

附件 2

巴中市哲学社会科学规划项目 结项申请书

立 项 编 号 BZ25ZC076

项 目 类 别 自筹课题

项 目 名 称 激 发 农 村 资 源 要 素 赋 能
巴 中 市 现 代 农 业 产 业 品
牌 塑 造 的 发 展 路 径 研 究

项 目 负 责 人 王 丹

所 在 单 位 南充科技职业学院

填 表 日 期 2025 年 10 月 13 日

巴中市社会科学界联合会 制

2025 年 3 月

声 明

本研究成果不存在知识产权争议；巴中市社会科学界联合会享有推广应用本成果的权利，但保留作者的署名权。特此声明。

成果是否涉及敏感问题或其他不宜公开出版的内容：是 否

成果是否涉密： 是 否

项目负责人（签字）

王丹

2025 年 10 月 13 日

填 表 说 明

一、本表适用于巴中市社科年度规划项目、专项项目等结项申请。

二、认真如实填写表内栏目，凡选择性栏目请在选项上打“√”。
课题申报信息无变更情况的可不填写《项目变更情况数据表》。

三、本《结项申请书》报送 2 份（A3 纸双面印制，中缝装订），
并附最终成果打印稿（正文格式要求：主标题 2 号方正小标宋简体，
其中一级标题 3 号方正黑体-GBK，二级标题 3 号方正楷体-GBK，三级
标题 3 号方正仿宋-GBK 加粗，正文 3 号方正仿宋-GBK）。

四、所有结项材料须经所在单位审核并签署意见。县（区）申
报者报送所在县（区）社科联审核后统一报送至市社科联，其他申
报者可直接报送市社科联。

一、项目变更情况数据表

立项项目名称	激发农村资源要素赋能巴中市现代农业产业品牌塑造的发展路径研究		
结项成果名称	激发农村资源要素赋能巴中市现代农业产业品牌塑造的发展路径研究		
是否变更	A、是 <input type="checkbox"/> B、否 <input checked="" type="checkbox"/>	变更的内容	无
原计划成果形式	论文	现成果形式	论文
原计划完成时间	2026 年 6 月 4 日	实际完成时间	2025 年 10 月 20 日

项目负责人及参与人员变更情况

原负责人	姓 名	王 丹	性 别	女	民族	汉	出生日期	1995 年 6 月		
	所在单位	南充科技职业学院		行政职务		办公室主任 教学秘书	专业 职务	农产品加工 与质量检测 专任教师		
	通讯地址	四川省南充市多扶工业园区西南大道 3 号				联系电话	15870199655			
现负责人	姓 名	王 丹	性 别	女	民族	汉	出生日期	1995 年 6 月		
	所在单位	南充科技职业学院		行政职务		办公室主任 教学秘书	专业 职务	农产品加工 与质量检测 专任教师		
	通讯地址	四川省南充市多扶工业园区西南大道 3 号				联系电话	15870199655			
原参与人员	姓 名	单 位			职 称	联系 电话				
	刘洪坤	南充科技职业学院			教授	13990834418				
	张李澳	南充科技职业学院			助教	18782272664				
现参与人员	姓 名	单 位			职 称	联系 电话				
	刘洪坤	南充科技职业学院			教授	13990834418				
	张李澳	南充科技职业学院			助教	18782272664				

二、申请人所在单位审核意见

(审核事项:1. 成果有无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容; 2. 最终结果的内容质量是否符合预期研究目标。)

签 章

年 月 日

三、县(区)社科联意见

(审核事项:1. 成果有无意识形态问题; 2. 是否同意结项。)

单位(公章):

负责人签字:

年 月 日

四、专家鉴定意见

(请在对应意见栏划“√”)

1. 成果有无意识形态方面问题: 有 否

2. 是否同意结项: 是 否

3. 鉴定等级: 优秀 良好 合格

主审专家签字:

年 月 日

五、市社科联审核意见

单位(公章):

年 月 日

最终成果

激发农村资源要素赋能巴中市现代农业产业 品牌塑造的发展路径研究

王丹，刘洪坤*，张李澳

（南充科技职业学院，四川 南充 637001）

摘要：农业农村现代化是建设农业强国的根基，是促进农民农村共同富裕的内在要求。激发农村资源要素是推动农业农村现代化的底层逻辑。研究聚焦巴中市现代农业产业品牌塑造中农村资源要素的整合与应用，分析自然资源、人力资源、文化资源与农业品牌塑造的作用机制。自然资源奠定品牌优质产品基础，人力资源保障标准化生产与技术创新，农业产业资源提升品牌竞争力与附加值，文化资源赋予品牌独特内涵，四者通过数字化平台与多业态融合实现协同，构建品牌地域特色。然而，巴中市仍面临品牌辐射力不足、资源整合效率低、品牌意识淡薄和传播渠道单一等问题。因此，需强化资源整合与科学布局、挖掘资源特色培育优势品牌、深化全产业链数字化应用和融合红色与民俗文化增强影响力等路径，激活农村资源要素活力，提升品牌市场竞争力，为区域乡村振兴和农业农村现代化发展提供参考。

