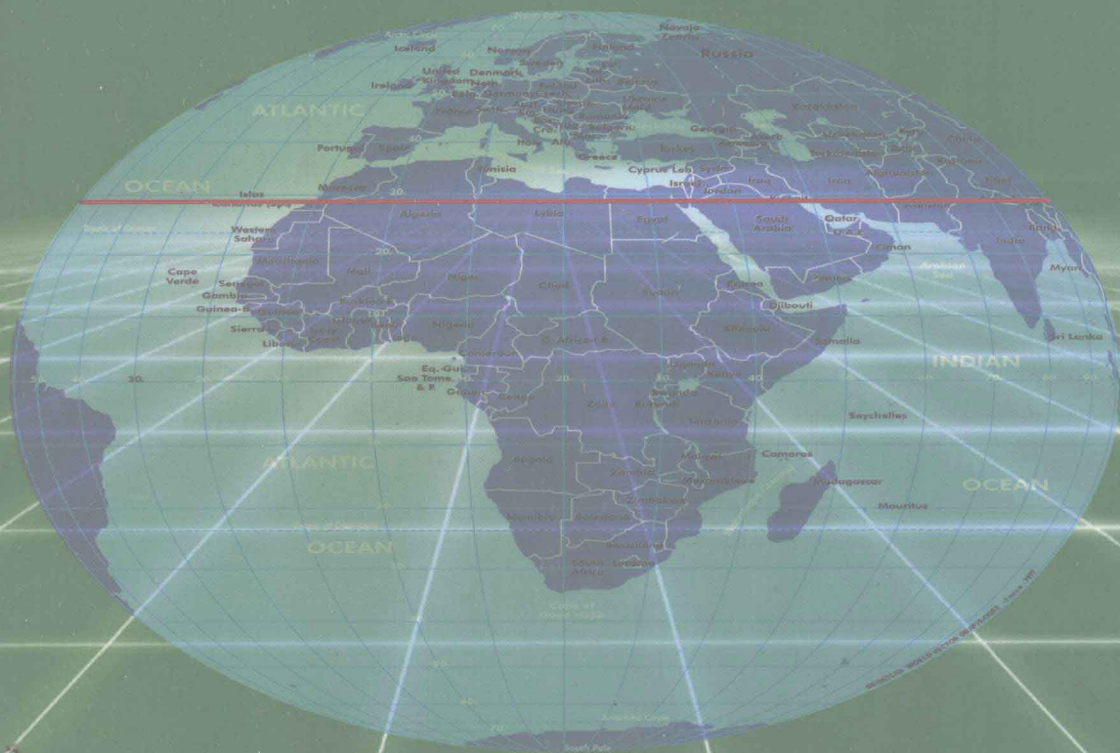


湖南湘西学者研究丛书

湘西学者环境资源研究

湘西三带理论

主编 胡章胜



中国文史出版社

湘西学者环境资源研究:

湘西三带理论

主 编 胡章

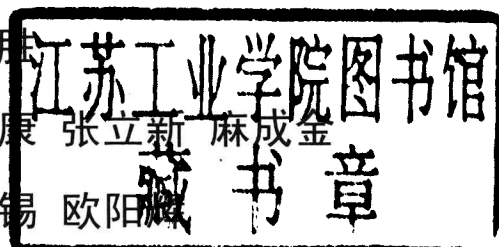
副主编 张永康

陈功锡

张立新

麻成金

欧阳



中国文史出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

湘西学者环境资源研究：湘西三带理论/胡章胜 主编.
—北京，中国文史出版社，2006.7

ISBN 7-5034-1833-8

I. 湘... II. 张... III. 自然资源—资源开发—研究
—湘西地区 IV. F124.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 081618 号

书名：湘西学者环境资源研究：湘西三带理论

责任编辑：朱 荔 封面设计：刘明生

出版发行：中国文史出版社

社址：北京市西城区太平桥大街 23 号 **邮编：**100811

印刷：怀化建南轻印办公设备公司 **邮编：**418000

装订：吉首大学彩印厂 **邮编：**416000

经销：新华书店北京发行所

开本：787×1092 毫米 1/18

印张：14.4 **字数：**250 千字

版次：2006 年 7 月北京第 1 版

印数：1000 册

定价：39.00 元

文史版图书如有印、装错误，工厂负责退换。

前 言

以张永康教授为首席专家的科研团队，在研究湖南西部资源综合利用的长期科技实践中，发现湘西存在着三个具有独特优势的自然带，即气候上的微生物发酵带、土壤中的富含硒带和植物群落中的亚麻酸带，并把这一发现逐步上升为对湘西资源的科学研究和生产实践乃至湘西的经济发展具有指导作用的理论，简称湘西“三带”理论。

湖南省哲学社会科学评审委员会立项（2005 年重大项目），由湖南湘西自治州副州长胡章胜同志牵头，组织吉首大学、湖南省林产化工工程重点实验室、湖南省猕猴桃产业化工程技术研究中心、州社科联等单位，搭建了以张永康教授为首席专家，40 余名专家学者和工作人员参加的课题研究团队，开展“湘西三带理论和应用研究”，取得诸多研究成果。

