

基于SWOT分析的大连海参产业发展研究

李昌昊, 热艾拉·叶尔肯, 于思琪, 王平安, 王荣赫

大连海洋大学经济管理学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2026年4月13日; 录用日期: 2026年5月25日; 发布日期: 2026年6月3日

摘要

海参产业是我国海水养殖领域的高附加值核心产业, 大连作为我国刺参核心产区, 其海参产业发展是北方海洋经济转型升级的重要缩影。本文以大连海参产业为研究对象, 运用SWOT分析法, 结合文献研究法、统计分析法与实地调研法, 系统梳理大连海参产业发展现状, 全面剖析产业发展的内部优势、劣势及外部机会、威胁, 并构建SO、WO、ST、WT四大发展战略, 提出针对性的发展对策。研究发现, 大连海参产业拥有自然资源、品牌、技术与产业基础等核心优势, 但同时存在产业链结构不完善、品牌建设不足、成本上升与监管体系不健全等劣势; 在消费升级、政策支持、电商发展与国际市场开放的发展机会下, 产业仍面临区域竞争加剧、海洋环境压力、替代品冲击与价格波动等外部威胁。基于此, 本文从品牌打造、产业链完善、技术创新、监管优化等方面提出具体对策, 以期为大连海参产业突破发展瓶颈、实现高质量可持续发展提供实践参考, 也为我国特色水产产业升级提供借鉴。

关键词

大连海参, SWOT分析, 产业发展, 全产业链, 发展对策

Research on the Development of Dalian Sea Cucumber Industry Based on SWOT Analysis

Changhao Li, Reaila·Yerken, Siqi Yu, Ping'an Wang, Ronghe Wang

School of Economics and Management, Dalian Ocean University, Dalian Liaoning

Received: April 13, 2026; accepted: May 25, 2026; published: June 3, 2026

Abstract

Sea cucumber industry is a core high value-added industry in the field of mariculture in China. As the core producing area of *Apostichopus japonicus* in China, the development of Dalian sea cucumber industry is an important epitome of the transformation and upgrading of the northern marine economy. Taking Dalian sea cucumber industry as the research object, this paper systematically

文章引用: 李昌昊, 热艾拉·叶尔肯, 于思琪, 王平安, 王荣赫. 基于 SWOT 分析的大连海参产业发展研究[J]. 海洋科学前沿, 2026, 13(2): 78-90. DOI: 10.12677/ams.2026.132011

combs the development status of Dalian sea cucumber industry by using SWOT analysis, combined with literature research, statistical analysis and field investigation methods. It comprehensively analyzes the internal strengths, weaknesses, external opportunities and threats of industrial development, constructs four major development strategies of SO, WO, ST and WT, and puts forward targeted development countermeasures. The study finds that Dalian sea cucumber industry has core advantages such as natural resources, brand, technology and industrial foundation, but also has disadvantages including imperfect industrial chain structure, insufficient brand building, rising costs and inadequate supervision system. Under the development opportunities of consumption upgrading, policy support, e-commerce development and international market opening, the industry still faces external threats such as intensified regional competition, marine environmental pressure, impact of substitutes and price fluctuations. On this basis, this paper puts forward specific countermeasures from the aspects of brand building, industrial chain improvement, technological innovation and supervision optimization, so as to provide practical references for Dalian sea cucumber industry to break through development bottlenecks and achieve high-quality and sustainable development, and also offer experience for the upgrading of characteristic aquaculture industries in China.

Keywords

Dalian Sea Cucumber, SWOT Analysis, Industrial Development, Whole Industrial Chain, Development Countermeasures

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 研究背景

海参兼具食用与药用价值[1], 是我国传统海产珍品, 也是海水养殖产业中高附加值、高成长性的品类。随着我国居民人均可支配收入提升、健康消费理念普及, 海参市场需求持续扩容[2], 推动我国海参养殖、加工与销售产业进入快速发展阶段。我国海参主产区集中于黄渤海沿岸与东海区域[3], 其中大连地处黄渤海交汇处, 拥有独特的海洋地理环境与气候条件, 海水温度适宜、饵料资源丰富, 是我国刺参的原产地与核心养殖区[4], 大连海参凭借肉质肥厚、营养丰富的优良品质, 成为全国海参市场的标杆性产品[5]。

经过数十年发展, 大连海参产业已形成集养殖、加工、销售于一体的初步产业体系, 成为大连海洋经济的重要支柱产业[6]。但在产业规模持续扩张的同时, 大连海参产业也逐渐暴露出发展短板: 产业内部存在品牌分散、深加工能力薄弱、质量监管体系不完善、养殖模式粗放等问题[7]; 外部面临山东、福建等产区的同质化竞争[8]、海洋生态环境恶化、市场价格大幅波动、国际贸易壁垒等挑战, 产业提质升级迫在眉睫。在此背景下, 亟需运用科学的分析方法对大连海参产业进行系统性剖析, 梳理产业发展的核心影响因素, 提出针对性的发展思路, 基于此, 本文以大连海参产业为研究对象, 开展 SWOT 分析与发展对策研究。

1.2. 研究现状

国内关于海参产业的研究起步于上世纪 90 年代, 随着我国海参产业的快速发展, 相关研究成果不断

丰富, 研究视角日趋多元。在产业现状与问题研究方面, 国内学者多以我国海参主产区为研究对象, 梳理了海参养殖、加工、销售各环节的发展特征[9] [10], 指出我国海参产业普遍存在养殖模式粗放、病害防控能力不足、深加工产品占比低、品牌建设滞后、质量参差不齐等共性问题; 针对大连海参产业的专项研究中, 学者们重点分析了大连海参的地理标志优势、产业规模特征与发展瓶颈, 认为大连海参产业的核心问题在于区域品牌整合不足、产业链条不完善、同质化竞争加剧、质量追溯体系不健全等[11]。

