

# 大连特色农产品品牌发展对策研究

李宏宇, 蔡银朋, 刘丹丹, 尹燕, 把玉雯

大连海洋大学经济管理学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2026年5月30日; 录用日期: 2026年7月1日; 发布日期: 2026年7月14日

## 摘要

推进农产品品牌建设是实施农业品牌化发展、助力乡村产业振兴的重要举措。大连依托优越的区位与生态条件, 培育出大樱桃、海参、蓝莓等一批特色农产品, 产业规模庞大、品牌认证体系完善, 多项区域公用品牌具备较高市场影响力, 当地也出台系列政策持续推进品牌标准化与质量管控。但目前当地农产品品牌仍存在结构失衡、运营能力薄弱、品牌保护与多方协同机制不完善等短板。本文以大连特色农产品品牌为研究对象, 综合运用农业品牌化发展、区域公用品牌等理论, 梳理产业与品牌发展现状, 深度剖析现存问题, 并从品牌结构优化、运营能力提升、保护机制健全三个维度提出系统性发展对策。研究成果可为大连农产品品牌提质增效、增强区域农业核心竞争力提供实践参考。

## 关键词

特色农产品, 品牌建设, 高质量发展

# Research on Development Countermeasures of Characteristic Agricultural Product Brands in Dalian

Hongyu Li, Yinpeng Cai, Dandan Liu, Yan Yin, Yuwen Ba

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

Received: May 30, 2026; accepted: July 1, 2026; published: July 14, 2026

## Abstract

Promoting the construction of agricultural product brands is an important measure to advance agricultural branding and facilitate the development of rural industries. Benefiting from superior geographical location and ecological conditions, Dalian has developed a variety of characteristic agricultural products such as sweet cherries, sea cucumbers and blueberries. It boasts a large industrial

文章引用: 李宏宇, 蔡银朋, 刘丹丹, 尹燕, 把玉雯. 大连特色农产品品牌发展对策研究[J]. 可持续发展, 2026, 16(7): 32-38. DOI: 10.12677/sd.2026.167245

scale and a sound brand certification system, and many regional public brands have achieved strong market influence. A series of local policies have been introduced to steadily advance brand standardization and quality management. Nevertheless, local agricultural product brands are still plagued by imbalanced structure, inadequate operational capacity, and imperfect mechanisms for brand protection and multi-party coordination. Taking characteristic agricultural product brands in Dalian as the research subject, this paper adopts theories concerning agricultural branding and regional public brands to sort out the development status of industries and brands and conduct an in-depth analysis of existing problems. It also puts forward systematic development countermeasures from three aspects: optimizing brand structure, improving operational capacity and perfecting protection mechanisms. The research findings can serve as practical references for upgrading agricultural product brands and strengthening the core competitiveness of regional agriculture in Dalian.

## Keywords

Characteristic Agricultural Products, Brand Construction, High-Quality Development

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

农业品牌化是推进质量兴农的核心抓手，也是实现乡村产业振兴、提升农业附加值与市场竞争力的关键路径，农业品牌化战略更是现代农业发展与乡村建设深度融合的重要方向[1]。2025 年中央一号文件明确提出培育壮大区域公用品牌、企业品牌、产品品牌，实施农产品品牌提升行动，为新时代农产品品牌建设指明方向。辽宁省、大连市相继出台《大连市培育“辽宁优品”品牌实施方案》<sup>1</sup>《大连市农产品区域公用品牌规划》《大连海参产业高质量发展三年行动计划(2025~2027)》等政策文件，将品牌建设作为现代农业发展的重要任务[2]。

大连作为东北沿海重要的特色农产品产区与流通枢纽，拥有大樱桃、庄河蓝莓、大连海参、瓦房店苹果等一批优势品类，产业规模、品质禀赋与市场基础突出，整体农业产业发展态势良好[3]。2024 年，大连大樱桃种植面积 36 万亩、产量 26.5 万吨<sup>2</sup>，占全国市场份额约 20%<sup>3</sup>；大连海参产量 8.2 万吨，占全国 29%，全产业链产值超 300 亿元<sup>4</sup>，品牌影响力位居全国海产品首位。加快推进特色农产品品牌化发展，对推动大连农业转型升级、促进农民增收、增强区域产业竞争力具有重要现实意义。

目前，大连农产品品牌仍面临结构不优、运营偏弱、保护不足等问题，与先进地区存在明显差距。基于此，本文以大连特色农产品品牌为研究对象，开展现状梳理、问题诊断与对策研究，为地方政府完善品牌政策、经营主体提升品牌能力提供理论参考与实践依据。

