

## 论打造文山烟叶品牌的对策及措施

**摘要** 面对加入世贸组织,文山烟草同中国烟草一样,将面临更严峻的挑战。发挥优势,提高科技含量,打造文山烟叶品牌,是文山烤烟发展的必然选择。大力实施各项科技兴烟措施,努力提高烟叶质量,并认真做好烟叶产品的宣传、营销及相关服务工作,是打造文山烟叶品牌的关键。

**关键词** 文山 烟叶 品牌 对策

加入世贸组织后,随着烟草进口关税的降低、非贸易壁垒的削减、非关税保护措施的撤消,国内烟草市场将逐渐由全封闭转为全开放,烟叶市场竞争日趋激烈,作为烟叶生产大国的中国,烟叶生产发展将面临更严峻的挑战。如何充分利用地域优势,提高烟草的科技含量,生产危害性较小、安全性较高的烟叶,将是我国烟草得以发展的关键。烟叶作为文山经济的主要支柱产业,其发展与地方经济密切相关。面对新的经济形势,文山烟叶如何发挥自身得天独厚的自然优势,积极打造文山烟叶品牌,如何将自然优势转换为品牌优势,主动参与市场竞争,将是本文所要讨论的问题。

### 1 打造文山烟叶品牌的重要性

文山烟叶近10年来,一直深受国内各厂家的喜爱,其中一个主要的原因是:文山烟叶“清香”、“醇和”,内在化学成分比较协调,具有自己独特的风格;比较容易进入各厂家的卷烟工业配方。造就文山烟叶独特风格的原因是特殊的地理环境。充分利用这一地域优势,大力发展烟叶生产,将有利于促进文山经济的发展。随着全球经济一体化,市场竞争日趋激烈,市场转向以买方市场为主,品牌越来越显得重要。没有品牌的市场是脆弱的市场,没有品牌的竞争是脆弱的竞争。品牌是产品各方面特征的集中表现;在竞争激烈的市场,品牌是进入市场的通行证,是占领市场的王牌。面对新的经济形势,我们应该主动出击,采取有效措施,参与市场竞争,并不断通过科技创新,增加科技兴烟的含量,提高烟叶生产的技术水平,提高烟叶的总体质量水平,提高文山烟叶的知名度;逐步实现“文山烟叶”由一般品牌转化为名牌,真正做大做强“文山烟叶”这一品牌。

品牌是一种无形资产,有自己的名牌,才会有发展。随着市场经济的不断发展和改革开放的不断深入,人们的消费理念和方式日趋成熟。面对琳琅满目的商品,名牌将成为更多消费者的选择。打造文山烟叶品牌,实施名牌战略,树我品牌,将是今后一段时间内文山烟草人应该做的份内事,也是文山烟草得以发展的关键所在。

### 2 打造文山烟叶品牌的优势

文山州位于云南省东南部,北纬 $22^{\circ}41' \sim 24^{\circ}28'$ ,东经 $103^{\circ}35' \sim 106^{\circ}11'$ 之间,地势西北高、东南低,典型高原地带,地势和纬度影响,境内兼有北热带、南亚热带、中亚热带、北亚热带、南温带、中温带6种气候类型,立体气候较为明显。地貌形态主要为喀斯特岩溶地貌,主要土壤类型为红壤,PH值偏酸。年降雨量10

0 0 ~ 1 3 0 0 mm, 年平均气温 1 3 . 7 °C ~ 1 8 . 2 °C, ≥ 1 0 °C 的活动积温 4 8 5 0 ~ 5 8 0 0 °C, 其自然生态条件适宜发展烤烟生产。辖区 8 个县、人口 3 1 7 万、总耕地 3 9 3 3 3 3 公顷。根据云南省烤烟生产区划: 文山州最适宜区为 4 县 2 5 个乡镇, 总耕地 6 7 6 0 0 公顷, 其中旱地 4 4 6 6 0 公顷, 每年可稳定发展烤烟 2 万 ~ 2 . 7 万公顷, 产量 2 . 5 万 ~ 3 万吨; 适宜区为 5 县 1 9 个乡镇, 总耕地 2 . 9 1 万公顷, 其中旱地 1 . 6 1 万公顷, 每年可稳定发展烤烟 0 . 6 7 万 ~ 1 万公顷, 产量 1 万 ~ 1 . 5 万吨。文山烤烟种植最适宜区、适宜区面积达 4 . 9 2 万公顷, 每年可产烟叶 3 . 5 万 ~ 4 . 5 万吨, 发展烤烟生产具有较强的区位优势。

在烟叶复烤基础设施建设方面, 为适应国内卷烟工业的发展和出口烟叶的需要, 1 9 9 5 年建成一条具有世界先进水平的打叶复烤生产线, 年复烤烟叶 1 . 5 万吨, 既满足国内烟叶市场的需求, 又为烟叶出口创造了良好条件。