《湘西“三带”理论研究与实践》收集和汇编了 42 篇课题研究论文，按理论研究、亚麻酸带研究、发酵带研究和富硒带研究等专题进行编排，内容涉及植物化学、地理化学、生态学和食品化学等基础研究领域，同时也包括资源的提取、有效成分的分离纯化、加工和应用技术等应用研究领域。当前，湘西自治州正以“三个代表”重要思想、党的十六届五中、六中全会精神为指导，全面落实科学发展观，大力推进社会主义新农村建设，构建社会主义和谐社会。联系湘西实际，建设社会主义新农村的中心任务是增加农民收入。要增加农民收入，最关键的环节是根据本地资源优势，发展农产品加工，推进农业产业化，而发展农产品加工，推进农业产业化，就必须进一步加强农业产业化相关理论和技术研究这一基础性工作。我们期望，“三带理论”对促进湖南西部的经济发展和农业产业化具有积极的指导意义。

2006 年 7 月

目 录

一、理论研究篇

- 1、湘西“三带”理论与产业经济发展……………胡章胜 等(1)
- 2、创立湘西“三带”理论 挖掘特色经济潜力 …………… 张永康(14)
- 3、建设创新型湘西 必须突出科技的自主创新…………… 张永康(18)
- 4、湘西发展发酵产品的思考 …………… 张永康(23)
- 5、从市场角度分析杜仲产业化项目 …………… 张立新(25)

二、亚麻酸带研究篇

- 1、湘西亚麻酸植物资源初步研究……………陈功锡 等(30)
- 2、猕猴桃果仁油脂脂肪酸的测定及其利用……………张永康 等(48)
- 3、超临界 CO₂ 从猕猴桃果仁中萃取亚麻酸油的工艺研究……张永康 等(51)
- 4、花椒籽中亚麻酸油的提取及其利用……………张永康 等(55)
- 5、猕猴桃籽油保健功能研究……………李加兴 等(58)
- 6、杜仲翅果籽油与猕猴桃籽油的比较研究……………麻成金 等(66)
- 7、微波和超临界 CO₂ 萃取杜仲籽油工艺研究 …………… 麻成金 等(72)
- 8、腊尔山 1 号月见草籽油的超临界 CO₂ 萃取及成分研究……欧阳辉 等(81)
- 9、月见草油-β-环糊精包络物的稳定性研究(Ⅰ)……………欧阳玉祝 等(85)
- 10、月见草油-β-环糊精包络物抗氧化性能研究(Ⅱ)……………欧阳玉祝 等(91)
- 11、木瓜、火棘和麦冬籽油脂肪酸组成与维生素 E 含量测定…唐克华 等(98)
- 12、亚麻酸及亚麻酸资源 …………… 卢成英 等(103)
- 13、杜仲研究新进展……………李 辉 等(110)

三、发酵带研究篇

- 1、活性百合双歧酸奶的加工工艺研究 …………… 姚茂君 等(118)

- 2、湘西河溪香醋优势黑曲霉筛选及产酶条件的研究·····麻成金 等(123)
- 3、河溪香醋优势醋酸菌筛选 ·····黄 群 等(129)
- 4、杜仲百合保健醋的研制 ·····麻成金 等(137)
- 5、醋萝卜快速成熟与配方的研究·····张克梅(145)
- 6、干红杨梅酒的生产工艺研究·····姚茂君 等(151)
- 7、开发猕猴桃酒的若干问题探讨·····李加兴 等(155)
- 8、猕猴桃酒生产工艺研究·····李加兴 等(158)
- 9、枇杷果酒酿造工艺研究·····麻成金 等(163)
- 10、湘西包谷烧酒生产工艺初探 ·····李加兴(170)
- 11、自然发酵大豆产品的加工与保藏技术研究·····曹 庸 等(173)
- 12、酒鬼酒馥郁香型风格的研究·····刘建新 等(178)
- 13、活性干酵母辅以糖化酶在混蒸混烧湘泉酒生产转排及后轮中的
应用初探 ·····李湘洪 等(190)

四、富硒带研究篇

- 1、2,3-二氨基萘荧光光度法测定湘泉酒所用水源中的硒·····赵立刚 等(197)
- 2、DAN 荧光法测定杜仲翅果仁的微量硒 ·····杜 菡 等(201)
- 3、猕猴桃微量硒的测定和施加硒肥的比较研究 ·····陈莉华 等(204)
- 4、DAN 荧光法测定原烟团棵期的痕量硒·····张永康 等(207)
- 5、微量元素硒及其测定方法 ·····覃事栋 等(211)
- 6、微量元素硒及其硒肥·····刘建福 等(219)
- 7、微量元素硒与人体健康关系研究的新进展·····刘建福 等(223)
- 8、硒对肉鸭生长作用的研究·····王浓章 等(233)
- 9、硒肥对猕猴桃含硒量和品质的影响研究·····陈莉华 等(237)
- 10、湘西自治州植烟区土壤和烟叶含硒量的调查 ·····李国民 等(240)
- 11、富硒猕猴桃的降脂作用和对血流变的影响 ·····陈莉华 等(246)

