

乡村振兴视域下陕西省旬阳市特色产业可持续发展路径探究

——以拐枣产业为例

朱音燃 倪霓 董梦薇 周植炎

(西安翻译学院 陕西西安 710105)

摘要: 随着乡村振兴战略的深入实施,各地方政府及当地企业家依托当地特色产业,积极推动产业发展带动区域经济助推落实乡村振兴。基于此,本文对陕西省旬阳市拐枣酒产业发展进行深入研究,通过分析拐枣酒产业的现存状况、当前发展优劣势,探析拐枣酒产业发展路径。并从当前现有资源、消费市场和互联网平台三方面制定对策,以期助力于提高陕西省旬阳市拐枣酒的知名度,带动拐枣酒产业发展,进一步推动陕西南部地区的经济发展和落实乡村振兴政策。

关键词: 拐枣酒;乡村振兴;产业发展;产业升级;多元化销售;电商助农

本文索引: 朱音燃,倪霓,董梦薇,等乡村振兴视域下陕西省旬阳市特色产业可持续发展路径探究[J].商展经济,2024(01):143-146.

中图分类号: F127

文献标识码: A

陕西省旬阳市是我国拐枣的主要产地,在国家退耕还林政策的支持下,该市将拐枣作为特色主导产业来抓,把发展拐枣产业与脱贫攻坚相结合,把退耕还林项目向重点贫困村、贫困户倾斜,帮助贫困村与贫困户,助力于将退耕还林项目建成长效脱贫产业。为把拐枣培育成特色主导产业,相关部门制定了拐枣产业基地建设奖补办法,对从事拐枣种植的产业大镇、龙头企业、农民专业合作社、家庭农场、农业大户、建档立卡贫困户给予奖补。此外,退耕农户不仅享受国家退耕还林政策补助,还受惠于县免费提供的苗木、肥料等。为实现拐枣产业做大做强、做精做细,亟须不断开发新产品,让拐枣产业链不断完善,使当地林农、酒农从中受益。本文基于此进行研究,探寻阻碍当前拐枣产业发展的桎梏,并找出相应对策,以期促进旬阳市拐枣产业更好地发展,进而落实乡村振兴政策。

1 研究背景

1.1 旬阳市拐枣与拐枣酒应有之效

拐枣,学名枳椇,果实形态似万字符,民间称其树为万寿果树,具备营养价值。拐枣可治疗风湿麻木,具有疏通经络、解酒保肝功效;果实熟透可生吃,果肉多浆,无果核,种子裸露在果肉之外,味香甜略有甘涩。

秦巴山系是中国拐枣生长与发展的重要聚集区,其得天独厚的地域资源优势和丰富富硒的土壤特点为拐枣生长与发育创造了优越的自然环境。拐枣除了含有各种维生素和18种体内必需的氨基酸之外,还含铁、磷、钙、铜、锰、锌多种营养微量元素,且含有某些生物碱。其因具有清热利尿、抗衰老、安神等功效,被制作成酒类饮品,拐枣酒是酒中的健康养生酒。在“酒文化”发达的中国,酒桌文化上需要一款具备营养丰富、口感新鲜、同时能够满足酒桌上对饮酒人体保护的酒,拐枣酒便是绝佳的选择。

1.2 旬阳市拐枣酒现有之遇

近年来,随着社会经济水平的不断提升,人民收入随之增长,人们开始追求高品质物质需求。

2021年3月1日起施行的《西部地区鼓励类产业目录(2020年本)》指出:陕西省重点聚焦服务“三农”,棚室栽培等设施农业,重点扶持区域特色产品种植、生产、加工,为陕西省旬阳市拐枣的种植发展提供了强有力的政策保障,为拐枣酒的酿造提供了充足的物质支撑。《2021女性品质生活趋势洞察报告》女性购酒的调查研究显示,在1919购酒平台上,女性用户占比从4.79%增长至19.02%,且购买果酒的人数逐年递增。各大果酒厂将果酒包装成时尚、便携、健康的低度