### 3 文山烟叶生产的现状

文山烟叶经历几十年的发展, 取得了前所未有的成就, 特别是近年通过学习借鉴、参与合作, 烟叶生产不论是种植水平还是调制技术都得到很大提高。每年收购烟叶均在 2 万 ~ 2 . 5 万吨。公顷产由原来的 1 0 5 0 ~ 1 5 0 0 k g 提高到 1 8 7 5 ~ 2 2 5 0 k G, 上等烟比例由过去的 1 0 % ~ 1 5 % 提高到 2 0 % ~ 3 0 %, 烟叶收购等级合格率由 2 2 % 提高为 8 3 . 8 2 %, 烟叶的化学成分逐渐趋于协调。在 2 0 0 0 年国家烟叶生产购销公司组织的优质烟叶全面质量鉴定中, 文山州丘北、砚山、文山 3 县送的 9 个样通过统一的外观质量、物理特性、化学成分、评吸质量等鉴定, 其中结果是: 在全国 2 1 6 个送样中, 丘北、砚山、文山 3 点的烟叶, 外观质量、物理特性、化学成分、评吸质量均达中等偏上水平, 丘北点的质量被排在云南乃至全国之首, 可与进口烟叶相提并论。

虽然这几年在烟叶发展中取得一定成绩, 但也还存在一些问题:

一是烟叶种植专业化程度低。文山烟叶生产仍是传统的农业生产模式, 一家一户, 一户几亩, 生产主体分散弱小、势单力薄, 抵御市场风险的能力弱, 生产成本低, 烟叶进入市场后, 缺乏价格上的竞争优势。因而, 造成烟叶参与市场竞争的能力弱。

二是烟叶种植的整体水平低。具体表现为: 抗自然灾害能力低, 烟叶生产很大程度是靠天, 生产波动较大, 产量质量不稳; 烟农文化素质较低, 科技普及率低, 接受新技术、新事物意识淡薄, 一些好的技术措施难以落实; 布局上存在不合理、缺乏合理轮作。

三是烟农分级水平及收购的等级合格率有待进一步提高。受价格因素影响, 长期以来烟农对分级扎把认识不到位, 质量意识淡薄, 对分级扎把不重视、投入少, 分级水平不高, 烟站收购的等级合格率低, 这些问题不利于文山烟叶的发展。

### 4 打造文山烟叶品牌首先应该思考的问题

#### 4 . 1 “文山烟叶”品牌的设计和注册

品牌的设计就是对所申报的品牌作细致入微的设定, 包括产品、企业、个性、符号等品牌全方位的内容。品牌设计认同经传播后, 即为被消费者所认同的品牌形象。品牌设计应考虑品牌的理念识别、行为识别、视觉识别三方面的内容。

设计好的品牌要及时向有关部门申报注册。这样品牌才会受到法律的保护。

#### 4. 2 文山烟叶品牌的定位

文山烟叶以清香、醇和、内在化学成分协调而扬名。打造文山烟叶品牌，首先要考虑品牌的定位，文山烟叶品牌的定位：应是比较定位，以清香烟叶为主，发掘与之相关产品。

#### 4. 3 文山烟叶品牌的维护

品牌是消费者与产品有关的全部体验，品牌不完全是产品，产品只是其中的一方面。品牌是客户最终认可的产品和服务。产品和服务的好坏具体表现在质量上，所以质量才是关键的问题。文山烟叶品牌要着眼于长远的规划，拒绝短期利益的诱惑。文山烟叶品牌经营要做到在务实的基础上，提高烟叶质量，强化服务质量，大胆创新。在品牌维护上要视商标为生命。商标是产品的名字标识，要不断创新，创新才会使品牌不断发展和延伸。建立一个强势品牌：一是需要保持销量、市场份额健康成长；二是要注重品牌形象提升和品牌资产积累，只有这样品牌才可能驰骋市场长盛不衰。做大、做强文山烟草，不仅要靠技术创新，而且要和体制创新结合起来，认真抓好每一项具体工作。

### 5 打造文山烟叶品牌应采取的措施

加入WTO后，面对经济一体化，市场竞争的国际化，要使我们的品牌真正具有国际竞争力，就必须提高核心竞争力。要提高核心竞争力就得从树立良好品牌形象抓起，认真做好企业标识、产品质量、服务、营销等与品牌形象有关的具体工作，促进良好品牌形象的树立。