关键词：激发农村资源要素；现代农业产业；品牌塑造；巴中市；发展路径

随着乡村振兴战略深入推进和农业供给侧结构性改革持续深化，农业品牌化已成为提升农产品附加值和增强区域农业竞争力的核心路径^[1,2]。农村资源要素作为农业生产和品牌建设的基础支撑，其多元价值挖掘和协同利用，对现代农业产业品牌培育和可持续发展具有决定性作用。学术界围绕农业品牌的研究多聚焦于单一资源要素对农业品牌价值的影响，或探讨区域品牌建设的模式与策略，形成“资源禀赋决定品牌特色”“政策支持推动品牌升级”等共识。但针对多类型资源要素协同赋能农业品牌塑造的系统性机制研究仍显不足，尤其缺乏对欠发达地区资源要素整合和品牌培育路径的深度探索。

巴中市作为秦巴山区典型农业大市，拥有优质的自然资源、深厚的红色文化、浓郁的民俗风情、特色的农业产业以及日益优化的人力资源，具备发展特色现代农业品牌的天然优势。近年来，巴中依托“巴食巴适”区域公用品牌取得显著成效，但仍面临品牌建设定位同质化、资源整合不足、传播渠道单一、产业链协同性弱等问题，制约了资源优势向品牌优势的转化。因此，如何有效激发农村资源要素赋能巴中市现代农业产业品牌塑造，成为亟待解决的重要课题。

1 巴中市农村资源要素分析

1.1 自然资源现状分析

自然资源是农业生产的物质基础，更是区域农业品牌形成和持续发展的核心禀赋^[3]。巴中气候、水、矿产、土地和生物资源构成了农村独特的生态体系（表1），为生态农业、生态旅游和有机农业的发展奠定了基础。巴中市位于川东北部川陕交界处，属亚热带湿润季风气候，四季分明、降水充沛、光热丰富，有“雨热同期、昼夜温差显著”的微气候特征^[4]。这些气候条件

为特色农作物提供了理想生长环境，促进了作物中糖分和营养物质的积累，提升了农产品品质，为“巴中云顶”茶叶的清新口感和“通江银耳”的高胶质含量等品牌特性奠定了自然基础。巴中土地资源多样，山地、丘陵、河谷等地貌并存，为“一县一业”“一村一品”产业布局提供充足空间。此外，巴中土壤类型多样，以紫色土、黄壤和棕壤为主，富含硒、锌、碘和硫等微量元素^[5,6]，赋予农产品“健康功能性”特质，是“通江银耳”“南江金银花”等品牌获得市场认可的重要因素。巴中水资源丰富，河流众多，灌溉系统发达，有效满足农业灌溉需求^[7]。优质水源不仅保障了农作物生长，还提升了畜禽产品品质。巴中生态环境孕育了丰富的生物资源，有“秦巴山区天然药库”之称，拥有3400余种中药材，包括枳壳、丹参等9种优势道地药材^[5]。这种生物多样性为“巴食巴适”品牌提供了物质支撑，维持农业系统稳定，保障品牌可持续发展。巴中已探明石油、天然气、石墨和霞石等50多种矿产资源^[8]，虽然非农业生产的直接要素，但可通过“以工补农”反哺农业。巴中市自然资源独特优质，为现代农业品牌塑造提供全链条支撑，是农业品牌差异化竞争优势的根源。

表1 巴中市自然资源

序号	资源类型	资源描述
1	土地资源	耕地（25.87万公顷）、园地（2.49万公顷）、林地（77.86万公顷）、草地（0.16万公顷）、湿地（0.15万公顷）等。
2	矿产资源	矿产种类51种，优势矿产主要为天然气、煤炭、页岩油、石墨、霞石、饰面石材（花岗岩、闪长岩、大理岩）和碳酸钙等。
3	生物类	3400余种，选育枳壳、丹参、芍药、杜仲、黄精、金银花、川明参、天麻和青钱柳共9个优势道地药材品种。
4	畜禽类	牛、羊、猪、鸡畜禽优势品种俱全的地级市，巴山肉牛、南江黄羊、通江银耳、南江大叶茶、青峪猪等优质农产品独具特色。
5	动植物资源	森林面积1166万亩、森林覆盖率63.18%，有4个国家森林公园（光雾山、米仓山、镇龙山和天马山），拥有野生动植物2600余种，现有国家重点保护野