湘西“三带”理论与产业经济发展

胡章胜 鲁明勇

摘 要：湖南西部存在着微生物发酵、土壤富硒和天然亚麻酸三个独特的自然带，要根据这三个独特自然带的经济特性，大力发展湘西的产业经济。“三带”产业经济发展的核心是定位和创建“三带”产业品牌，重点打造三带产业集群，推动“三带农业、三带农产品加工业、三带旅游服务业”三位一体的产业链集群体系的形成。同时，采用产业循环经济的发展模式，最终把三带的资源优势转化为经济优势，提升湘西产业经济的整体竞争实力。

关键词：三带；特色资源；湘西；产业经济

美国著名学者迈克尔·波特在《国家竞争优势》中认为，区域的竞争力主要表现在该区域的产业竞争力上，自然资源作为生产因素，在决定区域产业竞争力的诸要素中，起着重要作用。湘西作为经济相对落后的民族地区，其产业在与周边地区或发达地区竞争中，要确立自身的优势地位，必须寻求一种独特的、为别的区域无法“模仿”和“复制”资源，那么在湘西是否具有这种独特的资源呢？从生态自然资源来看，湘西存在着特有的“三带”资源。

一、湘西“三带”特色资源简介

湖南西部处于地球表面北纬 28±2 度之间，雨水充足，日照适中，气候温和潮湿，以山区丘陵为主，沟壑纵横、名泉繁多。在湖南西部二十多年科技实践和研究积累中，一些科技工作者逐步发现总结出湖南西部存在着微生物发酵、土壤富硒和天然亚麻酸三个生态自然带。

（一）微生物发酵带

湖南西部产湘酒鬼、锦江泉、武陵大曲、老爹贡酒等名酒，国家级名酒五粮液、郎酒、茅台、泸州老窖也出自与湖南西部相邻且处于同一地球纬度带，湖南西部的气候、地质条件与四川宜宾、泸州、贵州遵义等地极其相似，这给人以极大的联想与启示。1988 到 1995 年，科学工作者通过对武陵山区微量元素矿泉水的调查时，发现这一地带的水质均属碳酸或硅酸型水，富含多种人体必须的矿物元素，加上温和潮湿的气候、微酸性土壤能促进真菌和酵母菌的生长繁殖，非常有利于酿酒过程

的“粮化”和“发酵”，构成了地球上的一个独特的生物发酵带。同样，利用大米发酵酿造的吉首河溪香醋，利用大豆发酵制造的原保靖酱油，以及湘西的酸菜、腌制品、腊制品都成为湖南独特的风味食品，其实质也是因为有一个适合真菌生长的生物发酵环境。换言之，湖南西部处于一个适合真菌生长的微生物发酵带之中，这是大自然赐给湘西地区的一个巨大自然资源和无形资产。

（二）土壤富硒带

1988年到1998年的十年中，有两个课题研究成果，引起我们注意：一个是姚俊博士主持的《武陵山区微量元素矿泉水资源调查》，调查142个矿泉，取样480个，在筛选出的27个达标矿泉中，富含锌、硒元素的有9个，占1/3，表明湘西地下水中富含硒。另一个李国民教授主持的《富硒烟草的培育研究》，在对湘西土壤进行测定时，发现大部分土壤中含硒量在0.19-0.72PPM，含硒量大于0.4PPM的有龙山县、永顺县、保靖县、花垣县和吉首地区，初步圈出5个含硒区和4个预测含硒区，构成一个富硒土壤带。北京大学牟保磊教授所著的《元素地球化学》一书明确地把湘西和鄂西列为我国的富集硒区。由于硒是人体必需的微量元素，能激活人体免疫系统，预防肿瘤和心血管疾病。世界有40多个国家地区缺硒，我国也有22个省市自治区缺硒，目前我国成人日均摄硒量仅为26.63微克，中国营养学会推荐成人日摄硒量在50-120微克之间。因此，如何发挥湘西富硒土壤带资源优势，开发天然富硒食品，是提高人体健康水平的重要途径。

（三）天然亚麻酸带

1998年底，湘西的科研人员在研制猕猴桃果汁时意外发现猕猴桃籽富含不饱和脂肪酸，特别是 α -亚麻酸含量高达60%以上。2001年他们用超临界CO₂萃取制得具有生物活性的亚麻酸，并在老爹公司开发成市场畅销的国产保健食品——果王素。2002年，又从湘西大面积种植的名贵药材杜仲资源中提取了优质的亚麻酸，含量也在60%以上。杜仲是我国特有的药用植物，品质又以湘西最优，含亚麻酸高达60%以上的植物很少，而在湘西适合种植这种高含量的亚麻酸植物。最近，科技工作者又从湘西花椒等一些植物中提取了高含量的亚麻酸。这表明在大湘西植物群中存在一个亚麻酸带。亚麻酸作为一种新型保健食品添加剂已风靡世界，含天然亚麻酸的保健食品和药品已越来越受人们的欢迎，而湘西丰富的亚麻酸植物资源将成为新的经济增长点。

