

徐长春,魏彩华,徐洲华,等. 地方特色小吃品牌建设与发展战略探讨——以“淮南牛肉汤”为考察对象[J]. 江苏农业科学,2015,43(12):525-527.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2015.12.159

地方特色小吃品牌建设与发展战略探讨 ——以“淮南牛肉汤”为考察对象

徐长春¹, 魏彩华², 徐洲华³, 郑 戈¹

(1. 农业部科技发展中心, 北京 100122; 2. 安徽省淮南市人大常委会, 安徽淮南 232000;

3. 方圆标志认证集团, 北京 100048)

摘要:地方特色小吃是传统饮食文化的精华,也是带动区域经济发展的有效途径。通过搜集相关资料和实地调研访谈,以淮南牛肉汤为例对地方特色小吃的品牌建设及其发展战略进行探讨。总结了淮南牛肉汤的发展概况,梳理了当前制约产业发展的主要问题,提出未来产业可持续发展的对策建议,即加大政策扶持,宏观引导产业发展;坚持品牌发展战略,加大宣传营销力度;重视传统工艺保护,建设专业人才队伍;拓展产业链,促进相关行业发展。

关键词:地方特色小吃;品牌建设;发展战略;淮南牛肉汤

中图分类号: F326.5 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2015)12-0525-02

地方特色小吃作为我国美食文化的重要组成部分,不仅能够满足大众的饮食文化需求,还在促进现代农业和区域经济发展等方面发挥积极作用^[1-3]。品牌建设是地方特色小吃做大做强、实现可持续发展的重要基础,值得深入探讨^[4]。本研究以淮南牛肉汤为例,通过搜集相关文献资料和调研访谈,系统梳理了其发展现状和存在问题,提出了未来产业发展的对策建议,以期对地方特色小吃的品牌建设与发展战略提供参考。

1 淮南牛肉汤简介与产业发展概况

淮南牛肉汤是安徽省淮南市的方特色小吃,由新鲜黄牛肉、牛骨、牛杂、粉丝、豆饼和千张为主料,以辣椒油、香辛料、葱、姜、香菜为辅料制成。据考证,淮南牛肉汤是民族融合的产物,迁入淮南的回族先民将其传统饮食牛肉汤带到淮南地区,在吸收千张、豆饼、甘薯粉丝等当地汉族特色食材的基础上发展形成了淮南牛肉汤^[5]。淮南牛肉汤在华东地区乃至全国具有较高的知名度,已成为淮南市的一张“城市名片”。多年来,在政府部门、行业协会、广大从业者等多方面的共同努力下,淮南牛肉汤初步形成了产业化发展格局,全市店铺多达 1 500 家左右,年产值近 10 亿元,对带动当地就业和经济发展起到了积极作用。

1.1 成立行业商会,整合利用资源

随着区域经济社会发展和人民生活水平的提高,淮南牛肉汤行业发展迅猛,规范及引导淮南牛肉汤产业的健康发展

迫在眉睫。为了更好地规范市场行为,维护淮南牛肉汤从业者共同的经济权益,淮南牛肉汤商会于 2007 年 1 月经市民政局审核批准成立。商会是具有法人资格、非营利性的社会团体,拥有完善的管理制度和内部章程,牵头制定了淮南牛肉汤制作技术市级和省级标准,提出了淮南牛肉汤行业“四化一统一”的发展思路,即形象一体化、卫生规范化、配料标准化、质量达标化和统一培训。

1.2 重视工艺传承,建立质量标准

淮南市政府相关部门和淮南牛肉汤商会十分重视对淮南牛肉汤制作工艺的保护和总结。淮南牛肉汤被纳入淮南市区级非物质文化遗产名录。2009 年 5 月,安徽省质监局发布了安徽省地方标准 DB34/T 929—2009《淮南牛肉汤制作技术规范》,规定了淮南牛肉汤的卫生管理、场所卫生要求、制作工艺要求、质量要求、试验方法以及检验规则,改变了长期以来淮南牛肉汤在制作过程中只重视风味而忽视饮食卫生和工艺规范的情况,对推动淮南牛肉汤产业健康发展具有长远意义。

1.3 推动品牌建设,探索连锁化经营

当地政府和行业商会积极探索淮南牛肉汤的品牌建设和连锁化经营。淮南牛肉汤已从路边小摊逐渐发展成为规范卫生的门店。在淮南牛肉汤商会登记并统一管理的连锁店共有 126 家,实行“原料就地取材、汤料统一配送”的运营思路,不仅让产品的品质和风味实现了标准化,也对品牌的统一和壮大起到了积极作用。2009 年,淮南市牛肉汤研究所研制出了淮南牛肉汤专用料,并投入全国市场,目前已供给全国 29 个省(自治区、直辖市)7 000 余个汤锅网点,为实现淮南牛肉汤的全国连锁化经营奠定了基础。