源	生植物 41 种。
6 水资源	地表水资源（境内大小河流共有 1100 多条，流域面积在 1000 平方千米以上的 主要河流有渠江、恩阳河、通江河、小通江河、南江河、焦家河和神潭河等 7 条，大型水库 7 座）；地下水资源（水资源总量为 10.33 亿立方米）。

1.2 人力资源现状分析

人力资源是农业生产和品牌运营的核心要素，其数量、质量及结构配置直接影响农业品牌标准化生产、技术创新和市场竞争力^[9]。巴中通过政策引导和机制创新建立“外出务工和本地就业”并存的人力资源体系。同时推行“多元化”人才培育，实施“万名人才回乡计划”，培育“巴字号”等特色劳务品牌，形成“能人引领、职业运营、劳务协同”的人力资源梯队^[10]。开展关键技能培训，创新“假日工”模式解决季节性用工，建立“技能培训—标准生产—市场对接”闭环，计划推广订单农业，形成“人才带技术、技术提品质、品质塑品牌”的良性循环。然而，巴中市人力资源的支撑仍存在诸多短板。农村人口流失致年轻劳动力不足，偏远地区面临“技术断层”难满足品牌标准化要求；培训针对性不足，部分农户技能欠缺制约农产品附加值；人才留存机制不完善，高端人才难扎根，影响品牌创新持续性。未来需强化“引才、育才、留才”一体化，解决人力结构性短缺，激活品牌价值。

1.3 农业产业资源现状分析

农业产业资源是现代农业品牌发展的物质基础和核心支撑，其种类的多样性、规模的集中度以及品质的独特性直接决定了品牌的市场竞争力^[11]。巴中依托自然资源和生态优势构建以特色种植、生态养殖等为核心的多元化农业产业体系，为农业品牌发展筑牢基础。巴中农业产业呈现“规模集聚、品类多元”的特征。茶叶以“高山、有机、富硒”为川东北绿茶的代

表，通江银耳带动了食用菌产业链的发展，道地药材依托“秦巴山区天然药库”优势显著，南江黄羊形成差异化养殖体系，粮油、果蔬、水产等产业共同构成“巴食巴适”品牌矩阵，覆盖八大类近500个产品（表2）。同时，巴中通过延伸产业链、培育产业集群、拓展线上线下市场，持续释放品牌价值。然而，巴中农业产业资源支撑品牌发展方面仍存在短板。部分产业规模分散，加工能力薄弱导致产品多为初级形态，附加值较低；“巴食巴适”母品牌与子品牌之间缺乏统一运营策略，产业协同性不足。未来需加强集群协作、提升加工水平、优化品牌管理，推动产业优势转化为品牌竞争力。

表2 “巴食巴适”系列特色优势农产品主要八大类

序号	农产品类别	具体产品实例
1	生态畜禽类	巴山肉牛、南江黄羊、空山黄牛、青峪黑猪、山地梅花鸡、巴山土鸡等
2	高山茶叶类	巴中云顶茶、南江大叶茶、平昌青芽茶等
3	椴木耳菇类	通江银耳、木耳、通江香菇、通江天麻、羊肚菌等
4	地道药材类	巴州枳壳、南江金银花、川明参、通江天麻等
5	优质粮油类	南江翡翠米、通江大米、空山马铃薯、菜籽油、核桃油等
6	特色果蔬类	恩阳芦笋、南江核桃、板栗、大罗黄花、平昌青花椒、西龛山血橙、恩阳猕猴桃等
7	巴河水产类	平昌青鳙、江口青鳙、桂鱼、黄角浪、岩鲤等
8	风味食品类	南江长赤麻饼、通江银耳莲子羹、南江云顶茶酥、南江黄羊羊肉酱、南江黄羊灯影羊肉等

1.4 文化资源现状分析

文化资源是农村资源的核心要素，承载着精神意义，体现了区域特色，对农业品牌实现差异化竞争有着关键作用^[12]。巴中拥有红色文化、民俗文化、历史遗迹三大类文化资源（表3）。巴中红色文化是核心支柱，川陕革命根据地红军烈士陵园、红四方面军总指挥部旧址纪念馆等遗址，及徐向前、李先念等历