在产业发展对策研究方面, 国内研究多围绕品牌建设、产业链升级、质量监管展开, 提出打造区域核心品牌、提升深加工技术、完善质量追溯体系、推动养殖模式现代化等建议[12] [13]; 在研究方法上, 除传统的定性分析外, 越来越多的学者运用 SWOT 分析、波特五力模型、产业集群理论等方法开展海参产业研究, 提升了研究的科学性与系统性。整体而言, 国内关于海参产业的研究已形成一定体系, 且对大连海参产业的研究贴合当地实际, 但现有研究多侧重单一环节分析, 对大连海参产业进行全产业链、系统性的 SWOT 分析仍有进一步深化的空间, 部分对策研究的落地性也有待提升。

此外, 近年来学界在区域公用品牌建设与农产品供应链管理领域的研究不断深化。在区域公用品牌方面, 相关研究普遍认为, 区域品牌通过统一质量标准与品牌背书, 有助于提升农产品市场溢价能力, 但其有效运行依赖于完善的品牌管理机制与严格的质量监管体系[14]; 在农产品供应链与产业链研究方面, 已有研究指出, 产业链各环节的协同程度及价值分配结构, 直接影响农产品价值实现水平, 尤其是在加工与流通环节, 技术水平与组织模式是决定附加值提升的关键因素[15]。

综合已有研究可以发现, 现有文献多从单一环节或单一视角出发, 对区域特色水产产业进行分析, 而从价值链与供应链协同视角, 对产业进行系统性分析的研究仍相对不足。基于此, 本文在 SWOT 分析框架基础上, 引入价值链分析方法, 从全产业链视角对大连海参产业进行系统研究, 旨在弥补现有研究在产业链整体性分析方面的不足, 并在一定程度上拓展区域特色水产产业的分析框架。

1.3. 研究意义

本文以大连海参产业为研究载体, 将 SWOT 分析法应用于区域特色水产产业研究, 既丰富了该方法在海水养殖领域的应用案例, 也为区域特色农产品产业的系统性研究提供了可参考的分析框架; 同时从全产业链视角梳理大连海参产业的发展特征与核心问题, 挖掘区域水产产业发展的内外部影响因素, 完善了特色海产产业发展的相关理论研究, 弥补了现有研究对大连海参产业系统性分析的不足, 为后续学者开展同类区域水产产业研究提供理论参考与研究思路。此外, 本文通过深入剖析大连海参产业发展现状与核心问题, 结合 SWOT 分析提出针对性发展战略与具体对策, 具备较强实践价值, 研究结论可为大连市海洋与渔业部门制定产业发展规划、完善监管体系、出台扶持政策提供参考, 为相关养殖、加工、销售企业优化发展模式、提升品牌竞争力、拓展市场渠道提供思路, 也为行业协会整合资源、规范秩序、推进标准化建设指明方向, 其成果还可为山东、福建等其他海参主产区的产业升级提供借鉴, 助力我国海参产业整体实现高质量可持续发展。

2. 大连海参产业发展现状

2.1. 产业概况

2.1.1. 发展历程

大连海参产业的发展历程可分为四个阶段: 一是传统捕捞阶段(上世纪 80 年代前), 此时大连海参以天然捕捞为主, 受海洋资源限制, 产量极低, 仅作为高端礼品流通, 产业规模较小; 二是人工养殖起步阶段(上世纪 80 年代~90 年代), 大连科研机构攻克海参人工育苗与养殖技术, 海参人工养殖开始起步, 养殖区域主要集中于瓦房店、普兰店等沿海区域, 产业规模缓慢扩张; 三是快速发展阶段(2000 年~2015

年),随着居民消费需求提升,大连海参养殖技术日趋成熟,养殖面积与产量大幅增长,加工企业数量快速增加,产业形成“养殖-加工-销售”的初步体系,大连海参的市场知名度与认可度不断提升;四是提质升级阶段(2015年至今),大连海参产业进入高质量发展阶段,政府加强产业监管与政策扶持,行业协会推动产业标准化建设,企业开始注重品牌打造与深加工产品研发,电商渠道成为市场销售的重要载体,产业发展逐渐从“规模扩张”向“质量提升”转型。

2.1.2. 主要产区

大连海参的养殖区域主要分布于黄渤海沿岸的瓦房店、普兰店、庄河、金州、旅顺等沿海区域,各产区依托独特的海洋环境形成了各具特色的海参养殖基地:瓦房店仙浴湾、复州湾是大连海参的核心养殖区,拥有大面积的浅海养殖区与底播养殖区;普兰店皮口、城子坦依托渤海湾优质海域,成为大连海参苗种培育与成品参养殖的重要基地;庄河南部沿海区域海水水质优良,底播海参养殖发展迅速,成为大连高端海参的核心产区;金州、旅顺沿海区域则以工厂化养殖为主,养殖技术先进,海参上市周期短,弥补了自然养殖的季节短板。

2.2. 产业结构分析

大连海参产业已形成较为完整的“上游养殖-中游加工-下游销售”产业链结构,各环节相互关联、相互支撑,共同推动产业发展,但各环节的发展水平存在明显差异,产业链结构仍有待完善。

上游养殖环节是产业发展的基础与核心,主要包含底播养殖、工厂化养殖、围堰养殖、虾池养殖四种模式,其中底播养殖作为大连海参的特色模式,依托天然海域实现海参自然生长,养殖周期3~5年,品质优良,是高端海参的主要来源;工厂化养殖则通过人工调控环境,养殖周期缩短至1~2年,产量稳定,主要满足大众消费需求。目前,养殖环节呈现出技术日趋成熟、模式逐步优化、主体多元化的发展特征,科研机构与龙头企业联合攻克苗种培育、病害防控等核心技术,政府引导推广生态绿色养殖模式,形成“龙头企业+合作社+养殖户”的组织模式,提升了养殖组织化程度,但同时也存在部分养殖户采用粗放式养殖导致水质污染与品质下降、苗种培育体系不完善、养殖成本持续上升压缩利润空间等问题。

