

剑河县食用菌产业品牌战略管理研究

黄江¹

(凯里学院经济与管理学院, 贵州 凯里 556011)

【摘要】: 剑河县位于贵州省黔东南州凯里市, 当地生态气候环境优越, 天然适宜食用菌的栽培和生长。2020年, 在党和政府的正确引导下, 剑河县通过开展“一县一业”建设发展食用菌产业, 带领全县 27 万人口成功摘掉了贫困县的帽子。但与此同时, 剑河县食用菌产业在发展中依然存在一系列问题, 对当地食用菌产业的持续健康发展产生了严重阻碍, 需要通过开展品牌化建设进一步推动食用菌产业的发展, 提高当地群众的经济收入水平。

【关键词】: 剑河县 食用菌产业 品牌发展战略

【中图分类号】 F326.12 **【文献标识码】** A

随着我国农业科技的持续高速发展, 我国农产品的种类和产量正在逐年增长, 农产品在市场上供过于求现象已经非常普遍, 市场竞争正在逐步走向白热化。与此同时, 随着我国社会经济的增长与科学知识的普及, 消费者对农产品的质量和安全性提出了更高的要求, 导致我国传统粗放式的农产品加工业进入了发展瓶颈期, 急需通过开展现代化、产业化、标准化、规模化的特色农产品加工以及品牌化建设提高农产品的市场竞争力, 改善农产品在消费者心目中的形象, 从而达到促进农业发展、提高农民收入水平的主要战略目标。

1 剑河县食用菌产业的发展现状

作为剑河县在贫困县时期发展起来的脱贫攻坚产业, 食用菌产业是在政府指导下建立的, 以食用菌生产加工企业为主体的农业一体化经营产业链条。为了有效降低市场运营风险, 食用菌产业通过建立政府平台、科研机构、龙头企业、专业合作社和贫困户全产业链条共同合作的模式推动食用菌产业走上质量标准化、生产规模化、营销科学化、产品品牌化的综合发展道路。

在三年发展计划方案的指导下, 剑河县食用菌产业通过招商引资与当地行业龙头企业建立合作关系, 成功兴办了食用菌加工和研发生产销售厂, 并且实施了产量、回收、价格“三保底”策略。通过实施一系列发展与保护措施, 剑河县成功建立了包括从产品研发直至产品销售所有环节在内的全食用菌产业链, 并且降低了食用菌种植户承担的风险。2020 年, 剑河县成功达成了 1.2 亿棒虎奶菌、绣球菌、猪肚菌等食用菌的种植任务, 实现了约 10 亿元产值, 带动全县超过 5 千名贫困人口通过直接参与种植或参与工厂加工等方式实现就业, 当年人均增收超过 9 千元, 超过 2 万人口通过增收实现了脱贫, 剑河县成功退出了贫困县的行列。

2 农产品品牌理论

农业生产和经营者通过使用农产品品牌名称和品牌标志能够实现对自行生产、销售的农产品或农业服务项目与其他同类或者类似产品、服务项目的区分。每一个农产品品牌都应当建立在农产品或者农服务项目的基础之上, 围绕该产品通过商标等要素

¹作者简介: 黄江(1969-), 男, 四川南充人, 博士, 副教授, 研究方向: 农村经济。

基金项目: 凯里学院专项课题“优化供应链管理培训”(编号: HX202105)

形成一系列符号体系并建立一套完整的品牌识别系统。随着农产品品牌向消费者和利益相关者的传播，消费者和利益相关者开始对农产品品牌进行识别和理解，并以农产品品牌为目标开展消费行为。当消费者和相关利益者与产品、符号体系之间的认知与消费关系足够正面、牢固，农产品品牌才具有足够的价值与独特性。

