

兰州百合产业化经营研究

蔺全录 王翠琳

甘肃是农业大省,有特色农业资源,为特色农产品产业化经营及品牌战略提供了有利条件和广阔空间。尤其是兰州百合,品质卓越,独一无二。但是兰州百合有“优势”而无“规模”,有“名气”而无“品牌”,因此,面对激烈的国际、国内市场竞争,要增加农民收入,积极开展百合的产业化经营和实施品牌战略,形成生产、加工、销售有机结合和相互促进的机制,提升附加价值,推进向商品化、专业化、现代化转变,对充分发挥农业资源优势,实现农业和农村经济的可持续性发展具有重要的意义。

一、兰州百合产业经营现状

兰州市七里河区由土壤、海拔、气候等独特的地理环境,种植的百合色泽如玉,味道甘美,含有丰富的钙质、蛋白质等人体所需的多种维生素、氨基酸和矿物质等,还具有独特的药物功效。经农业部食品检测中心检测,完全符合“绿色食品”标准,并获“中华老字号”称号及国家级名牌产品。1998年国家将兰州百合发展列入“国家山区农业产业化示范项目”,为百合产业化的进程创造了有利条件,加之农产品加工技术的应用,兰州百合产业化得到了前所未有的发展,种植面积达到15万亩,产量3800万公斤,规模不等的加工销售企业已发展到了120多户。区政府抓住机遇,坚持“依托城市,开发农村,服务城市,富区富民”的方针,并按照“布局区域化,生产基地化,产品品牌化”的发展思路和“因地制宜,统筹兼顾,追求效益”的原则,加快百合种植基地建设,扩大了母籽繁育基地,培植了骨干龙头企业,初步建立了公司化运营机制。实施名牌促销、龙头带动和科研开发推动三大战略,有力地推动了百合产业的发展。兰州百合产业逐渐成为兰州市七里河区的农业支柱产业,为带动该地区的经济发展和农民增收发挥了重要的作用。

二、兰州百合产业发展的战略选择

(一) 建立兰州百合品牌战略体系

品牌战略体系主要由企业品牌

体系和政府品牌体系两部分组成。企业品牌战略是品牌所有者的一种经营战略,是企业建立有利的竞争地位的差别化战略。企业品牌战略的目的是增强企业自身素质,提高竞争能力,扩大市场份额,争取更好的经济效益;企业品牌战略的主要措施为品牌的定位、拓展和维护。政府品牌战略涉及的是国家、地区或某个领域,目的是推动、支持和鼓励企业创造品牌,借以促进所辖范围的经济增长,政府品牌战略主要是指导性的规划和协调,表现为对所辖范围的全体品牌所有者的一种公共政策和导向,其实质是一种社会经济发展战略,重点是为企业创造发展品牌的良好社会环境。政府品牌战略的主要措施包括创造促进品牌成长的体制环境、制定品牌战略发展的经济政策、培育促进品牌成长的市场环境、建设维护品牌成长的法制环境等。

(二) 建立“利益共沾,风险共担”的运行机制

兰州百合因其自身的特殊性,对市场的依赖性会更加突出,所以市场所提供的信息将显得更加重要。根据兰州百合产业的发展现状,兰州百合产业化的类型应是以龙头企业带动为主,专业百合协会协助发展为辅的模式。其中龙头企业带动采取的生产营销模式主要是“公司+百合协会+农户”或“公司+农户”。

兰州百合产业化发展的初级阶段,百合种植户并没有真正得到与公司合作所带来的利益,农户采取一种投机取巧的方式和公司之间进行合作,当市场零售价格高时自行组织销售,当市场价格低时想法设法靠近公司,寻求出路。所以,在该阶段,“公司和农户”之间的利益关系,还需要兰州百合专业协会在中间起一定桥梁作用。即采用“公司+协会+农户”的产业化营销模式。