1.4 创新产销模式,借力电子商务

为了突破淮南牛肉汤汤锅店面售卖的局限、实现远距离销售,淮南市当地企业创造性地将淮南牛肉汤这一传统名小吃开发成了可在市场上流通的方便食品。淮南牛肉汤方便制品突破了时间、地域、包装、运输等方面的限制,快速通过电子商务平台打入了全国乃至国际市场,为淮南牛肉汤的流通及

收稿日期:2015-05-22

基金项目:农业部“十三五”农业农村经济发展规划编制前期研究重大课题。

作者简介:徐长春(1989—),男,安徽宿州人,硕士,主要从事农业科技管理研究。Tel:(010)59199368;E-mail:xuchangchun@agri.gov.cn。

通信作者:郑 戈,博士,高级工程师,主要从事农业科技管理研究。Tel:(010)59199367;E-mail:zhengge@agri.gov.cn。

品牌推广打开了新的局面,实现了淮南牛肉汤的工业化生产。在淘宝网和京东商城等网络销售平台,淮南牛肉汤已销往全国 350 多个城市,销量长期位列方便食品类首位。目前,当地共有 11 家淮南牛肉汤方便制品加工企业,产品不仅在国内市场占据稳定的销售份额,还销往新西兰、澳大利亚、泰国、韩国等世界各地,让淮南牛肉汤走出了国门。

2 淮南牛肉汤产业发展存在的主要问题

2.1 经营主体分散,品牌多头开发

分散性个体经营是地方特色小吃业发展初级阶段的主要特征,也是限制产业扩大规模的关键因素。目前,淮南牛肉汤行业汤锅店面整体上仍为家庭作坊式生产、摊点式销售,原材料质量和卫生状况难以得到有效保障。当地食品企业相继研发销售淮南牛肉汤方便制品,风味和质量良莠不齐,缺乏合作开发品牌意识,存在恶性竞争现象。总体上看,淮南牛肉汤个体店面以及相关食品企业之间缺乏良性沟通和互动,尚未形成一个良好、有效的市场竞争和合作机制,产业发展仍处于相对无序的状态。

2.2 从业人员素质偏低,专业人才缺乏

地方特色小吃属于劳动密集型产业,具有经营成本不高、入行门槛低等特点^[6]。在淮南市从事淮南牛肉汤行业的多为当地农村转移人口,其经营管理水平还停留在个体摊贩层面上,对食品安全和质量标准认识不足,缺乏品牌保护意识。淮南牛肉汤方便食品加工企业缺少电子商务和资本运作方面的专业人才,限制了产品销售规模的进一步扩大。淮南牛肉汤在历史渊源、营养养生、工艺配方、产业链经营等方面有不少值得挖掘的闪光点,而目前行业商会和相关企业与大学、科研机构之间的合作不够紧密,对淮南牛肉汤的研究开发尚显不足。

2.3 产业发展尚未实现规模化和统一化

与“沙县小吃”、“成都小吃”、“兰州拉面”等全国知名小吃品牌相比,淮南牛肉汤的发展规模仍显不足,主要以本地汤锅店面销售为主。当地出现了不同品牌的淮南牛肉汤连锁店,各自为政、自称正宗,在店面外观和制作工艺上没有实现统一。虽然方便食品的研发、销售为淮南牛肉汤的品牌开拓带来了新的活力,然而实体店面销售仍局限在淮南地区和周边城市,外地市场主要呈零星状分布。产品种类过于单一也使得店面规模受到限制。由于淮南牛肉汤产业尚未实现规模化和统一化,也给食品安全监管造成了困难。

3 淮南牛肉汤产业未来发展方向

在“大众创新、万众创业”的良好氛围以及农业部门推动品牌农业发展、促进“互联网+农业”应用的背景下,淮南牛肉汤产业的发展迎来了机遇,也为淮南市经济转型提供了思路。淮南牛肉汤产业要想做大做强,实现可持续发展,需要不断创新经营管理模式,走品牌化发展道路。

3.1 加大政策扶持,宏观引导产业发展

政府部门应充分发挥主导作用,为淮南牛肉汤行业营造良好的发展环境。尽快组织编制《淮南市品牌农业“十三五”发展规划》,从政策层面准确定位淮南牛肉汤品牌发展方向和目标,研究出台可操作性强的配套政策措施。切实发挥好淮南牛肉汤商会在产业资源整合、制作工艺研究与市场拓展

