

“释迦启航”：驱动乡村经济品牌化新篇章

张彩芝, 廖雪春, 彭晓琼*

南宁理工学院 广西南宁

【摘要】随着脱贫攻坚战的全面胜利和小康社会的全面建成,我国广大农村地区迈入全面推进乡村振兴的新征程。打造特色农产品品牌并不是一件容易之事,对于释迦果而言亦是如此。特色水果发展要狠抓产品质量,树立品牌意识,培育具有较强市场竞争力的名牌产品^[1]。在信息技术飞速发展的时代,释迦果如何在这样的大环境中找到销路成为一大问题。本文针对广西南宁市武鸣区释迦果产业发展问题,提出相对应的线上线下相结合进行产品销售、品牌推广、创意研发等创新发展措施进一步扩大释迦果产业的发展,助力农民增收致富^[2]。

【关键词】特色农产品; 创新技术; 市场营销; 释迦果

【基金项目】大学生创新创业训练项目(2024),“释迦启航”:驱动乡村经济品牌化新篇章(项目编号:S202413645002)

【收稿日期】2025年1月15日

【出刊日期】2025年2月27日

【DOI】10.12208/j.ssr.20250084

"Shakyamuni Buddha Embarks on a New Journey": Pushing forward a new chapter in branding the rural economy

Caizhi Zhang, Xuechun Liao, Xiaoqiong Peng*

Nanning College of Technology, Nanning, Guangxi

【Abstract】 With the comprehensive victory in the poverty alleviation campaign and the establishment of a moderately prosperous society, China's vast rural areas have embarked on a new journey of comprehensively promoting rural revitalization. Creating a distinctive agricultural product brand is no easy feat, and this is equally true for the Shakyamuni fruit. The development of specialty fruits requires a strong focus on product quality, the establishment of brand awareness, and the cultivation of branded products with strong market competitiveness. In an era of rapidly advancing information technology, finding a market for Shakyamuni fruit in such a competitive environment has become a significant challenge. This article addresses the development issues of the Shakyamuni fruit industry in Wuming District, Nanning City, Guangxi Province, and proposes corresponding innovative development measures, such as combining online and offline sales, brand promotion, and creative research and development, to further expand the Shakyamuni fruit industry and help farmers increase their income and achieve prosperity.

【Keywords】 Featured agricultural products; Innovative technology; Marketing; Custard apple

1 引言

近年来,国家大力扶植乡村振兴产业、实施乡村振兴战略,这是中共十九大作出的重大决策部署。目前,移动互联网、人工智能、物联网和大数据等数字技术可以赋能农作物的种植管理及农产品的加工、销售等环

节,为广西水果产业的发展带来良好的机遇。我们团队接力乡村振兴的时代任务,针对解决农民难销售问题,我们将位于广西南宁市武鸣区一个刚刚实现脱贫摘帽的小县城作为该项目实施的具体地点,结合当今“广西水果”时事热点和当地水果种植考察,提出了一

作者简介:张彩芝(2003-)女,壮族,广西南宁,本科,研究方向为工商管理;廖雪春(2003-)女,壮族,广西来宾,本科,研究方向为工商管理;

*通讯作者:彭晓琼(1988-)女,江西,马来西亚世纪大学在读博士,南宁理工学院讲师,研究方向为数据分析建模、区域旅游经济、组织管理。

种“互联网+乡村振兴”的一种新型水果售卖模式,并在项目开展过程中,利用互联网新闻媒体持续策划,通过热爱释迦果群体的关注来达到传播项目品牌,推动项目发展,最终实现“水果+水果小镇”齐发展^[3]。

2 武鸣释迦果发展现状

2.1 释迦果种植规模

2024年以来,市场上许多售价高昂的“贵族”水果变得“亲民”,还涌现了不少新品种水果——国产水果的亮眼表现,背后是一系列创新技术的支撑。目前广西武鸣区仙湖镇清白村的释迦果种植面积不断扩大,600多亩释迦果迎来丰收,村民在家门口帮助摘果、选果、装筐、打包^[4]。其释迦果果肉呈奶白色,肉质柔软嫩滑,口感独特,市场前景广阔。如图1所示,我国释迦果市场规模情况。

