

## 镇沅县“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌建设策略

吴孟玲 (云南农业大学经济管理学院, 云南昆明 650201)

**摘要** “产业兴旺”是乡村振兴战略中的要求, 培育农产品品牌对实现农业现代化、农业增收具有重要意义。茶产业是促进镇沅经济发展的特色骨干产业, 2020年镇沅县全面打造“千家寨爷号”公共区域品牌, 积极整合茶资源, 挖掘茶文化, 实现文化效益与经济效益的有机结合。通过分析镇沅县打造“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌的有利因素和存在的不足之处, 对其品牌发展提出对策建议。

**关键词** “千家寨爷号”普洱茶; 公共区域品牌; 策略

中图分类号 S-9 文献标识码 A

文章编号 0517-6611(2021)21-0262-02

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2021.21.066

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



## Public Area Brand Building Strategy of “Qianjiazhaiyehao” Pu'er Tea in Zhenyuan County

WU Meng-ling (College of Economics and Management, Yunnan Agricultural University, Kunming, Yunnan 650201)

**Abstract** “Industrial prosperity” is a requirement in the strategy of rural revitalization, and cultivating agricultural products brands is of great significance for realizing agricultural modernization and increasing agricultural income. The tea industry is a characteristic backbone industry to promote the economic development of Zhenyuan. In 2020, Zhenyuan will fully build the “Qianjiazhaiyehao” public area brand, actively integrate tea resources, tap tea culture, and realize the organic combination of cultural and economic benefits. This paper analyzed the favorable factors and shortcomings of Zhenyuan County to build the “Qianjiazhaiyehao” Pu'er tea public area brand, and put forward countermeasures and suggestions for its brand development.

**Key words** “Qianjiazhaiyehao” Pu'er Tea; Public area brand; Strategy

镇沅县位于云南省西南部, 由于自然地理环境得天独厚, 茶叶种植历史悠久, 形成了丰富而悠久的茶文化。茶产业在镇沅县的经济和文化领域都占有重要地位, 为了促进茶产业的发展, 镇沅县致力于探索培育茶叶品牌, 使茶叶资源和茶文化实现更大的价值。目前, 镇沅县正在着力打造“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌, 镇沅县境内共有千家寨、马邓、老海塘、茶山箐、老乌山、打笋山、砍盆箐和五一茶区八大茶区, 由此形成了8款“千家寨爷号”普洱茶系列产品, 从大爷、二爷到八爷, 每款茶叶都品质优良, 各具特色, 多年来一直受到消费者的青睐。

## 1 全面打造“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌的意义

**1.1 促进产业结构升级调整** 镇沅县作为茶叶大县, 茶叶资源丰富, 但从茶叶产业结构上来看, 依然是第一产业占主导地位, 茶在第二三产业中所占的比重较小。通过打造“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌, 有利于有效整合镇沅县的各项茶叶资源, 充分挖掘茶产业在第二三产业中的潜力, 使茶叶产业布局更加科学合理, 促进一二三产业融合发展。

**1.2 促进企业增效、农民增收** 打造品牌的出发点和落脚点都是为了维护广大生产者的利益, 通过打造“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌, 提升茶叶的知名度和影响力, 有利于创造新的经济增长点, 为茶企业提供可靠的载体, 为茶企业和茶农带来经济效益, 实现企业和农民共同增收<sup>[1]</sup>。

**1.3 提升镇沅茶的市场竞争力** 品牌是驱动区域农业竞争力的利器<sup>[2]</sup>, 发展品牌是提升市场竞争力的有效手段, 品牌强大的产业会赢得更高的市场占有率, 打造“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌, 有机结合镇沅的茶资源和茶文化, 形成

