

# 基于SWOT分析的香格里拉地区特色农产品品牌发展路径研究

江初农布 李丽梅\*

香格里拉市农业农村局

DOI:10.32629/as.v9i2.3751

**[摘要]** 数字化经济快速发展下,为推动香格里拉地区特色农产品产业高质量发展、提升品牌核心竞争力,本文以该地区为研究对象,用SWOT分析法剖析其特色农产品品牌发展现状,指出其具有生态、发展模式和政策等优势,也存在品牌影响力不足、深加工弱、产业链不完善等劣势。因此,本文结合产业发展时代机遇,从提高品牌影响力、构建现代化加工体系、推动政策扶持合作创新等方面提出建议,为特色农产品品牌高质量发展提供参考。

**[关键词]** SWOT分析; 特色农产品; 品牌发展路径; 香格里拉地区

**中图分类号:** F762 **文献标识码:** A

## Research on the Development Path of Specialty Agricultural Product Brands in the Shangri-La Region Based on SWOT Analysis

Jiang Chunongbu Limei Li\*

Agriculture and Rural Affairs Bureau of Shangri-La City

**[Abstract]** Under the rapid development of digital economy, in order to promote the high-quality development of characteristic agricultural products industry in Shangri-La region and enhance the core competitiveness of brands, this paper takes this region as the research object, analyzes the development status of its characteristic agricultural products brands with SWOT analysis method, and points out that it has advantages such as ecology, development mode and policy, but also has disadvantages such as insufficient brand influence, weak deep processing and imperfect industrial chain. Therefore, combined with the opportunity of the industrial development era, this paper puts forward suggestions from the aspects of improving brand influence, building a modern processing system, and promoting policy support cooperation and innovation, so as to provide reference for the high-quality development of characteristic agricultural product brands.

**[Key words]** SWOT analysis; specialty agricultural products; brand development path; Shangri-La region

在新时代农业发展的重要转型时期背景下,“质量兴农、绿色兴农、品牌强农”这一理念已逐渐成为现代农业的主要发展目标,相关政策表示可以通过建设农产品区域公用品牌来推进农产品产业的规模化升级、激活全产业链的价值,从而有效提升农产品品牌的核心竞争力,促进农民收入的提升<sup>[1]</sup>。香格里拉特色农产品品牌建设不仅是当前乡村振兴战略的必然要求,同时也是香格里拉地区实现可持续创新发展的重要途径。因此,本文基于SWOT分析香格里拉地区特色农产品品牌发展的有效路径,并提出一系列的发展有效路径,以期提升香格里拉地区农产品品牌的高质量建设提供可参考的理论指导。

### 1 香格里拉地区特色农产品品牌建设的SWOT分析

#### 1.1 优势分析(Strengths)

##### 1.1.1 独特的生态优势

香格里拉位于云南省迪庆藏族自治州辖县级市、青藏高原

东南缘横断山脉腹地,是滇、川、藏三省区交界地,地势西北高,东南低,海拔高差4042米,整体呈现出高海拔、低纬度的特点,导致地区气候多变,昼夜温差大,但光照充足,空气清新无污染,且季节变化明显<sup>[2]</sup>;这种多样分明的气候特征为该地区农产品的生长创造了独特的环境。

#### 1.1.2 “科技+品牌”双轮驱动发展模式

香格里拉地区农产品以原料销售为主,导致附加值低,农民增收困难,对此,香格里拉市翁赞拉生物科技有限公司从“科技+品牌”进行了技术创新,形成了“科技创新+品牌营销”双轮驱动发展模式,破解了香格里拉地区原料销售附加值低、增收难的问题。如品牌营销,构建完整的品牌体系,全面升级品牌形象,扩大农产品品牌的市场影响力;科技创新,通过将原料加工为特色营养粉、固体饮料、口服液等产品,丰富了农产品附加值。

### 1.1.3政策支持力度大

现代农业转型发展背景下,农产品品牌建设作为一项系统性的工程,需要政府、企业、农民等各方的共同参与,协同合作,以促进农业品牌的创建与培育。对此,在香格里拉地区,为进一步扩大香格里拉农产品品牌影响力,地方政府出台了《香格里拉市农业产业化暨产业扶贫五年行动规划(2018—2022年)》《中共迪庆州委迪庆州人民政府关于加快推进高原特色农业发展的实施意见》等一系列指导与支持农产品品牌建设的政策措施<sup>[3]</sup>。

