

# 枣庄市石榴品牌建设及营销策略

孙竹梅<sup>1</sup>, 丁宁<sup>2\*</sup>, 范静<sup>1</sup>, 王嫣然<sup>3</sup>, 李春<sup>2</sup>

<sup>1</sup>枣庄市三农服务中心, 山东枣庄 277000; <sup>2</sup>枣庄市农业科学研究院, 山东枣庄 277000;

<sup>3</sup>枣庄市峰城区农技站, 山东枣庄 277000)

**摘要:** 品牌建设及营销战略对石榴产区产业发展至关重要。笔者在对枣庄石榴品牌建设和营销策略调研的基础上, 概述了枣庄市石榴品牌、营销现状及该市石榴品牌发展及营销策略, 并结合实际提出了枣庄石榴产业营销建议, 如做好石榴价格分析工作、促进枣庄石榴标准化生产、借力农业三产融合促进石榴消费、降低生产成本、培养高素质石榴营销队伍、提升石榴企业品牌运营水平、加快建设枣庄石榴区域性交易中心等, 为枣庄石榴产业又好又快发展提供参考。

**关键词:** 石榴; 品牌建设; 营销策略

中图分类号: S665.4

文献标志码: A

文章编号: 1009-9980(2017)Suppl.-045-03

## The pomegranate brand construction and marketing strategy in Zaozhuang

SUN Zhumei<sup>1</sup>, DING Ning<sup>2\*</sup>, FAN Jing<sup>1</sup>, WANG Yanran<sup>3</sup>, LI Chun<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Zaozhuang Agriculture Service Center, Zaozhuang 277000, Shandong, China; <sup>2</sup>Zaozhuang Academy of Agricultural Sciences, Zaozhuang 277000, Shandong, China; <sup>3</sup>Yicheng Agricultural Technology Station, Zaozhuang City, Zaozhuang 277000, Shandong, China)

**Abstract:** Brand building and marketing strategy are crucial to the development of pomegranate producing areas. Based on Zaozhuang pomegranate brand building and marketing strategy research, we summarized the current situation of brand marketing in Zaozhuang city, and the brand development and marketing strategy of the city, and put forward the policy recommendations of pomegranate industry marketing policy, such as doing price analysis work, promoting the standardization of pomegranate production, promoting the integration of agricultural industries, reducing production costs, enhancing the cultivation of high-quality marketing team, promoting the level of enterprise brand operation, accelerating the construction of Zaozhuang pomegranate regional trading center, to provide the reference for the fast development of Zaozhuang pomegranate industry.

**Key words:** Pomegranate; Brand construction; Marketing strategy

## 1 发展概况

### 1.1 枣庄市石榴品牌发展现状

石榴 (*Punica granatum* L.) 属于石榴科 (*Punicaceae*) 石榴属 (*Punica* L.) 的落叶灌木或小乔木果树, 原产于伊朗至印度北部的喜马拉雅山一带, 向东传播到中国<sup>[1-2]</sup>。近年来, 枣庄市把农产品品牌建设作为推进农业供给侧结构性改革、农业新旧动能转换的着力点, 促进农民持续增收的关键点, 以“厚道枣庄人, 放心农产品”为品牌宣传, 强化农产品品

牌顶层设计、标准化生产、质量安全、品牌营销等关键环节, 培育出了一批具有较强影响力和知名度的农产品品牌。截至目前, 枣庄市共有2个山东省知名农产品区域公用品牌, 包括滕州马铃薯和峯城石榴。枣庄市目前保存石榴品种100余个, 先后被农业部、国家林业局命名为“中国石榴之乡”、“中国名特优经济林石榴之乡”和“国家古石榴森林公园”, 获得各级农、林、园艺等产品博览会金、银大奖260余项。

### 1.2 枣庄市石榴营销现状

枣庄素有“五省通衢”之称。京沪铁路, 京沪高

收稿日期: 2017-08-15 接受日期: 2017-08-30

基金项目: 枣庄市科技发展计划(2016NS03); 枣庄市社科联应用课题(LX2017045)

作者简介: 孙竹梅, 农艺师, 主要从事石榴产业信息化建设研究。Tel: 18906370880, E-mail: zzyyx@163.com

\*通信作者 Author for correspondence. Tel: 13863202176, E-mail: dingning0714@163.com

铁在此交汇,京杭大运河傍城而过,为我国重要水陆交通枢纽。运输、物流等石榴深加工市场也愈来愈大,成为国内石榴汁、石榴酒、石榴茶、石榴盆景盆栽产销量最大、最富盛名的产品集散地之一。枣庄市曾举办过第一届国际石榴大会<sup>[1]</sup>、石榴采摘节、石榴王大赛、石榴文化节等活动,积极组织参加国际、国内农林博览会,让枣庄石榴走出枣庄,提高市场知名度。目前枣庄全市从事石榴生产、销售、运输、贮藏、加工和石榴生态旅游等行业从业人员已超过2万人。