中游加工环节是连接养殖与销售的桥梁,也是提升产品附加值的核​​心,其加工产品主要分为初级加工与深加工两大类,其中初级加工产品(干海参、盐渍海参、即食海参)占比达80%以上,是目前的主流产品;深加工产品(海参肽、海参口服液等)附加值高,但占比仅15%左右,发展空间广阔。当前,大连海参加工环节存在企业数量多但规模参差不齐的现状,少数龙头企业拥有先进加工技术与生产线,而多数中小企业仍采用传统工艺,加工效率与产品质量稳定性不足;初级加工技术日趋成熟,产品保鲜与品质保障能力不断提升,但深加工研发能力薄弱,多数企业缺乏核心研发团队,产品种类少、技术含量低,难以满足市场多样化需求,同时还存在产品同质化严重、品牌辨识度低等问题,制约了产品附加值的提升。

下游销售环节是产业实现价值转化的关键,随着电商行业发展,销售渠道已从传统线下向“线下+线上”融合模式转型,形成两大销售体系:传统线下渠道(商超、专卖店、海鲜市场等)仍是高端产品与礼品装的主要销售渠道,占比超50%;新兴线上渠道(电商平台、直播电商、社区团购等)则主要服务于大众消费,近年来发展迅速,占比已提升至45%左右,成为产业销售规模扩张的重要动力。销售环节呈现出渠道多元化、品牌化趋势初显、消费群体不断扩大的特征,海参消费从高端礼品向大众日常消费、健康消费转型,市场持续扩容,但也面临品牌分散、多数品牌知名度与辨识度低、市场竞争激烈(既有产区间外部竞争,也有本地企业内部同质化竞争)、部分中小企业线上运营能力不足、线下渠道覆盖面有限等问题,影响了产品市场占有率。

2.3. 产业发展特点

2.3.1. 品牌优势显著

大连海参是我国首个获得国家地理标志产品保护的海参品类，凭借优良的品质与悠久的养殖历史，形成了显著的品牌优势。大连海参的品牌价值位居全国海参品类首位，“大连海参”区域公共品牌的知名度与认可度在全国范围内处于领先地位，獐子岛、晓芹、棒棰岛等企业品牌也成为全国海参市场的知名品牌。大连海参的品牌优势主要体现在两个方面：一是品质背书，大连独特的海洋环境孕育了肉质肥厚、营养丰富的海参，成为大连海参品牌的核心竞争力；二是市场认可度，大连海参在全国高端海参市场的占有率超 60%，是消费者选购高端海参的首选品类，品牌的市场口碑良好。

2.3.2. 技术优势突出

大连是我国海参养殖技术研发的核心区域，拥有雄厚的科研实力与先进的养殖加工技术，形成了显著的技术优势。大连海洋大学、辽宁省海洋水产科学研究院等科研机构长期致力于海参养殖、育苗、病害防控、加工等技术的研发，攻克了一系列核心技术难题，为大连海参产业的发展提供了技术支撑；龙头企业则与科研机构深度合作，推动技术成果转化，形成了“科研 + 企业”的技术创新模式。目前，大连海参的苗种培育、底播养殖、即食海参加工等技术均处于全国领先水平，技术优势成为推动产业发展的核心动力。

2.3.3. 市场发展稳定

依托优良的品质与显著的品牌优势，大连海参的市场发展保持稳定，市场需求持续扩容。从市场需求来看，随着居民健康消费理念的普及，海参消费从传统的高端礼品消费向大众日常消费转型，消费群体不断扩大，市场需求持续增长；从市场价格来看，大连海参凭借品质优势，价格始终保持稳定，虽受市场供需影响略有波动，但整体远高于其他产区的海参价格，市场附加值高；从市场占有率来看，大连海参在全国高端海参市场的占有率始终保持在 60% 以上，在全国海参市场的整体占有率超 30%，市场地位稳固。

2.4. 产业发展存在的问题

2.4.1. 品牌建设分散，区域品牌整合不足

尽管大连海参拥有显著的品牌优势，但品牌建设仍存在严重的分散问题。一方面，大连海参市场品牌数量众多，上千个品牌充斥市场，多数品牌为中小企业与养殖户自创品牌，知名度低、市场辨识度差，存在“杂、乱、散”的现象；另一方面，“大连海参”区域公共品牌的建设与运营不足，缺乏统一的品牌宣传与管理体系，部分企业与养殖户冒用“大连海参”地理标志，导致市场上大连海参的品质参差不齐，损害了区域公共品牌的形象。此外，企业品牌建设意识不足，多数中小企业缺乏品牌宣传与渠道建设的投入，仍采用“重产品、轻品牌”的发展模式，难以形成核心品牌竞争力。

2.4.2. 产品质量参差不齐，监管体系不完善

产品质量问题是制约大连海参产业发展的重要瓶颈，目前大连海参市场存在产品质量参差不齐的现象。一方面，部分养殖户为追求短期利益，采用粗放式养殖模式，甚至使用违禁药物，导致海参品质下降、药物残留超标；另一方面，部分加工企业缺乏完善的质量控制体系，传统的加工工艺难以保障产品质量稳定，部分企业还存在以次充好、掺假造假等行为。此外，大连海参产业的质量监管体系仍不完善，存在监管环节脱节、监管力度不足、质量追溯体系不健全等问题，难以实现对海参“养殖 - 加工 - 销售”全产业链的有效监管，导致质量问题屡禁不止。

2.4.3. 深加工能力不足，产品附加值偏低

目前，大连海参产业仍处于“初级加工为主、深加工为辅”的发展阶段，深加工能力不足，产品附加值偏低。大连海参加工产品中，干海参、盐渍海参、即食海参等初级加工产品占比达 80%以上，深加工产品占比仅为 15%左右，产品种类较少，主要以海参肽、海参胶囊等保健品为主，海参食品、海参化妆品等深加工产品的研发与生产严重不足。多数加工企业缺乏核心研发团队与研发投入，深加工技术水平偏低，难以实现对海参营养成分的高效提取与利用，导致产品附加值难以提升。此外，产品同质化严重，多数企业的加工产品工艺与款式相似，缺乏差异化竞争优势，进一步制约了产品附加值的提升。