#### 5. 1 实行烤烟区域化、适度规模化、产业化生产的模式

抓住国家对烟叶生产实行“双控”和国家实施西部大开发这一契机，正确引导、调整种植结构、合理布局、合理轮作，促使我州烟叶种植向最适宜区、适宜区转移，逐渐达到烟叶种植区域化。通过调整种植结构和布局，促使烟叶生产向种烟能手转移、向专业户转移，逐步实现规模化、专业化生产。烟草产业化是发展现代烟草农业的必然趋势，是按现代化大生产的要求在纵向上实行产销一体化，在横向上实行资金、技术、人才集约经营，最终实现生产专业化、产品商品化、服务社会化的生产经营格局。烟草实行产业化生产可以通过市场——公司——基地的运行方式，把分散生产者组织起来，形成较大的市场竞争主体，增强参与市场竞争和抵御风险的能力，促进烟草经济增长由粗放型增长向集约型增长转变。文山烟叶生产为千家万户种植，生产规模小、烟农知识水平和技术素质差，接受新技术的能力有限，加上多数烟区经济基础较差，投入不足，烟叶生产技术措施难以落实，烟叶生产的技术水平和烟叶质量不平衡，在很大程度上限制了烟叶总体质量水平的提高。为此，积极探索烟叶区域化、适度规模化、产业化生产的模式，可以解决烟叶质量差异问题，有利于各项先进技术措施的实施和新技术推广，降低生产成本，提高烟叶生产的总体水平，使之形成规模经营，实现规模效益。笔者认为：要实现规模效益、规模经营，在烟叶种植最适宜区必须积极推行承租式的种烟方式，以户为单位，面积在1.33~3.33公顷比较为宜；充分发挥种烟能手的优势，实现规模化、专业化发展。

#### 5. 2 实行定单式的生产方式

烟草企业通过与烟农签订种植收购合同，建立一种契约关系，结成利益共同体，有利于烟叶生产向产业化发展，有利于先进生产技术、经营管理方法能及时应用到生产中去。通过合同把市场需求信息及时传递给烟农，使其在生产规模和生产结构上与市场相适应。通过扶持与服务，将产品在各个环节实现的增值向烟农部分返还，改变单纯由烟农承担风险的状况，使烟草农业能像其他产业一样获得社会平均利益，提高烟草农业的比较效益，实现企

业、烟农在利益上的双赢，文山烟草才会稳步发展。

5.3 加大科技兴烟力度，提高烟叶生产、加工的整体水平，促进烟叶质量的进一步提高

5.3.1 选用良种、辅之相应技术措施，保持文山烟叶“清香风格”。通过选用良种和采取相应措施，保持烟叶的“清香风格”，最大限度地让清香优势转变为比较优势、让比较优势转换为品牌优势。

5.3.2 加大测土施肥、病虫害防治等课题的研究应用。采取有效措施，合理解决烟叶生产中的农药残留问题、烟叶尼古丁高的问题，逐步实现烟叶的无公害生产，生产符合卷烟工业需要的安全型烟叶。从而，促进文山烟叶稳步健康发展。

5.3.3 学习借鉴国外先进生产技术，大力推广剪叶炼苗、肥料定位深施、养足烟叶成熟度、科学调制等先进技术，努力提高烟叶生产、调制的整体水平，生产更多符合市场需求的产品。

5.3.4 加快打叶复烤工艺的改进，使其尽快与国际标准接轨，加工复烤出国际需要的打叶片烟。

5.4 坚持以市场为导向、以质量为中心、以销定产、强化服务的经营方针

以质量取胜，以质量求生存、求发展是市场经济的发展趋势。烟叶生产应紧紧围绕市场需求而开展，市场需要什么样的烟叶就生产什么样的烟叶。生产必须适应市场，用市场需求指导好生产。烟叶生产实行合同定单式生产程序。

质量上：烟叶生产是以质取胜的产业，谁生产的烟叶质量好谁就拥有市场。烟叶不论生产还是加工都必须注重质量的提高。提高烟叶质量应抓好以下环节：一是大田栽培管理，二是烟农及收购人员分级培训，三是收购站（点）的管理，四是复烤加工前的纯化，五是复烤时的工艺质量管理。

服务上：一是政府部门要转变职能，做好服务，为烟草企业、生产者提供烟叶生产、销售的有关信息，鼓励引导烟叶生产向最适宜区、适宜区转移，向种烟能手转移，充分发挥政府的宏观调控作用，实现烟叶区域化、规模化、产业化发展。二是作为烟叶生产的具体经营者，应以市场为导向、以质量为中心、以销定产，合理组织生产、加工、销售。并在整个过程中提供必要的服务，让自然优势最大限度地转换为经济优势，实现国家、企业、生产者利益最大化。

5.5 加强对外合作，扩大文山烟叶的知名度和市场份额

一是办好上海烟草集团烟叶示范基地。文山自1998年与上海烟草集团开展技术合作以来，每年向该集团提供优质烟叶约5千吨，使其文山烟叶进入上烟集团的卷烟配方，也为文山烟叶争占国内市场打下了良好基础。

二是办好英美烟草公司（BAT）的烟叶技术合作试验示范基地。通过与BAT开展技术合作，提高烟叶的种植水平和调制技术水平，改善烟叶质量，生产出更多符合国际需求的国际型烟叶，拓展文山烟叶的市场占有份额，逐步使文山烟叶与国际烟叶市场接轨，为文山烟叶出口国际市场打下基础。

参考文献

文山烟草，2001，（2）

张明

云南省烟草文山州公司

[\[网站导航\]](#) | [\[设为首页\]](#) | [\[联系方式\]](#) | [\[意见反馈\]](#)

www.tobacco.org.cn All Rights Reserved.

版权所有 中国烟草学会

本网站由中国烟草物资电子商务网提供技术支持