

乡村振兴视域下农产品品牌赋能路径研究——以鄱阳湖银鱼为例

章白璐 勇远 张航 陈星蓉 戴晓菲

南昌航空大学科技学院

DOI:10.32629/ej.v9i4.3389

[摘要] 在乡村振兴战略背景下,特色水产品产业成为促进地方经济发展和农民增收的重要抓手。鄱阳湖银鱼作为典型的区域性水产品资源,兼具生态价值与市场潜力,但受水文波动与产卵场退化、产业链短缺、品牌体系滞后、生态约束等因素制约,产业可持续发展面临挑战。为此本文从品牌赋能视角出发,围绕技术升级、渠道拓展、标准化建设、人才培养及文旅融合等方面,构建鄱阳湖银鱼由资源依赖向品牌驱动转型的实现路径,实现生态效益、经济效益与社会效益的协同提升。本文对区域特色农产品品牌化发展及乡村振兴实践具有一定参考价值。

[关键词] 乡村振兴; 品牌赋能; 鄱阳湖银鱼

中图分类号: Q969.12+4 **文献标识码:** A

Research on Agricultural Product Brand Empowerment Path under the Perspective of Rural Revitalization: Taking Poyang Lake Silver Fish as an Example

Bailu Zhang Yuan Yong Hang Zhang Xingrong Chen Xiaofei Dai

Science and Technology College of NCHU

[Abstract] Under the rural revitalization strategy, specialty aquatic product industries have emerged as a key driver for local economic development and farmers' income growth. Poyang Lake silverfish, a typical regional aquatic resource with both ecological value and market potential, faces sustainability challenges due to hydrological fluctuations, spawning ground degradation, industrial chain deficiencies, lagging branding systems, and ecological constraints. This study proposes a brand empowerment-driven transformation pathway for Poyang Lake silverfish, focusing on technological upgrades, distribution channel expansion, standardization initiatives, talent cultivation, and cultural-tourism integration. The approach aims to shift from resource dependency to brand-driven development, achieving synergistic improvements in ecological, economic, and social benefits. The findings provide valuable insights for regional specialty agricultural product branding and rural revitalization practices.

[Key words] Rural Revitalization; Brand Empowerment; Poyang Lake Silverfish

引言

农业特色产业已成为推动农业农村繁荣发展的关键力量^[1]。全面推进乡村振兴重点工作和农业农村现代化发展,实现农业高质量发展,培育、发展和建设农业品牌是必不可少的一环^[2]。在此背景下,水产品产业不仅能够提供就业机会、提升农民收入,还可推动区域经济结构优化。作为我国最大的淡水湖之一,鄱阳湖银鱼资源丰富,具有显著的经济与生态价值。然而,与阳澄湖大闸蟹、盱眙龙虾等成熟品牌相比,银鱼在品牌知名度、产业体系和市场影响力方面仍存在明显差距。当前,仅依靠自然资源优势已难以支撑产业可持续发展,亟需通过品牌赋能实现价值跃升。本文所指的品牌赋能,是指通过系统的品牌定位、传播、管理与文化塑造,提升农产品市场认知度与附加值,

增强产业竞争力,并推动产业链升级与区域经济发展。因此,系统研究鄱阳湖银鱼产业发展路径,对促进地方经济增长、农民增收及乡村振兴具有重要理论与实践价值。

1 鄱阳湖银鱼产业概况

1.1 生态资源与养殖基础

“土特产”赋能乡村振兴,必须立足乡村一方水土集聚必要的乡土资源要素^[3]。而鄱阳湖是长江中下游最大的通江湖泊,也是我国的第一大淡水湖,被誉为“长江之肾”,在涵养水源、调节气候和维持生物多样性等方面发挥着重要功能,为鱼类等水生生物提供了繁殖、索饵等重要栖息地^[4]。湖区长期保持良好的水生态环境和完整的食物链结构,为“土特产”银鱼的自然更新与规模化利用奠定了坚实基础。