根据不同的品牌主体可以将农产品品牌划分为农产品区域公用品牌和企业农产品品牌。农产品区域公用品牌特指由有关机构、企业和农户等在特定的自然生态环境区域内或历史人文环境下共有的农产品品牌。在生产某一区域共用品牌农产品的地域范围和品种品质管理、品牌的行销传播与使用许可等方面，相关机构、企业和农户等应当达成共同诉求与行动，从而提高品牌在消费者中间的口碑，通过区域品牌的传播与发展带动区域形象的提升。企业农产品品牌能够用于区分不同的农产品生产经营者，包括农产品生产经营者专门设计的品牌名称、符号、标记以及不同组合形式。

3 剑河县食用菌品牌建设影响因素分析

3.1 食用菌生产加工企业缺乏科学的生产管理，主要生产经过初级加工的食用菌产品

由于剑河县的食用菌产业当前依然沿用传统的粗放式生产管理方式，主要采取以家庭为单位的方式生产食用菌，导致管理水平难以提升。由于大部分食用菌生产加工企业规模小且机械化程度低，无法开展自动化的食品深加工，需要通过科学、细致的管理推动当前尚处于初步形成阶段的食用菌生产加工企业快速发展。当前在市场中进行流通的食用菌产品多为干品和腌制品，由于受到当前生产加工技术的限制，企业无法有效控制鲜干菇的生产和包装质量，在产品流通等环节上也有不足之处。在此情况之下，剑河县的食用菌产品质量波动较大，严重影响到食用菌产品的国内外贸易，导致食用菌产业的发展进入瓶颈期。

3.2 落后的保鲜技术、单一的产品包装和产品流通中造成的损耗

由于剑河县物流企业的运输设备和运输技术较为落后，无法在全程冷链的条件下完成食用菌产品的运输。剑河县主要以家庭为单位食用菌生产模式导致食用菌的生产具有很强的分散性，并且生产规模普遍较小，大多数食用菌只能在当地的乡镇集市上进行销售。由于剑河县缺乏大型物流交易中心，交通系统发展滞后，许多经销商为了节约漫长的农产品运输过程只能到生产基地采购食用菌，严重扰乱了食用菌销售市场。多种因素的共同作用对剑河县食用菌销售市场的发展造成了严重阻碍。

3.3 农民缺乏市场意识和销售渠道

由于缺乏创新能力，剑河县的食用菌产业目前主要停留在食用菌的生产和加工环节，对于如何利用食用菌产业带动当地的旅游和文化产业发展还没有形成明确的章程。由于当代农民已经习惯了传统的交易买卖模式，没能形成现代化的市场交易理念，对于销售渠道的发展和经营更是无从谈起。当前需要通过开拓营销渠道，科学合理地对宣传营销活动进行规划设计，强化广告宣传等方式打开剑河县食用菌产业市场销售局面，将食用菌产业打造成剑河县的一张名片，带动相关产业的全面发展。

3.4 分销环节过于复杂导致成本急剧升高

从食用菌栽培户到终端消费者，剑河县的食用菌的生产、加工和销售需要经历生产、采购、批发、仓储、销售、消费者一系列流程，由于消耗时间过长导致食用菌的新鲜度流失严重，分销成本也在急剧升高。

3.5 品牌意识过于薄弱

由于剑河县的食用菌栽培主要由个体农户完成，而农户普遍品牌意识薄弱，缺乏对食用菌的内在价值和营销点进行深入挖掘的能力，因此当前的食用菌经过采摘之后只能直接进入市场流通环节，产品附加值无法得到提升。由于缺乏品牌意识，食用菌

的生产者和经营者无法深度开发食用菌副产品。在严重缺乏创新能力的情况之下，食用菌产品的经营层面始终无法得到提升，无法满足较高层次消费者的消费需求，市场竞争力严重不足。