## 2. 文献综述与理论框架

### 2.1. 文献综述

国内学界围绕农产品品牌建设形成较为丰富的研究成果。学者们普遍认为，区域公用品牌是农产品

<sup>1</sup>[https://www.ln.gov.cn/web/zwgkx/lnsrmzfgb/2025n/qk/2025n\\_dbq/szfbgtwj/2025040313274012032/index.shtml](https://www.ln.gov.cn/web/zwgkx/lnsrmzfgb/2025n/qk/2025n_dbq/szfbgtwj/2025040313274012032/index.shtml)

<sup>2</sup>[https://www.dl.gov.cn/art/2024/12/15/art\\_1185\\_2390333.html](https://www.dl.gov.cn/art/2024/12/15/art_1185_2390333.html)

<sup>3</sup><http://toutiao.com/group/7519302875097367040/>

<sup>4</sup>[https://www.miit.gov.cn/gyhxxhbj/gjsj/xfgpys/dfdt/art/2025/art\\_fc98e92b8f0f432d822b0cd4e335e600.html](https://www.miit.gov.cn/gyhxxhbj/gjsj/xfgpys/dfdt/art/2025/art_fc98e92b8f0f432d822b0cd4e335e600.html)

品牌化的核心载体，政府引导、市场主导、主体协同是品牌培育的关键机制，标准化生产、质量管控、品牌保护与市场化运营是提升品牌竞争力的核心要素[4]。

甘伟铭、曹斌(2025)基于电商平台数据实证发现，区域公用品牌能够显著提升农产品溢价能力，对促进产业增效、农民增收具有稳定正向作用[5]。李佛关等(2022)提出，农产品区域公用品牌建设依赖政府与市场双驱动，政府负责规划、监管与公共服务，市场负责运营、推广与价值实现，二者协同才能提升品牌可持续发展能力[6]。吴方(2022)研究表明，家庭农场、合作社等新型经营主体参与品牌化经营，能够显著提升经营绩效，标准化生产、质量追溯与社会化服务对品牌效应具有正向调节作用[7]。

现有研究多聚焦理论机制、溢价效应与宏观路径，针对大连特色农产品品牌的专项实证研究相对不足，结合最新产业数据与政策实践的系统性分析较为薄弱。本文立足大连本地实践，聚焦品牌结构、运营、保护三大核心问题，增强研究针对性与落地性。

2.2. 理论框架

农产品品牌建设是一个涉及资源、产业、政策、市场与管理的系统性工程，单一维度的理论视角难以完整解释其发展逻辑。因此，本文综合运用农业品牌化发展理论、区域公用品牌理论、政府－市场协同理论三大核心理论，构建多维度的“现状－问题－对策”分析框架，为全文研究提供理论支撑与逻辑指引。

如表 1 所示，本框架将大连特色农产品品牌发展研究划分为四个层层递进的核心模块：

Table 1. Theoretical framework for the research on the development of Dalian’s characteristic agricultural product brands  
表 1. 大连特色农产品品牌发展研究理论框架

|      |                               |
|------|-------------------------------|
| 品牌基础 | 资源禀赋、产业规模、认证体系、政策支持           |
| 品牌发展 | 区域公用品牌、企业品牌、产品品牌协同，标准化与质量管控   |
| 品牌短板 | 结构、运营、保护三大维度                  |
| 品牌提升 | 优化结构、强化运营、健全保护，实现政府、企业、农户协调配合 |