基金项目: 本文系西安翻译学院大学生创新创业训练计划省级立项项目“太极城里的酿酒人——新时代乡村振兴背景下的文创助农拐枣酒”(S202312714069X)。

作者简介: 朱音燃(2003-),女,陕西旬阳人,汉语言文学专业;

倪霓(2003-),女,河南焦作人,汉语言文学专业;

董梦薇(2003-),女,河南长垣人,汉语言文学专业;

周植炎(2003-),女,陕西旬阳人,财务管理专业。

数饮品,作为良好的社交工具,更加受到众多年轻人喜爱,90后已然成为果酒消费市场的消费主体。拐枣酒作为既可以制成低度数拐枣果酒,又可以制成高度数蒸馏酒,拥有众多政策扶持。2021年中国国际酒业发展论坛上发布的《中国酒业“十四五”发展指导意见》明确指出,要鼓励白酒企业加大科研创新,通过减费降税等经济政策促进产业链现代化转型,升级广大人民群众的消费需求,创新研究方式,以适应新市场格局发展。同时,国际蒸馏酒要稳步向果味多元化和复合化发展,借助5G技术、互联网平台,通过酒类博览会等创意包装大赛系列活动,推动酿酒技术与传统非遗文化相结合,增加白酒韵味。

陕西省旬阳市被中国经济林协会命名为“中国拐枣之乡”,这是旬阳市拐枣继荣获“国家农产品地理标志认证”“最受消费者喜爱的中国农产品区域公用品牌”“全国名特优新产品”“中国地理标志证明商标”4项国家级认定之后的又一殊荣。旬阳市凭借自身优越的地理资源,加大培育高产拐枣林、力求延长拐枣产业链,并进行了拐枣衍生产品开发与规范拐枣种植,先后制定研发了《拐枣标准综合体》《拐枣丰产栽培技术手册》与《拐枣鲜果团体标准》,对拐枣酒的种植、栽培等技术环节起到了规范作用,为旬阳市拐枣的种植与生产提供了理论支撑。此外,旬阳市鼓励引导当地拐枣企业与高校、科研院所进行合作,努力实现拐枣优良品种研发,保障拐枣的优良品质,为保障拐枣的高质量发展共同发力。

目前,旬阳市拐枣酒产业发展由龙头企业领头,有农村农户自酿散卖及酒作坊售卖多种发展途径。互联网时代,旬阳市积极投身互联网潮流中,互联网电商平台、直播带货……拐枣已通过5G新技术远销韩国、日本等国家。旬阳市内建成太极缘生物科技有限公司、金茂生态农业有限公司、汉澜万寿果果汁等拐枣加工企业数家,生产拐枣饮料、拐枣酒、拐枣醋、拐枣汁、醒酒护肝系列等20多种产品。

然而,拐枣酒的发展也面临困境。我国果酒品种繁多,同类饮品的替代品较多,而拐枣酒大部分作为旬阳市附近村落村民自产自销的商品,面临知名度低、酿酒设备简陋、技术不规范、缺乏针对性、传统酿酒工艺酒量产效率较低、拐枣酒收益低下等问题,直接导致农村散户拐枣酒产业发展受阻。

1.3 新消费背景下旬阳市拐枣酒独有之韵

拐枣酒制品分为发酵型拐枣酒、蒸馏型拐枣酒与配制型拐枣酒三个类型。其一,发酵型拐枣酒是拐枣经过发酵后制得的低酒精度数的拐枣果酒,其特点为酒精刺激小、酒精度数低,且一定程度地保留了拐枣自身的保健价值,适合青年人群与中老年人群饮用;其二,蒸馏型拐枣酒是在发酵酒的基础上再进行蒸馏萃取得到的拐枣酒,其特点为酒精度高、酒体醇厚,适合关注度数与香型的中老年人;其三,配制型拐枣酒是以蒸馏型拐枣酒为酒基,以粮食、中药材入酒,具