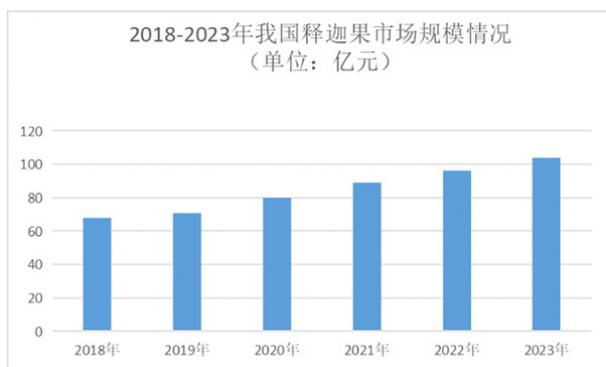


图1 我国释迦果市场规模情况

2.2 政府鼓励支持释迦果农业品牌特色

近年来,政府持续加大对农业的支持力度,有效避免了粮食增产条件下“谷贱伤农”问题的发生,农民从粮食增产和粮价提升中得到双重实惠,成为农民增收的主要引擎之一^[5]。结合当今“广西水果”时事热点和当地水果种植考察,提出了一种“互联网+乡村振兴”的一种新型水果售卖模式,并在项目开展过程中,利用互联网新闻媒体持续策划,开展相应的网络售卖来增加农民释迦果的销量,通过热爱释迦果群体的关注来达到传播项目品牌,推动项目发展。

2.3 互联网发展推动释迦果线上发展

互联网、云计算及大数据等技术的发展,使数据对个人及企业的影响愈加明显。在互联网时代,数据已成为重要的资源,逐渐和劳动力、资本等要素一并成为重要的生产要素。借助对海量数据的整理和分析,企业可以了解消费趋势和市场动向,及时改变营销策略,获取更大的市场占有率。电商平台也为释迦果的销售提供了便捷的渠道,这种线上销售模式不仅降低了释迦果

在市場中的銷售成本,還提高了銷售效率,能夠被更多的人發現武鳴的特色水果並且對其進行有必要的宣傳^[6]。通過這些網絡化運作方式不僅有助於提升釋迦果的市場競爭力,還為種植戶和商家帶來更多的商業機會和收益。

3 武鳴釋迦果發展方面存在的問題

3.1 釋迦果種植條件要求嚴格

釋迦果需要科學的果林管理,從施水施肥到日常養護都需要長期、細心打理,對種植技術要求較高,可能存在部分種植戶技術掌握不到位,影響果實產量和質量的情況。如遇氣溫急速下降的寒流來襲等特殊氣候情況,釋迦果容易出現如葉片油斑狀斑點、果實黑點等問題。釋迦忌旱又怕積水,雨季要注意及時排除積水,積水易染根腐病;如遇干旱、葉片卷皺時,要立即淋水。座果期要注意保持土壤濕度均衡,以免久旱驟雨引起裂果落果,為早結豐產打基礎^[7]。

3.2 產品質量與標準化問題

(1) 釋迦果品質控制現狀

當前,釋迦果的品質控制現狀面臨著諸多挑戰。然而,由於缺乏統一的生产標準和質量監控體系,市場上釋迦果的質量參差不齊,這直接影響了品牌的整體形象和市場佔有率,以及消費者對釋迦果品質缺乏信心。在品質控制的實踐中,武鳴釋迦果品牌缺乏對科技的應用。品牌應積極採用先進的農業技術和信息技術,如物聯網監控、大數據分析等,以實現精準農業和智能化管理。

(2) 標準化生產流程的缺失

在武鳴釋迦果品牌發展的道路上,標準化生產流程的缺失已成為制約其進一步成長的關鍵因素。當前,武鳴釋迦果的生產過程缺乏統一的质量控制標準,導致產品質量參差不齊,難以滿足日益增長的市場需求。在供應鏈管理方面,標準化的缺失同樣導致了效率低下和成本增加。

3.3 品牌營銷策略不足

(1) 營銷渠道的局限性

在武鳴釋迦果品牌發展的過程中,營銷渠道的局限性成為制約其進一步擴張的關鍵因素。當前,武鳴釋迦果主要依賴於傳統的線下銷售模式,這種模式雖然能夠保證產品的新鮮度和直接與消費者接觸,但其覆蓋範圍有限,難以觸及更廣泛的潛在客戶群體。武鳴釋迦果在數字化轉型方面存在明顯滯後,未能充分利用電子商務平台和社交媒體營銷的潛力。此外,品牌在國際市場的知名度較低,缺乏有效的跨境營銷渠道,一定