（四）“三带”特色资源具有巨大的经济价值

湘西地区的这三个自然带，是极为特殊的地理、气候、资源自然禀赋优势，它们具有两个重要经济特性：一是环境不可模仿性。“三带”只存在于湖南西部北纬28±2度之间，是地球上的地理、气候等环境综合作用而形成的一个非常独特的自然带，别的区域无法模仿。在湖南吉首的风味小吃醋萝卜、龙山的酸大头菜，在当

地生产则极为美味,曾有人把生产地移到其它地区以相同的工艺生产,味道却相差甚远,这就是湘西独特的微生物发酵带在发挥作用。别的地区可以模仿同类产品,却无法模仿产品生产所需要的自然环境,因此产品的品质无法得到保证。二是技术不可替代性。由于三带是大自然“天赐”的,无法用新技术新工艺替代生产,除非能够人为制造出“虚拟自然环境”。有一个明显的佐证:国外的高新技术无法生产如我国品质的宣纸,因为国外不具备宣纸生产的自然环境,这就是技术的不可替代性。既然湘西存在着三个自然带,那么完全可以生产出不能用新技术新工艺替代的创新产品。现代技术发展,要制造一个“虚拟自然环境”也不是没有可能,但巨大成本是不经济的。

由于三带资源的不可模仿和不可替代性,为我们发展经济就创造了很好的先决条件。我们可以利用自然赋予的竞争优势,大力开发“三带”特色生态资源,大力推进“三带”工业产品的技术研究和开发,积极扶持和创办“三带”农业和农产品加工,培植资源特色型支柱企业和龙头企业。同时,依托建立起来的“三带”产业资源,发展“三带”生态农业观光旅游业、“三带”工业品生产体验旅游业,建立“农业——农产品加工业——旅游业”三位一体的“三带”产业链集群。

二、基于“三带”特色资源,发展湘西产业集群

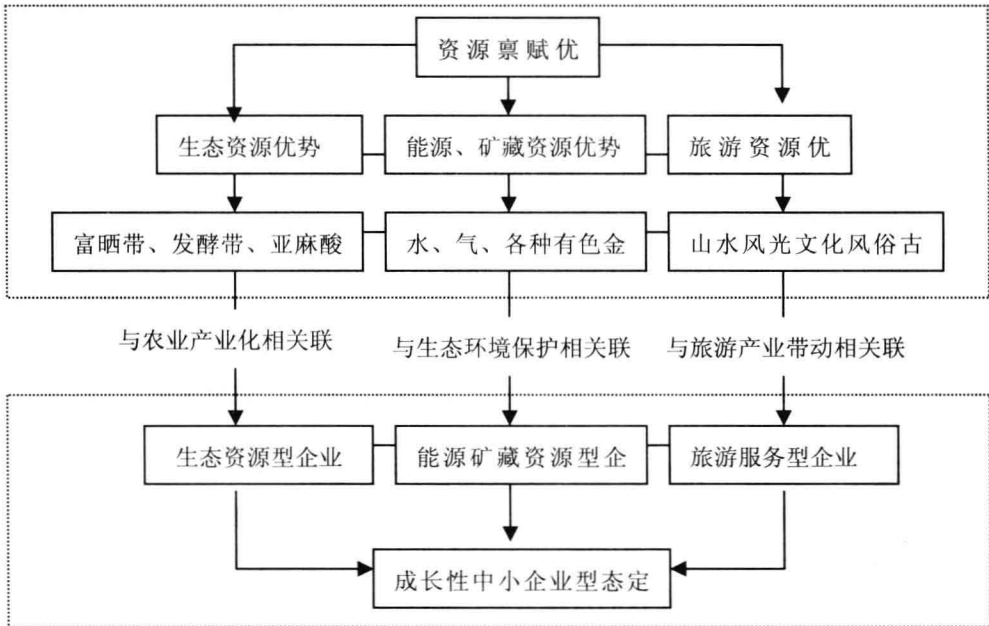
产业集群,又称企业集群,是指将一群相互独立、彼此依赖、既有专业分工又有资源互补,在同一条产业链上生存发展的不同企业在某个地理区域进行聚集的经济现象。根据国内外产业集群发育的过程来看,湘西极有可以在“三带”产业链上形成产业集群。见图表 1:

(一)“三带”特色资源是湘西产业集群的基础

世界上许多发达国家、我国珠三角、长三角等经济发达地区出现了一批集聚度高、专业分工细的产业群。国外有美国的航空、计算机产业集群,意大利服装业集群,日本的消费电子业集群,瑞士的手表集群,丹麦的肉类和肉制品业集群,荷兰的花卉和乳制品业集群;国内有珠海和苏州的 IT 产业群,温州的鞋服装业集群,海宁的皮制品集群,义乌的小商品业集群等。这些产业群的出现都极大地带动了当地的区域经济发展,促进了地方产业结构的调整,也为国家和地区经济增加了竞争优势。这些产业集群有一个共同点就是都有一类或一种核心产品为基础,围绕着这类核心产品,集群了大量的企业和其它组织机构,形成了知识集中、信息通畅、交通便捷、成本节省的集群优势。

