

# 云南省食用菌品牌建设影响因素

魏汝闯

云南农业大学经济管理学院

DOI:10.12238/as.v6i6.2319

**[摘要]** 如今,科学技术迅猛发展和更加绿色的消费理念深入人心,消费者对食用菌产品的认可度和消费能力日益提高,食用菌产业已经成为云南省重要的经济支柱之一。但云南食用菌仍存在着品牌建设滞后,食用菌产业未能和其他产业进行有效融合和品牌价值延伸,宣传力度不够、缺乏高素质销售人员等问题,可以从政策引导、注重品牌建设,加强物流体系建设,拓宽宣传渠道、加大宣传力度等方面来积极应对。

**[关键词]** 云南食用菌; 品牌建设; 影响因素; 对策建议

中图分类号: Q949.3 文献标识码: A

## Influencing factors of edible fungus brand construction in Yunnan Province

Ruchuang Wei

School of Economics and Management, Yunnan Agricultural University

**[Abstract]** Nowadays, with the rapid development of science and technology and the greener consumption concept deeply rooted in the people, consumers' recognition and consumption ability of edible fungus products are improving day by day. The edible fungus industry has become one of the important economic pillars of Yunnan Province. But edible fungus in Yunnan still lag brand construction, edible fungus industry and other industries to effective integration and brand value extension, insufficient publicity, lack of high quality sales staff, can from the policy guidance, pay attention to brand construction, to strengthen the construction of logistics system, expanding publicity channels,strengthen propaganda to actively.

**[Key words]** Yunnan edible fungi; brand building; influencing factors; countermeasures and suggestions

### 引言

经过多年来的改革与发展,食用菌产业已经成为云南省重要经济支柱之一。

食用菌产业更是三农产业中为数不多的白色产业,拥有健康、绿色、可持续发展等特点,具有很强的效益空间和更加广阔的发展前景。但云南食用菌产业在品牌建设方面还有待改进,品牌作为企业无形的资产,具有竞争力的品牌可以为企业带来更多的潜在客户。建立食用菌品牌可以帮助食用菌清晰的进行市场定位、树立产业形象,增强客户粘度,使食用菌在当地市场竞争中胜出。

### 1 食用菌产业现状及趋势

#### 1.1 全国食用菌产业现状

随着食用菌领域科学技术的不断发展,食用菌栽培技术的不断进步。同时,由于绿色生态文明理念深化,消费者对食用菌产品的认可程度和消费能力日益提高,消费结构升级,越来越多的食用菌生产加工企业实现了工厂化、商业化栽培,并进入消费市场。

根据中国食用菌协会统计调查数据显示,2010-2021年,全国

食用菌总产量及总产值分别从2010年的2201.16万吨,1413.22亿元增长至2021年的4133.94万吨,3475.63亿元。总产量和总产值增量分别达1932.78万吨、2062.41亿元,增幅分别约87.81%、145.93%,年均复合增长率分别约5.89%、9.38%<sup>[1]</sup>。整体来说,产值增速明显高于产量增速,食用菌产业的快速发展对我国的经济增长、企业创收、农民增收有着不小的贡献。

#### 1.2 云南省食用菌产业现状

长期以来,云南省是我国野生食用菌的重点产区 and 经济贸易区,云南野生食用菌市场占据全国市场的70%以上,云南省食用菌品种之多、分布之广、产量之大,在全国范围来看,云南食用菌也是独具鳌头的。根据昆明植物研究所调查报告显示,目前云南已知的食用菌品种已高达2700多种,占到全国总数的57.4%。从调查统计数据看,仅滇西境内,已发现的野生食用菌种类就有390多种,占据全国930多种野生食用菌31.3%,占云南670多种野生食用菌的43.3%。现如今食用菌产业,已经成为继烟草、咖啡、蔬菜之后云南第四大重要的出口创汇林下经济产业,也是云南省的重要绿色食品产业之一<sup>[2]</sup>。

根据云南省食用菌产业发展办公室提供的2016-2021年数据来看,云南省食用菌产量及产值分别从2016年10万吨,90亿元逐年上升至2021年的28.04万吨,211.13亿元。2016-2021年云南省食用菌需求量及市场规模也从2016年10万吨,80多亿元逐年上升至2021年的23.09万吨,173.86亿元<sup>[3]</sup>。根据昆明市供销合作社联合社2022年数据显示,2022年云南省食用菌总产量高达98.33万吨,其中昆明市交易量达11.97万吨,占据全省的12.2%。云南省食用菌总产值高达382.61亿元,昆明市食用菌交易额达109.31亿元,占据全省交易额的28.6%。

### 1.3 云南省食用菌发展趋势

从上面数据可以看出,目前云南食用菌产业在规模和销量产值方面都呈现出上升趋势,未来五年云南省食用菌产业栽培规模将不断增加,产业发展重心将从数量增长向质量提升转变。政府的政策支持也将由全省产业广泛覆盖转变为向优势产业集群和产品集中,食用菌品种的多样性也将会得到大幅度的增加。在更加生态绿色的消费理念的引导下,消费产品的需求多样性不断增加,使得更高值、更营养、更安全的产品被大量需求。