依托这一生态优势,当地逐步形成以自然资源为依托、以合作组织为载体、以科学放流和生态养殖为支撑的生产体系。首批银鱼养殖合作社的建立,推动养殖方式由单一依赖天然捕捞向合作社组织化管理、增殖放流、生态管护三合一的复合模式转型。通过持续实施增殖放流、产卵场修复、水域生态维护等措施,湖区银鱼自然种群数量稳步恢复,年产量保持相对稳定增长,生产供给能力持续增强,体现出资源利用与生态保护并行推进的良好格局。

1.2 市场潜力与消费需求

银鱼产业是我国渔业中朝阳产业之一,以前国内市场的银鱼品牌以太湖银鱼为主,近几年银鱼产业科学化、规范化迅速扩展,鄱阳湖银鱼、洞庭湖银鱼等异军突起,与太湖银鱼等形成的品牌银鱼占据了国内银鱼的半壁江山^[5]。在稳定生态条件与组织化养殖模式支撑下,银鱼逐步形成具有区域特色的规模化生产基础。以湖区滩涂和近岸水域为核心的养殖与捕捞区域分布合理,生产活动与自然节律保持协调,形成较为成熟的季节性采收与加工体系。

随着消费者对“三品一标”水产品需求持续增长,银鱼及其加工产品市场规模稳步扩大。银鱼鲜品与干制品构成主要商品形态,产品规格标准逐步统一,加工工艺日趋规范。当前市场中,新鲜银鱼价格约80元/公斤,加工产品可达360元/公斤,体现出较高的单位附加值和稳定的市场接受度。依托稳定产量与规范加工,银鱼产品已具备持续、批量进入区域水产市场与电商渠道的供给能力。

1.3 文化资源与品牌价值

银鱼在鄱阳湖沿岸地区拥有悠久的食用历史与民俗记忆。自唐代起即作为地方珍品进入贡品体系,并在节令饮食、民间礼俗与地方饮食文化中占据重要位置。长期形成的饮食传统与文化叙事,为银鱼赋予了显著的地域文化符号意义。

依托这一深厚文化底蕴,银鱼不仅是水产资源,更是地方文化载体。通过系统挖掘银鱼历史故事、民俗传承与饮食文化,可衍生IP形象、文创产品及旅游体验内容,推动产业与文化传播、乡村旅游和品牌建设协同发展,形成具有文化辨识度与情感认同感的产业形象。

2 鄱阳湖银鱼的现状及痛点

2.1 鄱阳湖银鱼的现状

鄱阳湖银鱼资源丰富,主要分布在湖区沿岸浅水区和洄游通道,形成典型的春秋鱼汛捕捞模式。银鱼为一年生小型洄游性鱼类,对水文条件、产卵场连通性及水温、水流等生态因子高度敏感。长期以来,银鱼捕捞为湖区渔民提供稳定收入,同时带动水产品加工、销售及相关服务产业发展,深度融入地方经济与社会生活。近年来,随着渔业管理和生态保护措施的加强,整体渔业生产模式趋于规范,银鱼产业仍保持区域优势和市场潜力,为乡村经济增收和地方特色产业发展提供了天然基础。

2.2 鄱阳湖银鱼面临的主要问题

鄱阳湖银鱼产业在水文波动与产卵场退化、产业链短缺、品牌体系滞后、生态约束等方面仍面临多重结构性挑战。

银鱼作为一年生洄游性鱼类,其自然产量高度依赖水文条件和产卵场生态环境,但近年来湖区产卵场退化、水文波动加剧,以及部分区域的过度捕捞行为,导致鱼汛规律性减弱,渔获量呈下降趋势,传统鱼汛捕捞模式难以维持稳定产量,资源承载压力日益加大。