2.4.4. 市场竞争加剧，产业同质化严重

大连海参产业面临着日益激烈的市场竞争，既有外部产区的竞争，也有内部企业的同质化竞争。从外部竞争来看，山东、福建等海参主产区的产业发展迅速，养殖面积与产量不断扩大，且凭借价格优势占据了大量大众消费市场，对大连海参的市场地位形成了冲击；从内部竞争来看，大连海参企业的发展模式与产品结构高度同质化，多数企业以初级加工产品为主，缺乏差异化的产品与服务，导致本地企业之间的价格战频发，压缩了企业的利润空间。此外，大连海参产业的产业集群效应不足，企业之间缺乏有效的合作与协同发展机制，难以形成整体竞争优势。

2.5. 大连海参产业价值链分析

为进一步识别大连海参产业链各环节的价值创造机制与薄弱环节，在 SWOT 分析基础上，本文引入迈克尔·波特的价值链分析理论，从研发、育苗、养殖、加工、营销与服务六个环节，对大连海参产业进行系统分析，以更加精准地定位产业链短板，为后续 SWOT 分析与对策提出提供依据。

2.5.1. 大连海参产业价值链构成

大连海参产业已基本形成由研发、育苗、养殖、加工、营销与服务构成的完整价值链。其中，研发环节主要包括苗种培育、病害防控、生态养殖及加工技术研发；育苗环节主要承担优质苗种繁育与供应功能；养殖环节是产业价值形成的基础；加工环节是提升产品附加值的重要环节；营销环节决定产品价值实现能力；服务环节则涵盖质量追溯、品牌维护、售后保障与消费者信任培育等内容。各环节之间既相互衔接，又共同影响海参产业整体价值水平。

2.5.2. 各环节价值创造与流失分析

在研发环节，大连依托大连海洋大学、辽宁省海洋水产科学研究院等科研院所，在海参苗种繁育、病害防控、底播养殖和精深加工等领域具有较强的技术积累，为产业发展提供了重要技术支撑，是大连海参产业价值创造的重要来源之一。但从现实情况看，科研成果向中小养殖户和中小加工企业的转化仍不充分，技术推广存在不平衡现象，导致研发优势尚未完全转化为产业整体竞争优势。

在育苗环节，优质苗种供应直接关系海参养殖成活率与后续产品品质。大连海参产业经过多年发展，已具备一定苗种繁育基础，能够为本地养殖提供较强支撑。但部分苗种繁育体系标准化程度仍有待提升，苗种质量稳定性存在差异，影响养殖效益和产业链上游的价值实现。在养殖环节，大连依托独特的海洋环境和底播养殖模式，能够生产品质较高的海参产品，是大连海参区别于其他产区的重要价值来源。尤其是底播海参在市场上具有较高溢价能力，体现了养殖环节较强的价值创造功能。然而，养殖周期长、人工和海域使用成本上升，加之部分养殖主体仍存在粗放经营问题，使养殖环节面临成本压力加大与价值流失风险。在加工环节，加工本应是提升产品附加值的核心环节，但当前大连海参产业仍以干海参、盐渍海参、即食海参等初级加工产品为主，精深加工产品占比较低，加工增值能力尚未充分释放。部分企业设备水平和研发能力不足，产品同质化现象较为明显，导致这一环节成为产业链价值提升最突出的

短板。在营销环节，“大连海参”作为区域公用品牌具有较高市场知名度，为产品销售和品牌溢价提供了有利条件。同时，电商、直播带货、社区团购等新型渠道的发展，也为海参产品触达更广泛消费群体创造了机会。但目前大连海参仍存在品牌分散、市场宣传缺乏统一性、中小企业线上运营能力不足等问题，削弱了区域品牌的整体溢价能力与市场拓展效率。在服务环节，质量追溯、售后服务、品牌维护与消费信任培育是保障价值持续实现的重要支撑。当前，大连海参在区域品牌建设和质量安全管理方面已有一定基础，但全产业链追溯体系仍不完善，产品标准、服务规范和售后保障机制仍有待健全，这在一定程度上影响了消费者信任和品牌长期价值积累。

综上所述，大连海参产业在研发、养殖等环节具有较强的价值创造能力，而在加工、营销与服务等环节仍存在较明显的价值流失现象。尤其是精深加工不足、品牌整合不够、质量追溯和服务体系不健全，成为制约产业整体价值提升的关键短板。这也为后文 SWOT 分析中关于产业优势、劣势及发展对策的提出提供了更加清晰的分析基础。

3. 大连海参产业 SWOT 分析

在前文对大连海参产业发展现状及价值链关键环节进行分析的基础上，本文进一步运用 SWOT 分析法，从内部优势与劣势、外部机会与威胁四个方面，对大连海参产业发展条件进行系统归纳。

3.1. 优势

一是自然资源得天独厚，大连地处欧亚大陆东岸、黄渤海交汇处，拥有长达 2211 公里的海岸线，海域面积广阔，是我国刺参的核心适生区。当地沿海海域水温适宜、水质优良、饵料资源丰富，海底地形复杂多岩礁，非常适合海参栖息与生长，无需人工过多干预即可保障海参的天然优良品质，这是大连海参区别于其他产区的核心优势。二是品牌知名度与市场认可度高，2005 年“大连海参”成功获得国家地理标志产品保护，成为我国首个获得地理标志保护的海参品类，确立了行业标杆地位；经过数十年发展，“大连海参”形成强大的区域公共品牌效应，同时培育了獐子岛、晓芹、棒棰岛等一批知名企业品牌，在全国高端海参市场占有率超 60%，消费者认可度位居全国首位。三是养殖加工技术全国领先，大连作为我国海参养殖加工技术研发与应用的核心区域，科研机构与企业联合攻克了海参人工育苗、底播增殖、病害防控等一系列核心技术，独创的底播养殖技术处于国际领先水平，加工环节的锁鲜、保鲜及营养成分提取技术不断完善，同时形成了“科研机构 + 龙头企业 + 合作社”的技术推广体系，推动先进技术快速普及。四是产业基础扎实且集群效应初显，大连海参的养殖面积、产量、加工规模均位居全国首位，拥有超 2000 家养殖主体、超 500 家加工企业，形成了“苗种培育 - 养殖 - 加工 - 销售”完整的产业链条，瓦房店、普兰店等沿海区域形成各具特色的产业集群，推动企业间资源共享、协同发展，提升产业整体竞争力。

