

水产品价值链视角下的新型渔业 经营主体发展研究*

赵 蕾 孙慧武**

摘 要 新型渔业经营主体是实现渔业现代化的重要组织载体,代表了现代渔业建设的发展方向。如何应对产业转型升级、提高市场竞争力是新型渔业经营主体面临的重要问题。价值链理论分析是研究企业竞争优势的重要理论工具和方法。本文将价值链理论分析工具应用到新型渔业经营主体研究中,在分析水产品价值链结构、价值活动以及新型渔业经营主体行为的基础上提出优化水产品价值链、提升新型渔业经营主体竞争优势的对策建议。

关键词 渔业经营主体 水产品 价值活动

一 引言

随着我国渔业现代化的快速推进,以养殖大户、家庭农场、渔民合作社和龙头企业为代表的新型渔业经营主体在产业经济发展过程中扮演着越来越重要的角色。新型渔业经营主体是实现渔业现代化的重要组织载体,

* 本研究系农业部渔业渔政管理局“现代渔业建设重大基础性问题研究”项目(批准号YSH201703160411)子课题的研究成果。

** 赵蕾,中国水产科学研究院副研究员、博士,研究方向为渔业经济与管理、渔业发展战略等;孙慧武,中国水产科学研究院研究员,主要研究方向为渔业经济与发展战略、渔业科技管理等。

代表了现代渔业建设的发展方向。新型渔业经营主体组织化、专业化和社会化程度的提高,有利于降低生产成本,推动渔业生产规模效益、技术装备和管理水平的不断提高。但在更加开放和竞争激烈的市场环境下,新型渔业经营主体如何应对产业转型升级、提高市场竞争力、提高水产品供给对需求变化的适应性和灵活性,这是培育和发展新型渔业经营主体绕不开的重要问题,也是渔业供给侧结构性改革的内在要求。价值链分析是研究企业竞争优势的重要理论工具和方法。目前我国学者对水产品价值链的研究鲜少涉及对其中经营主体行为、利益分配及价值活动等分析,为此,本研究将价值链理论分析工具应用到新型经营主体研究中,通过分析水产品价值链结构、价值活动以及新型渔业经营主体行为,有助于对产业链中产品和服务进行优化管理,提高经营主体的生产效率和竞争优势。

二 水产品价值链分析

(一) 水产品价值链及特点

1985年美国经济学家迈克尔·波特在其所著的《竞争优势》一书中首次提出价值链概念,他认为企业在进行设计、生产、销售、物流以及辅助其产品的过程中所产生的各种互不相同但又相互影响、紧密关联的生产经营活动可以用价值链来表示(勾维民等,2012),即这些从供应商的原材料获取到最终产品消费服务之间各个环节活动形成了一个创造和生产价值的动态过程。尽管波特的价值链侧重从微观层面来分析企业内部价值增值活动以及企业从中获得的竞争优势,可是其构建的经典价值链分析模型为研究更宏观层面的产业竞争优势提供了一个重要理论分析工具。随着价值链理论研究的更加深入,越来越多的国内外学者开始将价值链的应用研究从微观的企业生产领域扩展到更为宏观的产业经济层面,分析产业内的价值创造和价值分配活动。

产业价值链是在更加细化产业分工的基础上,由各个组成环节之间进行大量的信息、物质、资金方面的交换活动而形成价值实现和增值。产业价值链并没有忽略其中企业内部的价值活动,而更强调在一个产业链中,每个环节上各类主体之间相互影响和相互依存的关系,以及通过这些关系

不同主体进行协同分工、合作、分配，最终形成一个价值递增过程。而产品既是产业链贯穿始终的基本环节，也是产业价值链重要的价值增值来源，因此，产品价值链实质是产业上下游各相关利益主体以产品为核心进行资源整合、优势互补的价值链。基于此，笔者认为水产品价值链是渔业产业中由生产者、加工企业和服务组织等相关利益主体围绕某种水产品从育苗、养殖、捕捞、加工、储藏、运输、销售到最终消费的一系列价值创造、价值增值和价值分配的动态过程。与其他工业产品价值链不同，水产品价值链具有其自身的一些特点。