史记忆，这些红色资源所体现的“艰苦奋斗、勇于创新”精神为农业品牌提供了精神内核^[13,14]。红色文化以“故事化表达”赋予品牌“传承红色基因”“坚守品质初心”的标签，借“红色+绿色+农业”增强消费者情感认同。民俗文化可以融入乡村社会经济产业链，为农村农业现代化提供动力，助力农业产业品牌发展，推动乡村和谐发展和城乡融合^[15]。巴中民俗文化“多元共生”，正月十六登高节、棕编工艺、巴山民歌等通过“视觉化和场景化”融入品牌，如民俗文化节展销农产品，形成“文化促产业、产业兴文化”的良性循环。历史遗迹资源可通过数字化技术符号化提取，融入品牌文化内核和文化IP体系，为品牌注入独特的地域文化内涵，提升品牌差异化竞争力^[16]。巴中历史遗迹虽不直接参与生产，但可通过农业观光结合文化研学赋能，如在古镇周边设“巴食巴适”体验店，实现“文化认知-产品试用-品牌传播”的闭环。三类文化资源通过“精神赋能”“特色赋能”“情感赋能”，为“巴食巴适”品牌构建“文化护城河”，奠定向全国知名品牌转型的基础。

表3 巴中市文化资源

资源类型	资源分类	资源描述
红色文化资源	红色纪念馆	红四方面军总指挥部旧址纪念馆、川陕革命根据地红军烈士陵园、川陕革命根据地博物馆、川陕苏区将帅碑林等
	杰出历史人物	徐向前、陈昌浩、李先念、张国焘、张崇鱼、王树声、吴瑞林、王良太、王明坤等
	民间节日与信仰	正月十六登高节、舞龙舞狮、踩高跷、跑旱船、唱川剧、恩阳古镇龙舟节、巴中元宵龙狮巡游、文昌会、观音会、土地神祭祀等
民俗文化资源	传统手工艺	棕编工艺、巴砚制作技艺、糖画、集州竹雕、集州竹雕、巴中绳编、巴山剪纸等
	民间音乐与舞蹈	巴山民歌、薅草锣鼓、川北灯戏、巴渝舞、四川扬琴等
历史遗迹资源	石窟寺与石刻艺术	南龛石窟、北龛石窟、西龛石窟、通江千佛岩石窟、水宁寺石窟、佛尔岭石窟、佛爷河石窟、巴州龙门山石窟、赵巧岩石窟、

恩阳古镇红军石刻标语碑林等

古镇古村与古建筑

白衣古镇、恩阳古镇、毛浴古镇、梨园坝村等

历史遗址

断渠遗址、擂鼓寨遗址、凤凰包遗址、小宁城遗址、平梁城遗址、巴灵寨遗址、长灵寨遗址等

注：资料来源于四川省、巴中市、巴州区、恩阳区、南江县、平昌县、通江县等政府公共信息网

2 巴中市现代农业产业品牌塑造现状分析

2.1 品牌建设成果与分布特征

品牌强农是经济高质量发展、推进农业供给侧结构性改革、全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化、加快建设农业强国的必然要求^[17]。农业农村部出台的《农业品牌打造实施方案（2022—2025年）》明确提出要加快农业品牌打造，切实发挥农业品牌在全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化发展中的重要作用。巴中实施“品牌强农”战略，现代农业产业品牌创建成效明显，形成以区域公用品牌统领、特色子品牌支撑的品牌体系。打造“巴食巴适”农产品区域公用品牌，涵盖八大类近500个特色产品，形成“一核多元”的品牌集群；建成94个现代农业园区，含1个国家级、5个省级特色农产品优势区，为品牌培育提供标准化生产载体^[18,19]。特色品种品牌发展良好，南江黄羊、青峪猪、“巴中云顶”茶叶等获多项荣誉。巴中品牌布局契合资源禀赋，呈现“县（区）特色引领、错位发展”特征，南江县侧重金银花、黄羊；平昌县聚焦茶叶、江口青鳙；通江县以银耳、青峪猪为核心；巴州区主打中药材、大罗黄花；恩阳区重点发展芦笋、粮油（表4）。巴中现代农业品牌正从分散和初级向集群和高端转型，为后续发展奠定基础。