3. 大连特色农产品品牌发展现状

3.1. 特色产业规模大，品牌资源禀赋突出

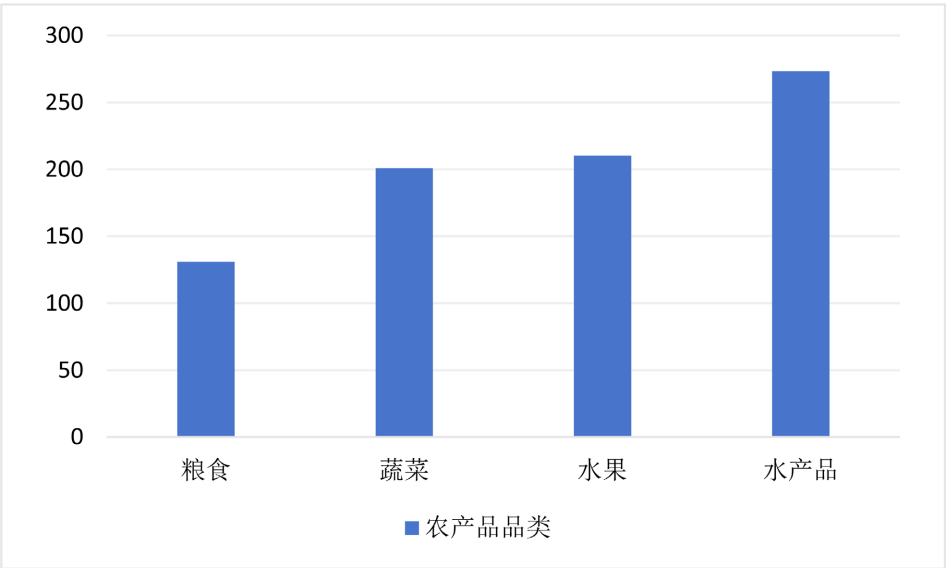
大连特色农业基础扎实，优势品类集中度高。如图 1，2024 年，全市粮食播种面积 403.1 万亩、产量 131 万吨；蔬菜种植面积 58.5 万亩、产量 200.9 万吨；水果种植面积 141.9 万亩、产量 210.2 万吨，面积与产量均居全省第一；水产品产量 273.4 万吨，面积与产量均居全省第一<sup>5</sup>。全市建成千亩以上特色农产品生产基地 121 个<sup>6</sup>，市级以上农业产业化龙头企业 196 家，其中国家级 26 家，数量居全省第一、副省级城市第三位。特色产业产值超 1079 亿元，占农业总产值 95%，为品牌建设提供坚实产业支撑[8]。

3.2. 品牌培育成效明显，认证与地标体系完善

大连农产品品牌数量与质量同步提升。截至 2025 年底，全市拥有地理标志农产品 61 个，入选中国农业品牌目录区域公用品牌 5 个，辽宁省区域公用品牌 13 个、百强农产品品牌 36 个<sup>7</sup>；全国名特优新农产品累计达 17 个<sup>8</sup>；“三品一标”认证总数 331 个。大连大樱桃 2025 年品牌价值达 105 亿元<sup>9</sup>，位列区

<sup>5</sup>[https://agri.dl.gov.cn/art/2025/7/22/art\\_11494\\_2454814.html](https://agri.dl.gov.cn/art/2025/7/22/art_11494_2454814.html)  
<sup>6</sup>[https://agri.dl.gov.cn/art/2025/7/22/art\\_11494\\_2454814.html](https://agri.dl.gov.cn/art/2025/7/22/art_11494_2454814.html)  
<sup>7</sup><https://nync.ln.gov.cn/nync/index/nyyw/nyxw/nyyw/2025122916463957844/index.shtml>  
<sup>8</sup>[https://agri.dl.gov.cn/art/2025/12/16/art\\_4128\\_2489992.html](https://agri.dl.gov.cn/art/2025/12/16/art_4128_2489992.html)  
<sup>9</sup>[https://agri.dl.gov.cn/art/2025/6/19/art\\_4128\\_2446146.html](https://agri.dl.gov.cn/art/2025/6/19/art_4128_2446146.html)

域品牌(地理标志)百强第 33 位; 大连海参品牌影响力指数 922 分, 居全国百强第 12 位<sup>10</sup>、全国海产品第 1 位[9]。政策层面, 如表 2, 《“大连农品”城市品牌管理办法(试行)》<sup>11</sup>《大连市培育“辽宁优品”品牌实施方案》<sup>12</sup>等相继出台, 品牌宏观布局不断完善。



数据来源: 大连市统计局。

Figure 1. Output of major agricultural products in Dalian, 2024 (10,000 tons)  
图 1. 2024 年大连主要农产品产出规模(万吨)

Table 2. Policies related to agricultural product brand building in Dalian (2021~2025)  
表 2. 2021~2025 年大连市农产品品牌建设相关政策