有很高的营养与保健价值,适合老年人饮用。因此,拐枣酒作为适合全年龄阶段饮用的产品,在传统白酒转型的背景下,以“健康、时尚”为标志的拐枣酒必然迎来巨大的发展机遇。

2 拐枣酒发展面临的困难

旬阳市拐枣产业发展面临的困难主要有拐枣酒及其衍生酒业品牌知名度低、拐枣及拐枣酒宣传与销售渠道闭塞、旬阳市拐枣产业整体布局单一、拐枣酒文化元素融合欠缺多个方面。

2.1 拐枣酒及其衍生酒业品牌知名度低

拐枣酒及其衍生酒业品牌知名度低主要呈现为拐枣酒自身产业链桎梏与旬阳市拐枣酒品牌种类众多,品牌特色单一。

2.1.1 拐枣酒自身产业链桎梏

陕西省旬阳市是全国拐枣种植规模最大的地区,拐枣已成为旬阳市的支柱型产业,我国拐枣产业链发展主要集中在陕西省旬阳市。拐枣酒作为当地特产,知名度低,客户群体辐射面狭窄。

拐枣在旬阳市栽培历史悠久,由调查数据可知,当地于2004年开始规模化人工种植拐枣,截至2019年底,全市拐枣占有面积36.9万亩,其中挂果面积8万亩,鲜果产量达8万吨,占全国拐枣总产量的80%以上。此外,境内天正酿造有限公司、金茂生态农业有限公司、太极缘生物科技有限公司率先开展拐枣深加工技术研发,年加工能力已超过1500吨。拐枣果汁饮料、拐枣原浆酒、拐枣醋系列产品已进入市场,在旬阳市本土市场已占据副产品的“半壁江山”。

2.1.2 旬阳市拐枣酒品牌种类众多,品牌特色单一

基于调研分析得知,市面上拐枣酒品牌主要有颐品、拐枣王等,缺乏典型拐枣酒示范基地,拐枣酒龙头企业未发挥引领带动作用。综合看来,品牌宣传未走入消费群体视野、宣传内容未深入群众、商业效益过于凸显为主要原因,亟须引起重视与解决。

市面上关于拐枣酒的产品有贵州野生拐枣酒、陕西安康土特产、颐品庄园拐枣酒等,品类较少、创新欠缺。缺乏当前消费市场所需的酒品种类,缺乏和流行元素进行融合共创共赢的产品。未设置系列奖品和有效奖品机制。拐枣酒的文创产品和主题玩具、代表人物缺失,辨识度高的标志性产品稀缺,尚未加大开拓市场的力度。同时,拐枣酒未开发出与文玩、卡通玩具联名合作的产品,未推出盲盒机制等。拐枣酒的系列酒种类较少,类型、包装单一问题仍然存在。

2.2 拐枣及拐枣酒宣传与销售渠道闭塞

拐枣及拐枣酒宣传与销售渠道主要表现为观念封闭性、工艺封闭性、区域封闭性、年龄封闭性、劳动力结构不均衡性。

2.2.1 观念封闭性

受传统经营理念和生产方式的影响,拐枣酒致富之路并未被农户重视。农户把拐枣当成林副产品,多为自给自足,

仅有少量用于销售,其收益占家庭经济收入比重低。

2.2.2 工艺封闭性

产品研发工作落后,加工渠道单一,生产工艺水平低,拐枣的食品保健和药用价值未被充分挖掘利用,限制了其发展。

2.2.3 区域封闭性

拐枣酒销售主要地区为陕南地区,已形成产业规模和产业链,有面积和政策优势,但拐枣酒生产企业布局分散,总体规模较小,产业链整合不密切,尚未形成集群效应,不利于统一规模化生产、经营、管理与销售。