表4 巴中品牌建设成果与分布特征

序号	地区名	市/省级及国家级现代农业园区	农业产业代表性品牌
1	南江县	南江县国家现代农业产业园	
		南江县金银花现代农业园区	
		南江县优质粮油现代农业园区	南江金银花、南江黄羊、长赤翡翠米、
		南江核桃现代农业园区	南江核桃、板栗、南江大叶茶等
2	平昌县	南江东榆工业园	
		南江县黄羊产业园区(省级)	
		平昌县邱家茶叶现代农业园区	
		平昌县茶叶现代农业园区	
3	通江县	平昌县肉牛现代农业园区	
		平昌县江口青鳙现代农业园区	江口青鳙、巴山肉牛、茶叶类、平昌青
		平昌县茶叶+猪现代农业园区(省级)	花椒、平昌青芽茶、柑橘等
		平昌星光机械制造产业园	
4	巴州区	平昌县茶叶产业园区(省级)	
		通江县广纳粮油现代农业园区	
		平昌县青花椒现代农业园区	
		通江县道地药材(杜仲)现代农业园	
5	恩阳区	区	
		通江县食用菌现代农业园区	通江银耳、木耳、香菇、羊肚菌、青峪
		通江金堂工业园	猪、通江罗村茶等
		通江县银耳产业园区(国家级)	
		通江县青峪猪产业园区(省级)	
		巴州区中药材现代农业园区(省级)	
		巴州区鼎山种养循环现代农业园区	
		巴州区清江果蔬现代农业园区	巴州枳壳、川明参、巴州大罗黄花、山
		巴州区积壳现代农业园区(省级)	地梅花鸡、茶叶类、蔬菜类等
		巴州区大观梁茶叶现代农业园区	
		巴州区清江工业园	
		恩阳区粮油现代农业园区	
		恩阳区柳林粮油现代农业园区	
		恩阳区道地药材现代农业园区	恩阳大米、恩阳菜籽油、恩阳芦笋、恩
		恩阳临港产业园	阳葡萄、畜牧类等
		恩阳区芦笋产业园区(省级)	

注：资料来源于四川省、巴中市、巴州区、恩阳区、南江县、平昌县、通江县等政府公共信息网

2.2 品牌建设市场影响力

巴中市现代农业品牌在“品牌强农”战略的驱动下，市场影响力多维度拓展、提质增效。网络渠道建设上，线下以“巴

“食巴适”为核心设近 150 个终端销售点，覆盖川陕渝并辐射全国；线上依托京东（恩阳）数字经济产业园，推动 87 种农产品电商转型，6 款产品经中欧班列进入国际市场，突破地域限制。市场认可度方面，“巴食巴适”的品牌价值已达 124.48 亿元，“巴中云顶”茶品牌价值达 63.39 亿元，长赤翡翠米品牌价值达 32.56 亿元；通过秦巴农业博览会、“巴食巴适”推介会等活动，融合红色文化和生态优势，强化消费者信任。但品牌影响力存在差距，在川陕革命老区认知度高，但与国内一线品牌有差距，国际市场局限于华人社群，需突破高端渗透和全球传播瓶颈。

2.3 政策支持与质量监管

巴中建立多维度的政策支持体系和全面的质量监督机制，为品牌标准化发展和可持续增长奠定了坚实基础。政策方面，发布《巴中市现代农业产业发展推进方案》，整合 4000 万元专项基金，制定《关于加快推进实施种养业优势大品种计划的意见》等文件，对绿色/有机认证企业给予财政奖励，通过税收减免、贷款补贴降低运营成本。质量监督方面，建立“标准制定—检测认证—追溯管理—执法监督”的四位一体监管框架。制定枳壳质量控制体系、通江银耳、南江黄羊等地理标志产品的生产技术规范；建立市、县、乡三级检测网络，超 100 家企业接入省级追溯平台；2024 年抽查农产品和加工品 188 批次，处置 8 批次不合格产品，调查 62 起非法使用兽药和农药案件。知识产权保护上，多个产品获国家地理标志认证，2024 年启动《巴中市地理标志产品保护条例》立法程序，农产品注册商标超 1000 件，“巴食巴适”实行严格授权管理。虽部分县市监管能力薄弱，但综合支撑体系已为品牌健康发展奠定基础。

2.4 存在的问题与挑战

2.4.1 品牌建设认知与定位困境

部分市场主体重生产轻品牌，将品牌建设等同于“包装设计”或“商标注册”，缺乏对品牌的战略规划与文化赋能。例如，巴州大罗黄花因忽视品牌升级，面临种植面积缩减和市场边缘化风险。此外，品牌定位缺乏精准性，部分农产品未能充分利用地域资源特色，导致同质化竞争。例如，部分县域茶叶品牌虽强调“生态”标签，但未将当地优势结合形成差异化定位，难以在消费者心中建立独特品牌形象。

2.4.2 品牌传播与渠道创新滞后

传播以“线下展销会为主、线上补充为辅”，渠道创新动能不足。线下活动覆盖人群多为行业从业者，触达终端消费者有限；线上虽依托京东（恩阳）数字经济产业园布局电商，但仅6款产品进入国际市场；直播电商、社交电商应用不足，未形成“内容引流—场景转化—复购留存”的闭环。导致“巴食巴适”全国知名度落后于“五常大米”等标杆品牌。

