

吴 昊,蒋高中,陈红磊. 基于 SWOT 分析的江苏省大闸蟹产业品牌提升路径[J]. 江苏农业科学,2024,52(10):274-279.  
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2024.10.038

# 基于 SWOT 分析的江苏省大闸蟹产业品牌提升路径

吴 昊<sup>1</sup>, 蒋高中<sup>1,2</sup>, 陈红磊<sup>2</sup>

(1. 南京农业大学无锡渔业学院,江苏无锡 214081; 2. 中国水产科学研究院淡水渔业研究中心,江苏无锡 214081)

**摘要:**为进一步推动江苏省品牌强农和品牌精品培育计划的实施,利用本土优势积极发展大闸蟹产业品牌。运用 SWOT 分析法探讨江苏省大闸蟹产业品牌的优势、劣势、机会和威胁,经分析发现江苏省大闸蟹产业品牌具备地理、种质资源、传统品牌建设的优势,处于互联网高速发展和产业升级的机遇期,但仍存在品牌参差不齐、拓展产品匮乏、从业人才稀少等劣势,以及行业竞争加剧、替代产品增加、消费者理念差异等不利因素。进而从组织、政策、信息、资金、技术、市场、品牌文化等 7 个方面提出大闸蟹产业品牌提升保障措施,以期助推江苏省大闸蟹产业品牌发展。

**关键词:**江苏省;大闸蟹产业品牌;SWOT 分析法;提升路径

**中图分类号:**F326.4 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-1302(2024)10-0274-06

中国是世界淡水养殖大国,淡水产品产量居世界首位。大闸蟹作为我国特色水产品<sup>[1]</sup>,对我国水产品产业的发展作出了巨大贡献。大闸蟹别称河蟹,学名中华绒螯蟹(*Eriocheir sinensis*),属弓蟹科绒螯蟹属甲壳类动物,是我国传统的名贵水产品之一,分布范围极其广泛,北自辽宁省、南至福建省的各个沿海区域的江河湖泊都有分布,其中以长江水系所产大闸蟹最出名<sup>[2-3]</sup>。大闸蟹营养丰富,维生素 A 含量高于其他陆生及水生动物;维生素 B<sub>2</sub> 含量是常规畜禽类的 5~6 倍,比鱼类高 6~10 倍,比蛋类高 2~3 倍<sup>[4]</sup>。同时,大闸蟹兼具一定的医用功效,如维生素 A 对于皮肤衰老和某些传染病以及夜盲症具有明显的抵抗作用;钙元素可以有效治疗佝偻病与骨质疏松;蟹壳中提取的甲壳素及其衍生物还能作为营养补助剂和癌症化疗的药物<sup>[5]</sup>。此外,大闸蟹还具有舒筋益气、活血化瘀、理胃消食等功效。由于其具有高营养价值和医疗食用功效而深受消费者的喜爱,成为我国水产品产业发展的重要支柱产业之一。江苏省位于长江三角洲地区,东临黄海,地跨长江、淮河两大水系,拥有我国五大淡水湖中的太湖和洪泽湖,以及微山湖、阳澄湖、长荡湖等湖泊,水域资源十分丰富,省内水产产业发展迅

速,培育出了阳澄湖大闸蟹、盱眙龙虾、建湖青虾、兴化大闸蟹等众多品牌,为渔民收入增长作出了诸多贡献。本研究基于 SWOT 分析法分别对江苏省大闸蟹产业品牌的优势、劣势、机会和威胁进行分析,了解江苏省大闸蟹产业现状,进而为大闸蟹产业品牌整体提升路径提出合理的建议。

## 1 江苏省大闸蟹产业品牌优势(strengths,S)

### 1.1 地理位置优势

江苏省位于亚洲大陆东岸中纬度地带,属于东亚季风气候区,日照时间较长,气候条件有利于水产养殖的发展。目前,江苏省水产养殖面积高达 58.5 万 hm<sup>2</sup>,约占全国养殖面积的 8.5%,其大闸蟹养殖面积占全省淡水养殖面积的 10.94%。大闸蟹是杂食性动物,浮游植物可作为其开口饵料,鱼、虾、螺、蚌、蚬、蚯蚓、昆虫等可作为其动物性饵料<sup>[6]</sup>,而江苏省拥有丰富的天然水生动植物资源,如贝类、螺蚬、水草等,可见江苏省大闸蟹产业发展有独特的优势。