3.2. 劣势

一是产业链结构不完善，各环节发展失衡，尽管大连海参已形成完整产业链，但上游养殖环节发展相对成熟，而中游加工环节以初级加工为主，深加工能力不足、产品附加值偏低，下游销售环节品牌分散、渠道建设不完善，成为制约产业发展的“短板”；同时各环节之间缺乏有效的利益联结机制，养殖、加工、销售企业多为简单买卖关系，合作深度不足，难以形成协同发展的产业共同体，整体效率偏低。二是品牌建设滞后，区域品牌管理缺位，多数中小企业缺乏品牌建设意识与投入，仍秉持“重产品、轻品牌”的发展模式，上千个品牌充斥市场，品牌集中度低；“大连海参”区域公共品牌缺乏统一的运营与管理体系，对地理标志的使用监管不严，部分企业以次充好、冒用地理标志，损害了区域公共品牌形象。

象，且品牌国际知名度偏低，难以进入国际高端市场。三是产业成本持续上升，利润空间被压缩，养殖环节的海域使用费、苗种费、人工费逐年上涨，加工环节的原材料与设备更新成本不断增加，销售环节的电商推广、线下房租等成本持续攀升，而产品附加值偏低，导致产业整体盈利能力下降，部分中小企业面临亏损压力。四是质量监管与追溯体系不健全，监管主要集中于加工与销售环节，上游养殖环节监管缺位，部分养殖户违规使用违禁药物，影响产品质量；同时市场主体众多，监管覆盖面不足，全产业链质量追溯体系尚未完善，消费者无法查询产品源头信息，质量责任难以追溯。

3.3. 机会

一是居民消费升级，健康消费需求持续扩容，随着我国经济发展与居民人均可支配收入提升，消费结构从“温饱型”向“品质型、健康型”转型，海参作为兼具食用与药用价值的健康食品，消费群体从中老年、高端群体向中青年、大众群体扩展，消费场景从节日礼品、餐饮消费向日常家庭消费、养生消费延伸，市场需求持续扩大，为产业发展提供广阔空间。二是政府政策大力支持，产业发展环境持续优化，明确支持海水养殖产业高质量发展与地理标志农产品培育；大连市层面出台专门的海参产业扶持政策，加大财政投入，推动产业标准化、规范化发展，同时加强海洋生态环境保护，改善养殖环境，为产业可持续发展提供保障。三是电商行业快速发展，销售渠道不断拓展，直播电商、社区团购、跨境电商等新兴模式涌现，打破了传统线下渠道的地域限制，使大连海参能够直接面向全国消费者，主播带货、产地直供等模式拉近了企业与消费者的距离，提升了产品销量与品牌知名度，同时电商平台的大数据技术助力企业精准把握消费需求，提升市场响应能力。四是国际市场开放，产业国际化发展潜力巨大，随着经济全球化的推进，东南亚、日韩、欧美等地区对高品质海参的需求持续增长，我国与多个国家签订的自由贸易协定降低了国际贸易壁垒，加之海外华人市场扩大，为大连海参出口提供了有利条件，目前出口潜力尚未充分释放。

3.4. 威胁

一是区域竞争加剧，市场份额被持续挤压，山东威海、烟台等产区凭借与大连相似的地理环境，海参品质接近且价格更具优势，占据大量大众消费市场份额；福建产区依托南方气候优势，采用工厂化养殖模式，产量大、价格低，主导中低端市场；此外河北、江苏等新兴产区不断发展，进一步加剧了市场竞争，导致大连海参市场份额逐步收缩。二是海洋生态环境压力增大，养殖条件持续恶化，沿海工业废水、生活污水排放及海上养殖、航运等活动，导致近岸海域水质污染、富营养化问题突出，影响海参生长；过度养殖导致海域承载力不足，破坏海底生态系统与饵料资源，加之全球气候变暖导致海水温度异常、极端天气频发，进一步增加了养殖风险，影响产业可持续发展。三是替代品不断涌现，市场需求被分流，鲍鱼、鱼胶等其他高端海产品养殖技术日趋成熟，产量扩大、价格亲民，分流了海参高端消费市场；各类人工合成保健品、营养补充剂价格低廉、食用方便，分流了大众消费市场，同时部分产区劣质海参以低价充斥市场，影响消费者对海参的信任度，进一步冲击市场需求。四是市场价格波动频繁，产业发展稳定性不足，海参养殖周期长，产量受气候、生态环境等自然因素影响较大，加之节日消费特征明显，导致市场供需失衡，价格波动幅度较大，使养殖、加工企业生产经营决策难度增加，利润空间不稳定，部分中小企业因难以承受价格波动风险而退出市场。

4. 大连海参产业发展对策

基于大连海参产业的 SWOT 分析结果，结合产业发展实际，本文构建 SO、WO、ST、WT 四大发展战略，从发挥优势、弥补劣势、把握机会、规避威胁四个维度，提出针对性、可落地的发展对策，推动大

连海参产业实现高质量可持续发展。

4.1. SO 战略：发挥内部优势，把握外部机会

SO 战略即依托大连海参产业的自然资源、品牌、技术、产业基础等核心优势，把握消费升级、政策支持、电商发展、国际市场开放等外部机会，推动产业规模扩张与价值提升，打造全国海参产业的标杆。

4.1.1. 强化品牌打造，提升品牌价值

依托大连海参的品牌优势，构建“区域公共品牌 + 企业品牌”双品牌发展体系，提升品牌的整体价值。一方面，加强“大连海参”区域公共品牌的建设与运营，成立专门的区域公共品牌管理机构，制定统一的品牌使用标准、品质标准与宣传体系，加强对地理标志使用的审核与监管，严厉打击冒用、滥用区域公共品牌的行为，维护品牌形象；另一方面，扶持龙头企业打造知名企业品牌，加大对龙头企业品牌建设的财政支持，鼓励企业开展品牌宣传与推广活动，推动企业品牌向高端化、国际化发展，形成以獐子岛、晓芹等龙头企业品牌为核心，中小企业品牌为补充的品牌集群。同时，加强品牌故事的挖掘与传播，结合大连的海洋文化、海参养殖历史，打造具有地域特色的品牌文化，提升品牌的文化内涵与市场辨识度。