## 2 食用菌品牌建设发展现状

### 2.1 全国食用菌品牌建设发展现状

随着食用菌产业的规模和质量日益提高,地方政府、行业协会和企业经营主体十分重视食用菌品牌建设的开发,食用菌品牌建设逐步形成了全国推荐、多点突破、全面开花的新发展格局,并有望在全国范围推广开来。在食用菌行业里有几家实力较大的综合公司:如上海雪榕生物科技有限公司、天水众兴菌业科技股份有限公司等。这些企业具有工厂化、科学化、管理体系严格和一流生产技术等优点,在食用菌行业里属于佼佼者且注重食用菌品牌建设<sup>[4]</sup>。

### 2.2 云南省食用菌品牌建设发展现状

相对于全国来说,云南省食用菌品牌建设起步较晚。但近几年,云南省委省政府越来越重视云南食用菌产业的高质量发展,结合“绿色食品”推进云南高原特色现代农业高质量、绿色发展道路,促进云南食用菌产业转型升级、品牌建设体系、助力乡村振兴战略实施,推动云南省从食用菌资源大省向产业强省的转变。

在这样的政策背景下,云南涌现出一批具有品牌建设代表性的企业,像昆明旭日丰华农业科技有限公司,其公司已经实现了工厂化、商业化的生产经营模式。昆明旭日丰华农业科技有限公司是一家以食用菌为主的集生产、研发、栽培、包装、物流、销售于一体的现代化食用菌龙头企业,品牌在当地也具有一定的影响力和信誉度,当地及周围的餐饮、商场、消费者对其产品的消费意愿较为强烈,其名下的“雲小君牌金耳”更是荣获2021昆明市绿色食品“10大名优农产品”,这些率先崛起的“云菌”品牌为云南省食用菌产业品牌建设起到了示范带头作用。

## 3 云南省食用菌品牌建设影响因素

### 3.1 品牌建设滞后

虽然云南食用菌产业得到了云南省委省政府的高度重视,

但云南食用菌产业品牌建设主要以企业为基础,政府及相关行业并没有完全控制市场、援助政策不可预测、支持力度也较低。在市场中,一个企业的企业文化和商业实践完全不同,企业与企业之间的联系也较少,在这样的一个不良背景下企业形成了企业自己的品牌,这最终也将会导致食用菌产业出现了一系列地问题。食用菌产业各方面的矛盾意味着食用菌进入的市场更小,品牌更加多化,企业不能够突出自己产品的优势。在这样的发展状态下导致企业基础设施整合不良,品牌缺乏基本的竞争力,生产缺乏科学化、标准化。

3.2 云南食用菌产品优势并未形成有效的产业融合和品牌价值延伸

在云南,不仅有着非常丰富的食用菌资源,也存在着较多的药用菌资源,比如灵芝、茯苓都具有非常好的抗癌、抗肿瘤作用,可以增强人体免疫力。在一个全民养生的浪潮下,药用菌的价格也在水涨船高,在这种经济发展形势下需要加强对药用菌的发展。但目前云南省相关的食用菌产业并未过多的把精力放在药用菌的发展上,而是更加的注重食用菌产业的生产。同时又因为云南地处西南边陲,其独特的地理特点造就了食用菌的生长,但也遏制了食用菌的运输,物流和冷链产业基础设施建设不足,使食用菌在流通环节效率低下,新鲜的食材损耗较大<sup>[5]</sup>。从此看出,云南食用菌的竞争优势不能只停留在生产,要想发展壮大就必须打通有效的销售渠道、物流渠道、构建自己的品牌体系,也要帮助提升农产品自身的使用价值,吸引相关产业融资进行产业融合。

### 3.3 食用菌精加工规模小,附加值较低

云南食用菌产品大部分只是经过了一定的粗加工过程,并未涉及到过多的精加工过程,以罐装和小包装形式流入市场的比例较少。也就不能更好的打响品牌知名度和赚取更多的效益。生产加工过程也较为简单,生产的主要产品以粗加工的干片、冷冻和盐渍产品为主,小包装和罐装食品仅占一小部分,无法积极的打开国内市场和国际贸易。此外,由于食用菌产品包装程度不足,难以提高食用菌品牌的知名度,不能为市场上所进行的市场营销提供强有力的保障,也不能创造空间提高附加值,难以获得更多效益。

### 3.4 宣传力度较小,缺乏高素质的营销人员

在全国范围来看,食用菌企业对自己产品的宣传力度急需提高,扩大产品的宣传渠道,可以结合线上线下双渠道的方式,双管齐下进行销售。销售环节需要一流的销售团队去完成,但大部分食用菌企业在销售环节并未建立完善的销售考核绩效制度,没有激起销售人员的销售潜力。还有一个重要原因就是许多刚刚进入销售环节的毕业生缺乏社会或工作经验,对企业文化和管理风格没有清楚的认知,自身与所处环境存在巨大差距。

即使企业销售手段高强,但这些企业却担心销售人员短缺,因为它们并没有完善的销售考核绩效制度。因此,食用菌企业应该改善对新员工的培训,留住优秀的销售人才,完善选拔程序,组织一支一流的销售团队<sup>[6]</sup>。