### 1.2劣势分析(Weaknesses)

#### 1.2.1品牌影响力不足

根据统计数据,香格里拉特色农产品品牌影响力主要集中在松茸上,2024年香格里拉松茸品牌经济价值达43.32亿元,带动全州松茸产业综合产值超15亿元,其中以松茸品牌为代表。而牦牛肉、藏香猪、白雪茶等其他产品品牌知名度相对较低,不仅缺少系统的区域品牌包装与推广,大部分农产品多以原料形式销售,加工附加价值低,导致品牌效应难以形成大规模影响<sup>[4]</sup>。

#### 1.2.2深加工能力较弱

目前,香格里拉地区农产品的生产与加工产业虽然已逐渐向自动化与规模化转型,但是在部分地区小规模农户加工仍然是主要的生产方式,受经济发展水平的影响,大多数农产品加工公司的生产技术显著落后于现代农业发展的需求,生产效率较低,从而导致农产品加工质量参差不齐,造成品牌口碑下降。

#### 1.2.3农产品产业链不完善

在特色农产品品牌化与产业链协同的具体实践过程中,香格里拉地区面临着诸多的挑战。其一,品牌分散,目前香格里拉地区农业品牌的发展主要以“一超多强”为主要原则,并在具体实践中,受诸多因素的影响,只能选择性地品牌建设,从而导致品牌分散。其二,产业链各环节衔接薄弱,虽然香格里拉地区农业种植环境优越,但是由于深加工能力较低,导致农产品的附加价值与经济效益随之严重下降,不利于品牌的建设。

### 1.3机遇分析(Opportunities)

#### 1.3.1科学技术

信息化时代背景下,数字化信息技术的发展为现代化农业的建设提供了有效赋能,尤其是在农产品品牌创新建设中具有不可替代的优势。首先在种植环节,科学技术能够实现农作物的全生命周期数字化管理,从根源上提高产品的质量;在生产加工环节,自动化技术的应用能够通过统一的标准提升农产品的整体加工质量;在销售环节,则可依托于互联网平台,通过电商平台、直播带货、短视频营销等方式推销特色农产品,提升品牌曝光度,扩大品牌影响力。

#### 1.3.2市场发展趋势

随着社会经济的快速发展以及居民生活水平的显著提升,绿色、有机、健康原生态的产品逐渐成为农产品市场的主要需求,且大部分人愿意为这份需求支出产品的溢价,而以“生态、优质”为核心特征的香格里拉特色农产品与这些需求不谋而合,

一定程度上说明香格里拉特色农产品在当前市场中具有极大的发展空间,符合市场发展趋势。

### 1.3.3农旅融合政策

香格里拉是世界著名的旅游目的地,被誉为“最接近天堂的地方”,拥有四季皆美的生态天堂“普达措公园”、日照金山的绝美奇观“日照金山”、云南的小布达拉宫“松赞林寺”等诸多独特的文旅资源,为农产品品牌的建设发展提供了源源不断的新动力,“农业+旅游”融合模式的构建,不仅丰富了文旅的内容,同时为农产品品牌的推广提供了新的渠道<sup>[5]</sup>。

### 1.4威胁分析(Threats)

#### 1.4.1同类产品竞争激烈

在乡村振兴战略下,发展农产品已成为我国农村地区的主要途径,从而导致特色农产品市场竞争日趋激烈,以香格里拉地区最热销的松茸为例,目前,其面临着四川甘孜、阿坝、吉林长白山等国内地区,以及日本、韩国等国外产区的市场竞争,同类产品竞争激烈。此外,香格里拉地区还存在产品加工能力较弱的问题,进一步导致香格里拉特色农产品品牌的发展受到严重威胁<sup>[6]</sup>。

#### 1.4.2抗风险能力较弱

香格里拉地区农作物的种植极度依赖当地的生态环境与气候条件,因此,抗风险能力较弱。近年来全球变暖、极端天气频发以及生态环境污染问题的日益凸显,对香格里拉地区农作物的生长状况造成了一定的影响,进而引发农产品品质的下降,进一步增加了农产品品牌建设的外部威胁。

## 2 基于SWOT的农产品品牌发展有效路径

根据上述分析,基于SWOT构建了香格里拉特色农产品品牌发展路径矩阵,具体如表1所示。

表1 香格里拉特色农产品品牌发展SWOT分析矩阵

维度	优势(S)	劣势(W)
机遇(O)	S0: 发挥生态优势,完善全产业链	W0: 利用科学技术,推动农产品深加工
威胁(T)	ST: 依托政策机制,打造独特品牌形象	WT: 增加农产品的多元化,提高抗风险能力