### 1.2 种质资源丰富

江苏省地处长江经济带,下辖 13 个设区市,是全国唯一所有地级行政区都跻身百强市的省份,且享有“鱼米之乡”的美誉,水产业是其经济产业支柱之一。江苏省是全国唯一同时拥有大江大河大湖大海的省份,水域面积占 16.9%,可养殖面积高达 598 538 hm<sup>2</sup>,包含近海鱼类 150 多种,主要是黄鲫、银鲳、带鱼、青虾、螃蟹等水产品;淡水鱼类 140 余种,经济鱼类 30~40 种,主要是鲤鱼、鲫鱼、黄鳝

收稿日期:2023-08-03

基金项目:江苏省种业振兴揭榜挂帅项目(编号:JBGS[2021]125)。

作者简介:吴 昊(1998—),男,河南漯河人,硕士,主要从事渔业经济管理研究。E-mail:1224366968@qq.com。

通信作者:蒋高中,博士,研究员,主要从事渔业文化与渔业经济管理研究。E-mail:jianggz@ffrc.cn。

等<sup>[7-8]</sup>。同时,江苏省设有多个水产研究所,覆盖各种水产类种质资源研究室,可以支撑江苏省水产种业的高速发展,为推进国家“十四五”规划、促进共同富裕发挥了重要作用。

目前,全国共有 5 个国家级大闸蟹良种,江苏省独占 3 个(表 1),每年河蟹育苗产量高达 86% 以上,分别是长江 1 号、长江 2 号、诺亚 1 号。大闸蟹长江 1 号于 2011 年由江苏省淡水水产研究所历经 10 年选育 5 代而成;长江 2 号是于 2013 年由江苏省淡水

水产研究所经连续 4 代选育而成。二者的不同之处在于长江 1 号以长江水系原种大闸蟹为基础群体,长江 2 号以荷兰引进的莱茵河水系大闸蟹为基础群体<sup>[9]</sup>。大闸蟹诺亚 1 号于 2017 年由中国水产科学研究院淡水渔业研究中心以长江干流江苏流段的野生大闸蟹为基础群体,经连续 5 代选育而成。这 3 种蟹苗均具有生长速度快、平均规格大、成蟹群体整齐、养殖成活率高、发病率低、增产效果明显的特点<sup>[10-12]</sup>。

表 1 全国大闸蟹良种统计情况

品种名称	选育单位	生长规格
长江 1 号	江苏省淡水水产研究所	生长速度提高 16.7%
光合 1 号	盘锦光合蟹业有限公司	成蟹平均体重提高 25.98%
长江 2 号	江苏省淡水水产研究所	生长速度提高 19.4%,平均个体规格增加 18.5%
江海 21 号	上海海洋大学	生长速度提高 17.8%,雌蟹 150 g/只、雄蟹 200 g/只以上比例可达 50% 以上 <sup>[13]</sup>
诺亚 1 号	中国水产科学研究院淡水渔业研究中心	雄蟹 200 g/只以上比例达 56% 以上、雌蟹 150 g/只以上比例达 41% 以上

### 1.3 知著品牌众多

截至 2022 年 12 月 31 日,江苏省拥有水产品类地理标志产品 31 个,分别为盱眙龙虾、盐城龙虾、阳澄湖大闸蟹、南通长江河豚、固城湖螃蟹、赣榆梭子蟹、吕四海哲、太湖河鳗、太湖莼菜、宝应荷藕、大丰龙虾、大丰东沙紫菜、大纵湖大闸蟹、兴化大青虾、兴化大闸蟹、高邮湖大闸蟹、如东条斑紫菜、如东泥螺、白马湖青虾、白马湖大闸蟹、建湖青虾、镇江江蟹、洪泽湖大闸蟹、洪泽湖河蚬、洪泽湖青虾、溱湖簰蟹、龙池鲫鱼、永宁青虾、泰兴江沙蟹、宜陵螺蛳、扬中河豚。其中,大闸蟹类地理标志产品 10 个,占比 32.3%;虾类地理标志产品 8 个,占比 25.8%(表 2)。同时,江苏省获批农产品区域公用品牌 46 件,水产品类占比 23.91%,大闸蟹类区域公用品牌占总数的 15.22%。水产品企业 28 个,经营大闸蟹的企业占比高达 40%。此外,在 2022 年举办的“全国河蟹大赛”中,江苏省的多个大闸蟹品牌获得了金奖,有“蟹太太”“蟹状元”“万顷湖”“江缘”“宝应湖”“湖宗”等大闸蟹品牌。综上,江苏省大闸蟹知著品牌众多,且在全国范围内享有相当大的影响力。