4.1.2. 拓展市场渠道，推动市场多元化

依托电商发展的机会，推动“线下 + 线上”渠道融合发展，拓展国内国际两大市场，实现市场多元化。在国内市场方面，一方面，优化传统线下渠道，加强专卖店、商超、海鲜市场等线下渠道的建设与管理，提升线下渠道的服务质量与品牌形象；另一方面，大力发展新兴线上渠道，鼓励企业入驻淘宝、京东、拼多多等主流电商平台，布局直播电商、社区团购、微商等新兴电商模式，推动产地直供、主播带货等销售模式，提升线上销售份额。在国际市场方面，依自由贸易协定，加大对国际市场的开发力度，鼓励企业拓展日韩、东南亚、欧美等国际市场，针对不同国家和地区的消费需求，开发个性化的产品与包装；同时，加强国际品牌宣传与推广，参加国际海鲜展会，提升大连海参的国际知名度，推动产业国际化发展。

4.1.3. 依托消费升级，开发多元化产品

把握居民消费升级与健康消费需求扩容的机会，依托大连海参的品质优势，开发多元化的产品，满足不同消费群体的需求。一方面，针对高端消费群体，开发高品质的底播海参、淡干海参等高端产品，提升产品的包装与品质，打造高端礼品与养生产品；另一方面，针对大众消费群体，开发性价比高的即食海参、海参食品等大众产品，简化食用方式，降低消费门槛，推动海参消费日常化。同时，依托先进的加工技术，加大对深加工产品的研发与生产，开发海参肽、海参口服液、海参胶囊等保健品，以及海参零食、海参调味品等食品，丰富产品种类，提升产品附加值。

4.2. WO 战略：弥补内部劣势，把握外部机会

WO 战略即针对大连海参产业产业链结构不完善、品牌建设滞后、监管体系不健全等内部劣势，把握消费升级、政策支持、电商发展等外部机会，通过政策扶持、资源整合、体系建设，弥补产业发展短板，推动产业规范化发展。

4.2.1. 完善产业链结构，推动全产业链协同发展

把握政府政策支持的机会，加大对产业链中游加工环节与下游销售环节的扶持力度，推动产业链各环节协同发展，完善产业链结构。一方面，提升中游加工环节的发展水平，建设海参加工产业园区，整合中小企业加工资源，推动加工企业规模化、规范化发展；加大对深加工技术研发的财政支持，鼓励科研机构与企业联合开展深加工技术研发，提升深加工产品的种类与附加值。另一方面，优化下游销售环

节的渠道建设，搭建大连海参产业公共销售平台，整合线上线下销售资源，为中小企业提供渠道支持；推动养殖、加工、销售企业建立“风险共担、利益共享”的利益联结机制，形成以龙头企业为核心的产业联合体，实现全产业链协同发展。

4.2.2. 加强品牌整合，提升品牌集中度

针对品牌建设分散、区域品牌管理缺位的劣势，把握政策支持与消费升级的机会，加强品牌整合，提升品牌集中度。一方面，由政府牵头、行业协会主导，开展大连海参品牌整合行动，淘汰一批规模小、品质差、知名度低的品牌，扶持一批优质品牌，推动品牌资源向龙头企业集中；另一方面，建立统一的大连海参品牌评价体系，对企业品牌进行分级评价，引导消费者理性选购，提升优质品牌的市场占有率。同时，加强品牌宣传与推广，整合政府、企业、行业协会的宣传资源，开展全国性的品牌宣传活动，提升“大连海参”区域公共品牌与企业品牌的市场知名度。

4.2.3. 健全质量监管体系，完善质量追溯系统

把握政府政策支持的机会，针对质量监管体系不健全、质量追溯难度大的劣势，建立健全全产业链质量监管体系，完善质量追溯系统。一方面，构建“政府监管 + 行业自律 + 企业自控”的质量监管体系，加强对海参养殖、加工、销售各环节的全覆盖监管，加大对违法违规行为的查处力度；行业协会制定统一的产业标准与质量规范，引导企业加强自律；企业建立完善的质量控制体系，从源头把控产品质量。另一方面，搭建大连海参产业质量追溯公共平台，推动企业建立产品溯源系统，实现对海参“苗种 - 养殖 - 加工 - 销售”全流程的信息追溯，消费者通过扫描二维码即可查询产品的源头信息、加工信息、检测信息，提升产品的质量透明度与消费者信任度。

4.3. ST 战略：发挥内部优势，规避外部威胁

ST 战略即依托大连海参产业的自然资源、技术、品牌、产业基础等核心优势，规避区域竞争加剧、海洋环境压力、价格波动等外部威胁，提升产业的核心竞争力与抗风险能力。

4.3.1. 提升核心技术水平，推动产业差异化发展

依托大连海参的技术优势，加大技术研发投入，推动产业差异化发展，规避区域同质化竞争。一方面，加强养殖技术研发，推广生态养殖、底播养殖等绿色养殖模式，提升海参的品质与附加值，形成与其他产区的品质差异；加大苗种培育技术研发，培育优质、高产、抗逆性强的海参苗种，提升苗种品质，从源头保障海参品质。另一方面，加强加工技术研发，优化初级加工工艺，提升产品品质，加大深加工技术研发，开发具有自主知识产权的深加工产品，形成产品差异化竞争优势；推动养殖、加工技术的标准化，制定大连海参专属的养殖、加工技术标准，提升产业的规范化水平。

