

# 品牌化建设驱动特色农业产业发展赋能乡村振兴的路径

刘萍

曲靖市沾益区经济作物推广站

DOI:10.32629/as.v9i3.3769

**[摘要]** 乡村振兴战略背景下,特色农业产业的高质量发展是实现乡村全面振兴的重要支撑。品牌化建设作为提升特色农业产业竞争力的核心手段,通过整合资源、提升附加值、增强市场影响力,成为驱动特色农业产业发展的关键路径。本文系统梳理品牌化建设与特色农业产业发展的内在逻辑,从政策引领、全产业链品质管控、多元主体协同创新、数字化赋能、文化价值挖掘等维度,深入探讨品牌化建设驱动特色农业产业发展的实践路径,并结合典型案例提出优化策略,为乡村振兴提供理论参考与实践指导。

**[关键词]** 品牌化建设; 特色农业产业; 乡村振兴; 全产业链; 数字化赋能

中图分类号: D616 文献标识码: A

## The Path of Driving the Development of Specialized Agricultural Industries through Branding to Empower Rural Revitalization

Ping Liu

Zhanyi Economic Crops Promotion Station, Qujing City

**[Abstract]** Against the backdrop of the rural revitalization strategy, the high-quality development of specialized agricultural industries is a crucial support for achieving comprehensive rural revitalization. Branding, as a core means to enhance the competitiveness of specialized agricultural industries, drives their development by integrating resources, increasing added value, and enhancing market influence. This paper systematically explores the intrinsic logic between branding and the development of specialized agricultural industries, and delves into the practical paths of driving the development of specialized agricultural industries through branding from dimensions such as policy guidance, quality control throughout the entire industrial chain, collaborative innovation by multiple stakeholders, digital empowerment, and cultural value exploration. It also proposes optimization strategies based on typical cases, providing theoretical references and practical guidance for rural revitalization.

**[Key words]** Branding; Specialized Agricultural Industries; Rural Revitalization; Entire Industrial Chain; Digital Empowerment

### 引言

乡村振兴战略是新时代“三农”工作的总抓手,其核心目标在于实现农业强、农村美、农民富。特色农业产业作为乡村经济的重要支柱,其发展水平直接影响乡村振兴的成效。然而,当前云南特色农业产业普遍面临同质化竞争严重、附加值低、市场影响力弱等问题,制约了产业可持续发展与农民增收。品牌化建设通过赋予产品独特的文化内涵、品质保障与市场识别度,能够有效提升特色农业产业的竞争力,成为破解发展瓶颈的关键路径。从理论层面看,品牌化是农业现代化与市场化的必然选择。总书记指出,“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”,为农业品牌化建设提供了根本遵循。农业品牌不仅是产品质量的象征,更是地域文

化、生态价值与消费者信任的载体,其建设能够推动特色农业产业从“数量扩张”向“质量提升”转型,实现经济、文化、生态多维度的振兴。从实践层面看,云南省内成功案例表明,品牌化建设是特色农业产业突破发展瓶颈、实现可持续发展的核心动力。例如,石林人参果通过品牌化运营,将区域资源优势转化为市场优势,成为全国知名的特色农产品品牌,带动了当地农民增收与产业升级;沪滇协作赋能下的保山咖啡,通过严格的地域品牌保护与品质管控,将保山小粒咖啡打造为全球高端咖啡的代表,实现了产业溢价与文化输出。本文以品牌化建设为切入点,系统分析其驱动云南特色农业产业发展的内在逻辑与实践路径,结合典型案例提出优化策略,旨在为云南乡村振兴提供理论参考与实践指导。

## 1 品牌化建设与特色农业产业发展的内在逻辑

### 1.1 品牌化建设提升特色农业产业附加值

品牌化建设通过赋予产品独特的文化内涵、品质保障与市场识别度,能够显著提升特色农业产业的附加值。一方面,品牌作为产品质量的象征,能够增强消费者信任,降低市场交易成本,从而提升产品溢价能力。例如,石林人参果通过品牌化运营,将普通水果的价格提升至每斤数元至数十元,带动了当地农民增收;另一方面,品牌化建设能够推动特色农业产业向深加工、文旅融合等高附加值领域延伸,形成“品牌+产业”的协同发展模式。例如,保山咖啡通过品牌化运营,不仅推动了咖啡豆加工产业的发展,还带动了咖啡文化旅游、咖啡器具生产等配套产业的兴起,形成了百亿级产业集群。

### 1.2 品牌化建设整合特色农业产业资源

品牌化建设通过标准化生产、质量追溯与供应链协同,能够有效整合特色农业产业的上下游资源,提升产业组织化程度。一方面,品牌化建设要求建立覆盖生产、加工、流通全链条的标准化体系,推动分散的小农户向规模化、标准化生产转型,提高资源利用效率;另一方面,品牌化建设通过建立质量追溯系统,实现产品来源可查、去向可追、责任可究,增强消费者信任,降低市场风险。例如,石林县通过建立“石林人参果”地理标志产品100%纳入省级以上农产品质量安全追溯管理信息平台,将全县特色农产品的质量安全追溯覆盖率提升至90%以上,有效提升了产品市场竞争力。