| 年份   | 政策文件全称                                             | 主要内容                                                             |
|------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 2021 | 《“大连农品”城市品牌管理办法(试行)》 <sup>13</sup>                 | 确立“大连农品”市级统一农产品公共品牌, 明确品牌分类, 规范品牌使用、授权、监管与保护流程, 搭建全市农产品品牌发展制度框架。 |
| 2022 | 《大连市关于进一步促进农产品加工业发展的意见》 <sup>14</sup>              | 鼓励经营主体开展绿色、有机、地理标志农产品认证, 加大区域公用品牌扶持力度, 推行“企业品牌 + 区域公用品牌”协同发展模式。  |
| 2023 | 《大连市贯彻落实食品工业大省建设任务实施方案(2023~2025 年)》 <sup>15</sup> | 提出培育壮大农产品区域公用品牌与知名产品品牌, 重点打造大连海参、大樱桃、海鲜等特色品牌, 依托产业集群提升品牌综合影响力。   |
| 2024 | 《大连市推进种植业全产业链发展工作方案》 <sup>16</sup>                 | 聚焦大樱桃、苹果、庄河大米、蓝莓等优势品类培育特色品牌, 构建标准化生产、质量追溯、品牌授权一体化体系, 拓宽品牌产销渠道。   |
| 2025 | 《大连市培育“辽宁优品”品牌实施方案》 <sup>17</sup>                  | 对接省级品牌培育工程, 建立市级农产品品牌培育库, 扶持本地优质特色农产品申报省级、国家级品牌, 完善品牌梯次培育体系。     |

数据来源: 大连市人民政府、大连市农业农村局。

<sup>10</sup>[https://www.dldj.gov.cn/art/2025/12/24/art\\_9305\\_2492528.html](https://www.dldj.gov.cn/art/2025/12/24/art_9305_2492528.html)  
<sup>11</sup>[https://agri.dl.gov.cn/old/\\_local/4/48/4F/31FC6999A6E9B89A632CB7F550D\\_12670D69\\_211888.pdf](https://agri.dl.gov.cn/old/_local/4/48/4F/31FC6999A6E9B89A632CB7F550D_12670D69_211888.pdf)  
<sup>12</sup>[https://www.ln.gov.cn/web/zwgkx/lnsrnzfgb/2025n/qk/2025n\\_dbq/szfbgtwj/2025040313274012032/index.shtml](https://www.ln.gov.cn/web/zwgkx/lnsrnzfgb/2025n/qk/2025n_dbq/szfbgtwj/2025040313274012032/index.shtml)  
<sup>13</sup>[https://agri.dl.gov.cn/old/\\_local/4/48/4F/31FC6999A6E9B89A632CB7F550D\\_12670D69\\_211888.pdf](https://agri.dl.gov.cn/old/_local/4/48/4F/31FC6999A6E9B89A632CB7F550D_12670D69_211888.pdf)  
<sup>14</sup>[https://agri.dl.gov.cn/art/2022/4/13/art\\_4123\\_2011293.html](https://agri.dl.gov.cn/art/2022/4/13/art_4123_2011293.html)  
<sup>15</sup>[https://www.dl.gov.cn/art/2023/11/6/art\\_8837\\_2296052.html](https://www.dl.gov.cn/art/2023/11/6/art_8837_2296052.html)  
<sup>16</sup>[https://www.dl.gov.cn/art/2024/8/11/art\\_1185\\_2344088.html](https://www.dl.gov.cn/art/2024/8/11/art_1185_2344088.html)  
<sup>17</sup>[https://www.ln.gov.cn/web/zwgkx/lnsrnzfgb/2025n/qk/2025n\\_dbq/szfbgtwj/2025040313274012032/index.shtml](https://www.ln.gov.cn/web/zwgkx/lnsrnzfgb/2025n/qk/2025n_dbq/szfbgtwj/2025040313274012032/index.shtml)

### 3.3. 标准与监管逐步强化，质量基础不断夯实

大连市持续推进标准化生产与质量安全管控。围绕大樱桃、蓝莓、海参等重点品类制定生产技术规程与分级包装标准，推广测土配方、绿色防控、全程温控等技术。国家农产品质量安全追溯管理信息平台逐步推广应用，合格证制度与产地准出管理加快落地，为品牌信誉提供质量保障。

## 4. 大连特色农产品品牌发展存在的问题

### 4.1. 品牌结构不合理，梯队与层级不清晰

大连海参、大连大樱桃等头部品牌优势明显，但具有全国影响力的品牌数量有限，大量中小品牌规模小、影响力弱，未形成梯度梯队。区域公用品牌强、企业品牌弱，政府主导的区域公用品牌发展较快，企业自主品牌培育不足，品牌带动主体能力不强，“大而不强、散而不精”现象突出。同时，产品以鲜果、鲜食、初加工为主，精深加工与高附加值品牌产品占比偏低，产业链溢价能力未能充分释放。这种品牌结构失衡、层级不清晰的问题，直接制约了大连特色农产品的整体溢价能力，与甘伟铭、曹斌(2025)在电商平台数据研究中发现的品牌结构性缺陷对溢价效应的抑制作用相吻合[5]。