4 剑河县食用菌品牌战略管理措施

4.1 “企业+合作社+农户”生产经营模式的强化

规模化生产是品牌建设的基础，单一的农户生产模式无法为品牌建设提供足够的支撑。食用菌生产加工企业应当引导农户提高食用菌生产的专业化水平，由合作社组织规模化的食用菌生产，为剑河县食用菌产业的品牌建设与发展提供足够的支撑。在剑河县食用菌产业的“企业+合作社+农户”生产经营模式中，食用菌生产加工企业的优势主要体现在市场、资金、技术、管理等方面；合作社能够在企业与农户之间起到连接作用，从而加强农户与市场的连接；农户则具有丰富的农业生产经验，能够为消费者生产出绿色优质的食用菌产品。食用菌产业产前、产中和产后服务的所有环节在“企业+合作社+农户”生产经营模式之下能够实现合理有效地连接，推动剑河县的食用菌产业品牌建设。剑河县当地政府有关部门应当培养一批优秀的食用菌生产加工企业，利用企业的规模效益和起点优势发挥龙头作用，对农户的食用菌生产开展积极的专业化引导。通过建立专业合作社能够加强食用菌产业链上各方面的衔接，推动食用菌生产的规模化发展。剑河县政府可以通过建设食用菌生产加工产业园区带领食用菌生产加工企业 and 专业合作社充分利用产业集群优势，通过完整的产、供、销产业链加快剑河县食用菌产业的品牌建设，提高剑河县食用菌产品品牌在高端市场的占有率。

4.2 由政府完成剑河县食用菌产业品牌的顶层设计

为了实现剑河县食用菌产业品牌规划与编辑工作的强化，当地各级政府应当具有强烈的品牌规划意识，能够对品牌管理的准则和观念根据现状进行实施更新。首先，各级政府应当通过政策建设为剑河县食用菌产业品牌的建立与发展创建符合实际需求的准则，为品牌产品的质量提供有力保障。政府各有关部门应当具备大局观，在协调合作中对剑河县食用菌产业品牌建设的政策措施认真进行贯彻落实。其次，政府应当通过相关法律法规的出台为剑河县食用菌产业品牌的培育和保护提供可靠保障。各主管部门应当加大执法力度，对品牌建设进行监督和督促，严肃处理假冒伪劣品牌及其产品，为剑河县食用菌产业品牌创造良好的发展环境。随后，政府可以通过财政、税收等方面加大对剑河县食用菌产业品牌建设的支持力度，在尊重市场规律的同时对品牌建设的龙头企业进行帮扶，扶持以食用菌协会为代表的行业组织和团体，为品牌建设提供税收和信贷等方面的优惠政策。最后，政府应当通过建立市场信息平台向供销双方进行食用菌市场信息的收集和反馈，大力控制食用菌产业链上的种植、采摘、包装和销售等环节，对食用菌产业抵御风险的能力进行强化。与此同时，市场信息平台还能够促进食用菌产业的全面发展，维持信息在行业协会、农户、经营主体和消费者之间的流通，推动剑河县食用菌产业品牌的建设与发展。

4.3 创建具有地域特色的、高品质的食用菌产业品牌

由于有质量保证的品牌产品更容易受到消费者的青睐，提高产品自身品质的同时能够有效提升消费者对产品的满意程度，因此应当对栽培食用菌的农户开展专业培训，从源头开始提高食用菌产品的品质。这一过程可以由政府有关部门进行总体布局，通过食用菌生产加工企业进行贯彻落实。食用菌产业协会应当对食用菌产品的品质制定统一评定标准，从而实现消费者对剑河县食用菌产品品牌认可度与消费忠诚度的提升。

与此同时，应当在剑河县当地加强食用菌产业品牌文化的宣传，例如在已经建成的食用菌博物馆基础之上大力开展品牌文化宣传活动，开发剑河县当地的食用菌产业旅游资源，增加剑河县食用菌产业品牌的文化底蕴，进一步提升剑河县食用菌产业品牌的宣传效果。

4.4 提高食用菌生产者和经营者的品牌意识

产品生产者和经营者采用显著的标记方便消费者对自身生产经营的产品与竞争对手生产经营的产品进行区分，自此诞生了品牌的概念。品牌文化发展至今已经具有了更为广阔、深刻的含义，超越了产品标记的范畴，发展成为一种无形资产。在市场竞争中，品牌能够为产品的质量提供可靠保障，提升产品在消费者心目中的形象，确保产品生产者、经营者和消费者的利益能够实现。

