

新专营下食用盐市场开发方向的策略研究

刘德志

雪天盐业集团股份有限公司广东分公司 广东 广州 510080

摘要：随着盐业体制改革的深入推进，新专营模式下的食用盐市场开发成为行业发展的重点。然而，在实际的市场开发过程中，新专营下食用盐市场开发方向存在着一系列问题，这些问题不仅制约了市场的健康发展，也影响了盐业企业的经济效益和消费者的切身利益。论文将从多个角度深入探讨这些问题，以为食用盐市场的未来发展提供有益的参考。

关键词：新专营下；食用盐市场开发方向；策略

引言：在中国盐业体制改革不断深化的当下，食用盐市场的开发方向及其策略研究显得尤为重要。过去，在国家专营体制的保护伞下，食用盐市场相对稳定，竞争有限。然而，随着国家对盐业政策的调整 and 市场化改革的推进，原有的市场格局正在发生深刻变化。新的专营模式不仅为食用盐行业带来了新的机遇，同时也引入了更多的市场竞争元素。企业如何在新政策框架内捕捉市场机遇、应对激烈的市场竞争、满足消费者多样化的需求，以及如何通过产品创新和营销策略等手段提升市场份额，成为摆在业界面前的一系列紧迫问题。

1 食用盐市场开发方向的重要性

1.1 促进盐业健康发展

合理的市场开发方向能够引导盐业企业根据市场需求调整生产结构和销售策略，推动盐业的健康发展。通过深入研究消费者需求和市场趋势，企业可以开发出更符合消费者口味和需求的食用盐产品，提高市场占有率，增强市场竞争力。

1.2 保障消费者权益

市场开发方向的正确性直接关系到消费者的利益。优质的食用盐产品能够满足消费者的健康需求，提高生活品质。而不良的开发方向可能导致产品质量问题，甚至引发食品安全事故，损害消费者的利益。因此，制定合理的市场开发方向，对于保障消费者权益具有重要意义。

1.3 推动经济社会发展

食用盐作为日常消费品，其市场开发方向的正确性对于经济社会发展也具有重要影响。通过优化市场开发方向，可以促进盐业产业的升级换代，提高产业附加值，推动地方经济的发展^[1]。与此同时，良好的市场开发方向还能够带动相关产业的发展，形成产业链效应，推动经济社会的全面发展。

1.4 激发行业创新活力

食用盐市场开发方向的明确与合理，能够有效激发整个行业的创新活力。在明确的市场导向下，企业会有动力去研发新产品、探索新技术，以满足不断变化的市场需求。这种创新氛围的营造，不仅有助于提升企业的核心竞争力，还能推动整个食用盐行业的技术进步和产业升级。通过不断创新，企业可以打破传统束缚，开发出更具特色、更符合消费者需求的产品，从而在市场竞争中脱颖而出。

除此之外，市场开发方向的明确还能促进跨行业合作与交流。不同行业之间的融合与创新，往往能带来意想不到的市场机遇。

1.5 提升国家竞争力

在全球化的背景下，食用盐市场的竞争已经不再局限于国内。一个合理的市场开发方向，不仅有助于提升国内企业的竞争力，还能推动整个国家的食用盐产业走向国际市场。通过深入研究国际市场的需求和趋势，企业可以制定出更具针对性的市场开发策略，提升产品的国际竞争力。并且，积极参与国际竞争也有助于企业学习借鉴国际先进经验和技术，推动自身的转型升级。另一方面，食用盐市场的开发方向还与国家的食品安全战略密切相关。一个健康、稳定的食用盐市场，有助于保障国家的食品安全和人民的健康。通过制定合理的市场开发策略，国家可以引导企业加强产品质量控制和技术创新，提升食用盐的安全性和品质水平。这不仅有助于增强消费者的信心，还能提升国家在国际市场上的形象和声誉。

2 新专营下食用盐市场开发方向中存在的主要问题

2.1 产品开发与创新不足

在新专营模式下，食用盐产品的开发与创新成为市场开发的关键。然而，目前市场上的食用盐产品同质化现象严重，缺乏差异化竞争手段。这主要表现在以下几

个方面：首先，产品种类单一。目前市场上的食用盐产品大多以普通食盐为主，缺乏针对不同消费群体和特殊需求的定制化产品。这导致消费者在选择食用盐时缺乏多样性，难以满足个性化需求。其次，产品附加值低^[2]。由于缺乏技术创新和研发投入，现有的食用盐产品大多停留在基础功能层面，缺乏高附加值的产品特性。这使得企业在市场竞争中难以获得更高的利润回报，也限制了市场的进一步拓展。最后，产品创新缺乏动力。由于盐业专营制度的特殊性，一些企业缺乏市场竞争意识，对产品创新缺乏足够的重视和投入。这导致市场上的食用盐产品缺乏新意，难以吸引消费者的眼球。

2.2 渠道开发与管理滞后

第一，渠道建设不完善。目前，食用盐市场的销售渠道仍然以传统的批发、零售为主，缺乏多元化的销售渠道和有效的营销网络。这导致产品的市场覆盖率有限，难以深入到更广泛的消费群体。第二，渠道管理不规范。在渠道开发过程中，一些企业缺乏有效的渠道管理策略和手段，导致渠道冲突和价格混乱等问题频发。这不仅损害了企业的形象，也影响了市场的健康发展。第三，渠道创新不足。随着电子商务和移动互联网的快速发展，线上销售渠道成为市场开发的新趋势。然而，一些企业缺乏对线上销售渠道的重视和投入，导致线上销售业务发展缓慢，错过了市场发展的良机。

2.3 消费者需求与市场开发不匹配

消费者需求是食用盐市场开发的重要导向。然而，在实际的市场开发过程中，存在消费者需求与市场开发不匹配的问题：其一，市场需求调研不足。一些企业在市场开发过程中缺乏对消费者需求的深入调研和分析，导致产品开发与市场需求脱节。这使得产品难以满足消费者的实际需求，影响了市场的接受度和销量。

其二，产品定位不准确。一些企业在产品开发时未能准确把握目标消费群体的需求和偏好，导致产品定位模糊或偏离市场需求。这使得产品在市场上缺乏竞争力，难以获得消费者的认可。其三，营销策略不当。在制定营销策略时，一些企业未能充分考虑消费者的心理和行为特点，导致营销策略与消费者需求不匹配。这使得营销活动难以吸引消费者的关注，影响了市场推广的效果。

2.4 市场监管与政策支持不足

市场监管与政策支持是食用盐市场开发的重要保障。然而，在新专营模式下，市场监管与政策支持存在以下问题：一方面，市场监管不到位。目前，食用盐市场的监管机制尚不完善，存在监管盲区和漏洞。这导致

一些不法企业得以利用监管漏洞进行违法违规行为，扰乱了市场秩序。另一方面，政策支持不够有力。虽然国家出台了一系列支持盐业发展的政策措施，但在实际操作中，这些政策的落实和执行力度往往不够。这使得企业在市场开发过程中缺乏足够的政策支持和保障，影响了市场的健康发展。

3 应对新专营下食用盐市场开发方向问题的措施

3.1 强化产品开发与创新，以应对市场变化

在新专营模式下的食用盐市场开发中，产品开发与创新是至关重要的。面对当前市场竞争的激烈态势，企业不能停滞不前，必须加大研发投入，推动产品创新。这不仅仅是为了满足消费者的多样化需求，更是为了在市场中树立独特的品牌形象，获取更多的市场份额。为了实现这一目标，企业应当积极引入新技术、新工艺和新材料，通过科技创新提升产品的附加值。与此同时，关注国内外市场的趋势变化，及时把握消费者的需求动态，以便在产品设计和开发中做出针对性的调整。此外，企业还应注重产品的差异化竞争，通过独特的产品特性和功能，吸引消费者的目光，提升市场竞争力。而为了推动产品开发与创新的顺利进行，企业还应加强与高校、科研机构等合作伙伴的沟通与合作。通过产学研合作，借助外部资源和力量，提升企业的研发能力和水平，推动食用盐市场的技术进步和产业升级。

3.2 优化渠道开发与管理，提升市场竞争力

渠道开发与管理是食用盐市场开发中的另一个重要环节。在新专营模式下，企业需要更加注重渠道的建设和管理，以确保产品在市场中的流通效率和销售效果。首先，企业应加强线上销售渠道的建设。利用电子商务平台、社交媒体等线上平台，开展网络营销和推广活动，提高品牌知名度和曝光率^[3]。其次，线下销售渠道的优化也是必不可少的。企业应加强与零售商、批发商等合作伙伴的沟通和合作，建立稳定的供应链体系，确保产品的及时供应和市场覆盖。最后，为了规范市场秩序，企业还应加强渠道管理。制定合理的价格体系和销售政策，避免渠道冲突和价格混乱。

3.3 精准对接消费者需求，实现市场开发的精准化

在新专营模式下的食用盐市场开发中，精准对接消费者需求是实现市场成功的关键。为了更好地满足消费者的需求，企业必须加强市场调研，深入了解消费者的购买偏好、消费习惯以及对于食用盐产品的期望。市场调研是企业决策的重要依据。通过大数据分析、问卷调查、线上线下互动活动等多种方式，企业可以获取到大量的消费者信息。这些信息不仅有助于企业了解当前市

场的趋势和变化,还能为产品开发和营销策略的制定提供有力的数据支持。在精准定位目标消费群体方面,企业需要根据市场调研的结果,对消费者进行细分,并确定主要的目标群体。针对不同年龄、性别、地域、收入等特征的消费者,企业可以制定不同的产品设计和营销策略,以更好地满足他们的需求。品牌建设和推广也是实现精准对接消费者需求的重要手段。

3.4 加强市场监管与政策支持,营造良好市场环境

在推动食用盐市场健康发展的过程中,政府发挥着重要的作用。为了解决市场监管与政策支持不足的问题,政府需要加大监管力度,完善法律法规体系,并出台更多支持盐业发展的政策措施。(1)加强市场监管是维护市场秩序的重要手段。政府应建立健全的监管机制,加强对盐业市场的执法检查,严厉打击违法违规行为,确保市场的公平竞争和消费者的合法权益。(2)政策支持是激发市场活力的重要保障。政府应出台更多有利于盐业发展的政策措施,如税收优惠、资金扶持等,降低企业的运营成本,提高企业的竞争力。另外,政府还应加强跨部门协作,形成监管合力,确保政策的有效执行和落地。通过这些措施的实施,政府可以为食用盐市场的健康发展提供有力的保障和支持。

3.5 强化行业协作与共赢,共创发展新格局

在新专营模式的引领下,行业内的协作与共赢成为了推动食用盐市场开发的关键力量。单打独斗的时代已经过去,如今的市场竞争需要各方携手并进,共同探索新的发展机遇。第一,企业应积极参与行业协会、组织等搭建的交流平台,与同行进行深度交流与合作。通过这些平台,企业可以分享彼此的经验、技术和市场资源,共同探讨和解决市场开发中遇到的问题^[4]。同时,这些平台也为企业提供了一个展示自身实力和品牌形象的机会,有助于提升企业的行业地位和市场影响力。通过行业内的协作,企业可以实现资源共享和优势互补,减少无效竞争和资源浪费,提高整个行业的效率和竞争力。第二,除了企业间的协作,政府也应发挥积极作

用,推动行业内的合作与交流。政府可以出台相关政策,鼓励企业参与行业协会、组织等活动,为行业内的协作提供有力支持。

3.6 注重人才培养与引进,为市场开发提供坚实支撑

人才是推动食用盐市场开发的核心力量。在当前的市场环境下,企业要想取得长远发展,必须注重人才培养与引进工作。企业应建立完善的人才培养机制,通过定期举办培训、研讨会等活动,提高员工的业务能力和创新意识。同时,企业还应建立激励机制,鼓励员工积极参与市场开发工作,为企业的创新发展贡献智慧和力量。除了内部培养,企业还应积极引进具有丰富经验和高水平的专业人才。这些人才可以为企业的产品开发、渠道拓展等工作提供有力支持,帮助企业快速适应市场变化,提升市场竞争力。而且,政府和社会各界也应关注食用盐行业的人才问题,加大人才培养和引进的投入力度。通过建设人才库、设立奖学金等方式,吸引更多优秀人才投身食用盐行业,为行业的健康发展提供坚实的人才保障。

结语:综上所述,食用盐市场开发方向的重要性不仅体现在促进盐业健康发展、保障消费者利益、推动经济社会发展等方面,还体现在激发行业创新活力、提升国家竞争力等多个层面。因此,企业和政府应高度重视食用盐市场的开发工作,加强市场调研和预测,制定科学合理的市场开发策略,为食用盐行业的长远发展奠定坚实基础。

参考文献

- [1]许超锋.国内外雪花盐调查情况简述[J].中国盐业.2019,(6):123-345.
- [2]张冬一.成都市非食用盐向食用盐市场流入的防控机制研究[D].四川:四川师范大学[J].2019,(15):78-65
- [3]李明,杨丽.新专营下食用盐市场开发策略探讨[J].中国市场.2019:59-87.
- [4]刘洋,陈磊.新专营环境下食用盐市场开发方向研究[J].商业时代.2020:162-163.