等方面的引领带动作用。建设“淮南牛肉汤行业服务云平台”,打造淮南牛肉汤信息共享、企业合作、金融服务、依法维权、技术服务、人才招聘的互联网综合信息系统。

3.2 坚持品牌发展战略,强化宣传营销力度

淮南牛肉汤是具有地域特色、工艺传承和市场规模的地方特色小吃,满足农产品品牌建设的内在要素^[7]。相关部门应积极申报淮南牛肉汤国家地理标志产品,并争取将其纳入国家农产品品牌目录,扩大品牌影响。近年来,《人民日报》、央视七套《每日农经》栏目、《中国质量报》、《安徽日报》等媒体相继对淮南牛肉汤进行了宣传报道,对品牌推介起到了很好的效果。下一步,应充分利用微博、微信等现代媒体手段,通过举办淮南牛肉汤烹饪擂台赛、淮南牛肉汤电商营销创意大赛等活动,加大宣传营销力度,进一步打造地域文化名片。

3.3 重视传统工艺保护,建设专业人才队伍

地方特色小吃生存和发展的核心在于其制作工艺的传承与保护^[8]。相关部门应整合淮南市牛肉汤研究所、淮南牛肉汤商会的力量,组建淮南牛肉汤产学研战略联盟,主动加强与科研院所、大学的合作,增加技术研发投入。加快淮南牛肉汤行业人才队伍建设,在当地职业院校餐饮专业开设淮南牛肉汤制作工艺相关课程。建立健全淮南牛肉汤从业人员培训考核体系,鼓励淮南牛肉汤个体商户加入淮南牛肉汤商会并参加技术培训,通过非行政监管的行业技术指导来提高其整体水平^[9]。鼓励食品领域专家、大学毕业生等专业人才参与到淮南牛肉汤行业的发展中。

3.4 规范汤锅销售店面,扩大连锁化规模

连锁化经营是地方特色小吃品牌化发展的有效途径。汤锅店面销售作为淮南牛肉汤的传统主体经营模式,存在着经营不规范、市场监管困难等问题。理顺当前淮南牛肉汤汤锅店面市场、扩大连锁化规模是实现淮南牛肉汤产业可持续发展的当务之急。相关部门应积极探索淮南牛肉汤汤锅店面连锁化经营的模式与实施路径,扩大汤锅销售店面连锁化规模,争取实现本市大部分汤锅店面的连锁化经营,并逐步向全国各地辐射。依托淮南牛肉汤商会,加强对汤锅店面的室内设计、原料采购、服务人员培训等方面的指导,精心打造汤锅店面的品牌形象。

3.5 拓展产业链,促进相关行业发展

淮南牛肉汤不仅是当地餐饮行业的重要品牌,还能够带动上游的大豆和甘薯种植、豆制品加工、黄牛养殖等以及下游的休闲食品加工、旅游文化等相关行业的发展。政府部门和淮南牛肉汤行业经营者要积极整合资源,进一步拓展产业链。实行“政府+龙头企业+行业协会”的发展思路^[10],探索“以大豆、甘薯种植和肉牛养殖为基础,以牛肉汤经营和豆制品加工为核心,以方便食品销售和饮食文化推介为延伸”的淮南牛肉汤全产业链营销模式,发展订单农业和电子商务,盘活当地现代农业、餐饮业、食品加工业和物流业的发展。

参考文献:

- [1] 孙维明. 我国地方小吃发展现状及其对策分析[J]. 中国集体经济, 2010(21): 28-29.
- [2] 胡春丽. 浅谈我国特色小吃业营销现状及对策[J]. 现代经济: 现代物业下半月刊, 2007, 6(8): 120-121.

童举希,陈蓓蕾,章霞. 基于模块化的新型职业农民培育体系创新研究[J]. 江苏农业科学,2015,43(12):527-529.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2015.12.160

基于模块化的新型职业农民培育体系创新研究

童举希¹, 陈蓓蕾², 章霞²

(1. 常熟理工学院经济与管理学院, 江苏常熟 215500; 2. 苏州大学政治与公共管理学院, 江苏苏州 215123)

摘要:新型职业农民是我国农业现代化建设的重要人力资源,培育新型职业农民是我国实现“四化同步”的重要战略选择,是当前“三农”工作的重中之重。当前,新型职业农民培育进展缓慢,其主要原因是培育体系不完备,存在运行机制不畅、动力机制不足、竞争机制缺乏、保障机制滞后等问题。本文基于人力资源管理理论与开发理论与实践,提出构建新型职业农民培育“规划配置、招募培训、绩效管理、收入福利、准入竞争、职业保障”的“六模块”“一揽子”思路,创新我国新型职业农民培育体系。