枣庄石榴品种栽培面积达1.2万hm<sup>2</sup>,枣庄石榴总产值约占全省石榴产业的80%。枣庄产区栽培品种60余个,‘大青皮甜’‘大马牙甜’‘秋艳’石榴等主栽品种占栽培面积70%,其他品种约占30%。‘大马牙甜’‘大青皮甜’成熟期为9月底10月初,‘秋艳’石榴成熟期为10月上旬。枣庄石榴鲜果市场目前已初具规模,每年中秋节前主要销售四川会理等地的石榴鲜果,中秋节至国庆节期间主要销售枣庄本地石榴鲜果。

## 2 石榴品牌发展及营销策略

### 2.1 做大石榴加工产业,提高石榴产品附加值

一是积极发展石榴盆景。枣庄市石榴盆景有300多年的栽培历史。近年来,枣庄石榴盆景产业有了长足发展,在发展规模、艺术水平等方面处于国内领先水平。2016年,枣庄市年产石榴盆景、盆栽5万余盆,产值超过1亿元,成为国内最大的石榴盆景、盆栽产地和集散地。二是积极扶持石榴深加工企业。枣庄石榴加工产品从上世纪80年代的石榴茶、石榴饮料扩大到现有的石榴原汁、石榴凉茶、石榴草本茶、石榴酒、石榴饴糖、石榴糕、石榴籽粉、石榴籽粒胶囊、石榴化妆品等一系列产品。

### 2.2 借力专业营销企业,着力提高营业收入

“美果来”石榴汁已成为枣庄对外宣传的一张“名片”。枣庄市穆拉德生物科技有限公司生产的“美果来”石榴汁国内市场占有率已超过60%。产品出口到美国、新加坡、日本、香港等国家和地区,成为目前国内唯一出口世界的石榴果汁饮料。穆拉德集团生产的石榴加工产品在海外全部由世界第二大直销企业永久集团销售,在国内主要由王老吉品牌销售渠道销售,保证了年销售收入的稳定。

### 2.3 通过网络销售平台提高枣庄石榴果农收入

随着枣庄石榴产品网络销售平台交易规模不断

壮大,枣庄产区石榴种植户销售难题得到了有效解决。截至目前,全市从事网络销售石榴产品的企业已达20余家,大型石榴盆景及绿化苗木销售商年收入可以超过100万元。

### 2.4 让枣庄石榴文化成为石榴产业发展的名片

枣庄市峄城区建有国家4A级风景名胜区“冠世榴园”、中华石榴文化博览园等石榴旅游文化胜地。其中,中华石榴文化博览园建筑面积2000m<sup>2</sup>,收集、保存国内外石榴品种、种质近300余份,是国内唯一的国家级石榴种质资源圃和全球首家石榴博物馆,枣庄市石榴文化旅游业的快速发展也为石榴基地建设、石榴系列产品开发、市场销售、包装工艺、餐饮服务等相关产业发展提供的持续推动力。

### 2.5 加强标准化生产

目前,枣庄石榴生产、加工标准体系已基本确立。农业部门通过品种选育、改良和新品种引进等方式,积极引导果农实行标准化生产,切实提高石榴品质。认真做好“两圃四园”(石榴种质资源圃、石榴优质品种繁育圃、石榴优质品种丰产示范园、石榴标准化管理示范园、石榴老化劣质改造示范园、石榴根结线虫病综合防治示范园)建设。目前,枣庄市已建设石榴标准化生产基地(示范园)5个。枣庄峄城石榴已通过“无公害农产品”生产基地、“有机食品”、“国家农产品地理标志保护”、“国家地理标志产品保护”认证,峄城区被授予“国家石榴标准化栽培示范区”称号。

### 2.6 加强执法监督

近年来,枣庄各级农业部门不断加大石榴农业投入品监管力度,在一些的石榴专业合作社尝试推广质量安全追溯建设试点,推行条形码制度。同时结合“出口农产品质量安全示范区”和省级“农产品质量安全示范县建设”,逐步完善枣庄市石榴质量安全体系。

## 3 石榴产业营销政策建议

### 3.1 做好石榴价格分析工作

要高度重视做好全国石榴主产区市场价格分析工作,创新现代农业管理方式,加强石榴主产区市场数据监测分析结果及发布系统技术的开发工作和相关人才的培养<sup>[4]</sup>。石榴市场价格展望就是利用已有的产区种植面积、产量、自然灾害等生产信息,基于模型运算对下一个生产周期做出科学与权威性的定

量化预测。通过全国石榴价格展望,发布国内主要石榴市场权威信息,直接或间接地影响农业生产者、经营者的决策。

### 3.2 培养高素质的石榴营销队伍

营销队伍素质对石榴营销工作至关重要。2016年,枣庄市农业局与青岛农业大学合作社学院、枣庄职业学院联合组建了山东省首家院地合作的新型职业农民培育教学基地。利用枣庄新型职业农民学院教学平台,聘请互联网+农业营销方面创业导师强化学员营销实践,鼓励学员利用C2C、O2O等商业模式在网上自主开店,灵活管理,扩大货源寻找范围。