强大的区域品牌文化生产力, 提升“千家寨爷号”普洱茶市场竞争力, 推动镇沅茶叶产业的发展, 促进镇沅经济的发展。

## 2 打造“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌的有利条件

**2.1 自然地理条件优越** 从生长条件和环境看, 千家寨爷号普洱茶具有优越独特的生长环境, 它生于“世界茶源, 天赐普洱”的茶王之乡, 长于“阳光雨露, 云雾缭绕”的紫红土壤, 这些条件为茶树的生长发育提供了良好的基础。从区位条件来看, 镇沅县位于滇西旅游黄金走廊的中枢位置, 是“北上大理、南下普洱, 东出玉溪、西进临沧”的十字架中心, 在经济传导和文化传播的过程中发挥着重要作用。

**2.2 茶叶品质优异** 镇沅县境内生长着2700多年的野生茶树, 因此被誉为“世界野生茶树王之乡”, 其所产出的茶叶价值和品质都优于普通茶叶, 千家寨普洱茶品质优异, 它具有清香、润滑、回甘的上乘口感, 产品的辨识度较高, 彰显高端价值, 民间流传“班章为王, 冰岛为后, 千家寨为爷”的说法, “千家寨爷号”普洱茶因此而得名。

**2.3 茶文化源远流长** 镇沅县在茶文化历史上具有非常高的历史地位, 镇沅县哀牢山国家自然保护区境内千家寨世界野生茶王是普洱茶的独特标志, 结合镇沅的地理位置和人文环境, 形成了极具地方民族特色的茶文化, 经过长期的传承, 拥有深厚的文化底蕴, 为构建富有镇沅特色的千家寨茶文化体系提供了文化基础。

**2.4 茶企业规模逐渐壮大** 2020年镇沅县有茶叶生产加工企业22家, 茶叶初制所108个, 农民茶叶专业合作社52个。茶企业正在不断增加壮大, 有利于整合各种茶叶资源, 推进千家寨爷号普洱茶产业的集群发展。通过打造“千家寨爷号”公共区域品牌, 可以把镇沅县狭小而分散的茶企业的力量结合起来, 增强整个镇沅地区茶产业的竞争力。

**2.5 政府的支持力度大** 镇沅县政府高度重视“千家寨爷

**作者简介** 吴孟玲(1998—), 女, 云南普洱人, 硕士研究生, 研究方向: 农业管理。

**收稿日期** 2021-03-11; **修回日期** 2021-04-11

号”普洱茶区域公共品牌的打造和发展,镇沅县按照“生态+产业+旅游+健康”的模式来打造千家寨爷号普洱茶,目前镇沅县正在着力打造千家寨野生茶种植资源库、建立千家寨主题街区和半山酒店3个平台,使“千家寨爷号”普洱茶依托3个平台在生态旅游文化等方面全面发展。在政府的相关政策和帮扶为“千家寨爷号”普洱茶的发展提供了有力保障。

### 3 存在的不足之处

**3.1 企业规模小,缺少龙头企业** 镇沅县虽然已经有一定数量的茶企业,但是普遍规模较小,生产经营比较分散,在众多茶叶品牌中存在着产品知名度不高的问题<sup>[3]</sup>。除此之外,茶叶龙头企业的带动能力也有所欠缺,各个茶企业缺乏合作意识,各自为政,这限制了镇沅县茶产业的凝聚力的加深,不利于公共区域品牌的打造。

**3.2 产业结构失衡,加工环节薄弱** 目前镇沅茶产业虽然涉及一二三产业,但最大的比重依然在第一产业,2020年1—9月,镇沅县产业总产值为4.52亿元,其中农业产值为2.41亿元,占比高达53%,可以清楚看出在镇沅茶产业中第一产业占据了主导地位。除此之外,在茶叶加工环节中,技术创新能力不足,缺乏精加工、深入加工的精湛技术,现代科学技术手段投入不足,茶叶种植业在整个茶叶产业链中占了较多份额,而茶叶相关产品,如养生保健食品药品的加工制作却很少,未能很好地体现出茶叶的多功能性,茶的深层次内涵也得不到充分挖掘。