1. 价值链涉及环节众多，参与经营主体众多

水产品价值链是从生产者到消费者的水产品价值转移过程，中间涉及众多环节，既包括养殖（捕捞）加工和生产资料供应等生产经营主体，也包括技术推广、质量管理、融资和信息等服务主体，且各利益主体所处的环节（位置）不同，诉求各有不同，因而其具有多元利益链条复杂共存、市场空间巨大的特点。

2. 价值分配的“微笑曲线”表征较为明显

水产品价值链各环节价值分配的总体趋势基本上符合“微笑曲线”，即“两头高，中间低”。处于上游的育种研发等产前服务环节因为科技含量较高而容易形成进入壁垒，增值收益较高。下游的流通销售等产后环节直接面对不断变化和升级的消费需求，经营主体容易实施差异化的经营策略（涂传清，2014），因此产品增值幅度较大。只有处于价值链中游的养殖加工环节技术含量较低，且产品同质化严重，可替代性强，价值增值空间十分有限。

3. 价值链中各经营主体的利益冲突和相互合作具有动态适应性

处在水产品价值链不同环节的经营主体由于自身的禀赋条件和对资金、技术、市场信息等资源的掌握能力不同，价值获取能力必然存在着差异，这种差异会导致一定程度的利益冲突，同时，价值分配差异又会受内外环境影响而呈现动态变化，最终价值链上利益相关方会从各自利益最大化出发通过一定内在联结机制或合作关系来实现价值分配的相对公平性即均衡性。

4. 价值链系统协调成本和运行风险较高

一方面，受生产消费的分散性、地域性、季节性以及鲜活易腐性等因

素影响,水产品对加工运输中的技术支撑、物流设备、物流环节、交易次数和存储时间等要求较高,时效性较强,各环节协调成本较高;另一方面,水产品生产设施的资产专用性、较长的投资回报期、信息传递的滞后性以及市场价格的波动性等各种不确定性造成价值链系统的运营风险较大。

(二) 水产品价值链的构成及价值活动

水产品价值链既不是单一的直线链条,也不是简单的价值流向链条,而是存在多个生产经营主体、服务主体以及资金、信息、技术等资源条件相互交织、关系错综复杂的多链条结构。根据水产品价值链中各环节主体之间的联系,可以将水产品价值链分为横向和纵向两个方面,横向价值链是水产品从育苗、养殖、捕捞、加工、储藏、运输、销售一系列环节中的价值增值活动。纵向价值链是各环节上的生产主体如养殖户、企业、合作社和服务主体如中介、零售商、批发商等以一定的组织模式和联结机制,通过资源交换而形成的水产品价值创造过程。横向价值链强调水产品在各环节之间的价值流动,而纵向价值链更强调利益相关方之间的纵向联系对各环节的价值活动产生的影响。

一条完整的水产品价值链必然涉及多个经营主体。分析水产品价值链中的经营主体行为,首先要了解围绕水产品价值链所开展的相关价值活动。根据波特的价值链理论,水产品价值链的增值活动分为基本活动和支持性活动(蓝占明,2012)。基本活动主要是指与水产品实体的生产经营直接相关的价值增值活动,包括育苗、养殖、捕捞、加工、储藏、运输、销售一系列价值活动,而支持性活动则是为渔业生产提供辅助服务的价值活动,包括饲料、渔具、渔药等生产资料采购,人力和基础设施投入,以及水产科研教育、技术推广、质量管理、资金服务、政策法律咨询等配套活动。基本活动和支持性活动既相互关联又相互影响,物流、资金流、信息流则是价值链各环节之间相互连接的资源纽带,如图1所示。

1. 基本活动

(1) 生产。这是水产品价值链的起点,包括鱼苗育苗、养殖、捕捞活动。育苗是整个水产品价值链的首要环节,水产品品种的差异会直接导致养殖成本的差异,甚至即使同一品种从不同的育苗场繁育出来也有可能存