2.2.4 劳动力结构不均衡性

由于旬阳市经济基础落后,大部分青壮年劳动力流向经济发达地区,农村劳动力不足,常住民多为老年人,拐枣林及土地资源被闲置荒废,不利于拐枣酒制品的规模化生产。

2.2.5 年龄封闭性

拐枣酒在陕西南部家喻户晓,但年龄差仍然割断了拐枣助农路,年龄差具体表现为中年人更为熟知,但20多岁的年轻一代大多存在听说过但不了解的情况。

2.3 旬阳市拐枣产业整体布局单一

目前,旬阳市拐枣酒的宣传大多局限于线上销售和工厂企业直销,投入销售力度较低,致使知名度客户辐射圈未达到预期成效。拐枣酒功效多能,可划分为养生酒、果酒、白酒,但拐枣的功效并未被着重突出宣传,拐枣酒品牌反而更注重自身品牌知名度的建设。基于此,拐枣酒的宣传和销售存在闭塞性与过度商业性,使拐枣酒的优秀多能功效未被充分利用,较大程度地阻碍了拐枣酒的销售。拐枣酒也未充分利用互联网平台进行短视频卖货助农,独特的抖音IP账号、抖音小店、线上代理商销售都可作为打通市场的便利手段,市场手段未进行开发。拐枣酒的线下宣传和销售单一,专业销售拐枣酒的主题化线下门店缺乏。

2.4 拐枣酒文化元素融合欠缺

拐枣酒文化元素融合欠缺体现为内外文化归因。

内在文化层面,拐枣酒缺乏一定的文化传播能力,未形成强有力的属于自身的独特文化,文化背景单一、不深入。文化助推产品销售的变现力度不到位,文化与拐枣酒的结合程度尚浅,两者产生的创新内容较少。拐枣酒未注重和把握文化生态的影响力,文化生态的理论认为人类创造的各种文化对应自然生态系统中的不同物种、文化所处的外部环境就是文化的生态,文化也与生物一样,其产生、发展、变迁、消亡有一定的规律可循,文化生态为文化的研究提供了全新视角。文化生态也会为新时代乡村振兴背景下的文创助农产品拐枣酒的深入开发与销售提供另一种思路,拐枣酒目前的发展战略未把文创助农产品拐枣酒置于当代文化生态系统中,用整体的、发展的眼光审视拐枣酒。

外在文化层面,拐枣酒的外在文化体现为外在文化包装,目前市场上的拐枣酒包装倾向品牌文化,而仿古坛装、绚

烂的字体等潜在的表面文化,缺乏深入挖掘,而文化底蕴才是根本。拐枣酒产业未考虑文化元素的与时俱进,市面上拐枣酒的外在包装风格大都倾向中老年群体,忽略了年轻一代这庞大且具有活力的消费群体,外在文化包装仍缺乏与时俱进的新生性。

3 促进旬阳市拐枣酒产业发展路径探析

3.1 发挥地域优势,整合现有资源

拐枣在食品、饮料和健康等领域都具有很高的价值,但拐枣酒的价值尚未完全开发,尤其是在解酒护肝、通络降压等方面的作用鲜为人知,需要解决这一问题,对这些功效进行宣传和推广。拐枣可以生食、制醋和制酒,最为人熟知的产品是拐枣酒。据史料记载,早在明朝时期就已出现拐枣酒,距今已有500多年的历史,例如在《滇南本草》中就提到拐枣泡酒服之,具有舒通筋络、安神保健等功效。根据调查所得,拐枣酒度数区间大概为30~53度,果酒的度数区间大概为5~18度,白酒的度数区间大概为30~68度,而拐枣酒是由拐枣为原料酿造的,相对果酒行业有高度数的优势,与白酒相比又具有果酒的营养价值。