在兰州百合产业化发展的成熟阶段,因为公司和农户之间已经有了密不可分的经济利益的结合点,双方基本上都会按照市场经济的运作模

式来为他们的共同利益谋出路。在此时,专业百合协会并不是不存在了,而是其功能会有所改变,由原来的公司和农户之间的中间人(主要功能是解决纠纷、监督契约的签订和遵守、帮助农户思想意识的转变等)逐渐过渡到向农户提供市场信息、技术指导 and 培训、信贷、产业扶持政策的落实等方面。

(三) 提高兰州百合的产品质量

1. 兰州百合质量提升的基础——种植基地的选择

为了保证兰州百合的质量和符合绿色食品的技术标准,应对于其生长地段要求严格。但近年来由于受到兰州百合市场走俏的利益驱动,造成本不该种植兰州百合的地段也开始种植,这是兰州百合质量下滑的主要原因之一。各级政府应严格控制兰州百合的种植面积和种植区域,凡是在“兰州百合”地域保护区的新鲜百合,经检验符合标准后才可冠以“兰州百合”注册商标。同时,各种植区必须按照甘肃省地方标准(DB62/T810-2002)——兰州市无公害蔬菜生产技术过程(百合)来进行产地环境、产量标准、栽培技术等选择和生产。

2. 兰州百合质量提升的保证——种球的培育

兰州百合的种球(俗称“母籽”),是百合鳞茎纤维根着生部位上生出的小鳞茎。种球的选择,必须以根繁茂未腐烂、鳞茎盘未受损伤、圆形或长圆形的独头一、二级种球作母籽。为保证大田及母籽田各级种球栽种后出苗一致,长势整齐,这就要求一块地中的种球选择尽量要大小一致,一般来说,大种球栽种的百合鳞茎大,反之则小,但种球太大,容易引起分瓣,反而影响了百合的品质标准,所以,在生产中常用一级20-30克重的种球作母籽最好,最大也不宜超过50克。

兰州百合的种球质量不佳,也主要体现在培育方法的不合理,大多数采用传统的繁育方法和自然分瓣繁育的方法,而高科技的繁育方法由于

受到条件和观念意识等的限制,很少使用。为了提升兰州百合的质量,必须做到如下几点:一是建立专门的种球培育基地(已于2002年政府计划在渭源县会川镇规划5000余亩,投资3.5亿元),实行统一培育、统一供应、权责分明;二是在培育技术上,应淘汰原有的、不合理、品质差的技术,广泛推广和采用经济、先进的技术;三是种球的培育,尽快制定和完善严格、规范的检验标准,为工商行政管理部门的打假提供必要的帮助;四是适当放开种球的培育权限,只要符合条件的私营企业也可参与种球的培育;五是规范种球市场,在打击劣质种球的同时,广泛宣传、普及和传授新型培育技术,让种植户真真切切地认识到种球对百合质量的重要性。

3.兰州百合质量提升的途径——标准化的种植、生产和加工

为了提升兰州百合质量,从种植、田间管理和百合产品的生产等一系列过程中,都有严格而规范的操作程序和方法等标准化管理。进行兰州百合的标准化管理时,一是对兰州百合的种植和田间管理,已制定标准的一定要按照标准来操作,还没有制定标准的,应配合科研院所、大专院校和技术推广中心,在悉心听取群众意见的基础上尽快加以制定。二是在进行兰州百合的分级和加工管理时,严格按照“兰州百合质量分级指标”、“兰州百合无公害质量标准”和百合干、百合粉的加工标准程序来进行。三是尽快制定关于“绿秧子”百合、假百合等的检测标准,为工商管理部门的打假治假工作带来方便。四是成立专门的技术部门对种植户进行兰州百合的栽种、田间管理、分级挑选、深加工等技术的指导、培训和宣传。

4.兰州百合质量提升的保障——监督机制的完善

兰州百合提升质量的监督机制的建立和完善。一是监管好、把好收购关。调查显示,兰州百合的质量、身价全系在收购加工经营户的身上,而这些人却是一盘散沙,所以组织好、管理好这些松散的经营加工户,把好收购关,是兰州百合走出质量误区的出路之一。二是政府应加大对兰州百合生产企业检查整顿的频率和力度,