众所周知,湘西资源禀赋优势也不仅“三带”一项,经过多年的经济实践和理论研究,湘西的特色资源可以分为三类:“三带”生态特色资源、旅游优势资源、能源矿藏优势资源。近年来,这三大特色资源的开发都取得了比较令人瞩目的成绩,

吸引了一大批中小企业，形成了不同的企业发展型态，如图表 1。以这三种资源，可以发展形成三种产业集群：一是湘西“三带”产业集群；二是湘西旅游产业集群；三是湘西能源矿藏业集群。现在，湘西能源矿藏业发展迅猛，湘西旅游产业日新月异，我们认为，有独特的“三带”资源基础，发展湘西“三带”产业集群，同样具有光明前景，应该引起各界足够的重视。



图表 1：湘西特色资源与成长性中小企业型态定位

（二）湘西“三带”产业现状

湘西从事“三带”产业发展的企业有限，目前还没有形成产业群。产业现状主要表现在以下几个方面：

- 1、“三带”企业个数极为有限，还没有达到集群的数量规模。
- 2、“三带”企业没有体现出高成长的迹象。酒鬼公司经过多年发展，由于体制问题、市场问题、人才问题、投资融资问题，发展遇到困难；“三带”企业的后起之秀老爹公司，虽然发展迅速，成为全州农业产业化龙头企业，对带动农民脱贫致富方面有所成绩，但其规模不大，市场表现并不尽如人意；其它的一些“三带”企业，则飘浮不定，经营时好时坏，体现不出集群内企业高成长的态势。

3、“三带”产业影响力有回落趋势。湘西“三带”的龙头企业湘酒鬼在 1999 年顶峰时，曾提供湘西州 85% 以上的财税收入，然而近年对财政的贡献逐渐减少。

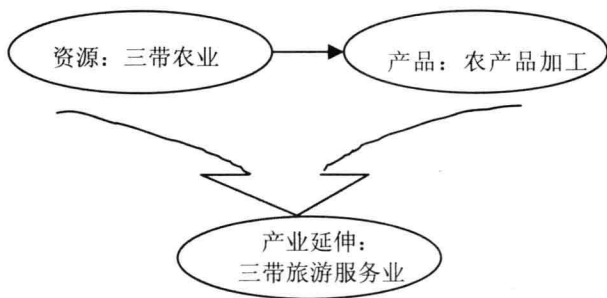
而后起之秀如老爹公司等，产业能力更为有限，无法对地方财政作出重要贡献，因此产业影响力趋势向下。

4、企业间互动性差，没有形成整体实力。湘西“三带”企业往往是各自为阵，没有形成区域间的良性互动，在技术开发、产品换代、人力资源、市场营销、决策管理等方面没有合作或合作程度极低，也没有诸如“三带”行业协会之类的协调组织去促进企业间的合作，没有形成区域内集群企业的整体产业优势。

（三）湘西“三带”产业集群建设思路

根据“三带”产业特点，湘西“三带”产业集群，应该属于产业链集群。虽然目前湘西“三带”产业集群还没有形成，但国内很多产业集群的优秀案例可以作为借鉴。区域经济的后发优势理论告诉我们，经济落后的贫困地区，可以借助先进地区的技术和经验，跨越某些阶段，直接发展，以取得“后发优势”。因此，湘西可以有意识地先建立“三带”产业发展体系，然后在成熟的产业体系基础上发展集群。

“三带”产业体系主要由“三带农业、三带农产品加工业、三带旅游服务业”三个部分组成，如图表 2 所示。



图表 2 湘西三带产业体系

1、发展“三带”农业，增加农民收入。

“三带”产业，是利用湘西气候条件下特有的微生物的生命作用（发酵带）获得产品原材料和完成产品生产的过程，或者是由湘西特定环境的水质和土壤条件下生长的植物（如富硒猕猴桃）为原料的获得产品的过程。其资源来源于农业生产种植，湘西“三带”农业是“三带”产业的起点。

发展“三带”农业，是湘西农业产业化的新路。三带农业由于是湘西三带产业整体发展的起点，因而资源的销售有市场保证，湘西农民可以调整农业种植结构，优化种植品种，将三带农业与退耕还林、退人还山战略连接起来，发展产业化生产和经营，脱贫致富。

2、发展“三带”农产品加工业，加快湘西农业产业化进程。

如前所述，基于“三带”，可以开发出酒类、特色食品、副食品、调味品、保健美容产品、药品等6大类，18种产品。这些产品，要求有一定的技术水平和加工工艺，是具有一定科技含量的加工工业过程。“三带”农产品加工业提供“三带”生产的产品，是“三带”产业的重心。

发展“三带”农产品加工业，首先要从农产品加工业结构调整上倾重于三带产品生产企业，“关、停、并、转”一些与其它地区重复的没有优势或优势不突出的企业；其次要以“三带”特色资源为吸引点，大力开展招商引资，吸引外地资本和技术；第三是对成长性较强“三带”产品企业以工商、税收、资金、技术、人才方面的优惠政策，帮助它们更快打造品牌，完成资本积累，成长壮大。