## 2 江苏省大闸蟹产业品牌劣势(weaknesses, W)

### 2.1 品牌参差不齐,鱼龙混杂

当前,江苏省内大闸蟹产量(包括养殖和捕捞产量)约 377 626 t,涵盖各种蟹类,如阳澄湖大闸蟹、固城湖大闸蟹、太湖大闸蟹等。因大闸蟹重量标准与检测体系尚未统一,造成市面上涌现出各种

表 2 江苏省水产品类区域公用品牌目录

品牌名称	注册单位	产品
溧阳青虾	溧阳市青虾养殖协会	青虾(活)
阳澄湖大闸蟹	苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会	大闸蟹(活)
连云港紫菜	连云港紫菜协会	紫菜
盱眙龙虾	江苏省盱眙龙虾协会	龙虾(活)
兴化大闸蟹	兴化大闸蟹行业协会	大闸蟹(活)
泗洪大闸蟹	泗洪县渔业协会	大闸蟹(活)
洪泽湖大闸蟹	江苏省洪泽湖渔业协会	大闸蟹(活)
宜兴大闸蟹	宜兴市水产协会	河蟹(活)
洪泽湖螃蟹	淮安市洪泽区洪泽湖大闸蟹协会	大闸蟹(活)
高邮湖大闸蟹	高邮市高邮湖大闸蟹行业协会	大闸蟹(活)
洪泽湖河蚬	洪泽湖渔业协会	河蚬

注:数据来源于江苏省农业农村厅。

品牌大闸蟹。这些蟹不仅有江苏省的,还有山东省、辽宁省的,北方夏天昼夜温差比南方大,螃蟹蜕壳频繁,比南方提早 1~2 个月上市,但由于江苏大闸蟹知名度更高,为追求经济效益,这些蟹往往被挂上“阳澄湖大闸蟹”或“固城湖大闸蟹”等品牌,如阳澄湖大闸蟹产量仅 1 500 t,但在市场上销售量却高达 10 万 t,造成“洗澡蟹”的现象。假冒伪劣河蟹产品层出不穷,以次充好,严重破坏了江苏省大闸蟹在消费者心目中的形象与地位,致使消费者利益受损,顾客购买欲望降低,进而制约江苏省大闸蟹品牌产业的发展。

### 2.2 延伸产品匮乏

江苏省以质量为抓手,发展绿色生态养殖模

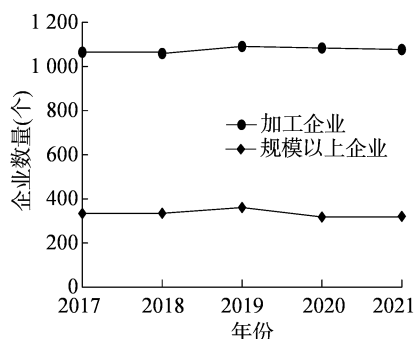
式,尤其是大力发展河蟹产业,推动了地区经济增长,但河蟹养殖加工产业却发展迟缓。由图 1 可知,近 5 年江苏省水产品加工企业数量增长缓慢,规模以上加工企业减少了 4%,且加工产品集中于初级加工冷冻品<sup>[14]</sup>。表明江苏省大闸蟹加工产业发展迟缓,大闸蟹精深加工产品发展还处于较低水平,如蟹黄粉、蟹肉棒、蟹醋、甲壳素等尚未形成规模,是江苏省大闸蟹品牌的牌弱势。

### 2.3 渔业从事人员减少

自 2012 年至今,江苏省大闸蟹产业在全国一直

处于领先地位。但近年来江苏省大闸蟹产业先后出现多起负面事件,如 2016 年大闸蟹致癌物事件、2018 年洪泽湖蟹死亡事件、2019 年 4 月河蟹青苔事件、2019 年 11 月阳澄湖蟹污染事件、2020 年 8 月江苏水瘪子事件。频发的大闸蟹事件造成江苏省河蟹产业动荡,导致渔业从业人员减少(图 2)。