### 3.3 努力提升石榴加工企业品牌运营水平

一是积极引导石榴加工企业开展市场调研。预测石榴市场发展趋势,把握国际、国内市场需求动向。二是把握枣庄石榴种质资源和传统文化优势,及时做好商标注册工作。三是优化石榴产业产品结构,利用农产品市场存在结构性过剩与季节性短缺的特点,不断推出系列产品。四是开发绿色食品和有机食品,不断满足各层次消费需要,达到品牌创新和品牌拓展目的。五是谋划枣庄石榴产业广告与公关策略,通过广泛宣传确立枣庄石榴产品在全国的市场地位。六是依法保障枣庄石榴品牌权威性,充分利用法律武器,保护商标使用权益工作。

### 3.4 加快枣庄石榴区域性交易中心建设

充分利用枣庄市石榴种植面积大、交通便利等优势,建设区域性交易中心<sup>[5]</sup>。一是加强石榴鲜果批发市场信息化建设。农产品批发市场处于农产品供应链的中心环节,汇集大量批发商及供求信息,要做好价格发布、电子交易系统等信息化建设,减少买卖双方的信息搜寻成本,快速促成供求平衡。二是做好冷链物流基础设施建设,加大冷链物流基础设施的建设和投入。提高枣庄市石榴运输全程冷链比率,降低石榴产后损耗率,从而提高石榴流通效率。三是加大政府石榴批发市场质量安全检测费用支持力度。充分利用地市级农产品质量检测检验中心等公益事业单位的技术优势,以驻派的方式承担石榴鲜果质量安全监测。

### 3.5 促进枣庄石榴标准化生产

发挥枣庄石榴产业发展比较优势,选择种植面积大、栽培历史长的‘青皮马牙甜’‘峰县岗榴’为枣庄石榴主栽品种,以规模大、开拓市场能力强的企业为载体,形成以“无公害特色农产品”为基础的石榴主导产品。同时要发挥枣庄市农业标准化专家咨询委员会

的指导作用,进一步加大枣庄石榴产区标准化种植面积。

### 3.6 借力农业三产融合,促进石榴消费

一是继续举办或积极参加以石榴为主题的特色文化活动或农产品展会,提高枣庄石榴的文化知名度。二是促进石榴消费与旅游业的结合,大力发展观光农业与生态农业,刺激观光旅游、休闲体验过程中的石榴消费。三是石榴产业与餐饮服务业相结合,创新石榴点心、甜品、饮料、茶叶的种类,提高石榴的消费总量和消费档次,丰富石榴的消费形式,拓展石榴的消费层面。四是通过网络新媒体积极宣传石榴助消化、抗胃溃疡、软化血管、降低血脂血糖、降胆固醇等多种养生功效,提高石榴产品的社会知名度。

### 3.7 发挥规模优势,降低生产成本

一要创新石榴种植基地运营机制建设,降低石榴龙头企业原料供货成本。二要扩大石榴加工产品规模,按石榴产品专业化生产、区域化布局、基地化经营的格局,努力构筑大规模产品群。三要鼓励石榴龙头企业走资产重组,低成本扩张的路子。支持穆拉德等龙头企业通过兼并重组、互持股份等方式,形成具有地区规模优势的石榴产品加工集团。

### 参考文献 References:

- [1] NEMATI Z, TEHRANIFAR A, FARSI M, MIRSHAMSI A, NEMATI H, KHAYAT M. Evaluation of genetic diversity of Iranian pomegranate culti- vars using fruit morphological characteristics and AFLP markers[J]. Notulae Botanicae Horticulture Agrobotanici Cluj Napoca, 2012, 40(1): 261-268.
- [2] ZHANG Y P, TAN H H, CAO S Y, WANG X C, YANG G, FANG J G. A novel strategy for identification of 47 pomegranate ( *Punica granatum* ) cultivars using RAPD markers[J]. Genetics and Molecular Research, 2012, 11(3): 3032-3041.
- [3] 枣庄峰城成功举办第一届世界石榴大会[EB/OL]. [2013-09-24] <http://travel.sina.com.cn/news/2013-09-24/1542218860.shtml>.  
The First Session of the World Congress of Pomegranate was Successful Held in Yicheng Zaozhuang city. [EB/OL]. [2013-09-24] <http://travel.sina.com.cn/news/2013-09-24/1542218860.shtml>.
- [4] 许世卫,张永恩. 农业展望:推进信息化时代农业管理方式创新[J]. 农业科技展望, 2017(3): 56-60.  
XU Shiwei, ZHANG Yong'en. Agricultural Outlook: promoting the informationization management innovation[J]. Agricultural Science and Technology Outlook, 2017(3): 56-60.
- [5] 马增俊. 中国农产品批发市场发展现状与热点问题[J]. 中国流通经济, 2014(9): 8-12.  
MA Zengjun. Current situation and hot issues of China's wholesale markets for agricultural products [J]. China Circulation Economy, 2014(9): 8-12.