3、发展“三带”旅游业，延伸“三带”产业链条。

老爹公司利用“三带”特色，将产品推广与旅游服务业捆绑起来的做法非常成功。许多旅行社在带旅游者去凤凰途中或游览之后，都有参观老爹公司的项目。目前这项工作还只是尝试过程中，没有得以全面推广。其实完全可以以“三带”的两大基本产业（三带农业、三带农产品加工业）为基础，拉长产业链条，大力发展“三带”旅游服务业：一是发展三带旅游观光农业，在三带原材料生产基地开展旅游项目，以原生态的资源吸引游客；二是发展三带旅游体验农产品加工业，在保守商业生产技术秘密的基础上让旅游者观赏生产过程，再体验和品尝三带产品，既起到销售推广的作用，又实现了旅游目的，为湘西旅游业增加了新的亮点。

4、打造“农业、农产品加工业、旅游服务业”三位一体的三带产业集群。

今后湘西三带产业，要形成产业集群，必然是一个跨产业部门的产业链集群。围绕三带资源与产品，形成“农、工、旅”一体化的产业集群系统。实行“农户+基地+公司”的模式，农工结合，打造农业产业化集群，把增进农民收入与实现公司利益的目标统一起来，成为利益共同体。把三带旅游农业和三带旅游农产品加工业统一起来，实现“农户——基地——工业企业——旅游企业——政府及其它中介服务组织——科研院校及科研机构”相结合，发展“三带”产业集群。

三、基于“三带”特色资源，打造湘西产业的核心品牌

“三带”只是湘西的资源优势，显示了湘西产业发展的资源潜力，但要把资源优势变经济优势，最首要的问题是大力开发“三带”产品，构造“三带”产业核心品牌。湘酒鬼品牌和老爹果王素品牌的成功，证明“三带”产品是湘西最具有打造区域产业核心品牌的潜力和素质。“三带”产品要打开市场，走向成功，一定要走品牌之路，要依据“三带”特色，打造“名牌”产品，把地区知名产品推广为省域品牌、国家品牌，直至国际品牌。

(一) “三带” 特色产品开发

基于“三带”，可以开发出酒类、特色食品、副食品、调味品、保健美容产品、药品等 6 大类，18 种产品。利用发酵带，可以开发出白酒系列、药酒、啤酒等；腊味系列、酸味系列、腌制品系列、窖藏品系列、调味品系列等产品；利用富硒带和亚麻酸带，可以开发出各种保健食品、保健药品、护肤美容品和中成药；富硒酒类、饮料和矿泉水；新鲜水果、果脯果肉果蔬等副食品、酱醋等调味品；还可以提供富硒或富含亚麻酸植物工业原料等，如图表 3。

图表 3：“三带” 与产品开发

三带资源	产品类别	
	大类	小类
发酵带	酒类、特色食品、副食品、调味品	白酒系列、药酒、啤酒等；腊味系列、酸味系列、腌制品系列、窖藏品系列、调味品系列
富硒带、亚麻酸带	保健品、副食品、药品、酒类、富硒或富含亚麻酸植物工业原料	各种保健食品、保健药品、护肤美容品和中成药；富硒酒类、饮料和矿泉水；新鲜水果、果脯果肉果蔬等副食品；酱醋等调味品；富硒或富含亚麻酸植物工业原料

(二) “三带” 品牌现状

在“三带”特色自然资源还没有被人们认识之前，“三带”产品是以“湘西特产”的形式展示于世人面前，随着酒鬼酒和老爹果王素的成功，政府和企业才认识到由“特产”变“名牌”的重要性。但是目前来看，三带产品的品牌开发仍然非常薄弱，品牌影响力低，影响范围小，基本现状如下：

1、国内、省内知名品牌的凤毛麟角。属于全国知名品牌的只有湘泉集团酒鬼酒公司（以下简称“酒鬼公司”）生产的酒鬼酒，湖南省内知名品牌是湖南老爹农业开发股份有限公司（以下简称“老爹公司”）生产的果王素，而大多数产品只是地区内的知名产品，如图表 4。

2、许多“三带”产品还处于“自然”状态，没有进行产业化开发。如酸菜系列、腌制品系列、醋制品系列，属于农家和城市居民手工自产，缺少企业介入，商业化、产业化程度极低。

3、现有的“三带”产品品牌经营出现了暂时困难。湘酒鬼是最先创立全国知名品牌的“三带”产品，酒鬼公司也是湘鄂渝黔四省边区最先上市的大型企业，但

由于全国白酒市场竞争的压力和资本化经营过程中出现的一些问题，湘酒鬼品牌形象受到了严重的影响。

图表 4：“三带”产品品牌列表

代表性企业	地区知名产品	省级知名品牌	全国知名品牌	产品类别	利用的自然带
酒鬼酒公司			酒鬼酒系列	酒类	发酵带
老爹农业科技		猕猴桃系列产品、果王素		保健品、特色食品	富晒带 亚麻酸带
喜阳食品公司	皮蛋、果蔬饮料			特色食品、副食品	发酵带
老槐腊味公司	老槐腊味系列				
吉首河溪生产香醋的一些小乡镇企业	香醋				
农家和城市居民自产	湘西的酸、腌、醋、腊制品系列				