2.4.3 品牌管理体系与协同机制短板

品牌管理在整个供应链中存在薄弱环节，影响产品品质稳定性和市场信任度。部分农产品缺乏统一种植规范，农药残留水平波动损害品牌声誉；侵权事件频发，如通江银耳假冒产品抢占市场，削弱消费者信任；“巴食巴适”与子品牌协同不足，如南江黄羊与通江青峪猪未联合营销，呈现“各自为战”格局，难形成聚合效应。

3 农村资源要素与农业品牌塑造的作用机制

3.1 自然资源与农业品牌塑造的作用机制

3.1.1 奠定品牌优质产品基础

自然资源为农业品牌塑造奠定了优质产品基础，气候、土

壤、水资源等自然条件直接决定农产品的品质特性，成为构成品牌差异化竞争力的物质根源。微气候促进作物营养积累，富硒土壤赋予产品“健康功能性”，优质水资源提升畜禽品质，生物多样性丰富“巴食巴适”产品矩阵，为品牌提供物质支撑。

3.1.2 赋予地域属性与文化内涵

特定区域的自然条件与农业生产长期互动，形成独特的地域生产方式与文化符号，成为品牌差异化定位的关键。山地、河谷地貌推动“一县一业”布局，形成“产地即品牌”认知；自然资源衍生的渔猎、林下种植文化，通过品牌故事化增强文化厚重感，使品牌超越产品属性。

3.1.3 提升品牌市场信任度

巴中63.2%森林覆盖率、95.6%环境空气质量优良率，以及“四川盆地北缘山地重要生物基因库”的生态定位，构成品牌的“绿色背书”，契合现代消费者健康需求；矿产开发“以工补农”反哺品牌标准化建设，强化信任根基。

3.2 人力资源与农业品牌塑造的作用机制

3.2.1 决定品牌标准化基础

农民作为生产环节的直接执行者，其技能水平与质量意识直接决定品牌产品的一致性与稳定性。经培训的农民实现“平昌青花椒”标准化种植，产品合格率提升；反之，传统经验生产易导致农残超标，削弱品牌信任，凸显农民素质的“质量底线”作用。

3.2.2 驱动品牌创新与价值升级

农业科技人才、品牌运营人才等专业群体为品牌注入创新动能，推动品牌从“产品输出”向“价值输出”转型。农业科研专家研发柑橘绿色防控技术，提升“巴中柑橘”优质果率；

电商人才孵化直播团队，使通江银耳单场直播销售额破 500 万元；营销人才为“巴中云顶”设计“高山富硒”形象，提升溢价。

3.2.3 引领品牌的协同建设与市场传播

乡村致富带头人、返乡创业者等“能人”群体凭借资源整合能力与市场视野，成为品牌建设的基层枢纽。返乡能人推动“企业+合作社+农户”模式，如南江黄羊养殖基地带动 500 余户参与，提升产品溢价；恩阳电商创业者将芦笋与“秦巴生态”绑定，形成“一户带一片”扩散效应，成为品牌“传播纽带”。

3.3 农业产业资源与农业品牌塑造的作用机制

3.3.1 支撑品牌价值链延伸

完整产业链推动品牌向高附加值转型，如南江黄羊“养殖—加工—销售”全链条、通江银耳 2025 年上半年综合产值 35 亿元；反之，巴州大罗黄花因缺乏加工环节，仅以原料销售面临边缘化，印证产业链完整性的关键作用。

3.3.2 强化品牌协同竞争力

产业集群通过资源共享和协同创新，形成品牌的区域聚合优势。94 个现代农业园区与 6 个国家、省级特色农产品优势区构建起集群生态，如通江食用菌集群整合 20 余家种植企业、5 家研发机构，实现技术统一与冷链共享；水果产业联盟通过联合营销降低成本，形成“区域品牌—子品牌”联动增值。

3.3.3 决定品牌产品附加值

种养技术、加工工艺的先进性直接影响品牌产品的品质层级与市场定位，是品牌高端化转型的关键。先进技术推动品牌高端化，如通江银耳专利菌种获欧盟认证、南江黄羊分割工艺进入高端商超；而多数茶叶以散装毛茶销售，附加值仅为成品茶五分之一，凸显技术升级的核心价值。

3.4 文化资源与农业品牌塑造的作用机制

3.4.1 赋予品牌精神内核与价值认同

红色文化为巴中市农业品牌赋予了独特的精神内核与价值认同，使其突破单纯的产品功能属性。红色文化通过“红军用银耳补充营养”等典故，将“巴食巴适”从“农产品集合”升级为“红色文化载体”，在川陕老区形成情感共鸣，获政府和舆论认可。