**3.3 缺乏营销手段,宣传力度不足** 营销方式比较单一,缺少懂得营销知识的专业人才,宣传的深度和广度有待进一步提高,“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌成立的时间还较短,如何打响品牌是面临的难题之一。

**3.4 人才储备不足,难以提升竞争力** 茶产业从生产加工到销售管理是一项系统性的工程,虽然在镇沅县有大量人口从事茶叶行业,但相关从业者普遍受教育水平较低,他们的科学文化素质依然存在短板,未能完全学习掌握更多关于茶叶种植、加工、营销和管理的知识<sup>[4]</sup>。缺少综合素质较高的人才,就难以提高“千家寨爷号”普洱茶的竞争力。

## 4 “千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌建设策略

**4.1 全面提升产品的质量安全** 产品的质量是一个品牌的基石,它直接决定了品牌的生命力<sup>[5]</sup>。“千家寨爷号”普洱茶的质量安全水平是打造公共区域品牌的首要条件。首先,严格按照有机茶园管理标准和生产技术要求,通过科学有效的管理手段对茶园进行全面系统的管护;第二,不断规范生产技术和操作流程,大力推广绿色环保的茶叶种植加工技术,严格管控违禁化肥的使用,通过先进的生产技术来提高茶叶的质量,保障食品安全;第三,加强对茶叶的生产加工各个环节的管控,从源头上对茶叶安全问题进行把关<sup>[6]</sup>。

**4.2 提升茶叶加工水平** 在茶叶加工过程中利用现代科学知识,采用现代机械化、自动化的设备进行加工,为茶叶的精加工、深加工投入更多资源,提高生产效率,同时,企业应当加强创新,利用茶叶加工制作各种茶叶产品,如茶叶食品、保健品等衍生产品,增加茶叶的附加值,使茶叶加工不仅仅停

留在简单的初级加工,从而提高“千家寨爷号”普洱茶的市场竞争力。

**4.3 政府积极引导品牌培育** 一是政府应当根据镇沅县“千家寨爷号”普洱茶的实际情况和发展目标制定出“千家寨爷号”普洱茶品牌的发展战略,通过分析镇沅县的优势和短板,在战略中明确工作的重点任务和保障措施。二是政府应当鼓励引导茶企业在生产加工过程中不断创新,推出更多茶叶产品,促进企业发展。三是给予茶企业、茶农资金和技术上的支持,充分调动茶叶从业者的积极性,为全面打造“千家寨爷号”普洱茶提供坚实的物质基础<sup>[7]</sup>。四是定期开展一些培训活动,向企业和农户推广先进的生产技术和经验。

**4.4 培养和挖掘高质量人力资本** 人才在打造“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌的过程中发挥着重要作用,面对茶叶生产技术落后、营销难、管理水平滞后等问题,镇沅县应当大力培养一批懂技术懂营销懂管理的人才,鼓励茶叶从业者积极学习,提升科学文化教育水平,学习使用现代科学设备,在人才培养的过程中注重理论与实践的有机结合。其次,政府和企业应当积极主动吸引外来的先进人才,强化打造千家寨爷号普洱茶公共区域品牌的人才队伍<sup>[8]</sup>。

**4.5 发展壮大龙头企业,促进产业集群** 政府支持和引导规模庞大、实力雄厚的龙头企业,使龙头企业在生产、研发产品、运营管理等方面不断创新,提高市场竞争力,让龙头企业充分发挥领头羊的作用,带动分散狭小的茶企业良性发展。各个茶企业只有团结合作才能使“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌获得最大效益,现有的茶企业各有所长、各有所短,需要各个企业取长补短,扬长避短,相互合作,实现茶产业的集群发展,形成一种强大的对外扩张力,共同抵御外来的侵入力<sup>[2]</sup>。