程度上限制了其全球化战略的实施^[8]。

(2) 品牌宣传与推广的不足

在武鸣释迦果品牌的发展过程中, 品牌宣传与推广的不足成为制约其市场扩张的关键因素。当前, 品牌在市场上的知名度与影响力尚未达到预期, 很大程度上限制了消费者对释迦果的认知和接受度。品牌在数字营销和社交媒体推广方面的投入不足, 导致无法有效触及年轻消费群体。此外, 品牌宣传材料缺乏创新和吸引力, 未能充分展示释迦果的独特卖点和健康益处, 这在竞争激烈的市场环境中显得尤为不利。

3.4 竞争环境与市场挑战

(1) 产品竞争分析

释迦果市场竞争激烈, 主要竞争对手包括其他热带水果, 如芒果、火龙果、榴莲等。另外, 来自不同产地的释迦果也存在竞争关系, 不同产地的释迦果在品质、口感和价格上可能存在差异, 消费者选择时会考虑这些因素。此外, 竞争对手在营销策略上也更为激进, 例如“绿宝果”通过与知名健康食品品牌联名, 成功提升了品牌知名度和消费者认知度。武鸣释迦果必须深入分析竞争对手的优势和劣势, 运用 SWOT 分析模型 (见图 2) 来识别自身在市场中的定位, 从而制定出针对性的策略。

(2) 市场需求变化

随着全球消费者对健康食品的需求日益增长, 武鸣释迦果品牌面临着前所未有的市场机遇。带来激烈

的市场竞争和消费者需求的多样化。

4 解决策略

4.1 种植技术提升

(1) 加强技术培训与指导

定期组织种植技术培训课程, 邀请农业专家、技术人员为种植户传授释迦果的科学种植知识, 包括施肥、日常养护、病虫害防治等方面的技术要点。同时, 建立技术指导小组, 深入果园为种植户提供现场指导, 及时解决他们在种植过程中遇到的实际问题。

(2) 推广先进种植技术与设施

鼓励种植户采用先进的种植技术和设施, 如滴灌、喷灌等节水灌溉技术, 精准施肥技术, 以及温室大棚、遮阳网等设施, 以提高释迦果对特殊气候的适应能力。例如, 在寒流来袭前, 可通过覆盖薄膜、搭建防风网等措施, 减轻寒流对果树的影响。

4.2 产品质量与标准化建设

(1) 建立健全质量标准体系

制定绿宝迦果品牌统一的生产标准和质量监控体系, 明确从种植、施肥、用药、采摘、包装到储存等各个环节的技术规范和质量要求。

(2) 加强质量监管与检测

加大对释迦果生产过程的质量监管力度, 建立定期的质量抽检制度, 严厉打击使用高毒高残留农药、过度施肥等违规行为。同时, 完善质量检测设施, 提高检测技术水平, 确保上市的释迦果符合质量标准。

内部因素 外部因素	优势 S	劣势 W
	1.品质优良, 口感独特, 被誉为“树上冰淇淋”, 深受消费者喜爱。2.种植面积不断扩大, 已形成一定规模, 产量可观。3.种植技术不断改进。4.销售渠道多元化, 包括电商平台、直播带货等。	1.种植成本较高, 受气候影响较大。2.果实运输和储存难度大, 容易造成损耗。3.品种相对单一, 主要以凤梨释迦为主。4.市场价格波动较大, 受季节和供需关系影响。
机会 O	SO 战略	WO 战略
1.市场需求增长, 消费者对高品质水果的需求增加。2.健康饮食趋势推动, 释迦果营养丰富, 符合健康理念。3.高端市场需求潜力大, 释迦果在高端水果市场有一定地位。4.农业技术进步, 提升产量和质量。	SO1:释迦果的优良品质和独特口感, 通过电商平台和直播带货等多元化销售渠道, 扩大市场影响力。 SO2:强调释迦果的营养价值, 结合健康饮食趋势, 推广释迦果作为健康食品的形象。 SO3:针对高端市场需求, 推出高品质释迦果产品, 提升品牌价值和市场份额。	WO1:通过改进种植技术和管理, 降低释迦果的种植成本, 减少对气候的依赖。 WO2:改进果实的运输和储存方式, 减少损耗, 提高市场竞争力。 WO3:开发多品种的释迦果, 满足不同消费者需求, 降低市场风险。
威胁 T	ST 战略	WT 战略
1、市场竞争激烈, 面临其他热带水果和不同产地释迦果的竞争。2、气候变化风险。3、替代产品威胁, 其他类似口感或营养的水果可能抢占市场份额。	ST1:利用释迦果的品质和口感优势, 加强品牌建设, 提高消费者对品牌的忠诚度, 以应对市场竞争。 ST2:通过技术创新和种植管理改进, 增强释迦果对气候变化的适应能力, 减少气候风险的影响。 ST3:通过产品差异化, 如开发特殊口感或营养价值的释迦果, 避免与其他热带水果的直接竞争。	WT1:针对不同市场细分, 如健康食品市场、高端市场等, 进行精准定位, 减少与替代产品直接竞争。 WT2:通过技术创新, 提高释迦果对不同气候和环境的适应性, 减少气候变化带来的风险。 WT3:与其他企业或研究机构建立合作伙伴关系, 共同开发新技术, 提高产品的市场竞争力。