由图 3 可知,近 10 年江苏省水产技术人员数量与水产技术推广机构数量呈正相关关系,且一直呈下降趋势,这已经影响到江苏省水产业,包括大闸蟹产业品牌的健康发展。



数据来源:《中国渔业统计年鉴》。图 2、图 3 同

图1 2017—2021 年江苏省水产品加工企业情况

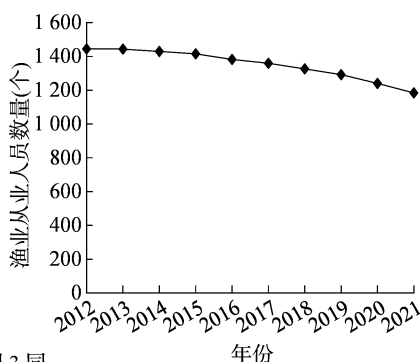


图2 江苏省渔业从业人员变化趋势

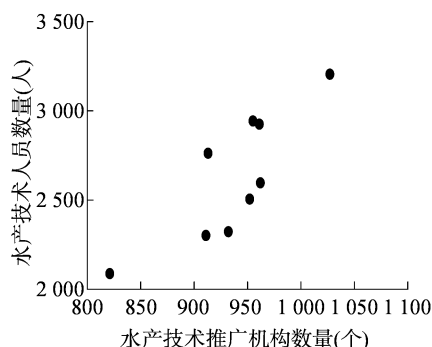


图3 2012—2021 年江苏省水产技术人员变化情况

## 3 江苏省大闸蟹产业品牌机会 (opportunities, O)

### 3.1 推广销售渠道的创新

随着互联网时代的高速发展,网购人数不断增长,最少增加 6 000 万人/年,2021 年网购人数达到 84 210 万人,且网购使用率高达 81.6%,同时网民比例增加到 72.82%,表明网购热潮已兴起(图 4)。江苏省大闸蟹品牌以消费需求为导向,大力发展高品质、低价格、高产量的河蟹产业,打破传统销售模式框架,结合现代营销方式,借助互联网、云计算等现代数字信息技术,建立多形式的品牌销售平台,创新品牌销售方式,进而提高江苏省大闸蟹产业品牌的影响力<sup>[15]</sup>。利用天猫超市、苏宁易购、美团、抖音直播、盒马生鲜等平台,大力开发农村消费潜力,加快河蟹品牌出村上行;加大海外营销活动力度,鼓励大闸蟹企业参与国际知名农产品展会,切实提高江苏省河蟹品牌的影响力,将河蟹产品发展为江苏省的代言词<sup>[16]</sup>。

### 3.2 加速一二三产业融合发展

经济较发达地区的一二三产业往往能协同融合发展。因此,要实现品牌强农,发展大闸蟹产业,传统经济发达地区江苏省需要积极拓展大闸蟹产

品向二三产业延伸。第一,应大力发展大闸蟹的深加工产业,开发蟹黄酱、蟹黄粉、甲壳素、河蟹保健品等产品,提高产品附加值和市场竞争力。第二,结合休闲渔业和旅游业的发展,推动大闸蟹产业的多元化经营,打造具有地方特色的大闸蟹文化旅游品牌,吸引更多消费者来到江苏省,进一步促进大闸蟹产业的发展。第三,通过加强大闸蟹产业的科技创新,提高产业智能化、信息化水平,推动大闸蟹产业向绿色、可持续发展的方向发展。

江苏省大闸蟹产业可利用一二三产业优势,拓展第二产业发展渠道,将养殖业与深加工产业及休闲渔业结合起来,融合一二三产业,促进农文旅发展,有助于江苏省大闸蟹产业品牌的全面提升,助推乡村振兴,推动我国从农业强国走向品牌强国。