## 4 云南省食用菌产业品牌建设发展对策

### 4.1 政策引导, 注重“云菌”品牌的建设

云南省自实施“绿色食品”战略以来, 云南省农产品“三品一标”(无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志)有效用标认证登记的产品和其他区域性品牌建设方面取得了长足的进步, 但是针对具体的企业品牌和精加工产品品牌仍然有很多值得推进的地方。

建议政府要在建设综合品牌和地域品牌的同时, 要关注和支持企业和具体产品品牌建设。企业层面也应该高度认识品牌的重要性, 认真思考和实践, 积极对接政府相关部门, 为“云菌”一盘棋的品牌建设打好坚实的基础。管理者们应该做的是改变固有思维、体现新的创意、强调产品优势、增加产品的市场影响力和市场占有率, 为下一步的积极营销做铺垫; 并且从源头和各个生产环节抓起, 注重产品精加工的建设, 尽快提高产品的质量和知名度, 加强品牌的忠实度, 牢固抓好现有消费者并积极发掘在市场中的隐形客户。

### 4.2 加强物流配送及装备体系建设

食用菌作为具有较强季节性的特色生鲜农产品, 在运输过程中有着缩短供货周期、提高供应链的灵活性和物流效率、保障产品品质的要求, 最重要的是如何寻找合适、有效的物流企业。

云南水平稍高的生鲜农产品物流企业较少, 他们需得到国家的支持, 并配备可以远距离运输的特殊设备。依靠现代物流技术的发展和运用、引进先进物流设备、合理优化物流配送方式、降低成本提高效率这样才能有利于物流配送的最优化。企业可以与政府合作改善物流基础设施, 例如, 道路的规模和结构。这是实现更高效物流的重要步骤。企业需要充分利用所有运输能力, 发展综合运输路线, 与货运组织整合, 提高运输方式的效率, 从而确保所有运输方式的有效整合<sup>[7]</sup>。

### 4.3 进一步加大科技创新在食用菌产业中的作用

为促进云南食用菌产业发展壮大, 政府、科研机构、企业等作为主体, 要转变观念、整合优势资源、形成合力。充分发挥主导作用, 开创“政府推动、企业主动、市场拉动”的良性发展格局。一方面政府和科技部门要深入企业调研, 发现企业存在的现实科技需求, 另一方面企业应该加大科技创新方面的投入力度、加强与政府和科技部门的对接。无论是采摘、加工、物流环节中的保鲜技术, 还是产品开发、质量保障、提质增效的精加工、经营管理的科学化, 都离不开相关科研工作的开展和支撑。需要

强化“云菌”全产业链科学技术、加强科技创新平台建设、强化人才队伍建设、激发创新活力。

### 4.4 拓宽宣传渠道, 加大宣传力度

在互联网高度发达的今天, 消费者的消费结构已经深受互联网的影响。企业应抓住这个机遇, 拓宽品牌宣传的渠道, 可借助电商平台和网络直播, 采用线上和线下相结合的方式, 双管齐下进行销售。形成强大的品牌效应和品牌价值, 吸引更多的优质客户群体。

## 5 结语

为促进云南省食用菌产业发展壮大, 政府、行业协会及企业等作为主体, 要转变观念、整合优势资源、形成合力, 在品牌建设、市场营销意识、物流运输构建等方面, 充分发挥主导作用, 开创“政府推动、企业主动、市场拉动”的良性发展格局。只要加强政策助推、规划引领、科学发展, 云南食用菌产业就能打造成为“美丽云南”一张独特的名片和一个上千亿元产值的新兴支柱产业。

请标注: 云南农业大学学生科技创新创业行动基金项目资助——项目编号: 2023Y0889; 项目名称: 智慧农业背景下陆良县人工菌品牌建设研究; 类别: 人文社会科学类。

## [参考文献]

- [1]《农小蜂:2022年中国食用菌产业数据分析报告》, 农小蜂, 2023-01-06.
- [2]《舌尖上的千亿产业, 云南野生菌深山暗战》, 滇农参考, 2022-06-16.
- [3]《2016-2022云南农业年鉴》, 云南省农业农村厅, 云南农业年鉴, 2017-10-30—2023-04-1.
- [4]张琳, 董娇, 邹丽梅. 云南省食用菌产业品牌体系建设与发展分析[J]. 中国食用菌, 2022, 41(07): 73-75+80.
- [5]李梦楠, 赵庆. 乡村振兴背景下“云菌”品牌建设策略分析[J]. 中国食用菌, 2020, 39(04): 209-211.
- [6]杨静. 食用菌市场营销品牌定位策略创新[J]. 中国食用菌, 2020, 39(10): 187-190.
- [7]史梦欣. 云南野生菌产业物流体系模式与可持续研究[J]. 物流科技, 2023, 46(12): 111-114.

## 作者简介:

魏汝闯(2000--), 男, 汉族, 山东聊城人, 硕士研究生, 云南农业大学经济管理学院, 研究方向: 农业管理。