

## 重点

烟台苹果  
品牌之路有多远

本报记者专访业界多位专家,寻求苹果突围路

本报记者 吴永功

## &gt;&gt;现状

## 西部苹果异军突起

在国内苹果主产区收购入库工作即将基本结束之时,从10月20日到11月8日,国家苹果工程技术研究中心专家杨杰一行在南北五个大型果品批发市场(北京新发地、上海江杨、上海农产品、杭州果品、广州江南)实地考察。

杨杰认为,从全国五大果品批发市场来看,全国不少省份的苹果市场表现都很抢眼。“陕西苹果进步快”是批发市场老板们的共识;甘肃静宁的红富士、天水的花牛已经成了各大苹果批

发市场里的特色产品;新疆阿克苏的甜心苹果在上海江杨、上海农产品批发市场几乎每个苹果果行都有展示位置,且价格最高;河南灵宝的苹果目前在广州江南批发市场上卖得最快。

据了解,春节前批发市场上一一般是西部几个省的苹果多,过了春节之后,耐储藏的山东苹果将推向市场。“山东苹果在全省17市都有种植,其中烟台苹果的种植面积接近全省一半。”杨杰透露,来自山东各区域的苹果卖价有高低,其中最贵的是蓬莱苹果。

## &gt;&gt;交锋

## 烟台苹果仍有优势

850万亩,900万吨;450万亩,850万吨。

以上两组数字是2009年陕西苹果与山东苹果的基本数据。“去年陕西苹果的总产量第一次超过了山东。”山东省水果产业体系首席专家陈学森告诉记者。

“到了那里,我大吃一惊。”山东大学经济学院教授孙日瑶去年去陕西“洛川苹果”的产地洛川走了一圈,对于该产地发展苹果的积极性和很是震惊。近年来,陕西省掀起了省、市、县、乡各级政府抓苹果的热潮,在央视财经频道,洛川县委书记做代言站出来推介苹果。而这种场景,在全国如此多的

苹果产地中,也算独此一家。

“陕西苹果这几年品质提升确实很快,生产管理有了大幅度提高……”谈到陕西苹果,山东省果树研究所副所长辛力表示,虽然近些年来外地苹果特别是陕西苹果异军突起,但是烟台苹果因特殊的地理生态条件,有自己的产品特色,而且“烟台苹果果农管理经验全国第一,相比而言,陕西省整体来看与山东这边还有相当差距”。

政府自上而下主推苹果,此举在山东大学政治学与公共管理学院教授王佃利看来,并非长久之计。

## &gt;&gt;对策

## 院士力推“蓬莱模式”

“有产品,无品牌。”山东大学经济学院教授孙日瑶不无惋惜地表示,至今烟台苹果尚没有形成自己的核心品牌,在市场上与其他产地苹果同质化竞争,没有明确的目标顾客。

在孙日瑶看来,烟台苹果倚赖自然优势,形成了“烟台苹果”的特殊地理标识农产品,但这距离品牌商品的标准还远远不够。“品牌商品的基本特征就是不可替代性,而烟台苹果当前还处于相对粗放阶段,距离品牌商品的要求还差一大截。”

在国家苹果工程技术研究中心专家杨杰看来,烟台苹果的品牌之路还有很远,“烟台苹果有地域品牌,却缺乏商业品

牌。”杨杰举了个例子,“说青岛冰箱可能没人知道,要是说海尔冰箱,那效果就不一样了。”根据他的分析,从长远看,烟台苹果需要从当前与外省产量的竞争中脱身出来,努力为企业品牌的成长塑造良好的环境,“从烟台走出来一批叫得响的苹果品牌,必须走商业品牌的路子。”

中国工程院院士、国家苹果工程技术研究中心工程技术委员会副主任束怀瑞与杨杰联合提出了“蓬莱模式”的概念,蓬莱苹果产业的高投入、高技术、高亩产、高质量、高价格、高效益是突出的亮点,而这恰恰是多数烟台苹果所欠缺的。

从上个世纪烟台苹果独领风骚,到今天各省苹果“群雄混战”,中国的苹果产业和市场已经悄然“变天”了。烟台苹果应该如何突围?品牌之路有多远?近日,记者专访了中国工程院院士、山东大学教授、国家苹果工程技术研究中心的多位业界专家,以求破解之道。



烟台苹果倚赖自然优势,形成了“烟台苹果”的特殊地理标识农产品,但这距离品牌商品的标准还远远不够。品牌商品的基本特征就是不可替代性,而烟台苹果当前还处于相对粗放阶段,距离品牌商品的要求还差一大截。