4.3.2. 加强海洋生态环境保护，推动产业可持续发展

依托大连的自然资源优势，加强海洋生态环境保护，改善海参养殖条件，规避海洋生态环境压力带来的威胁，推动产业可持续发展。一方面，政府加大对近岸海域生态环境的治理力度，加强工业废水、生活污水的处理，严控污染物排放，改善海水水质；加强对海上养殖、航运等活动的管理，规范养殖行为，控制养殖密度，避免过度养殖导致海域承载力不足。另一方面，推动养殖企业开展生态养殖，推广“海参 + 贝藻”混养模式，实现海水生态的良性循环，保护海底生态系统；建立海洋生态环境监测体系，实时监测海域水质、水温等环境指标，及时预警生态环境风险，降低养殖损失。

4.3.3. 建立市场价格调控机制，提升产业抗风险能力

依托大连海参的产业基础与品牌优势，建立市场价格调控机制，规避市场价格波动频繁威胁，提

升产业的抗风险能力。一方面，由政府与行业协会牵头，建立大连海参市场价格监测与预警体系，实时监测市场供需、价格走势，及时发布价格预警信息，引导企业合理安排生产经营活动；建立海参储备制度，在市场供应过剩、价格大幅下跌时，由政府与行业协会收购部分海参进行储备，在市场供应不足、价格大幅上涨时，投放储备海参，平抑市场价格。另一方面，鼓励企业开展多元化经营，推动海参产业与文旅、电商、保健品等产业融合发展，降低企业对海参产品价格的依赖，提升企业的抗风险能力。

4.4. WT 战略：弥补内部劣势，规避外部威胁

WT 战略即针对大连海参产业成本上升、监管缺位、品牌分散等内部劣势，规避区域竞争、环境压力、替代品冲击等外部威胁，通过优化发展模式、加强成本控制、完善监管体系，推动产业提质升级，提升产业的整体竞争力。

4.4.1. 优化产业发展模式，加强成本控制

针对产业成本持续上升的劣势，规避区域低价竞争的威胁，优化产业发展模式，加强全产业链成本控制，提升产业的盈利能力。一方面，推动养殖模式优化，推广生态养殖、底播养殖等高效养殖模式，提升海参的成活率与品质，降低养殖成本；推动养殖企业规模化、集约化发展，实现资源共享与规模效应，降低苗种、人工、设备等成本。另一方面，推动加工企业转型升级，引进先进的加工设备与工艺，提升加工效率，降低加工成本；整合加工资源，实现原材料统一采购、产品统一加工，降低原材料成本与运营成本。同时，优化销售渠道，减少中间环节，推动产地直供，降低销售环节的流通成本。

4.4.2. 完善产业监管体系，提升产品质量

针对质量监管体系不健全的劣势，规避替代品冲击与品质质疑的威胁，完善产业监管体系，提升产品质量，增强消费者信任度。一方面，加强对海参养殖环节的监管，加大对违禁药物、过度投喂等行为的查处力度，从源头把控产品质量；加强对加工环节的监管，制定统一的加工质量标准，规范加工工艺，严厉打击以次充好、掺假造假等行为。另一方面，加强产品质量检测，建立第三方质量检测机构，对大连海参产品进行全覆盖、常态化检测，确保产品质量符合国家标准；加强市场监管，严厉打击假冒伪劣产品，规范市场秩序，提升大连海参的市场口碑。

4.4.3. 加强行业协同发展，提升产业整体竞争力

针对品牌分散、产业集群效应不足的劣势，规避区域竞争加剧的威胁，加强行业协同发展，提升产业的整体竞争力。一方面，充分发挥大连海参产业协会的桥梁与纽带作用，加强行业自律，制定统一的产业标准与行业规范，引导企业有序竞争，避免价格战；推动企业之间开展资源共享、技术交流与合作研发，实现优势互补，提升产业的整体技术水平与创新能力。另一方面，加强产业集群建设，加大对瓦房店、普兰店、庄河等核心产区的产业扶持力度，完善产业配套设施，推动养殖、加工、销售企业向产业集群集聚，形成产业规模效应与协同效应；推动海参产业与海洋文旅、电商物流、保健品等产业融合发展，延伸产业链条，提升产业的整体附加值与竞争力。

5. 结论与建议

5.1. 研究结论

本文以大连海参产业为研究对象，运用 SWOT 分析法，结合文献研究法、统计分析法与实地调研法，系统梳理了大连海参产业的发展现状，全面剖析了产业发展的内外部优势、劣势、机会与威胁，并构建了 SO、WO、ST、WT 四大发展战略，提出了针对性的发展对策。通过研究，本文得出以下核心结论：

1、大连海参产业发展基础扎实，已形成完整的产业链结构与显著的竞争优势，是我国海参产业的核

心产区与标杆。大连拥有得天独厚的自然资源，是刺参的天然养殖基地；大连海参的品牌知名度与市场认可度位居全国首位，拥有国家地理标志产品保护与一批知名企业品牌；养殖加工技术处于全国领先水平，科研实力雄厚；产业规模大、产业链完整，产业集群效应初显，这些核心优势为产业发展提供了坚实的支撑。

2、大连海参产业在发展过程中仍存在诸多内部劣势，制约了产业的高质量发展。产业链结构不完善，中游加工环节与下游销售环节发展滞后，各环节协同发展不足；品牌建设分散，区域公共品牌管理缺位，品牌集中度低；产业成本持续上升，养殖、加工、销售各环节的利润空间被大幅压缩；质量监管体系不健全，质量追溯难度大，产品质量参差不齐，这些内部劣势成为产业发展的重要瓶颈。

3、大连海参产业面临着良好的外部发展机会，为产业提质升级与规模扩张提供了广阔的空间。居民消费升级推动健康消费需求持续扩容，海参消费群体不断扩大、消费场景不断丰富；国家与地方政府出台一系列扶持政策，优化了产业发展的政策环境；电商行业快速发展，为产业销售渠道拓展提供了新的机遇；国际市场开放，对高品质海参的需求持续增长，产业国际化发展潜力巨大。