关键词:新型职业农民;模块化;培育体系

中图分类号: F323.6;G725 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2015)12-0527-03

新型职业农民是指自愿选择将农业作为主要产业进行长期经营,并充分利用市场机制获取报酬、有高度社会责任感的农业从业人员。与传统农民“世袭”务农、自身素质低、生产规模小、经营模式粗放、经济效益差等特征相比,职业农民自主选择终生务农,具备良好的自身素质和资金基础,集约化经营,经济效益好,即“主动务农、高素质、负责任”^[1]。面对当前呼声愈来愈强烈的“未来谁来种地”和“怎么种地”这个事关农业现代化以及粮食安全的重大问题,加大新型职业农民培育力度是摆在各级政府面前不可回避的问题。

2012年初,“中央一号文件”提出了“大力培育我国‘新型职业农民’”的动员令,国家农业部随即启动了新型职业农民培育试点工作,全国100个试点县开始试点;2012年11月,党的十八大提出“我国农业现代化要与新型工业化、信息化、城镇化相互协调发展,‘四化同步’”的目标与任务,进一步加快培育新型职业农民的步伐;2013年1月,中央一号文件《中共中央国务院关于加快发展现代农业,进一步增强农村发展活力的若干意见》提出要加快提高农民素质,发展家庭农场,进一步解放和发展农村社会生产力。

目前,我国新型职业农民培育还处于起步阶段,关于新型职业农民培育的理论与实践研究不多,相关学者的研究主要侧重于对农业职业技术培训、职业农民的身份界定等方面,而

从人力资源管理角度系统地论述新型职业农民培育的研究较少。本文围绕新型职业农民培育的现状及其存在问题,基于人力资源管理六大模块提出我国新型职业农民培育的新思路,提升新型职业农民培育效能,加快农业现代化建设步伐。

1 新型职业农民培育亟待解决的问题

新型职业农民是实施现代农业的主力军,是推进农业现代化战略的重要力量。近年来,我国各地各类“农民培训工程”层出不穷,中央和地方政府用于农业职业培训的财政投入持续增加;但农民参与职业培训的积极性依然不高,许多地方培训生源紧张,职业农民培育效能低下。其主要原因是当下职业农民培育缺乏系统的顶层设计,体系极不完备,重培训,轻激励,缺管理,导致培育机制存有缺陷。

1.1 运行机制不畅

一是法律法规缺失。自2005年农业部在《关于实施农村实用人才培养“百万中专生计划”的意见》中首次提出培养职业农民这一概念以来,国家先后出台相应政策文件,支持职业农民培育。但是我国至今没有相应的法律法规,加之“惠农、育农、保农”的政策体系不完备,尽管政府倾力主导,农民依然被动应对,主动报名参与培训者不多,“拉郎配”现象较为普遍。由于缺乏相应配套政策,对于持证农民扶持力度不够,在土地流转、银行贷款、风险保障等方面缺乏强有力的政策支持,因而,全职务农、潜心钻研农业技能的人数不多^[2]。二是管理体制不顺。目前,各地新型职业农民培育涉及农业、科技、人力资源和社会保障、教育等行政部门。由于政出多门,多头管理,管理职责不明晰。各部门仅仅满足于完成上级教

收稿日期:2014-08-23

基金项目:江苏省哲学社会科学课题(编号:08JYB002)。

作者简介:童举希(1956—),男,江西抚州人,教授,硕士生导师,研究方向为人力资源管理。E-mail:juxit@cslg.cn。

[3] 刘信腾. 地方特色小吃产业化问题的研究[J]. 东方企业文化, 2014(21):362.

[4] 蒋环云,王志伟,王世博,等. 特色小吃品牌化、规模化的条件与发展策略[J]. 现代商业,2012(34):49-50.

[5] 李钧. 淮南牛肉汤乃回汉民族融合产物[N]. 淮南日报, 2015-04-17.

[6] 廖作鸿. 对发展地方小吃的经济学思考[J]. 经济论坛,2009(6):96-98.

[7] 梁晓培. 淮南牛肉汤需进一步加强品牌构建[J]. 商场现代化, 2013(22):75-76.

[8] 刘军丽. 成都传统特色小吃业发展战略探讨[J]. 中国商贸, 2011(6):219-220.

[9] 郑祥升. 创建地方特色小吃品牌——“沙县小吃”的保障[J]. 中小企业管理与科技:下旬刊,2009(2):41-42.

[10] 秦健,潘泽江,潘昌健. 全生命周期视角下特色农产品地域性品牌培育的博弈分析[J]. 江苏农业科学,2014,42(7):470-472.