山东大学经济学院教授  
孙日瑶



虽然近些年来外地苹果特别是陕西苹果异军突起,但是烟台苹果因特殊的地理生态条件,有自己的产品特色,而且烟台苹果果农管理经验全国第一。

山东省果树研究所副所长  
辛力



行政力量推动地方品牌的成长,只能适用于初级阶段,下一步还是靠市场来形成品牌认知。山东地方政府可以进行“错位竞争”,在深度挖掘核心价值方面做文章。

山东大学  
政治学与公共管理学院教授  
王佃利

蓬莱苹果产业的高投入、高技术、高亩产、高质量、高价格、高效益是突出的亮点,而这恰恰是多数烟台苹果所欠缺的。

——中国工程院院士、国家苹果工程技术研究中心工程技术委员会副主任束怀瑞

说青岛冰箱可能没人知道,要是说海尔冰箱,那效果就不一样了。从长远看,烟台苹果需要从当前与外省产量的竞争中脱身出来,努力为企业品牌的成长塑造良好的环境,从烟台走出来一批叫得响的苹果品牌,必须走商业品牌的路子。

——国家苹果工程技术研究中心专家杨杰

烟台苹果广告语

## 结束征集

即日起进行评选

本报烟台11月18日讯(见习记者 李娜)自11月5日起,本报联合烟台市农业局面向社会征集“烟台苹果”广告语及包装盒(箱)设计方案。记者了解到,该活动18日24时正式结束。在本报的大力助推之下,全国大部分省市的读者参与到了“为烟台苹果发展献计策”中来。下一步,该活动将进入信息整合和评选阶段。

“我们将以电子邮件的发出时间、信封上的邮戳时间为准,统计出在18日24时之前的全部投稿。”烟台市农业局工作人员对记者说,“从目前整理的稿件信息来看,除了西部几个省市,关注烟台苹果的读者遍布五湖四海。谢谢这些关注烟台苹果的热心人。”记者了解到,截至16日,仅电子邮件工作人员就收到了3000多封。

相关工作人员表示,从这次广告语征集的活动可以看出烟台市委、市政府做强做大苹果产业的决心和信心。齐鲁晚报作为全省发行量最大、社会影响力最大的报纸,在这次活动中充分体现了主流媒体的引导力量,为烟台苹果的品牌发展尽了一分力量。

记者从烟台市农业局了解到,优秀的烟台苹果广告语和包装盒(箱)设计方案将经过大众评选、专家评审之后,产生能够反映烟台苹果的品牌特征、朗朗上口的最佳广告语,以及体现烟台苹果绿色、优质、历史悠久特征的包装盒(箱)。



## 叶小文明日开讲宗教与人生

时间:上午8:10,地点:济南南郊宾馆俱乐部



本报济南11月18日讯(记者 张璐)20日上午8:10,第9期“齐鲁大讲坛”将在南郊宾馆俱乐部如约登场。中央社会主义学院党组书记叶小文将进行《宗教·人生·和谐》的主题演讲。

打进本报热线,预约领票的有不少市民,同时也替家人或朋友领取讲坛入场券。济南市民闫女士特意申

请了两张,电话中,闫女士称,如果时间允许,她要带着孩子一起去听讲座。闫女士称虽然孩子才上初一,很多话题可能不能充分理解,不过大讲坛能“近距离接触大家,是一个难得的机会,要让孩子开阔视野,领略大家风范。”

对于叶小文本期的演讲题目,有不少市民充满了好奇和兴趣,“我是学历史的,

以前多少也看过有关宗教的一些书籍,本身对这个话题也十分感兴趣。”杨女士称,“希望能在演讲中系统了解一些知识。”

叶小文曾任国家宗教事务局局长,现任中央社会主义学院党组书记、第一副院长。作为国内知名学者,叶小文著有《多视角看社会问题》、《化对抗为对话》、《从心

开始的脚步》、《宗教七日谈》等专著。

“齐鲁大讲坛”由省委宣传部、省社科联、齐鲁晚报联合主办,以搭建思想平台、共享精神财富为宗旨,每月两期,每期邀请一位嘉宾担任主讲人。

讲坛面向公众免费开放,有意参加者请拨打本报热线电话96706或省社科联

科普部电话0531—82981378预约。

为进一步扩大齐鲁大讲坛的社会影响力,更好地发挥大讲坛的公益性,服务听众、服务于读者,齐鲁大讲坛11月19日将成立齐鲁大讲坛友俱乐部,读者可登录齐鲁晚报网站(www.qlwb.com.cn)填写资料注册,或是拨打本报热线96706直接报名。