**4.6 深度挖掘茶文化促进文旅融合** “千家寨爷号”普洱茶涉及八大茶区,每个茶区都有自己独特的历史和故事,一方水土造就一方茶文化,通过整合各地的茶文化,讲好茶故事<sup>[9]</sup>,利用茶产业发展观光旅游业,使文化价值更好地转化为经济效益,使“千家寨爷号”普洱茶获得强大的生命力。其次,可以将茶和餐饮业有机结合起来,进一步丰富茶的内涵,对于传统的优秀茶文化,要大力保护并与“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌的发展有机结合起来。

**4.7 建立有效的品牌营销推广体系** 农产品营销是农业产业链的重要环节,打造强有力的“千家寨爷号”普洱茶公共区域品牌,首先必须明确市场定位,塑造好品牌形象,加强宣传力度,增强品牌的知名度和顾客的好感度<sup>[10]</sup>。首先,坚持线上和线下相结合的销售方式<sup>[11-12]</sup>,除了茶叶实体店、茶叶批发市场外,积极借助电商平台推广和销售“千家寨爷号”普洱茶;第二,可以充分利用现代媒介、社交平台来宣传推广“千家寨爷号”普洱茶,向消费者直观地展示品牌形象;第三,通过举办茶艺大赛、茶叶品鉴等活动,传播茶文化,推广茶叶品牌,从而吸引消费者;第四,定期做市场调研,了解顾客的消费需求,生产出满足顾客需要的产品,留住老顾客,吸引新顾客。

(下转第276页)

求的某一方面,实现对社会发展的巨大贡献。动物医学专业学生个人未来发展的路径与个人的素质、志向和畜牧业的发展前景密切相关。学习能力强且基础知识扎实的学生,可从事动物医学方面的基础研究工作,通过学历提升,进入动物医学的科学研究、高等教育等领域;组织能力强、有管理潜质的学生可进入畜牧兽医行政管理和技术管理领域;善于沟通和专业实践技能突出的学生可进入与畜牧业相关生产领域,进行产品的生产、市场推广和技术服务。基于上述学生的职业走向,动物医学专业学生的创新创业教育要分层次进行,基于学生个人的素养、兴趣和志向等实际情况,分别采用不同的创新创业教育导向。

**3.4 围绕行业发展动态,深度融合创新创业教育与专业教育** 任何创新均是基于行业的现状,行业内某项资源的短缺则会诱导此方面的创新或替代<sup>[11]</sup>。我国畜牧业的快速发展使得市场畜产品供应丰富、充足,且逐渐走向规模化发展的道路,但随之而来的环境污染、产品农药兽药残留、人畜共患传染病、动物重大疫病等成为我国畜牧业进一步发展的制约瓶颈<sup>[10]</sup>。随着畜产品国际贸易的加大和市场的激烈竞争,如何提高我国畜牧业经济效益和竞争能力也成为我国畜牧业健康发展的重要问题。动物医学专业的培养方案和教学内容虽然不断得到修改和完善,但其调整速度大多落后于行业发展速度。因此,动物医学专业创新创业教育工作的开展必须高度关注行业的发展变化态势,尤其要密切重视我国畜产品供给侧结构性改革、动物疫病流行状况及预防控制新技术应用情况等。在专业课程设置、教学内容安排、教学方法改进、培养目标定位等方面,要与行业发展同步,将行业内存在的亟待解决、危害性大的动物疫病检测、防控等难点、热点

问题引入创新创业教育之中,最终使动物医学专业创新创业教育与专业教育深度融合。

#### 4 结语

动物医学专业是一个实践性较强的专业,加强学生的创新创业教育对于促进我国畜牧业健康发展具有极其重要的意义。相关教育工作者和广大教师要弄清动物医学专业创新创业教育存在的主要短板,全面把握创新创业教育的内涵,加强专业实践教学,结合学生职业规划和行业发展动态,深度融合创新创业教育与专业教育,不断提高动物医学专业创新创业教育水平。