旬阳市拐枣历史悠久、种植面积大、产量高。据史料记载,在安康市栽培拐枣距今已有1000多年,野生的拐枣在全市各地均有分布,特别是旬阳市拐枣品质较好。利用旬阳市拐枣之乡的优势,结合当地特殊的地理标志——中华太极城,太极八卦,自古以来便有养生的含义,打造旬阳市拐枣酒品牌文化,建立品牌效应,使消费群体对其有固有印象,一想到旬阳市拐枣就想到旬阳市拐枣酒,以增强旬阳市拐枣酒的市场竞争力,深化品牌形象。

《中国酒业“十四五”发展指导意见》指出,酒业向果味多元化和复合化发展,陕西省旬阳市在“2+3+X”产业发展模式中将拐枣产业作为龙头给予重点培养,旬阳市委、市政府先后出台了《关于大力发枣产业的意见》和《关于拐枣产业高质量发展的决定》等政策,当地有一定的政策扶持,拐枣酒产业可依靠政策扶持对拐枣酒产业进行发展与创新,不断探索拐枣酒在食品、饮料和医疗保健等行业的开发和应用,生产出满足市场不同需求的产品,努力打造具有核心竞争力的特色产业。利用拐枣酒的自身优势、地域优势和政策优势促进拐枣酒产业的发展。

3.2 对接市场消费群体,创新旬阳市拐枣酒

3.2.1 细分客户群体,满足多元需求

根据不同消费群体的具体化需求,推出相应方案,提高产品质量,用心做服务,将客户的利益放在第一位,形成正向反馈。例如,对于爱好养生的中老年群体,旬阳拐枣酒可从具有养生的功效方面进行宣传;聚焦当代90后、00后的年轻人更喜欢精美的文创产品和包装,可将拐枣酒深厚的历史文化与当下年轻人感兴趣的文创进行融合,设计出如拐枣酒盲盒、摆件等之类的文创产品和不同系列的包装,还可以通过与市场热量较高的影视、游戏等进行联名活动,打造联名

限量系列,吸引更多年轻客户前来了解,进而购买旬阳市拐枣酒。

3.2.2 挖掘古籍滥觞,美化酒瓶包装

通过挖掘古籍滥觞,从古籍中寻找有关拐枣的文化记忆,对拐枣酒瓶身进行包装和宣传推广,把古文诗句用书法字体的形式展现于拐枣酒瓶身,同时融合旬阳市中华八卦城的养生之道和拐枣之乡的独特地理标志,从此处聚焦拐枣酒的营养价值,强调拐枣酒的功能优点,以达到增加拐枣酒文化底蕴、优化拐枣酒文化包装、增强拐枣文化认同感,打开拐枣酒的销售路道,勾起陕南人的家乡情结及消费者的家国情怀,让饮酒回归情感的目的。采用不同的瓶型,以透明简单而纯粹的玻璃瓶为主,在此基础上,以陕西特色多姿景物为切入点,使色彩淡然、优雅时尚,优美的景物跃然酒身,采用古朴素然古法的木塞,内包装以各个酒瓶身图案设计为不同的陕西特色景物为特点。

3.2.3 文化注入外观,包装塑造个性

(1)对外在包装进行美化。目前,市面上拐枣酒瓶及产品包装盒更新迭代慢,包装不新颖,可采取配合瓶身的古籍引用书法字体,以书法字体模拟古代封坛传统,设计古籍字条封坛。同时,结合功能与历史文化两方面,在瓶身上采用古籍描述拐枣酒的养生功能,相应的封坛字条就以描述传统历史文化的古籍为主。结合以上文化包装,相应的再针对不同年龄的消费群体制定对策,不同年龄阶段对应设计包装进行销售推广。

(2)文化注入外观。该系列文化包装以“文创”因素为特色,在面向中老年群体的同时,着眼于扩大年轻一代客户群体,聚焦吸引“00后”“90后”女性消费群体,外包装采用年轻消费群体火热的盲盒形式,封闭不可透视的外包装,各个陕西特色景物便是一个个“俨然不同但文化基调一致的人物