### 2.1发挥生态优势,完善全产业链

S0战略的核心在于发挥优势,把握机遇,以实现最大化发展的战略方法,即为发挥生态优势,完善全产业链,从而促进特色农产品品牌高质量可持续发展。在具体实践中,首先注重生态环境保护,充分满足当前市场消费对农产品绿色、有机、健康的需求,以及树立鲜明的品牌形象。其次依托现代科学技术的应用,构建从种植到加工生产到销售全流程可控的产业链,提高农产品的整体品质,奠定发展基础。

### 2.2利用科学技术,推动农产品深加工

W0战略的核心在于克服劣势,借助机遇,旨在通过外部机遇,将劣势扭转为优势,促进品牌发展的一种战略方法。因此,根据上述分析,在香格里拉特色农产品品牌发展过程中可以利用科

学技术,推动农产品深加工,提高特色农产品品牌的发展。即先引入智能农业技术,科学管理农产品的种植、加工与销售,以全生命周期数字化管理实现农产品深加工规模化;再利用大数据技术,对当前特色农产品市场及消费者偏好进行全面的分析,基于分析结果,针对性进行农产品开发与创新,提升品牌的市场竞争力。

### 2.3 依托政策机制,打造独特品牌形象

ST战略的核心在于抓住机遇,应对威胁,即通过发挥自身优势来克服或降低外部威胁的一种战略方法,在香格里拉特色农产品品牌发展的实际操作中,可通过依托政策机制,打造独特品牌形象来克服外部威胁<sup>[7]</sup>。一方面,充分利用政策机制为品牌建设提供指导与支持,促进品牌影响规模的扩大。另一方面,可通过政府牵头,与科研机构、农业高校等建立合作,共同开发农产品种植加工创新技术,提高农产品的附加价值。

### 2.4 增加农产品的多元化,提高抗风险能力

WT战略的核心在于规避劣势,应对风险,是一种防御型战略,在香格里拉特色农产品品牌发展中,增加农产品的多元化,提高抗风险能力是重要的WT战略。在具体实践中,可从两方面入手,一是农产品加工种类的多元化,可在当前原材料售卖、特色营养粉、固体饮料等种类的基础上,开发新形式的松茸加工产品;二是农产品种植区域的多元化,针对香格里拉地区农产品种植过于依赖生态环境与气候条件的问题,开发有机土种植、大棚种植等多样化的种植环境,形成多区域、多品种的农产品种植格局。

## 3 结语

综上所述,通过对香格里拉地区特色农产品品牌建设的SWOT分析,本研究系统梳理了其发展的内外部条件与关键挑战。未来,品牌发展应立足于独特的生态与文化资源,紧紧抓住科技赋能与市场扩容的机遇,通过完善产业链、深化产品加工、强化品牌形象与拓展产品体系等路径,将优势转化为竞争力,有效应对风险与挑战。只有坚持特色化、优质化与融合化发展,才能真

正推动香格里拉特色农产品品牌实现可持续的高质量发展,在激烈的市场竞争中建立持久影响力。

### [参考文献]

[1]张萌.基于SWOT的浙江涌泉蜜橘特色产业发展分析[J].特产研究,2025,47(06):244-248+254.

[2]TangM,MinT,ShengL.Research on the development of DIE STEEL Industry in Huangshi based on SWOT analysis[J].IOP Conference Series: Earth and Environmental Science,2020,526(1):012166-012171.

[3]计靓瑶,冯子未.基于SWOT分析的特色农产品市场推广研究——以义县寒富苹果为例[J].广东蚕业,2025,59(11):84-88.

[4]LvZ.Exploration of High-level Apprenticeship Talent Cultivation Mode with Chinese Characteristics Based on SWOT Analysis[J].Applied Mathematics and Nonlinear Sciences,2024,9(1):

[5]曾玖玲.农业科研院所“三产”融合发展模式参与农业科技服务策略研究——基于SWOT-PEST组合模型的分析[J].中国农业会计,2022,(04):30-31.

[6]李秀秀,王世靓.基于SWOT分析的青海省西宁市湟中区农旅融合产业发展研究[J].山西农经,2024,(01):43-46.

[7]段思宇,张建新.基于SWOT分析的农产品区域公用品牌建设推广路径研究——以“天赋河套”为例[J].内蒙古统计,2025,(05):29-33.

### 作者简介:

江初农布(1985--),男,藏族,云南香格里拉人,本科,农艺师,研究方向:农学(农产品质量安全和农产品认证)。

### \*通讯作者:

李丽梅(1979--),女,纳西族,云南香格里拉人,本科,高级农艺师,研究方向:农产品质量安全监管及三品一标。