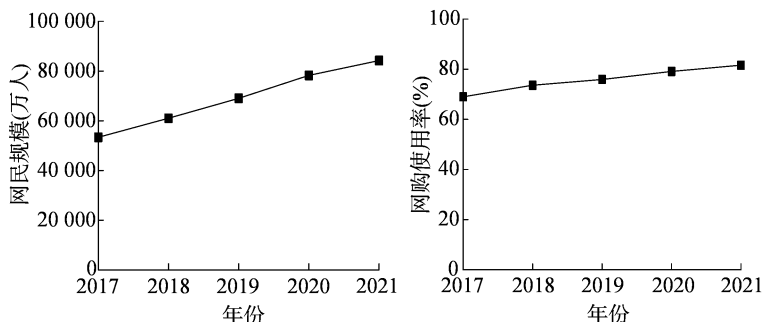
### 3.3 出口市场扩张

江苏省大闸蟹产品出口市场主要是韩国、日本、新加坡等亚洲地区<sup>[17]</sup>。由图 5 可知,2012—2017 年江苏省大闸蟹产品出口量波动基本处于稳定状态,波动系数都在 4%~6%之间,最大波动出口额度 3 721.22 万美元,出口量减少 5 640.09 t,除 2015 年、2016 年、2019 年出现回落外,其他年份的出口量均实现了正增长,特别是 2019 年出口量回调后,2020

年、2021 年连续 2 年实现快速增长。其中,2020 年比 2019 年上升 4 523.66 万美元,出口量增长 1 424 t, 2021 年相较于 2020 年出口额增加 6 612.37 万美元, 出口量增长 567 t,表明未来国际市场将成为江苏省大闸蟹产业品牌的主要销售区和增长点。

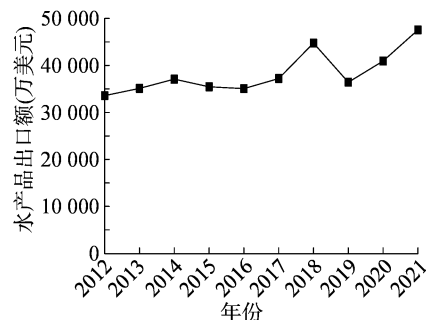
从年均增长率来看,江苏省大闸蟹产品出口额

年均增长率为 15.26%,出口量年均增长率为 2.13%,说明江苏省大闸蟹产业有望在国际市场上获得更大的市场份额。同时,随着国际市场的扩大,江苏省大闸蟹产业也需要更加注重产品质量和品牌形象的提升,以满足国际市场的需求,提高产品的附加值和竞争力,进一步推动产业的发展。



数据来源:《中国互联网络发展状况统计报告》

图4 2017—2021 年网购人数及使用率



数据来源:《中国渔业统计年鉴》。图 6 同

图5 2012—2021 年江苏省大闸蟹产品出口额变化

## 4 江苏省大闸蟹产业品牌威胁(threats, T)

### 4.1 竞争产品剧增

当前市面上除江苏大闸蟹外,还有小龙虾、黄河鲤鱼、武昌鱼等淡水产品闻名于世,与之共占水产品市场。由图 6 可知,近 10 年人均消耗大闸蟹量为 0.59 kg,且在 2016 年人均占有量达到最高,为 0.64 kg;而虾类近些年火爆市场,成为年轻人的首选,从 2012 年开始逐年扩增,已达到大闸蟹人均占有量的 4.6 倍,人均占有量高达 2.74 kg。此外,鱼类因体内含有丰富的蛋白质与微量元素,这些蛋白质和微量元素都是人体不可或缺的,再加上其购买价格适中,且购买鱼类品种几乎不受区域限制,所以鱼类人均消耗量一直较高。同时,在整个淡水水产品市场中,鱼、虾、蟹占比高达 90% 以上,其中鱼类就占据了 85% 的市场、虾类占据 12%,而大闸蟹仅占 3%,大闸蟹市场份额中,不仅有江苏省省外那些已知的大闸蟹品牌,还有江苏省非品牌大闸蟹,这将进一步压缩江苏省大闸蟹品牌的市场空间。

### 4.2 大闸蟹品牌递增

大闸蟹富含多种维生素,可以补充优质蛋白质和各种微量元素,有利于人体的生长发育。促使全国从沿海到内陆地区纷纷开始养殖河蟹,甚至在新疆等省份也有养殖大闸蟹<sup>[18]</sup>。安徽省五河螃蟹肥满个大、肉质瓷白、膏黄丰满、味甜腥鲜;江西省军山湖大闸蟹以“肥、大、腥、鲜、甜”而出众;湖北省梁