食用菌种植户品牌意识的建立，关键在于如何让农户对食用菌产品品牌建立与发展即将带来的切实利益进行切身感受。与此同时，应当对品牌在现代农业发展中的重要性开展大规模宣传，帮助农民对创建食用菌品牌能够为自身带来的经济利益进行深刻理解，对创建食用菌品牌需要达到的质量标准进行深刻的认识，使品牌意识在食用菌种植户中能够深入人心。

4.5 强化人才培养

在现代化农业的发展中，应当在政府、企业和高校的共同努力下培养新型农民，提高农民的专业素质和种植技术，通过具有前瞻性眼光的、有文化的农民带头提高农产品的品质，在农民中建立品牌意识。

为了培训出更多品牌建设人才，食用菌生产加工企业应当设立专门的培训部门，聘请专业人员开展品牌发展战略与农产品品牌建设、品牌管理人才培养等方面的培训，通过演讲等形式宣传农产品附加价值的提升等方面的理论知识与实践经验，组织企业品牌建设管理人员对相关知识经验进行学习和考核。

4.6 提高品牌宣传力度

首先，可以利用网络平台对剑河县食用菌产业开展全方位的宣传，提高品牌在消费者中间的认知度和公信力。其次，可以在知名网络社交媒体上为品牌创建官方账号，通过头像、背景、文章发布等方式进行品牌宣传，提升品牌形象，向目标客户群体提供购买渠道和企业电话、地址等联系渠道。为了方便经销商到产地开展产品收购，可以在百度地图、搜狗地图等网络平台上统一进行产地标注，从而实现剑河县食用菌产业品牌影响力和美誉度的提升。

为了提高产品宣传力度，提升品牌的社会认知度，食用菌生产加工企业 and 专业合作社应当明确品牌的市场定位，开展具有针对性的多媒体宣传，加大在网络信息平台的营销力度，积极在农博会、文化节等大型社会活动中进行品牌宣传，实现招商引资。

5 结语

为了开展剑河县食用菌产业的品牌建设，本文对剑河县食用菌产业的发展现状展开了深入的研究，从食用菌的生产加工技术、剑河县当地物流产业发展水平、产品销售渠道、农民的品牌意识等方面详细分析了当前阻碍品牌建设的主要因素并提出了相应的解决措施，希望能够为剑河县食用菌产业品牌的建设与发展起到推动作用，切实提高当地人民的经济收入水平。

参考文献:

- [1]刘喜梅, 潘立军. 大众传媒对食用菌行业品牌效应的提升作用分析[J]. 中国食用菌, 2020(01).
- [2]李纯辉. 电商背景下食用菌产业品牌定位和品牌传播策略分析[J]. 中国食用菌, 2020(02).
- [3]赵丽英. 基于电商背景的食用菌产业品牌定位分析[J]. 中国食用菌, 2020(04).
- [4]王柯, 陈晨. 食用菌产品包装设计与品牌塑造的关系[J]. 中国食用菌, 2020(06).

-
- [5]王启宾. 价值共创目标下食用菌品牌设计的价值实现机制[J]. 中国食用菌, 2020(07).
- [6]张晶. 基于网络社群的野生食用菌品牌营销策略[J]. 中国食用菌, 2020(05).
- [7]杨静. 食用菌市场营销品牌定位策略创新[J]. 中国食用菌, 2020(10).
- [8]李静, 王永强. “互联网+”背景下食用菌品牌建设与标识创意构想[J]. 中国食用菌, 2020(06).
- [9]高翔, 张艳霞. 农业会展经济对推动食用菌产品品牌建设的影响[J]. 中国食用菌, 2020(05).
- [10]吴轲. 交互理念在食用菌产品品牌形象设计中的应用[J]. 中国食用菌, 2020(04).