【中图分类号】 F326.13 **【文献标识码】** A

1 引言

柑橘产业是赣州市的传统产业,柑橘在当地广泛种植。据统计,2018年赣州市年产100万吨柑橘产品,是江西省果品生产大市,也是全国柑橘产品的重要来源地,本地特产的赣南脐橙也是市场上备受关注的明星产品。本文运用 SWOT 分析法对赣州市柑橘产业进行分析研究,找出赣州市柑橘产业目前存在的优劣势,并提出合理化的方案,促进赣州市柑橘产业的蓬勃发展。

2 赣州市柑橘产业 SWOT 分析

2.1 竞争优势(S)

2.1.1 地理位置优越。

赣州市是江西省的南大门,是内地通往沿海地区的重要枢纽城市。赣州市地形复杂,由于地质构造关系和受成土等多种因素影响,赣州形成了土地类型地域性强、土地利用强、山地多平原少、耕地面积小、土地绝对数大的特点。这些地理和土壤条件都有利于柑橘的生长。

2.1.2 气候适宜。

赣州市属于亚热带季风气候,气候特点是四季分明,春夏季降水集中,冬夏季风盛行,酷暑和寒流时间短,无霜期长。2018年,赣州市总降水量为1318.9毫米,年平均气温为19.8℃。赣州市的气候符合柑橘好温喜湿,喜漫射光,畏寒冷的特点,适合柑橘种植。

作者简介: 王大鹏(1996-),男,山东青岛人,青岛农业大学管理学院硕士研究生,研究方向:农业管理。

2.1.3 品牌声誉高。

赣州市是江西省果品生产大市,近年来,赣州市政府对果品生产非常重视,大力开展果品结构调整,已通过无公害产地认定。赣南脐橙已被列为全国十大优势农产品之一,为国家地理标志保护产品,荣获“中华名果”等荣誉称号。

2.1.4 市场日益广阔。

赣州市柑橘产品出口国家和地区主要以东南亚 4 国为主,包括马来西亚、菲律宾、泰国、越南等,对俄罗斯、中东等国家也有少量出口。通过海陆、陆路运输,赣州市柑橘产品的市场也日益广阔。

2.2 竞争劣势(W)

2.2.1 柑橘品种结构不合理。

赣州市目前栽培的脐橙中,有 88%为表现优良的纽荷尔脐橙,赣州市柑橘种植结构过于单一。从自然规律看,一个地区长期只种植一种农作物,土壤肥力会下降,生物多样性会消失,病虫害也会加重。在销售方面,集中上市某类鲜果,会给市场造成不小的压力,不利于果品的价格增长。

2.2.2 生产红线科学管控不严格。

在赣州市,脐橙的大面积种植,甚至连果园与果园之间的天然生物隔离带也开挖种树,破坏了生态环境的保护屏障,给木虱传播黄龙病创造了条件,黄龙病蔓延至赣州市。赣州市科学规划、科学种植上的措施滞后,没有科学管控好生产红线。

2.2.3 商品化程度低。

目前,赣州市本地的赣南脐橙商品化处理程度仍很低,尤其在加工环节,尚未建立专门集产前、产中、产后于一体的专业机构。而柑橘身为农产品有其保质期短的特性,产品一经采摘,若遇到雨天,果农无法及时处理。

2.2.4 柑橘营销体系不健全。

赣州市缺乏现代化的营销理念和手段,对自身品牌的宣传力度不够,“赣南脐橙”品牌在当地确有一定名气,但总体的营销体系不健全、营销信息水平也较低,导致其优势品牌赣南脐橙产品的附加值较低,没有发挥出其该有的行业龙头的品牌效应。

2.2.5 缺乏专业人才。

专业的农业人才有助于柑橘产业发展,赣南脐橙产业的发展需要不断创新的生产方式,也就需要一支专业的柑橘产业人才队伍。但是目前,农业管理型人才稀少阻碍了当地柑橘产业的发展。

2.3 机会(O)

2.3.1 宏观政策带来的发展机遇。

2016 年,国务院先后颁布《关于支持赣南等原中央苏区振兴发展的若干意见》、《〈长江经济带发展规划纲要〉分工方案》

明确要建设世界最大的优质脐橙产业基地和全国重要的特色农产品、有机食品生产与加工基地,推出推动长江经济带发展是党中央作出的重大战略,推动长江经济带农业农村绿色发展。这些文件的颁布都有利于赣州市柑橘产业的发展。

2.3.2 地方政策带来的发展机遇。

赣州市紧抓“赣南苏区振兴”发展的历史机遇,依托得天独厚的农业生态条件,围绕打造世界最大的优质脐橙产业基地、全国重要的特色农产品深加工基地。赣州市政府把工作重心聚焦柑橘产业发展,把赣南脐橙作为赣州市特色农业发展成果的一个充分展示,这为柑橘产业发展提供一个良好的机遇。

2.3.3 消费者需求带来的发展机遇。

柑橘具有十分重要的功效和作用。含有丰富的蛋白质、糖分和多种维生素,有一定的保健作用,而且柑橘所含的膳食纤维,有助于胃肠蠕动,帮助消化。柑橘的功能如此强大,深受人们的喜爱,市场销售规模也不断扩大。

2.4 威胁(T)

2.4.1 柑橘产品生产企业竞争加强。

随着人们需求的增加,柑橘产业迎来了难得的发展机遇,企业与企业之间的竞争也在加强。虽然其他柑橘产品生产企业与赣南脐橙相差不大,但从长远来看,对赣南脐橙也是潜在的威胁,有一定的风险。