产业链条相对短缺,深加工能力不足,产品形态单一,附加值有限,使得银鱼产品在市场上的竞争力不足,供给结构不完善且价格波动明显,难以实现经济效益最大。

品牌体系建设滞后。目前市场尚缺乏具有全国影响力的银鱼主流品牌,多数产品仍以散装或产地统货形式流通,质量标准与分级体系缺失,尚未形成统一的品牌矩阵与竞争力评价机制,区域公用品牌的市场认知度低,难以支撑溢价空间和跨区域市场拓展。

生态与产业发展之间矛盾突出,环境保护压力与经济发展需求尚未实现有效平衡,产业可持续性面临挑战。这些问题表明,鄱阳湖银鱼产业仅依靠自然资源优势难以支撑长期发展,亟须通过技术升级、产业优化、品牌建设和生态治理等综合策略实现价值提升与乡村振兴目标的有效衔接。

3 鄱阳湖银鱼品牌赋能与乡村振兴的路径探讨

3.1 技术升级与产业优化路径

针对银鱼产量波动、养殖效率低及生态承载压力大的问题,可以引进和推广智能化养殖设备,如水质监测仪、自动投饵机和环境调控系统,实现养殖水体的精准监测和调控。与此同时,应开展银鱼良种选育工作,提高抗病能力和生长速度,从而提高养殖稳定性和生产效率。现代渔业建设强调产业融合,即以银鱼养殖为基础,联动加工、流通、销售以及休闲渔业、渔业文化体验和科普教育,形成涵盖生产、加工、服务的链条型产业体系。这种产业升级路径不仅提升了银鱼产业的综合经济效益,还增强了产业韧性和抗风险能力,为乡村经济持续增长提供坚实支撑。同时,通过人工智能和信息技术实现精准养殖,能够降低养殖成本、减少资源浪费,并通过规模化和标准化生产实现价格优势,从而增强银鱼产业在区域市场的竞争力。

3.2 销售渠道与市场拓展路径

为了拓展银鱼产品的市场空间,可采取线上线下相融合的双轮驱动策略。在线下,通过优化传统销售渠道、强化区域市场渗透和深化经销商合作,可建立稳固的销售网络。提供区域独家代理权、定制化包装及销售返点政策,有助于提升经销商黏性和积极性。在数字经济时代,数字技术正在深刻重塑中国农业品牌建设的方式与路径,呈现出多元化、系统化的应用趋势^[6]。基于此,在线上,可借助新零售和数字营销模式,通过社交媒体矩阵、微信小程序商城、小红书笔记等多渠道宣传银鱼食用价值、烹饪方法及健康科普内容,同时结合直播带货和KOL推广,形成合作社、电商平台、消费者三位一体共同推进的短链体系。冷链物流体系建设是市场拓展的重要保障,可与顺丰冷运、京东冷链

等平台合作,开通鄱阳湖—长三角、鄱阳湖—珠三角冷链专线,实现48小时内直达核心城市,保障银鱼新鲜度与品质,为区域品牌建设提供物流支撑。此外,通过申请农业农村部“农业产业强镇”资金、税收减免和冷链物流补贴等政策支持,可进一步降低流通成本、提高市场竞争力。

3.3 品牌建设 with 价值提升路径

农业品牌的建设是一个系统工程,涉及农产品供应链中 with 生产、销售和运营、监督管理等活动密切相关的所有利益相关者^[7]。品牌塑造是银鱼产业实现价值跃迁的重要手段。基于此提出1+2+2+N的策略,即以提升品牌知名度为核心,线上线下活动结合为基本着力点,以品牌宽度和深度推广为宣传角度,借助多渠道传播扩大品牌影响力。品牌差异化方面,依托鄱阳湖国家级自然保护区纯净水域及禁渔期管理,银鱼生长环境零工业污染,水域和土壤富含天然硒元素,形成独特营养价值。联合科研机构 and 行业协会制定《富硒银鱼团体标准》《有机银鱼生产技术规程》等权威标准,可提升品牌公信力和溢价能力。在品牌塑造过程中,通过科学认证、标准化加工和文化故事挖掘,实现产品差异化和市场认可,提升区域品牌影响力及产业竞争力。