尤其是证照不全的小型私营企业,该取消则取消,检查方式最好采用突击检查的方式。三是兰州市质监局与众多的兰州百合生产企业应签订质量安全目标责任书,从质量管理、计量管理、标准管理、安全管理和卫生管理等多方面,明确食品质量安全责任,法人代表为第一责任人。对于出现质量问题的企业要加大处罚的力度和具体的处罚措施,对造假和损害兰州百合美誉度、知名度的行为要让其付出沉重代价。四是质监局会同工商、物价部门建立网络监管机制和执法统一体。

(四)提高产品技术含量,开发新型绿色、健康产品

龙头企业的科技开发和创新能力,直接关系到企业在市场上的竞争力和带动农户能力的大小,也是农业产业化经营发展水平高低的主要标志。龙头企业要在激烈的市场竞争中立足于不败之地,就必须成为技术创新的主体,不断增加技术开发投入,大力提高其产品的科技含量。兰州百合产品的科技含量较低,在规模最大、设备最先进的兰州百合实业有限责任公司,虽然结合大中专院校、省农科院等科研院所对兰州百合的营养成分等做了大量的分析研究,并在此基础上研发了一些高科技产品,但有的尚未投放市场,有的并没有得到市场的认可。“兰州百合”注册商标只能用于鲜百合,并不能用于兰州百合的延伸产品。所以,兰州百合要走产业化发展之路,还需要在新产品研发方面做大量的工作,可以在龙头企业内部组建科研和技术开发机构,通过多种形式与农业科研单位、高等院校、技术推广部门等建立稳定的协作关系,共同开发和推广新产品、新技术,有条件的龙头企业可以通过技术入股和股权转让等形式,组建农工科贸综合集团,走上产学研结合的道路。

(五)实施整合营销传播,开拓国内外市场。

兰州百合具有独特性和不可复制性,是极品中的极品,堪称是“人参蔬菜”,但从产品组合和市场营销角度来讲,原产地保护的兰州百合注册商标产品必须让消费者知晓、实施整合营销传播。整合营销传播的中心思

想是通过统一的传播目标的建立,来运用和协调各种不同的传播手段,使不同的传播在每一阶段发挥出最佳的、统一的、集中的作用。最终建立品牌整体的强度和一致性,建立与消费者的长期、双向、忠诚的关系。兰州百合整合营销传播时要注意以下几点:

1.安排好兰州百合的产品广告和品牌广告的播放比例

产品广告播放阶段,兰州百合没有完全被消费者认识和接受,市场的占有率不高,品牌尚未形成,广告应集中在兰州百合的品质、口味等特征和最有可能购买的消费者身上,其目的主要是引起消费者的注意,使消费者认识该产品,提高产品的知名度。当消费者了解和认识了兰州百合后,多采用品牌广告,注意品牌形象的宣传,做品牌广告的目的是吸引顾客,使其形成品牌偏好,以扩大市场占有率,广告的内容要突出兰州百合的特色优势和食用价值。

2.选择合适的广告媒体

兰州百合的消费市场主要集中于城市,市场开拓应当先城市后农村。在选择广告媒体时,城市可选择电视、杂志、报纸等,农村可选择电视、墙体广告、广播等;兰州百合的消费者主要是对健康比较关注的家庭主妇或追求健康美丽的时尚女性,应选择她们较关心和喜欢收看的健康、卫生、时尚类电视、杂志、报纸等;兰州百合的采挖期主要集中于降霜以后,因此,兰州百合的广告一般应集中于这段期间。

3.搞好公共关系宣传

兰州百合公共关系策略可以为:一是举办、赞助饮食文化活动。兰州百合宴在广州、台湾等地是比较有名的,兰州本地的酒店少不了百合类的美味佳肴,但仅以酒店百合菜让消费者认知兰州百合还是远远不够的。可以联合各大酒店,开展兰州百合的饮食文化活动,也可以在兰州贸易洽谈会期间,举办兰州百合饮食文化活动,欢迎各方来宾亲口品尝兰州特产百合。二是兰州百合应围绕绿色无公害的主题,开展各种健康、慈善及公益宣传活动。**发展**

(作者单位:华中科技大学经济学院;兰州理工大学国际经济管理学院)