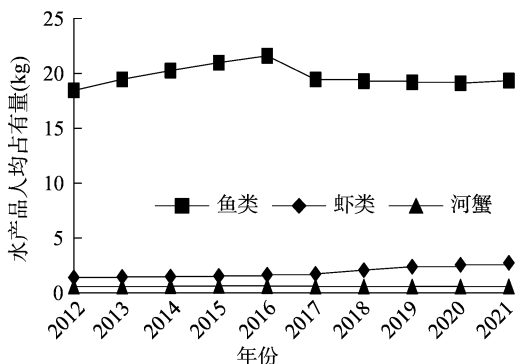


图6 水产品人均占有量变化趋势

子湖大闸蟹蟹黄丰满、味道鲜香、肉质细嫩。随着越来越多地区重视河蟹养殖,大闸蟹品牌也逐渐增多,越来越多的省份开始拥有自己的河蟹品牌,大量养殖河蟹会导致河蟹集中上市,加大竞争力度,江苏省大闸蟹已经不再一家独大,面临其他蟹类品牌的挑战(表 3)。此外,江苏省大闸蟹还要面临越南、菲律宾、印尼等国家出口的强力竞争<sup>[19]</sup>,这让江苏省大闸蟹产业品牌发展之路变得困难重重。

### 4.3 消费习惯不同

随着生活水平的不断提高,居民消费习惯逐渐趋向品牌化,但我国居民在肉类消费选择上更多倾向于畜牧类品牌产品,大闸蟹产品占比较少,且消费者往往购买能用肉眼分辨新鲜程度的鲜活大闸蟹产品,较少购买精深加工产品,导致大闸蟹产业品牌延伸和发展缓慢。此外,在 1900 年初欧洲和美洲就已经出现了大闸蟹,但因西方地区消费饮食习惯不同,很少食用大闸蟹,这会影响大闸蟹产业品

表 3 部分省份河蟹品牌

地区	河蟹品牌名称
新疆维吾尔自治区	天山雪蟹、昆仑龙蟹
黑龙江省	嫩江大闸蟹、九月鲜
辽宁省	辽梦、盘锦、今锦上
山东省	秋盛、黄河口
河北省	名蟹坊、恒行
上海市	宝岛、邵万生、国螯
安徽省	徽周、女山湖
江西省	洪源湖、军山湖
湖北省	梁子、梁湖水
湖南省	白泥湖、益水缘

牌向国际市场特别是欧美市场的拓展步伐。

5 江苏省大闸蟹产业品牌提升路径的具体措施

大闸蟹产业是江苏省的特色产业,也是江苏省的主要经济支柱产业之一。为进一步提升大闸蟹产业品牌的发展,本研究运用 SWOT 分析法剖析大闸蟹产业品牌的发展过程,为更好地发挥优势、克服劣势、抓住机遇、迎接挑战,确保江苏省大闸蟹产业品牌提升目标的实现,提出适合江苏省大闸蟹产业品牌提升的保障措施。

5.1 组织保障措施

一是严格规范渔医资格制度。适当提高获得渔医资格证的标准,严格执行水产专业资格评定指标。二是加强相关人员培训。定期对大闸蟹养殖专业人员进行培训,提高其专业技能水平。三是合理设置管理机构。健全地市、县(市、区)、乡(镇)渔业管理机构与基层培训机构的建设,同时发挥政府号召力,积极引导养殖户与地方龙头企业建立合作关系,鼓励带动中小规模加工企业发展,促进大闸蟹产品加工的自动化、智能化、信息化、品牌化,推进大闸蟹育种、繁育、养殖和加工环节一体化发展,加快一二三产业融合发展,共同带动江苏省大闸蟹产业品牌发展。

5.2 政策保障措施

鼓励建设蟹业社会化服务联盟、协会、指导中心等行业组织,夯实蟹业发展基础。一是完善河蟹质量安全监控体系建设。成立乡(镇)、县级河蟹产品及苗种质量检测站,定期对当地河蟹进行抽样检测。二是巩固河蟹行业协会作用。将众多散户集中于同一个组织中,不仅可以方便其与政府和企业深化沟通联系,还有利于加强对河蟹产品服务质