3.4 人才振兴 with 文旅赋能路径

针对生态约束与产业发展张力加剧的问题,可通过人才振兴 with 文旅赋能的融合路径实现协调突破。一方面,依托品牌塑造与产业升级吸引人才回流,联合高校与科研机构开展系统化培训,提升渔民在生态养殖、鱼苗培育、深加工及现代经营管理方面的能力,强化可持续发展意识与信息化应用水平,推动银鱼产业由分散型生产向组织化、规模化、规范化转型,为生态友好型生产方式提供人力与技术支持。另一方面,通过开发银鱼主题文创产品和生态旅游项目,在湿地公园建设银鱼生命馆,运用AR技术展示银鱼洄游与产卵场景,组织科普教育、科研体验及节令性生态活动,并引导传统渔民转型为生态保护参与者和讲解者,将生态保护、文化传播与旅游体验有机结合。该路径在不增加资源开发强度的前提下延伸产业价值链,实现经济收益由捕捞依赖向体验增值转变,从而在生态保护压力下开辟产业增效的新空间,提升银鱼产业的可持续发展能力。

4 结语

立足鄱阳湖独特的生态禀赋与文化积淀,本文系统分析了鄱阳湖银鱼产业的生态资源、市场潜力及文化价值,指出其在水文波动、产卵场退化、产业链短缺 and 品牌滞后等方面存在的结构性挑战。基于品牌赋能提出发展路径:通过技术升级保障产

量稳定,渠道拓展扩大市场覆盖,以标准化与文化赋能提升品牌价值,并依托人才培养 with 文旅融合延伸产业价值链。

在乡村振兴战略框架下,银鱼产业由资源依赖向品牌驱动转型,不仅增强经济附加值 and 市场竞争力,也实现生态、经济与社会效益协同增长,为区域特色农产品高质量发展及乡村振兴提供具有推广意义的实践经验。

[基金课题]

南昌航空大学科技学院大学生创新创业训练项目(省级)课题名称:品牌赋能共绘乡村振兴新画卷——以鄱阳湖银鱼为例(编号:S202513433014)。

[参考文献]

- [1]刘勇,胡晓璐.农业特色产业的内涵与发展路径[J].当代县域经济,2025,(10):58-60.
- [2]薛阳,隋颖.县域农村电商何以赋能农民持续稳定增收——基于电子商务进农村综合示范县的分析[J].四川农业大学学报,2025,43(06).
- [3]李志明,毕林丰.“土特产”多维功能赋能乡村全面振兴的机理、困境与路径优化[J].河北大学学报(哲学社会科学版),2025,50(06):1-11.
- [4]熊小英,胡细英.鄱阳湖渔业资源开发及其可持续利用[J].江西水产科技,2002,(04):7-11.
- [5]王彩理,陈林,滕瑜.银鱼的营养加工和产业发展[J].科学养鱼,2020,(03):73-74.
- [6]张小允,鲍洁,许世卫.数字经济背景下中国农业品牌建设路径探索[J/OL].中国农业资源与区划,1-12[2026-03-31].
- [7]李新建,杨红,曾玲,等.参与农产品区域公用品牌提升的三方演化博弈[J].中国管理科学,2022,30(08):196-209.

作者简介:

章白璐(2006--),女,汉族,江西省上饶市人,本科在读,研究方向:工商管理。

勇远(1992--),女,汉族,河南省南阳市人,助教,研究方向:工商管理、思想政治教育。

张航(1997--),男,汉族,安徽省六安市人,讲师,研究方向:思想政治教育。

陈星蓉(2005--),女,汉族,福建省莆田市人,本科在读,研究方向:工商管理。

戴晓菲(2004--),女,汉族,湖南省怀化市人,本科在读,研究方向:工商管理。