2.4.2 其他地区柑橘产业的发展。

除了江西省,柑橘的主要分布区域还有云南、福建、广西、新疆等地区,柑橘都有种植,其中不乏一些区域的柑橘品牌已经小有名气。

3 赣州市赣南脐橙发展对策建议

根据赣州市柑橘产业发展本身所具有的竞争优势(Strengths)和竞争劣势(Weaknesses),以及所面对外部环境的机会(Opportunities)和威胁(Threats),提出赣州市柑橘产业的发展战略。包括机会、优势组合(SO战略);机会、劣势组合(WO战略);威胁、优势组合(ST战略)和威胁、劣势组合(WT战略)。

3.1 SO 战略

3.1.1 创新宣传策略,吸引投资商。

加大宣传力度,吸引投资商,促进本地企业成长,进而做大、做强,提高品牌知名度,发挥本地优势,提高市场份额。赣州市历史悠久,位于江西省南部,又称赣南。赣南等原中央苏区是土地革命战争时期中国共产党创建的革命根据地,是中华苏维埃共和国临时中央政府所在地,是人民共和国的摇篮和苏区精神的主要发源地。通过历史故事结合农产品推广,既可以给消费者留下更深刻的印象,增强产品的知名度又可以吸引大批投资商注入资金,进而增强本土企业的发展。

3.1.2 加强区域间的交流学习。

积极适应当今柑橘产业的发展趋势,积极学习其他地区先进的经验,推广先进的经验,不断延伸柑橘产品的产业链,进而占有市场份额,应该多学习推广成功的出口品种。例如:黔阳冰糖橙因为质量好,在市场中,成为炙手可热的产品,在还没到大量收获的时节,就已经被预订一空,通过运输,出口到全国各地。作为水果商,要重视营销策略的使用,多在产品上、价格上、渠道上和促销上下文章,营销措施的利用能够起到有效的作用,有助于当地柑橘企业的发展。加强区域间的发展和学习,提高当地产业化水平。

3.1.3 积极引进先进的技术。

引进国内外先进的柑橘精准施肥技术,推广黄龙病防控技术,科学规划、科学种植,科学管控生产红线,绝不为了经济利益跨越生产红线。积极推进建立与国际接轨的技术体系,在技术上不断创新,应用于农业生产中,生产适应消费者需求的产品,提升产品品质,促进柑橘产业发展。

3.2WO 战略

3.2.1 优化传统的种植方式,加强科学的管理水平。

积极响应政府的优惠政策,引进优良品种,改善当地柑橘品种的单一结构;把握当前宏观经济形势,抓住机遇,发挥区位优势和市场优势,做好长远规划;加强对农户的日常培训,提高果农专业技术,完善技术服务体系,完善培训体制。

3.2.2 打造以赣南脐橙为代表柑橘品牌形象。

打造品牌知名度,健全营销体系,运用现代的营销手段推广产品,占领市场。柑橘产业是赣州市的传统产业,在柑橘产区几乎村村都有进行柑橘生产,柑橘产品已形成规模产量。赣州市需要宣传自己的特色产品,结合柑橘是世界上目前公认的保健品,其营养价值、药用价值和保健价值都很高,打造以赣南脐橙为代表柑橘品牌形象,提高品牌意识,增加产品附加值,提高核心竞争力。

3.3ST 战略

赣州市可以发挥本地优势,通过广播、电视、报纸等进行媒体进行宣传,推动赣南脐橙的知名度,进一步推动赣南脐橙在柑橘行业的影响力,吸引更多的消费者,拓展赣南脐橙的潜在客户推广柑橘产品,进而提高市场份额。

3.4WT 战略

3.4.1 提高柑橘商品化处理。

通过推广标准化生产技术,提高产品商品化处理程度。赣南脐橙是江西特产,是国家地理标志保护产品,而江西赣州是全国最大的脐橙主产区,种植面积世界第一。在网络普及的时代赣州市应把产、学结合,助推农产品上行,打造赣南脐橙品牌。推动农业大户生产出更多更好的绿色健康产品,使广大消费者也能享用到更多优质的农产品。在农产品上行的路上,实现赣南脐橙的品牌化,增强其市场竞争力。

3.4.2 加大人才的培养。

目前赣南脐橙的农民文化程度和技术水平都较低,高层次管理人员匮乏是主要问题。赣州市培养人才,既要注重理论知识的教育又要加强实际应用能力的培训。中国柑橘研究所位于邻近的重庆市北碚区的,是专门研究橙树种植的技术问题,中国柑橘研究所培养农村发展和农业管理的专业人才。赣州市政府要适当给予优待政策,吸引更多优秀人才,壮大当地柑橘产业。

参考文献:

- [1]杨斌清,林璐.赣南脐橙果汁产品的营销策略探析[J].吉林农业,2010(11).
- [2]祁春节.中国柑橘产业的经济分析与政策研究[D].华中农业大学,2001.
- [3]安虎森,朱妍.产业集群理论及其进展[J].南开经济研究,2003(03).
- [4]郑崇兰,余爽,巫登峰,等.四川攀西地区石榴产业发展 SWOT 分析及对策[J].中国果树,2018(06).
- [5]任静,葛文光.大枣产业发展的 SWOT 分析——以河北省唐县为例[J].林业经济,2013(12).