角色”。包装又需兼顾功能性与实用性,大小图案可依据不同系列进行设计,例如在礼盒装方面,可以做成精致的竹编礼盒,日常生活系列可以设计为简易方便的手提式。出口国外的包装可集合拐枣酒所有文创系类以印花形式展现在包装上,以中国传统文化特色推出。

3.3 构建多元化销售模式,贯通各路营销体系

3.3.1 打造全媒体矩阵平台,推广拐枣酒文化特色

采用新媒体矩阵平台,利用抖音、小红书、淘宝、微博等新媒体平台,发布与旬阳市拐枣酒文化价值相关的短视频和科普文章来普及拐枣酒的养生价值。采用抖音、淘宝店直播带货等形式,在网上销售拐枣酒,在售卖过程中宣传推广旬阳市拐枣酒。创建与拐枣酒文化相关的科普宣传公众号,定时推广发布有关旬阳市拐枣酒历史、特色的推文,进而推动拐枣酒文化产业高质量发展,不断进行旬阳市拐枣酒文化产业布局的优化,全力推进拐枣酒产业链向中高端迈进,不断研发新产品,以达到抢占更多市场份额的目的。

3.3.2 线上宣传与推广,线下整合与售卖

在线上进行宣传和推广,并探索互联网平台的销售渠道,吸引消费群体。线下有拐枣酒加工厂、农村酒作坊,同时存在一部分酒农散户,要对其进行整合汇总,统一搭建线下销售平台,对接当地及其周边城市的销售场所,统一进行售卖。

4 结语

综上所述,旬阳市在拐枣酒产业发展中应充分发挥地域优势,整合现有资源,并对当前市场客户群体进行细化分类,满足市场的多元化需求,在酒瓶自身和外包装上进行文化元素的融合,充分利用当前全媒体矩阵平台打造线上线下一体化的销售渠道,助力拐枣酒产业的发展,助力乡村振兴。

参考文献

- [1] 周亚虹,邱子迅,任欣怡,等.数字金融的发展提高了电商助农的效率吗:基于电子商务进农村综合示范项目的分析[J].数量经济技术经济研究,2023,40(7):70-89.
- [2] 杨玉玲,陈泊菲.乡村振兴背景下直播助农的提升路径[J].中国农业资源与区划,2023,44(1):35+46.
- [3] 张晓艳.电商助农背景下的农产品“网红”营销现状及对策分析[J].农业经济,2023(1):133-135.
- [4] 侯明明.文旅融合背景下地域文化与文创产品设计的融合研究[J].包装工程,2023,44(16):340-342+386.
- [5] 刘平义,刘凯,武晓宇,等.乡村振兴战略下地方文创产品设计实践研究[J].包装工程,2022,43(20):359-365.
- [6] 周国华,龙花楼,林万龙,等.新时代“三农”问题和乡村振兴的理论思考与实践发展[J].自然资源学报,2023,38(8):1919-1940.
- [7] 赵敏惠,易媛,张强,等.拐枣酒研究现状与展望[J].食品研究与开发,2022,43(23):198-203.
- [8] 吕晶晶,雷大海,刘焉陈.新发展理念下艺术设计助力乡村振兴发展的思考[J].美术研究,2023(4):5-8.
- [9] 吴苏.“归雁”还巢兴桑梓[N].安康日报,2022-08-10(5).
- [10] 林凯圳,吴欣烨,王静丽,等.从消费和品牌提升角度创新黄酒产业赋能乡村振兴的路径研究:以陆河客家黄酒为例[J].商展经济,2023(3):47-49.
- [11] 毛付慧,郭圣,向宁.旬阳市拐枣产业高质量发展的路径研究[J].农业科技管理,2023,42(3):52-55.
- [12] 杨泽,张宏伟.乡村振兴背景下安康拐枣产业发展SWOT分析研究[J].山西农经,2023(7):45-47.