3.4.2 强化品牌地域标识与场景体验

民俗文化通过“视觉化+场景化”融入品牌，如恩阳龙舟节展销“巴食巴适”产品，茶品牌包装采用棕编图案并附民歌二维码，将产品转化为“可携带的民间文化”，推动溢价。

3.4.3 构建品牌文化体验与传播场景

历史遗迹打造“农业观光+文化研学”场景，如恩阳古镇周边设“巴食巴适”体验店，游客在感受历史时品鉴产品，强化“巴中农产品=历史传承+天然品质”认知，为品牌推广提供多元场景。

4 激发农村资源要素赋能品牌塑造的发展路径

4.1 强化资源整合与利用

根据巴中不同区域自然资源特点，科学规划农业产业布局，制定详细的农业产业发展规划。高海拔富硒区重点发展茶叶、道地药材，平坦区布局粮油与特色果蔬，山区发展生态畜禽，契合资源禀赋。建立协同机制，搭建跨部门资源协调平台，整合农业、自然资源、文旅数据；鼓励龙头企业组建产业联盟，共享冷链与研发资源，开展“新型职业农民”培训。

4.2 精准品牌定位与培育

深入挖掘巴中农村资源的特色，结合市场需求和消费者偏

好，精准定位农业品牌。“巴中云顶”突出“高山、有机、富硒”，瞄准中高端茶饮市场；“通江银耳”强调“天然、珍稀、营养”，定位高端健康补充品，结合市场需求挖掘资源特色。壮大品牌主体，通过财政补贴、税收优惠、金融支持，鼓励农业企业、合作社参与品牌建设，培育具备竞争力的龙头企业，发挥示范作用。

4.3 深化全产业链数字化应用

生产端数字化，在通江银耳、南江黄羊产业推广物联网传感器，实时监测土壤湿度与养殖环境，实现精准种养，降低水肥成本。决策与溯源数字化，建设“秦巴山区农业大数据中心”，整合气象、市场数据，为种养决策提供AI支持。体验与运营数字化，开发品牌数字孪生系统，以VR展示种养场景；建立会员积分体系，通过折扣提升复购率，优化用户粘性。

4.4 创新品牌传播与推广

充分利用新媒体平台开展多元化品牌推广，建立官方网站与社交账号，定期发布农产品信息、品牌故事及农事活动，吸引消费者关注。优化品牌矩阵，打造“巴食巴适”主品牌+“通江银耳”“南江黄羊”等子品牌的“1+N”体系，制定《巴中市农产品区域公用品牌管理办法》，规范包装与宣传，避免形象碎片化。挖掘通江银耳“进贡历史”、南江黄羊“川北第一羊”传说，结合非遗表演和美食品鉴，提升品牌文化价值。

5 结论与建议

巴中市自然资源奠定品牌品质基础，人力资源保障标准化与创新，农业产业资源提升竞争力，文化资源赋予独特内涵，四者协同支撑“巴食巴适”等品牌形成差异化优势。但品牌影响力有限、资源整合低效、传播渠道单一等问题，仍阻碍资源

优势向品牌价值转化。多资源要素协同是欠发达地区突破品牌瓶颈的关键，可为秦巴山区提供借鉴。基于此，提出以下建议：一是深化资源协同，完善“政府—企业—农户”利益联动，建立跨部门调度平台，强化“一县一业”精准性。二是强化价值转化，聚焦富硒土壤、红色文化等特色，培育优势单品，通过全流程标准提升溢价。三是创新数字化赋能，扩大物联网应用，完善区块链溯源，借直播电商和跨境物流突破市场边界。四是构建文化生态，将红色故事、民俗元素融入品牌传播，通过“文化节+体验店”增强消费者认同。五是完善支持体系，设立专项基金，加强地理标志保护与反侵权，建立风险防控机制，推动巴中现代农业品牌高质量发展。