4、大连海参产业同时面临着诸多外部威胁，给产业发展带来了挑战。山东、福建等产区的快速发展导致区域竞争加剧，大连海参的市场份额被不断挤压；海洋生态环境压力增大，近岸海域水质污染、过度养殖等问题导致养殖条件恶化，影响产业可持续发展；各类海洋保健品、健康食品不断涌现，成为海参的替代品，分流了部分市场需求；市场价格波动频繁，受自然因素、市场供需等影响，价格波动幅度较大，导致产业发展稳定性不足。

5、推动大连海参产业高质量发展，需要结合产业的优劣势与机会威胁，构建四大发展战略并落地实施。SO 战略需发挥品牌、技术等优势，把握消费升级、电商发展等机会，强化品牌打造、拓展市场渠道、开发多元化产品；WO 战略需弥补产业链、监管体系等短板，把握政策支持等机会，完善产业链结构、加强品牌整合、健全质量监管体系；ST 战略需依托自然资源、技术等优势，规避区域竞争、环境压力等威胁，推动技术创新、加强生态保护、建立价格调控机制；WT 战略需弥补成本、品牌等劣势，规避外部威胁，优化发展模式、加强成本控制、推动行业协同发展。

5.2. 产业发展政策建议

为推动大连海参产业实现高质量可持续发展，结合研究结论与产业发展趋势，从政府、行业、企业三个层面提出具体的政策建议：

1、政府层面：一是加大政策扶持力度，设立海参产业发展专项资金，支持海参养殖技术研发、深加工产品开发、品牌建设与市场拓展；二是加强海洋生态环境保护，加大对近岸海域的治理力度，规范养殖行为，推动生态养殖，为产业可持续发展提供保障；三是健全质量监管体系，加强对海参全产业链的监管，完善质量追溯系统，严厉打击违法违规行为，规范市场秩序；四是推动产业集群建设，完善产业配套设施，扶持核心产区发展，推动企业集聚发展，形成产业规模效应；五是加强品牌宣传与推广，整合政府资源，开展全国性、国际性的品牌宣传活动，提升“大连海参”的品牌知名度与国际影响力。

2、行业层面：一是充分发挥产业协会的作用，加强行业自律，制定统一的产业标准与行业规范，引导企业有序竞争；二是推动企业之间的合作与协同发展，搭建产业交流与合作平台，促进资源共享、技术交流与合作研发，提升产业的整体竞争力；三是加强产业人才培养，与高校、科研机构合作，培养一批懂养殖、懂加工、懂品牌、懂营销的专业人才，为产业发展提供人才支撑；四是建立市场价格监测与预警体系，及时发布市场信息，引导企业合理安排生产经营活动，平抑市场价格波动。

3、企业层面：一是加强品牌建设，加大品牌宣传与推广投入，打造具有市场辨识度的企业品牌，提升品牌的核心竞争力；二是加大技术研发投入，与科研机构合作，开展养殖、加工技术研发，推动技术

创新,提升产品品质与附加值;三是优化产品结构,开发多元化的产品,满足不同消费群体的需求,推动产品向高端化、大众化、深加工化发展;四是拓展市场渠道,推动线上线下渠道融合发展,积极拓展国际市场,提升产品的市场占有率;五是加强企业管理,优化发展模式,加强成本控制,提升企业的盈利能力与抗风险能力,推动企业规模化、规范化发展。

大连海参产业作为我国特色水产产业的典型代表,拥有良好的发展基础与巨大的发展潜力。在消费升级、政策支持、技术创新的背景下,只要能够发挥自身优势、弥补发展短板、把握发展机会、规避外部威胁,加强品牌建设、完善产业链结构、提升产品质量、推动行业协同发展,大连海参产业必将突破发展瓶颈,实现高质量可持续发展,进一步巩固其在全国海参产业的核心地位,成为我国海洋经济高质量发展的重要典范。

参考文献

- [1] 崔蓬勃,李宁波,王林彬,等.海参功效物质的研究进展[J/OL].发酵科技通讯,1-10.
<https://doi.org/10.16774/j.cnki.issn.1674-2214.20260318.001>,2026-04-12.
- [2] 金洪禄.烟台市居民海参购买行为影响因素研究[D]:[硕士学位论文].天津:天津农学院,2025.
- [3] 徐永东,李可闻.我国海参产业现状分析[J].渔业信息与战略,2013,28(2):117-122.
- [4] 于雅坤,侯森,张晓丽,等.大连海参凭啥“长”成海产顶流?[J].农产品市场,2025(12):34-37.
- [5] 包尚友.“大连海参”新跨越[J].农村工作通讯,2013(12):19-20.
- [6] 李文强.浅析大连海参产业发展现状及建议[C]//山西省农业科学院现代农业研究中心.2025(第四届)农业高标准高质量发展研讨会论文集.2025:114-119.<https://doi.org/10.26914/c.cnkihy.2025.088264>
- [7] 邢燕露.大连市水产种质资源及增养殖业发展调研[D]:[硕士学位论文].大连:大连海洋大学,2024.
- [8] 谢素艳,包鹏云.海参产业持续健康发展的途径[J].饲料工业,2014,35(24):22-25.
- [9] 王卓.福建省海参产业机械化现状与发展策略研究[J].木工机床,2025(4):5-7+20.
- [10] 黄强,李水根,刘燕飞,等.霞浦海参两种不同养殖模式综合效益分析[J].中国水产,2025(10):71-73.
- [11] 于险峰,唐旭.大连打造中国海参产业新标杆[N].农民日报,2025-05-22(006).
- [12] 张妍,曹琛琛.农产品线下产业集群转化为线上生态系统的路径研究——基于大连海参春捕节的案例研究[J].农业经济,2023(9):131-134.
- [13] 朱明华.海参中抗生素的生物富集、转化与多室毒代动力学模型[D]:[博士学位论文].大连:大连理工大学,2021.
- [14] Ma, Z. and Qiao, G. (2024) Can Creating an Agro-Product Regional Public Brand Improve the Ability of Farmers to Sustainably Increase Their Revenue? *Sustainability*, **16**, Article No. 3861. <https://doi.org/10.3390/su16093861>
- [15] 沈强,张健,侯艳,等.基于“互联网+”的农产品供应链质量控制[J].农业信息处理,2018,5(3):394-400.