量、竞争手段、经营作风的监督。三是加强渔政执法部门的管理,秉公执法,为民服务,争取打造出高效、公平、公正、公开的渔业发展环境<sup>[20]</sup>。四是定期向蟹农提供河蟹养殖技术培训,加强各种补贴优惠政策力度,激发蟹农专心、专业养蟹的积极性,促进蟹业发展并提高蟹农收益。

5.3 信息保障措施

一方面,建立大闸蟹风险预警机制,收集江苏省大闸蟹产品生产销售信息,选取预警指标并建立警级,构筑预测结构模型,利用互联网、微博、微信公众号等平台及时告知预警结果,使养殖户合理调整养殖模式和规模,从而稳定市场波动范围。另一方面,加强网络信息平台建设,打造现代化大闸蟹产业。创建大闸蟹产业信息服务平台,利用网络平台吸纳人群参与大闸蟹信息平台建设,致力于信息共享,将更多计算机技术应用于渔业发展中,奠定休闲渔业发展的基础,提高大闸蟹产品的品质和附加值,进而促进产业可持续发展。

5.4 资金保障措施

加大投资引商力度,协调大闸蟹产业发展。一是江苏省相关政府部门应多举办大闸蟹相关活动,积极吸引外商投资。二是完善河蟹养殖的基础设施与配套设施建设,鼓励行业内外企业进军大闸蟹养殖业,确保大闸蟹产业稳步发展。三是建立投资引导机制,构筑大闸蟹产业投资信息平台,加强投资的有效性和针对性。此外,拓宽资金融通渠道,形成多元化的投资格局。(1)强化金融支持,推动金融机构增加乡村振兴信贷投放,加大对河蟹产业建设的中长期信贷支持;(2)实行因地制宜的贷款制度,鼓励各地开发特色品种保险、气象指数保险等险种,完善养殖业保险精准承保精准理赔机制<sup>[21]</sup>;(3)提倡社会组织、社团投资大闸蟹产业,支持在蟹业推广“先富带后富,走向养殖路”的自发模式。这些举措可帮助大闸蟹产业得到足够的资金支持,进而推动产业快速发展。

5.5 技术提升措施

一是加强科研单位、高校、水产技术推广单位和企业的产学研联合协作,提高科技成果落地应用效率,促进技术创新和产业升级。二是因大闸蟹在生长发育过程中有鲜明的阶段性特点,可利用饲料配比满足大闸蟹不同生长阶段的营养需求,进而提高大闸蟹的品质<sup>[22]</sup>。三是根据河蟹在生长发育过程中需要经过多次蜕壳,对水体中 pH 值、溶氧量、

氨态氮含量、透明度等要求极高的特点,保持养殖用水的“肥、活、嫩、爽”,为大闸蟹提供最适宜的养分和生长条件。四是推广标准化操作,科学化精养,与时俱进,掌握先进的生产设施与技术方法,提高大闸蟹产品质量,为产业发展提供强力支撑。五是丰富蟹产品类型,满足消费市场需求,拓展产业发展空间,提高企业竞争力。开发河蟹食品系列,如蟹黄酱、蟹黄粉、调味品等;利用河蟹脂肪和碳水化合物含量高特性,制成专供的无激素饮料;挖掘蟹壳用途,扩大甲壳素和酮酸的化工原料来源,推动大闸蟹产业延伸发展。

### 5.6 市场保障措施

一是加强线上平台交易,完善相应的制度建设,提高交易效率,促进市场稳定发展。二是拓宽线下交易渠道,与各地生鲜超市密切合作,建立各品牌大闸蟹产品专卖店等,提高产品知名度和品牌价值。三是加大大闸蟹产品出口销售,利用品牌传播与运营手段,逐渐扩大大闸蟹市场,推动产业发展。同时,建立蟹类产品质量安全追溯体系。先要推广信息条码、蟹扣、防伪码等识别方法,便于查询蟹类产品信息;再利用网络和数据库等信息技术,建立基于互联网的远程监控管理信息系统,整合 SQL Server 数据库,提供 WEB 服务器上的导航功能,应用地理信息系统(GIS)、全球卫星定位系统(GPS)详细了解养殖场及周边信息,对大闸蟹产地进行实时监控,实现对蟹类产品从养殖、加工、运输到售卖全过程的关键信息的追溯,提高产品质量和安全性,促进市场稳定发展。