### 4.2. 品牌运营能力不足，推广与市场化水平偏低

部分合作社、家庭农场重生产轻品牌，包装、标识、宣传不规范，品牌投入不足；展会、线下渠道仍占主导，新媒体、直播电商、场景营销等现代运营手段应用不充分，品牌声量与消费触达有限；对区位、品质、历史、生态等核心卖点提炼不够，同质化竞争明显，溢价能力未能充分体现。这种经营主体品牌意识薄弱、运营能力不足的问题，在家庭农场与合作社中尤为突出，与吴方(2022)研究中指出的品牌参与度不足对经营绩效的负面影响结论相一致[7]。

### 4.3. 品牌保护与协同机制不健全，管理效能偏弱

部分主体准入不严、品控不一，以次充好、滥用标识等现象影响品牌口碑；假冒伪劣、侵权仿冒等问题依然存在，维权成本高、监管难度大；农业、市场监管、商务、宣传等部门统筹不够，企业、合作社、农户之间利益联结松散，品牌增值收益难以有效传导至生产端，内生动力不足。这一现象反映了当前大连农产品品牌建设中政府与市场协同机制的缺失，与李佛关等(2022)提出的农产品区域公用品牌建设需强化政府与市场双驱动协同的观点高度契合[6]。

## 5. 大连特色农产品品牌发展对策

### 5.1. 优化品牌结构，构建梯度培育体系

针对大连大樱桃、海参、蓝莓、苹果等优势品类推行“一品一策”品牌孵化计划，集中政策资源打造具有全国影响力的头部区域公用品牌。同时出台专项扶持举措，支持龙头企业、专业合作社注册商标、严控产品品质，培育一批市场认可度高的企业自主品牌，形成区域公用品牌与企业品牌协同发展的格局。此外设立精深加工产业引导基金，大力推动预制菜、精品礼盒等深加工产品开发，延伸农业产业链、提升产品附加值，逐步搭建起层级分明、优势互补的农产品品牌梯队，助力本地农产品从“产地产品”向“知名品牌”转变[10]。

实施中易出现资源分散，难以集中力量打造头部品牌；企业依赖公用品牌，自主创牌意愿不强；精深加工投入高、企业顾虑多等问题。

应对预案：划定重点培育品类，集中政策资源；出台扶持政策，激励企业发展自有品牌；搭建公共

服务平台，降低加工项目落地成本。

## 5.2. 强化品牌运营，提升市场化推广能力

面向各类涉农经营主体常态化开展品牌管理、包装设计、新媒体运营、电商直播等专题培训，补齐运营短板、强化品牌发展意识。整合政府、媒体与电商平台资源，依托线下农博会、产销对接会以及线上短视频、直播等多元渠道，深度挖掘本地农产品的区位优势与生态特色，全方位讲好品牌故事。同步制定公用品牌标识使用准则，落实统一包装、统一标准、统一宣传的管理要求，规范品牌视觉形象，持续提升大连特色农产品的市场辨识度与整体美誉度。

实施中易出现经营主体学习积极性不足，培训效果不佳；宣传内容同质化，缺少长效传播规划；品牌包装、宣传口径杂乱，形象不统一等问题。

应对预案：开展实操类小班培训，强化落地效果；统筹打造统一宣传内容与传播渠道；出台标识、包装使用规范，统一品牌对外形象。

## 5.3. 健全品牌保护与协同机制，夯实长效发展基础

进一步完善区域公用品牌授权、使用与动态退出机制，依托质量检测、全程溯源等管理手段严守产品质量底线。加大地理标志、商标等知识产权保护力度，联合多部门开展专项整治行动，严厉打击假冒伪劣、侵权盗用等行为，维护健康的市场秩序。建立跨部门常态化协调机制，积极推广“企业 + 合作社 + 农户”经营模式，依托订单农业落实保底收购、利润分红等举措，打通产业链各环节利益联结通道，调动各方参与品牌建设的积极性，为农产品品牌持续健康发展筑牢制度保障<sup>[11]</sup>。