图 2 释迦果市场 SWOT 分析模型

4.3 品牌营销强化

(1) 加强线上营销

加大在电子商务平台的投入, 开设官方旗舰店, 展示和销售武鸣释迦果。同时, 利用社交媒体平台, 如微信、微博、抖音等, 开展线上宣传和推广活动, 吸引更多的潜在客户。

(2) 打造品牌形象

设计具有特色和吸引力的品牌标识和宣传口号, 突出武鸣释迦果的独特卖点和优势, 如口感鲜美、营养丰富、绿色环保等。通过举办释迦果文化节、采摘节、品鉴会等活动, 提高品牌知名度和美誉度。同时, 利用新闻媒体、网络平台等进行广泛宣传, 扩大品牌影响力。

(3) 讲好品牌故事

深入挖掘武鸣释迦果的种植历史、文化内涵和背后的故事, 通过品牌宣传材料、短视频等形式, 向消费者传递品牌的价值观和文化底蕴。

4.4 应对竞争与市场挑战

(1) 加强市场调研与分析

定期开展市场调研, 了解消费者需求的变化、竞争对手的动态以及市场趋势的发展, 为制定针对性的竞争策略提供依据。

(2) 突出产品差异化

在产品品质、包装设计、售后服务等方面突出武鸣释迦果的差异化优势。例如, 推出个性化的包装、提供优质的售后服务, 或者开发释迦果的深加工产品, 如释迦果干、释迦果汁等, 满足不同消费者的需求。

(3) 加强品牌建设与合作

进一步加强武鸣释迦果的品牌建设, 提高品牌知名度和美誉度。同时, 积极与其他相关品牌或企业开展合作, 实现资源共享、优势互补, 共同拓展市场。

5 结语

释迦果产业的发展对于带动农民增收致富以及增强消费者的满意度有着重要意义, 特别是在互联网飞速发展的时代, 相关产业的发展需要更多的创新创意

策略。基于互联网的背景, 通过多渠道、多平台的推广策略, 将释迦果文创产品(包括钥匙扣、玩偶、卡片等)推向更广阔的市场, 打造释迦果品牌化并建立起显著的知名度。只有推动释迦果产业的快速发展, 才能带动农民增收致富, 同时为消费者提供更多健康、美味的释迦果产品, 实现经济效益和社会效益的双赢。

参考文献

- [1] 覃海珊. 乡村振兴视域下广西提升品牌强农效应策略分析[J]. 经济与社会发展, 2021, 19(02): 18-29.
- [2] 谢秋香. 关于欠发达地区发展特色水果产业问题的思考——以南宁市武鸣区为例[J]. 市场论坛, 2018, (05): 10-12.
- [3] 霍品秀. 基于 SWOT 分析的广西壮族自治区水果产业发展对策[J]. 乡村科技, 2023, 14(11): 42-45.
- [4] 都芄. 国产水果在市场上表现亮眼[J]. 科技日报, 2024, (11): 48-49.
- [5] 史鸿儒. 种植业供给侧结构性改革风险预判[J]. 农业科技, 2016, (07): 95-100.
- [6] 王璟璟. 互联网时代下数据驱动市场营销决策研究[J]. 企业经济, 2024, (22): 59-60.
- [7] 广西壮族自治区农业技术推广总站. 番荔枝的丰产栽培技术[J]. 农家之友, 2016 (05): 60-61.
- [8] 莫璐瑕, 刘学斌, 莫柳静, 等. 基于 SWOT 分析的广西水果产业发展对策研究[J/OL]. 农业展望, 1-8[2025-01-23]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.5343.S.20241230.1612.002.html>.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS