

市场调研分析报告

一、市场调研

1.地域分析

陕西省咸阳市三原县，三原史称“甲邑”，古称“池阳”，位于陕西关中平原中部，因境内有孟侯原、丰原、白鹿原而得名。三原为古京畿之地，自北魏太平真君七年（公元446年）置县，已有1560多年历史，素有“衣食京师、亿万之口”美誉。

县域面积576.9平方公里，耕地面积53.7万亩，辖1街道办9镇4中心172个行政村，全县总人口42万（2010年）。

1.1 区位优势

三原地处西安、咸阳、渭南、铜川等周边大中城市的弧心位置，东与临潼、富平、阎良相连，南与高陵接壤，西邻泾阳、淳化，北靠铜川新区、耀州区，是陕西关中“一线两带”建设的经济腹地和省会西安的北大门。

1.2 地名由来

《元和郡县志》卷1京兆府三原县：以其地西有孟侯原，南曰丰原，北曰白鹿原，故名。元至元二十四年（1287年）移龙桥镇，即今三原县治。

1.4 三原景点

三原城隍庙，位于县城内东大街，是目前全国唯一保存完整的城隍庙古建筑群，全国重点文物保护单位，国家AAA级旅游景区。三原城隍庙古建筑群轮廓鲜明，气氛肃穆，处处闪耀着我国古代工匠们的高超技艺和杰出智慧。

周家大院位于三原县西北4公里处的鲁桥镇孟店村，始建于清乾隆末年，是时任清朝仪大夫刑部员外郎周梅村的府第，也是慈禧太后的干女儿安吴寡妇的娘家。建造周家大院耗时数十年，共有十七个院落，建筑面积三万多平方米，规模宏大，富丽堂皇，在孟店村

形成一片建筑群，号称“孟店周”，名震三秦。

李靖故居，位于三原县城北4公里处的鲁桥镇东里堡村，因为唐卫国公李靖修建而得名。该园占地面积48亩，接近半顷，故又称“半顷园”、“半耕园”，是渭北著名的古代园林。该园又称“靖国公园”和“杨虎城花园”。

陕西省重点文物保护单位，位于陕西省三原县城东南5公里处，是陕西省唯一一座木质结构的古塔，修建于明万历三十四年，文峰木塔通高24米，座落在4米高的砖砌塔基上，塔共三层，四重檐，六角攒顶，翼角高挑，玲珑俏丽。

于右任故居位于三原县城西关斗口巷5号，1894年于右任十六岁时，其父于新三用多年积蓄购置此居，作为于右任攻读诗书，精研古今之地。现为省级文物重点保护单位。

1.5 历史名人

于右任（1879.04.11—1964.11.10），汉族，陕西三原人，祖籍泾阳斗口于村。中国近现代政治家、教育家、书法家。

李靖（571~649年），字药师，唐代著名军事家。京兆三原（今陕西三原县）人。

王恕（1416~1508年），字宗贯，号介庵，晚号石渠。明代大臣、学者，陕西三原县人。

刘自桢（1914~2001），号迟斋，男，汉族。

周莹，出生于陕西省三原县，历史上确有其人。她凭借着自己的智慧勇气和独创精神，历经坎坷终于建立起了陕西吴氏“商业帝国”，而她也成为当时唯一把生意做到富可敌国的成功女商人。

温纯，字希文，三原人。明嘉靖四十四年（1565）进士，历任知县、巡抚、吏、工部尚书等职。

2.基础调研

2.1 价值梳理

八百里秦川腹地上，有一片神奇的土地——三原县。

它拥有 1560 多年的建县史，历史在这方土地上留下了浓墨重彩的一笔.....

三原人的经商才能与谋略雄甲天下，即使赚得钵满盆溢，在对待美食方面，仍然坚持匠心细作。

在果蔬种植上注重天然，在食品工艺上精益求精，传统名食蓼花糖以制作精细、风味独特最有声誉，当地特产小磨香油以味道浓郁，制法独特传承不绝。

2.2 综合能力评定

历史文化名城

关中富硒之城

全国食品工业强县

书香文化之城

特色美食之城

高效农业示范县

丝绸之路东端之路重镇

陕西关中“一线两带”建设的经济腹地

大西安都市圈的“北副中心”

3.研究分析

3.1 产品价值测定

	蓼花糖	苹果	蔬菜	醋	香油	手工挂面
产品属性	名优特产	水果农产品	蔬菜农产品	调味品	调味品	主食
差异化分析	历史悠久 酥脆香甜风味 独特	天然 绿色	天然 绿色	传统工艺 浓郁醇香	国家地理标 志保护产品 品牌	纯手工 历史悠久
产品价值	原生、健康、新鲜、富硒					

3.2 市场表现

蓼花糖作为陕西最有名的四种糖之一，备受市场欢迎，但是缺少的是真正的领头品牌

果蔬农产品市场庞大，品质参差不齐，消费者缺乏对果蔬的品牌认知

调味品作为日常生活用品，市场上的选择可谓五花八门，要想占据一席之地，必须要有自己的突出优势

手工挂面已经逐渐被机器挂面所代替，所以手工挂面市场空白

3.3 竞争前景

从产品角度来说，“城北三原”系列产品将以“原生、健康、新鲜、富硒”的差异化优势，重现原汁原味的历史古城，原汁原味的食品真味

4.市场分析

4.1 产品现状

蓼花糖起源于三原县，已有 500 多年的历史了。因其酥脆香甜，风味独特，广受省内

外消费者喜爱。

果蔬属于富硒的天然绿色农产品，不施肥，不打药。

调味品产业发展势头良好，已经具备规模发展的条件和优势，其中“三原小磨香油”为国家地理标志保护产品品牌。

陕西省三原县挂面历史悠久、质量远近闻名，销往全国各地。

4.2 消费者

注重品质的年轻消费者

钟爱独具地方味道名优特产的年轻消费者

4.3 竞争分析

我国农产品的品牌化不够完善，农业产业规模太小、太散，经营模式太老、太旧，附加值太薄、太低，品牌力太软、太弱。此外，同质化严重，导致竞争力下降，甚至出现谷贱伤农的现象。

如果说县域经济需要一张名片的话，那么农产品就是最容易打出特色牌，最容易做出品牌效益。因此，县域公共产品的竞争发力点是特色农产品品牌化。

二、品牌定义

1.品牌命名

城北三原

命名即为战略，顺口、简单、含义深刻。三原位于关中平原中部，渭河以北，是陕西关中“一线两带”建设的经济腹地和省会西安的

北大门，关中地区在县级设立的首家省级高新区。此命名旨意三原在关中地带的核心战略位置，发展区位优势，交通四通八达，未来开发潜力巨大。

自周代初发展至今，经历了秦汉文明，汉唐盛世，代表了中华文明的各个顶峰时期的历史变革。已有 1560 多年历史，素有“衣食京师、亿万之口”美誉。历代清流先人的衍播奋进，保留了大量丰富的文化遗产、人文景观。也形成了独有的三原情愫。不论从历史、文化、人文、地理.....可谓类别多样、种类繁多，滔滔不绝。

三原古往今来，记录了城北艰难曲折的红色历程，陕西关中文化历史的缩影在这里。为我们留下了一个伟大时代的恢弘史诗...

2.品牌定位

三原，历史文化名城、书香文化之城、特色美食之城和大西安都市圈的“北副中心”城北三原品牌，原生态健康的农产品，品质有保障的天然美味，此外，还附加着三原的历史、人文、民俗。

三、品牌口号

1.品牌理念

重现原汁原味的历史古城，重现原汁原味的食品真味

2.品牌故事

千年城北

陕西省咸阳市三原县，史称“甲邑”，古称“池阳”，位于关中平原中部。三原为古京畿之地，自北魏太平真君七年置县，已有 1560 多年历史，素有“衣食京师、亿万之口”美誉。

书香城北

三原是省级历史文化名城，素有“关中壮县”、“文化巨邑”之美誉。文物古迹荟萃，

旅游资源丰富，文化积淀深厚，名人雅士辈出。

誉满城北

三原被誉为“书法之乡”，是唐朝开国皇帝李渊陵寝所在地，它因境内有三原，南有酆原、西有孟侯原、北有白鹿原而得名，更因李靖而盛名。

城北三原

三原位于关中腹地，渭水之阳，是省会西安的北大门，交通比较发达，西南距咸阳、北距铜川均约 30 余公里。得天独厚的区位优势给这片厚重的土地带来了无限的生机，绵长的文脉让三原作为西安“北大门”的优势进一步凸显，曾经闭塞的高原沟壑，如今成为对外展示西安形象、古都印象的窗口之一。北大门的新时代即将开启，未来，三原县将成为西咸融合发展的门户所在。

3.品牌宣传语

太仓池阳，关中晒苑

名流故里，沃野千里

文韵素锦，礼享集市

沃野千里万古流

有本有源，寻味池阳

长安后花园向北 40 公里

城北以北，本味生活

南起长安城，北至大三原

四、品牌架构

1.基础架构

1.1 品牌架构关系

为推动农村电商发展，三原县深化乡村振兴战略，利用产业优势、网络优势、产品优势

推动地方农产品走出去，达到“一县多品”全覆盖，农产品上行遍地开花。

2.

产品开发策略	结合市场需求，适时调整农产品开发方向 通过试验示范，引导农业种植企业和生产基地加大富硒农产品开发力度 促进特色产业转型升级助农增收
差异化	北大门 历史 文化 书香 名人 原生 健康 新鲜 富硒 农业 手工 传统
产品卖点	书香小城 关中味道
诉求	突出食品安全、绿色无污染
传播推广	线上化、平台化、大数据化 现代化、亲民化
产品形象定位	互联网化的原生态、纯天然、精工艺的产品 小城古韵的现代表达
产品品质定位	注重原生，匠心制作 保证食品的绿色、自然、健康以及产品的传统和创新
产品价格定位	适中，当下网购首选价格