

包装不够档次、品种又多又杂、是酸是甜得碰运气……

烟台大樱桃品牌路该咋走

统筹 苗华茂 本报记者 孙芳芳 赵伟

“

时下正是烟台露天大樱桃上市时节,不少来烟台的外地人都想带回一两箱烟台本地大樱桃给家里人尝尝鲜。然而,不少外地客发现,樱桃包装上几乎千篇一律写着“烟台大樱桃”,从中不仅分不出真假,就连樱桃是啥品种也看不出。记者调查了解到,响当当的烟台大樱桃品牌很少,如何打造、推广本地樱桃品牌,成了当前一个迫切需要解决的问题。



街头大樱桃使用的包装盒简单雷同。赵伟 摄

尴尬1 ▶ 包装不上档次,感觉拿不出手

“到烟台出差一周,正好赶上大樱桃成熟的时候,就想着带点回去给同事们尝尝。”张迁是个地道的河北人,前几天被公司派来烟台出差,在烟台这段时间他可是过足了嘴瘾,现在要回公司了,就想给同事带点地道的烟台大樱桃尝尝鲜。然而,他在市场上找了一圈却发现,大部分樱桃包

装都很简单,摊贩基本上都是用印着“烟台大樱桃”的盒子来装。“这包装一看就不上档次,而且根本就不知道买的是不是正宗的烟台本地大樱桃。”

在烟台汽车总站,去往青岛的乘客张信宁拎了两箱大樱桃正在等车。他说,这两箱樱桃是早上刚从市场上买的,打算回去孝敬岳

父岳母。

“包装太简陋了,随便找个印着‘烟台大樱桃’的盒子装上,就号称是烟台本地大樱桃,花了钱也让心里不信服!”张信宁说,这两箱樱桃花了他200多块,但生怕岳父岳母看不出它的价值。

在火车站,正等车去东北的周宏也说,第一次买烟

台大樱桃送领导,特别买了价格高的,但这么包装后,和几块钱的大樱桃也没啥区别,再好的樱桃品种也没了身份,感觉有点拿不出手。

火车站的工作人员说,这些纸箱子包装简单,也不方便坐车的人携带,有乘客在携带时,盒子不结实,一下子裂开,樱桃撒了一地,很尴尬。



市民坐火车带的樱桃大部分都是简单包装。赵伟 摄

尴尬2 ▶ 品种又多又杂,内行也难分清

除了包装上的混乱和不上档次外,品种杂乱也让不少外地人头疼。

“像我们外地人哪能分清什么品种啊,人家说什么就是什么。”去往江西的邹凯正在火车站附近一个摊点处买樱桃,第一次到烟台出差的他,打算带两箱烟台

本地大樱桃回去给家人尝尝,可是到底该选什么品种让他犯了愁。

在调查中记者发现,不少摊位在出售不同品种的樱桃时通常只报价格,不会主动报品种。“说了品种,一般人也不知道。”火车站附近一位摊主说,不光顾客分

不清,有的卖樱桃的摊主也分不清卖的到底是啥品种。

据了解,烟台本地大樱桃包括早、中、晚熟三大品种,主要有红灯、美早、早大果、萨米脱、先锋、拉宾斯、雷尼等十几个品种。但是,在市场上销售时,不论什么品种,所有的樱桃都被统一装在一

个印有“烟台大樱桃”的盒子里。从盒子的外观上,无从辨别大樱桃的品种。

“别说外地人,就连我这个整天和樱桃打交道的本地人都很难分清!”常年从事张格庄大樱桃批发销售生意的新坤鑫感慨地说。

尴尬3 ▶ 没有糖度指标,是酸是甜得碰运气

不少外地人购买烟台露天大樱桃时,不光弄不清品种,就连樱桃的口味变化也摸不着头脑。

来自济南的张先生在烟台挑选某一品种的樱桃时,先尝了一个,感觉非常甜,就买了200多块钱的,没想到,拿回济南分给亲朋好友们尝过后,他们都反映,里

面有些吃起来酸味很大,有些水分很多,没大有甜味。

这令张先生感到迷惑。“会不会掺杂了其他品种的樱桃?摊主只说保证很甜,但具体这个甜度是多少,摊主也说不清楚。”