4、新兴的“三带”新品牌仍处品牌导入期，还没有完全打开局面。以老爹公司、老槐腊味和喜阳集团为代表的“三带”产品开发的后起之秀，有一定发展，但产品品牌极不稳定，起伏较大。除老爹公司的“果王素”有成为知名品牌的趋势之外，老槐腊味和喜阳集团都缺少市场认同感较强的、有实力冲击名牌的主打产品，品牌之路仍比较漫长。

（三）“三带”品牌建设成功经验

1、湘鬼酒品牌经验：虽然酒鬼公司目前出现了暂时困难，但其利用“发酵带”酿造美酒，确立全国知名品牌经验值得我们好好总结。酒鬼酒的品牌构建是以神秘的湘西民族文化为底蕴，独特的品牌形象设计得到市场接受认同；其次是酒鬼酒上市之初有极为策略的品牌定价，一开始就瞄准高端消费市场，确立了“名酒”的价格品牌定位。第三是打出“文化酒”口号，标榜做“惊世美酒”吸引品牌人气。

2、老爹果王素品牌经验：老爹公司的成功是利用“三带”中“富晒带”和“亚

麻酸带”最为成功的企业。老爹公司的系列产品是以富硒猕猴桃为原料进行精细加工,其核心产品是从猕猴桃籽中提取亚麻酸,开发出的极有市场号召力的保健新果品王素。老爹公司摒弃贫困地区发展劳动密集型企业定位模式,走高技术精深加工之路,并准确把握世界市场“绿色消费、保健型消费”的趋势,开发出高品味的保健食品和美容品。其猕猴桃种植基地的设立,为“公司+大学+协会+农户”的发展模式作出了示范,实实在在地实现了农民增收,把企业目标与政府目标融合到一起,得到了政府的大力支持。

(四)“三带”品牌的发展定位

如果把“三带”产品打造成有市场感召力的产品品牌,品牌的发展定位极其重要。我们根据一般的企业品牌经营理论,结合湘西发展三带产品的现实和实际经验,构造了一个品牌发展定位模型,由品牌型态、品牌技术、品牌文化、品牌营销等四个方面的定位支点为支撑,如图表5。在这四个定位支点中,品牌的型态定位决定其技术定位和营销定位,而文化定位,则赋予品牌以精神气质,是品牌生命力的体现,保证品牌的可持续性发展。

1、品牌型态定位:生态循环型

由于发酵带是源于气候里的微生物发酵环境,富晒带是基于土壤中富晒元素作用植物生长和食品加工而形成的,亚麻酸则是从植物中提取的成分,属于气候、土壤、植物等生态资源,因此发展三带产品应该定位于生态循环型品牌。

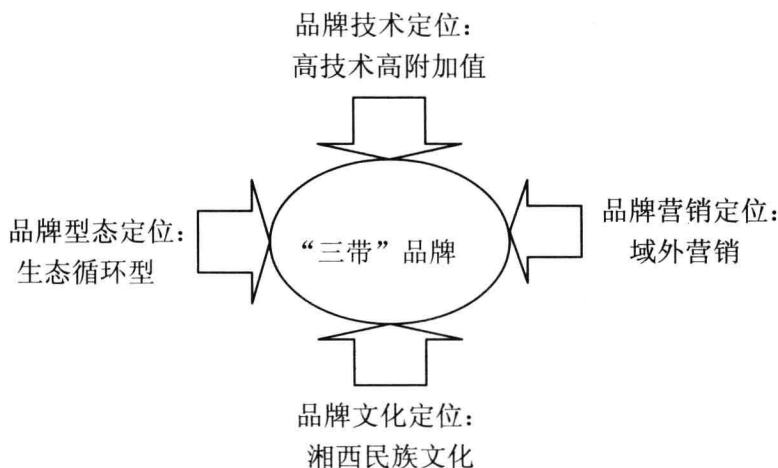
2、品牌文化定位:湘西民族文化

湘酒鬼品牌经营的成功给我们以启示,三带产品的品牌文化定位上要立足湘西民族文化,要找到企业产品与区域文化的契合点,才能够从浩如烟海产品中“独立”出来,获得消费者的认同和识别。湘西处于湘鄂渝黔边多民族聚居区,以土家族、苗族为主体,经过历史的长期发展,积累沉淀了厚重的、独特的、神秘的民族文化,近年来,西部开发和大湘西开发的深入、旅游业的发展,湘西民族文化逐渐向外界传播,并被外界所接受。开发三带产品,要把民族文化侵淫于产品品牌之中,由文化带动品牌建设,由品牌消费带动文化传播,让消费者在独特的湘西文化中识别和消费“三带”品牌。