参考文献

- [1] 姜长云. 我国推进农业强国建设的战略思路和现实举措[J].
社会科学辑刊, 2023 (6): 128–135.
- [2] 郭芳秋. 供给侧结构改革下提高农业经济效益的新举措[J].
Agricultural Outlook(1673–3908), 2025, 21(2).
- [3] 金晓斌, 沈镭, 黄贤金, 等. 新质生产力赋能自然资源高质量管理逻辑与路径[J]. 自然资源学报, 2024, 39(9): 2011–2028.
- [4] 巴中市人民政府. 关于印发美丽巴中建设规划(2024—2035年)的通知[EB/OL].
<https://www.cnbz.gov.cn/xxgk/zfgb/13411561.html>, 2025-01-06.
- [5] 巴中市林业局. 关于印发《巴中市盘活集体林权推进“天府森林四库”建设工作方案》的通知[EB/OL].
<https://lyj.cnbz.gov.cn/xwdt/lydt/23183469.html>, 2025-06-13.
- [6] Shi L, Liu J. Status Survey and Evaluation of Heavy Metal in Bazhong City[C]//IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing, 2018, 170(3): 032140.
- [7] 巴中市人民政府. 关于印发《巴中市国土空间生态修复规划(2021—2035年)》的通知[EB/OL].
<https://www.cnbz.gov.cn/public/6600041/13363166.html>, 2023 06 01.
- [8] 巴中市自然资源和规划局. 关于印发《巴中市矿产资源总体规划(2021—2025年)》的通知[EB/OL].
<https://www.cnbz.gov.cn/xxgk/zfgb/13343478.html>, 2022-12-21.
- [9] 熊春, 谷人旭. 中国农业企业品牌空间分布及影响因素[J].
热带地理, 2024, 44(4): 761–770.
- [10] 巴中市人民政府. 2024年巴中市国民经济和社会发展统计

公报[EB/OL].

<https://www.cnbz.gov.cn/public/6600041/13416362.html>,

2025-04-09.

[11] 方伟, 张禄祥, 彭丹丽, 等. 主销区粮食产业高质量发展路径研究—以广东博罗县丝苗米省级现代农业产业园为例[J]. 广东农业科学, 2024, 51(9): 41-53.

[12] 于法稳, 黄鑫, 岳会. 乡村旅游高质量发展: 内涵特征, 关键问题及对策建议[J]. 中国农村经济, 2020, 8: 27-39.

[13] 李学林, 毛嘉琪. 巴人文化的创造性转化与创新性发展探析——从巴人精神到巴中人民革命精神[J]. 西南石油大学学报(社会科学版), 2019, 21(06): 112-121.

[14] 肖寒月, 邢书曼, 朱陈巧, 等. 红色资源赋能乡村振兴的价值与路径 以巴中革命老区为例[J]. 西部经济管理论坛, 2023, 34(6): 25-31.

[15] 赵艳. 从“乡土中国”到“后乡土中国”: 民俗文化在乡村振兴战略中的资源价值[J]. 青海社会科学, 2021, 2: 100-104.

[16] 赵晓燕. 数字化赋能无锡阳山农产品品牌设计及推广研究[J]. 森林防火, 2025, 43 (03): 111-118.

[17] 董亚宁, 顾芸, 王菡. 新发展格局下农产品品牌, 流通一体化与农业经济增长[J]. 农业现代化研究, 2023, 44(1): 44-54.

[18] 巴中市人民政府. 关于印发《巴中市工业园区发展规划(2022—2027年)》的通知[EB/OL].

<https://www.cnbz.gov.cn/public/6600041/13355136.html>.

2023-03-03.

[19] 巴中市人民政府. 关于印发巴中市农业高新技术产业园区

建设发展规划（2025—2027年）的通知[EB/OL].

[https://www.cnbz.gov.cn/public/6600041/13413306.html.](https://www.cnbz.gov.cn/public/6600041/13413306.html)

2025-02-21.

文章投稿证明（审稿中）

The screenshot shows the user interface of the Sichuan Agricultural Science online submission system. The top navigation bar includes the title '《四川农业科技》在线投稿系统' (Sichuan Agricultural Science Online Submission System), a user profile '王丹' (Wang Dan), and a '退出登录' (Logout) button. The top right corner displays the date '星期二 2025年10月14日' (Tuesday, October 14, 2025) and the time '22:36'. The main content area features a '稿程教程' (Manuscript Submission Guide) with a flowchart showing the submission process: '投稿' (Submission) → '初审' (Initial Review) → '复审' (Review) (status: '进行中' - In Progress) → '外审' (External Review) → '终审' (Final Review) → '安排刊期' (Schedule Publication) → '出版' (Publication). Below this is a '投稿箱' (Submission Box) table listing a single manuscript:

#	稿号	标题	投稿日期	状态	操作
1	202509039	激发农村资源要素赋能巴中市现代农业产业品牌塑造的发展路径研究	2025-09-15	复审中	详情 修改 撤回

At the bottom left is a blue button labeled '我要投稿' (Submit Manuscript). Below it is a contact information section:

您的联系方式如下:
姓名: 王丹
通信地址: 四川省南充市多扶工业园区西南大道3号
邮编:
手机: 15870199655