一些经常买樱桃吃的市民也称,现在烟台大樱桃不管啥品种都混在一起卖,

糖度是多少也不清楚,让人很难选择。

“起码每个品种的樱桃含糖度是多少得有个数,我们买起来心里也有数。”一些市民建议。

做了多年樱桃批发生意的张明说,除自然原因外,一些果农为了提前上市卖个好价钱,或考虑到运输

的需要,樱桃还没熟就开始提前采摘,造成了樱桃酸甜不均的情况。一些大城市的超市内,销售的水果已经开始标注糖度,这也是提升品牌的一种方式。但现在烟台大樱桃连品种都辨识不清,更别说标注糖度了,这也是烟台大樱桃品牌推广需要解决的一个难题。

◎纵深◎

品牌之困

真正叫得响的大樱桃品牌没几个

根据国家统计局烟台调查队的调查数据,烟台大樱桃种植业发展迅速,2011年大樱桃种植面积已经超过35万亩,年产量14余万吨,规模和产量均居全国首位。但是响当当的品牌,却没几个。

近年来,张格庄镇着力打造绿色、无公害大樱桃品牌,已引进、推广新品种20多个,新技术10多项,无公害生产技术覆盖率达100%,注册了“张格庄”、“老靳家”、“瑶玉”3个大樱桃商标,其中“张格庄”牌大樱桃通过国家绿色食品或无公害食品认证,张格庄镇成为中国大樱桃第一镇,也是全国最大的大樱桃集散地。

“虽然都叫烟台大樱

桃,但是真正叫得响的品牌还真没几个。”靳坤鑫告诉记者,目前市场上出售的大樱桃大都打着烟台的招牌,但是缺少让人记得住的品牌。“一提起凉茶,人家就会想到王老吉,但是提起烟台大樱桃,就很难让人在脑海中立即想起哪个品牌来。”

烟台大樱桃协会会长张福兴介绍,目前烟台市场上的大樱桃品种分早中晚等多个系列,市场上普遍种植的有红灯、意大利早红、先锋等十几个品种。在管理上,大都是果农分散粗放式管理。张福兴认为,大樱桃品种杂、果农分散管理是烟台大樱桃品牌打得不响的一个重要原因。

如何破解

着眼销售环节,发展农民合作组织

不少大樱桃行业的专业人士认为,打造烟台大樱桃的品牌迫在眉睫。对此,专家也给出了建议。国家统计局烟台调查队的报告认为,烟台大樱桃生产缺乏农民合作组织带头人。不管是开拓市场,发展加工、储藏,还

是延长大樱桃产业链,以一家一户为生产单位的广大农民不具备相应的实力。

“烟台的大樱桃之所以品牌少,主要是因为果农分散、种植规模小、管理粗放。在中国一家一户的农业生产中,小户的任务就是种

走标准化道路,重点打造优势品种

“既然要打品牌,那么至少在个头、色泽上要统一,这就需要田间管理、浇水、施肥等环节实现规范化、标准化。”鲁东大学商学院博士邓兆武认为,要想打造烟台大樱桃品牌,还要走标准化之路。“不同品种之间要有区分,重点打造优势品

种,就像一提起烟台苹果,别人就会想到红富士一样,烟台大樱桃也需要打造出优势品种。”

邓兆武称,生产环节实现标准化以后,在销售环节也要注重打造品牌。“不能简单地打上‘烟台大樱桃’的字样就算了,一来不上档次,二来缺乏辨

识度,哪里的樱桃都可以往这个箱子里装。”

邓兆武认为,烟台大樱桃要走品牌化道路,还需要在包装上下功夫。“包装盒上要有商标、生产厂家、地址、联系方式等,一方面打出知名度,另一方面也让购买大樱桃的消费者心里有底。”

他山之石

大泽山葡萄实施标准化生产

大泽山镇是“全国鲜食葡萄第一镇”,种植面积3万亩,拥有300个品种,年产葡萄5000万公斤。大泽山葡萄是如何打造自己的品牌的?18日,记者采访了青岛高氏葡萄种植庄园有限公司总经理高竹亭。

6年前,当地企业家高竹亭承包了泽山湖东南岸的芒山约200亩山峦薄地,成立了高氏葡萄种植庄园有限公司,经过深挖平整土地,先后栽种了“玫瑰香”、“巨峰”等10多种葡萄。

一株葡萄长多少穗,每穗葡萄大概多重,一亩土地产出多少斤葡萄,这些在高竹亭的葡萄园里都是有标准的。“走的就是高端路线,和普通种植的葡萄相比有很高的辨识度。”高竹亭说,在他的葡萄园里都是标准化方式生产出来的有机葡萄。