3、品牌技术定位:高技术高附加值型

发展“三带”品牌,要摒弃劳动密集型的粗加工、手工化生产的方式,走“双高一低”(高技术、高附加值、低能耗)型发展模式。要消除两种误解:一种误解认为湘西民族贫困地区技术力量薄弱,人口素质低,技术定位上只能发展劳动密集型企业,不能搞高技术高附加值型企业。其实经过国家多年的扶持和科教兴国战略的实施,民族地区的一些高校和科研机构发展很快,在某些领域初步具备发展技术产业的技术能力,因此,在某些产业领域可以率先发展高技术高附加值企业:另一

种误解认为民族贫困地区发展高技术企业，无益于解决社会就业问题和实现农村剩余劳动力转移，只有发展劳动密集型企业，才是有益的。其实发展高技术产品如三带产品的初期，不能光看企业自身容纳了多少职工或为社会提供了多少税收，要从三带产品生产拉长的产业链中，着眼于社会就业问题和实现农村剩余劳动力转移的目标实现。老爹公司企业本身只有员工 150 多人，但它所建的猕猴桃生产基地，使农民种植猕猴桃有了稳定的销路，解决了湘西 20 多万农民的脱贫致富问题。



图表 5：“三带”品牌发展定位模型

4、品牌营销定位: 区域外创新营销

由于三带产品必须走高技术高附加值的“品牌”之路，高技术、高档化、高质量、高附加值必然是高价格。但是湘西地区本身经济不发达，人民收入低，消费能力有限，市场容量小，因此，三带产品的营销，不可能定位于本区域，重点应该是瞄准区域外发达地区的市场，走区域外创新营销的道路，即“区内生产、域外营销”。这种营销定位由于面对的竞争对手国内甚至国外的企业，因此反过来要求企业要具备一定的技术实力和品牌实力。

（五）“三带”产品品牌建设措施

产品品牌是一个地区的“名片”，既是一个区域经济发展的标志，又是区域社会发展的基础。因此，我们要采用积极有效的措施，发展“三带”产品品牌，培育更多的支柱企业，振兴湘西民族经济。

1、“三带”品牌建设的政府措施

湘西区域经济落后，市场发育不完善，在资金、技术、人才、市场开拓、产品

营销等方面,企业的组织力量都很薄弱,这时,政府必须拿出切实可行并实之有效的措施来。

(1) 应该确立发展“三带”品牌的战略。在经济发展的长远规划中,应该转变观念,必须清醒地认识到发展武陵山区传统耕作农业的局限性,还要认识到虽然湘西依托丰富的旅游资源,旅游业得出突飞猛进的提高,然而旅游业的带动效应毕竟有限。湘西要富民,尤其是增加农民收入,希望仍然在农产品加工业。因此,湘西应该在未来的五年甚至更长一段时间内,把发展酒类、特色食品、副食品、调味品、保健美容产品、药品等6大类18种“三带”特色产品的工业当成重点,经营好已有驰名的品牌,大力开拓新型品牌。

(2) 政府营销和政府扶持是三带品牌建设成功的关键。湘泉酒、酒鬼酒品牌创建的初期,与政府的大力支持是分不开的。当年湘泉人把酒鬼酒搬到全国人大会上,就是企业寻求政府帮助的“政府营销”行为。政府是最具权威的政治机构,也是最具影响力的消费者,湘西各级政府机关应该首先是“三带”产品的消费者,必须是也应当是“三带”产品的消费者。三带品牌的市场营销定位于“域外营销”,也需要政府的力量来支持和推广。总之,“三带”品牌建设要从政府做起。

2、“三带”品牌建设的企业措施

(1) 遴选“核心产品”为企业产品品牌。开发三带品牌一定要依据自身的资金、人才技术特点选准核心产品进行生产。如果是原有的企业,要做好产品品种的结构优化;如果是新进入企业,要做好产品生产的种类选择。核心产品是品牌的根,无论是原有的老企业,还是新进入企业,在产品组合中,必须有核心产品。

(2) 强化技术研发。三带只是客观存在的一种自然优势资源,并非是现成的产品,要把优势资源变成优势产品,需要采用大量的新技术、新工艺、新方法。企业要加强与科研机构、高校的联合,及时关注三带资源开发的最新动态资讯,加强技术攻坚,不断开发出新的特色产品满足市场需求。

(3) 重视市场调查和关注消费者行为的变化。随着市场消费者消费行为的习惯的变化,对三带产品的需求也是动态变化的,以前是“特”的东西,可能现在不再“特”了,品牌的建设要适合消费的变化,以延长品牌的寿命周期。

四、基于“三带”特色资源,建设湘西产业循环经济

(一)“三带”产业发展循环经济的有利条件

1、“三带”产品生产过程中对资源和环境不利影响相对较低。三带产品主要是以食品和副食品为主,而生产食品和副食品的废料、残渣进行再加工,成为动物饲料或作为农作物肥料。“三带”植物原料,也是农民土地耕种结果,不属于枯竭性自然资源(如矿藏)开采一点少一点,可以反复种植。