#### 参考文献

- [1] 李志义. 创新创业教育之我见[J]. 中国大学教学, 2014(4): 5-7.
- [2] 单正义. 美国高校创新创业教育特色与启示[J]. 创新与创业教育, 2020, 11(1): 151-154.
- [3] 郝佩佩, 孙磊, 汪欢欢. 拔尖创新型卓越农科人才培养实践教学模式探讨: 以南京农业大学为例[J]. 教育教学论坛, 2021(2): 137-140.
- [4] 薛雷雷. 创新创业教育理念融入高职院校教育全过程的研究[J]. 就业与保障, 2020(23): 73-74.
- [5] 张旭, 郭景茹, 李颖, 等. 动物医学专业开展创新创业教育的探索与实践[J]. 畜牧与饲料科学, 2013, 34(2): 52-54.
- [6] 付玉洁. 动物医学专业深化创新创业教育改革的探索与研究[J]. 畜牧兽医科技信息, 2016(7): 17-18.
- [7] 刘荣. 美日大学创新创业教育的特点及启示[J]. 学校党建与思想教育, 2017(2): 94-96.
- [8] 玄凌, 刘经纬, 许张毅. 动物学科专业大学生创新创业教育现状研究[J]. 安徽农业科学, 2014, 42(19): 6481-6483.
- [9] 王长恒. 高校创新创业教育生态培育体系构建研究[J]. 继续教育研究, 2012(2): 124-126.
- [10] 龙泳伶, 梁沛华, 史亚飞, 等. 高等中医药院校开展创新创业教育的实践与思考[J]. 中华医学教育探索杂志, 2016, 15(12): 1215-1219.
- [11] 曾璇, 钟文晶. 农科专业大学生创新创业教育与实践[J]. 教育与职业, 2016(21): 64-67.
- [12] 黄李凤, 王前强. 健康保险人才培养模式探索: 基于创新创业教育理念[J]. 中国医疗保险, 2017(8): 36-38.
- [13] 孙太权, 冯利, 孙太安, 等. 关于怀化市水果区域公共品牌创新发展的思考[J]. 当代农村财经, 2020(8): 47-50.
- [14] 饶甜甜, 温贝贝, 刘仲华. 基于SWOT条件下潇湘茶区域公共品牌建设策略[J]. 茶叶通讯, 2018, 45(4): 45-48.
- [15] 戴程. 区域农产品品牌建设影响因素及对策研究[J]. 山西农业大学学报(社会科学版), 2020, 19(3): 101-108.
- [16] 陈子清. 浅析区域农产品公共品牌建设策略[J]. 吉林农业, 2019(23): 20-21.
- [17] 蔡元强, 彭聪. 基于地方茶产业的公共区域品牌发展思考: 以宜宾市为例[J]. 农村经济与科技, 2019, 30(19): 182, 201.
- [18] 李小侠. 区域农业品牌形象及其发展路径研究[J]. 安徽农业科学, 2019, 47(15): 234-237.

(上接第 263 页)

#### 参考文献

- [1] 周媛媛. 县域公共区域品牌建设的思考: 以磐安县区域公共品牌建设为例[J]. 浙江经济, 2020(4): 64-65.
- [2] 向明生. 农业区域品牌战略[M]. 北京: 中国农业出版社, 2016.
- [3] 刘裔. 镇沅县茶产业发展现状及对策[J]. 云南农业, 2019(7): 25-27.
- [4] 吴桂芬. 镇沅县发展高原特色茶产业的经验与成效[J]. 农业开发与装备, 2018(3): 11-12.
- [5] 聂晶. 垦区公共品牌建设策略研究: 以广垦果园品牌为例[J]. 安徽农学通报, 2021, 27(2): 131-134.
- [6] 白玮. 国家级贫困县农产品区域公共品牌建设研究: 以河北省灵寿县为例[J]. 品牌研究, 2020(4): 58-59.