实施中易出现品牌准入退出制度执行不到位，品控难以保障；假冒侵权多发，企业维权成本高；部门、经营主体之间协作不足，利益分配不合理等问题。

应对预案：落实动态考核管理，严格品牌准入与退出；开展联合执法，简化维权流程；建立部门联动机制，完善多方利益分配模式。

## 6. 结论

大连特色农产品具备优越的资源禀赋、坚实的产业基础与良好的政策环境，品牌建设已取得明显成效，地理标志、名特优新、“三品一标”等品牌数量持续增加，大连大樱桃、大连海参等区域公用品牌价值与影响力稳步提升。但当前仍面临品牌结构不合理、运营能力不足、保护与协同机制不健全三大突出问题，制约品牌竞争力与附加值提升。

推动大连特色农产品品牌高质量发展，应坚持政府引导、市场主导、主体协同、质量为本，以优化品牌结构为基础，构建梯度培育体系；以强化运营推广为关键，提升品牌市场化水平；以健全保护机制为保障，规范品牌管理与利益联结。通过系统施策、精准发力，持续提升大连特色农产品品牌影响力、竞争力与溢价能力，为推进农业高质量发展、实现乡村产业振兴提供有力支撑。

## 参考文献

- [1] 唐珂. 品牌强农与乡村振兴[J]. 农产品市场周刊, 2018(19): 10-13.
- [2] 大连市农业农村局. 大连市培育“辽宁优品”品牌实施方案[Z]. <https://kcyrcrawlerfile.oss-cn-beijing.aliyuncs.com/2025/04/08/%E5%A4%A7%E8%BF%9E%E5%B8%82%E2%80%9C%E8%BE%BD%E5%AE%81%E4%BC%98%E5%93%81%E2%80%9D%E5%93%81%E7%89%8C%E5%9F%B9%E8%82%B2%E5%AE%9E%E6%96%BD%E6%96%B9%E6%A1%88.pdf>, 2026-05-29.
- [3] 辽宁省农业农村厅. 北纬 39°的丰收答卷——辽宁大连“十四五”农业农村发展全景[R].

- <https://nync.ln.gov.cn/nync/index/nyyw/nyxw/nyyw/2025122916463957844/index.shtml>, 2026-05-29.
- [4] 孙艺榛, 郑军. 农产品区域公用品牌建设文献综述[J]. 农村经济与科技, 2018, 29(1): 6-8+17.
- [5] 甘伟铭, 曹斌. 农产品区域公用品牌溢价效应研究——基于电子商务平台数据[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2025, 25(6): 1-12.
- [6] 李佛关, 叶琴, 张隼. 农产品区域公用品牌建设的政府与市场双驱动机制及效应——基于扎根理论的探索性研究[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2022, 48(2): 82-94.
- [7] 吴方. 品牌农业参与能否提升家庭农场经营绩效? [J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2022(3): 36-46.
- [8] 大连市农业农村局. 关于加快构建大连现代乡村产业体系的提案答复(第 0169 号) [R]. 大连: 大连市农业农村局, 2025. [https://agri.dl.gov.cn/art/2025/7/22/art\\_11494\\_2454814.html](https://agri.dl.gov.cn/art/2025/7/22/art_11494_2454814.html), 2026-05-29.
- [9] 大连市人民政府. 我市“对门沟玫瑰香葡萄”等 5 个产品纳入“全国名特优新农产品”目录[R]. 大连: 大连市人民政府, 2025. [https://agri.dl.gov.cn/art/2025/12/16/art\\_4128\\_2489992.html](https://agri.dl.gov.cn/art/2025/12/16/art_4128_2489992.html), 2026-05-29.
- [10] 郭琳, 宿伟玲. 大连地理标志农产品品牌建设与产业链构建探究——基于大连大樱桃的实证分析[J]. 广东蚕业, 2023, 57(1): 107-109.
- [11] 大连市市场监督管理局. DB2102/T 0093-2023 地理标志产品 大连海参[S/OL]. [https://scjg.dl.gov.cn/module/download/downloadfile.jsp?classid=0&showname=DB2102T%200093%E2%80%942023%E5%9C%B0%E7%90%86%E6%A0%87%E5%BF%97%E4%BA%A7%E5%93%81%E5%A4%A7%E8%BF%9E%E6%B5%B7%E5%8F%82.pdf&file\\_name=163805d38c684cbe819822ed5c3c1d1f.pdf](https://scjg.dl.gov.cn/module/download/downloadfile.jsp?classid=0&showname=DB2102T%200093%E2%80%942023%E5%9C%B0%E7%90%86%E6%A0%87%E5%BF%97%E4%BA%A7%E5%93%81%E5%A4%A7%E8%BF%9E%E6%B5%B7%E5%8F%82.pdf&file_name=163805d38c684cbe819822ed5c3c1d1f.pdf), 2026-05-29.