### 1.3 品牌化建设增强特色农业产业市场影响力

品牌化建设通过精准的市场定位与多元化的营销推广,能够显著提升特色农业产业的市场影响力。一方面,品牌化建设要求深入挖掘产品特色与消费者需求,通过差异化定位满足目标市场,形成独特的市场竞争优势;另一方面,品牌化建设通过线上线下融合的营销模式,拓宽销售渠道,提升品牌知名度。例如,元江哈尼族彝族自治县通过“线上开网店+线下实体店”的创新模式,将当地芒果等特色农产品销往全国,带动了农民增收与产业升级。

## 2 品牌化建设驱动特色农业产业发展的实践路径

农业品牌化建设对云南乡村振兴意义重大,需从政策、产业链、主体协同、数字化、文化价值等多维度发力。

### 2.1 政策引领是品牌化建设的基础保障

云南省政府要做好顶层设计与战略规划,将品牌化建设纳入乡村振兴核心任务,明确重点领域与支持政策。例如,云南省农业农村厅出台的《云南省“绿色食品品牌”品牌目录管理办法》,为地方指明方向。同时,强化财政支持与激励机制,通过补贴、税收优惠等政策,探索品牌质押融资等模式,解决融资难题。石林县对获得“三品一标”认证的企业奖励5万元,对“绿色云品”品牌目录名单企业给予奖励补助10万元,这便是成功范例。此外,建立跨部门协同机制,农业农村部门联合市场监管总局制定标准指南,统一认证规范,提升品牌溢价能力。

### 2.2 全产业链品质管控是核心支撑

构建全产业链标准化体系,政府引导企业建立覆盖全链条的标准化体系。石林县制定2个地方标准和4个团体标准,推动标准化生产覆盖率提升。强化质量追溯与监管,应用区块链、物联网等技术建立追溯系统,石林县的“石林人参果质量溯源平台”让消费者可查产品信息,增强信任度。推动绿色生产与可持续发展,引导企业推广生态化种植技术,石林县推广“科技小院+农技协+合作社+基地+果农”模式,减少化肥使用,提升人参果品质。

### 2.3 多元主体协同创新是关键路径

壮大农业经营主体,政府通过政策支持和技术培训培育龙头企业。石林县专业从事人参果种植、销售、育苗的企业、合作社、家庭农场共90余个,带动转移农村劳动力9000余人。建立利益联结机制,引导企业与农户通过多种方式合作,石林县推广“公司+基地+农户”“合作社+基地”生产经营模式,实现农民增收与品牌发展双赢。推动产学研合作,支持高校、科研院所与企业合作,石林县与云南农业大学、农科院联合开展标准制定,为品牌化建设提供技术支撑。

### 2.4 数字化赋能是重要手段

构建数字化营销体系,支持企业建立“线上+线下”融合模式。元江县通过电商平台拓宽芒果销售渠道,提升品牌知名度。应用大数据分析消费者需求,引导企业利用大数据实现精准营销与产品开发,元江县根据销售数据调整芒果产品规格,提升竞争力。利用区块链技术建立信任机制,支持企业应用区块链防伪标签,石林县在人参果包装上应用该技术,打击假冒伪劣产品。

## 3 典型案例分析

### 3.1 石林人参果: 品牌化建设驱动产业升级的典范

石林人参果是云南省高原特色农业的代表品牌,其品牌化建设经历了从区域品牌到全国知名品牌的跨越。

(1) 品牌化建设历程。石林人参果的品牌化建设始于20世纪90年代,通过政府引导、企业主导、农户参与的模式,逐步建立了标准化生产、质量追溯与品牌营销体系。2018年,石林县注册“石林人参果”地理标志证明商标,2021年入选“云南省名牌农产品”,2024年品牌价值达15.83亿元,位列全国特色农产品品牌价值前列。

(2) 品牌化建设路径。石林人参果的品牌化建设路径包括:一是强化政策引领,政府出台《石林县省级“一县一业”特色县创建实施方案》等政策,明确品牌化建设目标与支持政策;二是构建全产业链标准化体系,制定《人参果搭架引蔓栽培果品品质提高关键技术》等标准,推动标准化生产覆盖率提升至95%以上;三是强化质量追溯与监管,建立“石林人参果质量溯源平台”,实现产品全生命周期可追溯;四是推动绿色生产,推广生态种植模式,减少化肥使用量;五是强化数字化赋能,与电商平台合作拓宽销售渠道,应用区块链技术建立防伪标签;六是挖掘文化价值,将“彝族文化”融入品牌建设,提升品牌文化内涵。