### 5.7 品牌文化措施

深度挖掘大闸蟹品牌文化,强化大闸蟹品牌意识。一是深度挖掘渔业历史文化与地方特色,融入大闸蟹品牌内涵,提升文化品性,为品牌注入深厚的文化底蕴和历史积淀,提高品牌的吸引力和认可度。二是建立鲜明品牌定位,充分利用各种传播途径激发消费者对大闸蟹品牌的认同感,形成品牌忠诚,提高品牌在消费者心目中的地位,增强品牌的市场竞争力。三是利用媒体宣传,如报纸、广播、网络平台等方式,积极扩大大闸蟹的产品知名度,带动地方蟹业品牌发展。四是结合现代数字化技术,创新文化宣传方式,推出数字渔业展览馆,打造生动立体的大闸蟹品牌形象,吸引各地消费者,提升江苏省大闸蟹产业品牌影响力。五是建设大闸蟹品牌博物馆和主题公园,促进农文旅融合发展,推

动一二三产业并驾齐驱发展,助力江苏省大闸蟹产业品牌进一步提升。

### 参考文献:

- [1] 赵秀秀,杨德利. 加快中国水产品消费发展的几点思考[J]. 山西农业科学,2010,38(3):65-67,96.
- [2] Appel M, Elwood R W. Motivational trade-offs and potential pain experience in hermit crabs[J]. Applied Animal Behaviour Science, 2009,119(1/2):120-124.
- [3] 谷孝鸿,赵福顺. 长江中华绒螯蟹的资源与养殖现状及其种质保护[J]. 湖泊科学,2001,13(3):267-271.
- [4] 车 斌,王倩倩. 江苏省河蟹养殖产业 SWOT 分析及对策[J]. 山西农业科学,2011,39(7):736-739.
- [5] 秦丽芳,刘德明. 甲壳素与壳聚糖的应用[J]. 山西化工,2017,37(5):76-78.
- [6] 徐静静,冯广朋,张 涛,等. 基于高通量测序的长江口中华绒螯蟹雌蟹食性分析[J]. 水产科学,2023,42(1):1-10.
- [7] 韩全林,刘劲松,游益华. 江苏省河湖空间管控的实践与思考[J]. 水利发展研究,2019,19(10):18-21,32.
- [8] 陈学进,尹思慧,韩 飞,等. 江苏省渔业经济产业现状分析与思考[J]. 水产养殖,2018,39(12):50-52.
- [9] 刘华楠,张佳新,王成辉,等. 中国河蟹种源产业发展现状与趋势分析:上[J]. 科学养鱼,2017(1):1-3.
- [10] 徐 跑,董在杰,庄红根,等. 中华绒螯蟹“诺亚1号”[J]. 中国水产,2017(7):70-73.
- [11] 江 平. 中华绒螯蟹“长江2号”[J]. 农村新技术,2016(3):37-38.
- [12] 邓燕飞,夏爱军,潘建林,等. 中华绒螯蟹“长江1号”的选育[J]. 水产养殖,2013,34(4):43-47.
- [13] 王成辉,张根玉. 中华绒螯蟹“江海21”[J]. 中国水产,2017(1):69-75.
- [14] 沈 豹,顾爱军. 江苏河蟹产业化发展对策[J]. 中国渔业经济,2004,22(6):48-49.
- [15] 农业农村部关于加快推进品牌强农的意见[J]. 新农村,2018(9):3-4.
- [16] 屈家安,王雪娇,陈 雁. 江苏省大闸蟹电子商务模式创新研究[J]. 市场周刊,2018(9):61-62.
- [17] 陈 加. 江苏省河蟹产业竞争力与产业发展研究[D]. 南京:南京农业大学,2009.
- [18] 周 刚,周 军. 我国河蟹产业现状及可持续发展对策[J]. 中国水产,2011(2):11-12.
- [19] 杨 蔚. 河蟹出口正当时[J]. 中国对外贸易,2013(12):88-89.
- [20] 邹 琼. 军山湖大闸蟹产业发展战略研究[D]. 南昌:南昌大学,2012.
- [21] 农业农村部关于落实党中央国务院 2022 年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见[J]. 畜牧产业,2022(6):5-15.
- [22] Liu Y R, Duan Q L, Zhang L. Evaluation model for water environment of eriocheir sinensis ponds based on adaboost classifier[J]. International Agricultural Engineering Journal,2017,26(30):340-348.