(3) 品牌化建设成效。石林人参果的品牌化建设显著提升了

产业附加值与市场竞争力。目前,石林人参果种植面积达17.21万亩,年产量28万吨,带动了25万户农民增收,成为全国知名的特色农产品品牌。

### 3.2 沪滇协作赋能保山咖啡: 跨区域协同创新的典范

保山咖啡是沪滇协作赋能下品牌化建设与产业升级的成功案例,通过跨区域协同创新,实现了从传统农业向现代农业的跨越。

(1) 品牌化建设历程。保山咖啡的品牌化建设始于沪滇协作的深入推进。上海市与云南省保山市建立结对帮扶关系,通过资金、技术、市场等多方面的支持,推动保山咖啡产业转型升级。2024年,保山咖啡入选“中欧地理标志协定”互认产品名单,品牌价值大幅提升。

(2) 品牌化建设路径。保山咖啡的品牌化建设路径包括:一是强化政策引领,沪滇两地政府出台一系列支持政策,明确品牌化建设目标与任务;二是构建全产业链标准化体系,制定《保山小粒咖啡生产技术规程》等标准,推动标准化生产;三是强化质量追溯与监管,建立质量追溯平台,实现产品全生命周期可追溯;四是推动绿色生产,推广生态种植与加工技术,提升产品品质;五是强化数字化赋能,与电商平台合作拓宽销售渠道,应用区块链技术建立防伪标签;六是挖掘文化价值,将“边地文化”融入品牌建设,提升品牌文化内涵。

(3) 品牌化建设成效。沪滇协作赋能下的保山咖啡品牌化建设显著提升了产业附加值与市场竞争力。目前,保山咖啡种植面积达数十万亩,年产量数万吨,带动了当地农民增收与产业升级,成为全国知名的咖啡品牌。

## 4 优化策略与建议

### 4.1 强化政策支持与资源整合

云南省政府需进一步强化政策支持,整合财政、土地、金融等资源,为品牌化建设提供保障。例如,设立农业品牌发展专项资金,对获得国家级、省级农产品品牌认证的企业给予奖励;探索品牌质押融资、供应链金融等模式,解决农业经营主体融资难题。

### 4.2 推动全产业链标准化与质量追溯

云南省政府需引导企业建立覆盖生产、加工、流通全链条的标准化体系,推广质量追溯系统,确保产品品质稳定。例如,制定《特色农产品生产技术规程》,推动标准化生产覆盖率提升至90%以上;建立“合格证+追溯”双标识制度,实现产品全生命周期可追溯。

### 4.3 加强多元主体协同创新

云南省政府需加强政府、企业、合作社、农户等主体的协

同合作,建立紧密的利益联结机制,形成品牌化建设的合力。例如,推广“党支部+合作社+基地+电商+贫困户”模式,让农民分享品牌溢价收益;支持高校、科研院所与农业企业合作,开展品牌化建设关键技术研发与人才培养。

### 4.4 深化数字化赋能与文化价值挖掘

云南省政府需支持企业应用大数据、人工智能、区块链等技术,提升品牌运营效率,拓展市场空间。例如,与电商平台合作拓宽销售渠道,应用区块链技术建立防伪标签;深入挖掘地域文化、农耕传统、非遗技艺等资源,将其融入品牌建设,提升品牌文化内涵。

## 5 结论

品牌化建设是驱动云南特色农业产业发展、赋能乡村振兴的核心路径。通过强化政策引领、全产业链品质管控、多元主体协同创新、数字化赋能与文化价值挖掘,能够显著提升特色农业产业的附加值、资源整合能力与市场影响力,推动产业升级与农民增收。未来,需进一步优化政策支持体系、推动全产业链标准化与质量追溯、加强多元主体协同创新、深化数字化赋能与文化价值挖掘,为云南乡村振兴提供持续动力。

## 【参考文献】

[1]张可欣.数字乡村发展对农村居民经营性收入的影响研究[J/OL].浙江农业科学,1-13[2026-02-05].

[2]柴智慧,贾诗雨,高翠玲.农业保险对农业绿色全要素生产率的影响[J/OL].中国农业大学学报,2026,(04):345-358[2026-02-05].

[3]顾丁瑞,卢慧,叶咏梅,等.农业产业化龙头企业高质量发展内涵界定与突破路径探究——来自江西省农业龙头企业微观跟踪调查数据的分析[J/OL].中国农业资源与区划,1-15[2026-02-05].

[4]黄小勇,陈飞羽,谢汉臣.数字化产村融合激活农村闲置资源的影响研究[J].价格理论与实践,2025,(11):189-195+293.

[5]穆月英,刘景政.人工智能驱动农业高质量发展:理论逻辑、实践困境与推进路径[J/OL].华南农业大学学报(社会科学版),1-11[2026-02-05].

[6]侯冠宇,胡宁宁.“十五五”时期智能经济赋能乡村全面振兴研究[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2026,43(01):80-89.

## 作者简介:

刘萍(1986—),女,汉族,云南沾益人,大学本科,农艺师,研究方向:农业技术推广与产业发展。