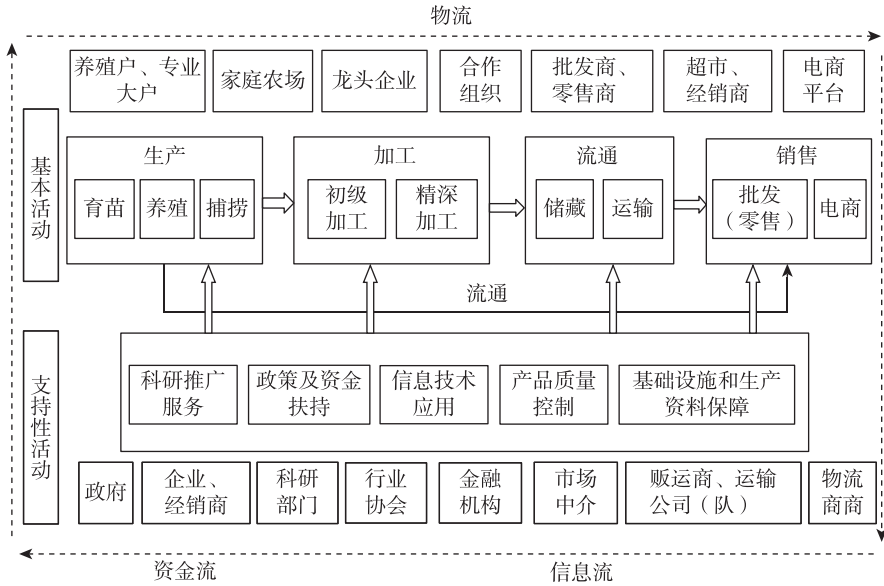


图1 水产品价值链价值活动系

在差异。因此，育苗环节的价值实现能力能够影响到价值链下游的价值活动和利益分配。我国水产养殖业正处于由数量型向质量型转变的重要时期，这对水产苗种培育提出了更高的要求。除生长速度、单位产量外，苗种还必须具备抗病性强、逆境耐受性高等适应性特点。此外，对苗种的肉质、颜色和口感等品质性状的要求也在不断提高以迎合消费者需求。这使得水产育种过程周期长、见效慢、科技含量相对较高，成为价值链中的重要增值环节。育苗与苗种供应一般都是由专业性的科研机构或有一定规模资质的企业来完成。

养殖、捕捞环节是水产品价值链的真正起点，目前我国水产养殖环节从业者众多，主要有传统家庭养殖户和以专业大户、家庭农场、龙头企业、合作组织为代表的各类新型经营主体。其中传统家庭养殖户由于组织形式分散、技术和资源获取能力较弱、风险决策成本高、进出市场门槛较低、产品质量难以监控等因素，在价值链中分享的增值收益相对较少。合作组织则是龙头企业和渔民利益协调的重要渠道，良好的合作组织上联企业、下带养殖户，是推进渔业产业化发展的有效载体，但从实践中来看，渔民（户）、龙头企业和合作组织各方利益主体之间横向联合的利益保障机制不

完善,合作组织、龙头企业在提高渔民(户)组织化程度、维护渔民(户)经济利益方面真正发挥的作用还相对有限。因此,从水产业发展趋势看,养殖环节产业链纵向一体化将成为未来提升水产品价值链增值能力的主要手段。

(2) 加工。水产品加工是养殖、捕捞环节的延续,是整个水产品价值链中不可或缺的重要组成部分,也是实现水产品价值链增值增效的关键环节。目前,我国水产品加工方式主要有冷冻、冷藏、冰鲜、罐制、干腌制、鱼糜、鱼粉与鱼油、藻类加工等初级加工和精深加工。生产主体以企业为主。尽管加工技术和资金投入对养殖户构成了较高的进入门槛,可是一些养殖户仍然可以通过购置简易机械和手工初加工的形式进入该环节,也可以通过组建合作组织等方式参与加工环节的价值活动。这也导致大部分加工品的技术含量较低、产品原料质量难以保证,附加值不高,利润空间小。随着国内外水产品消费市场的不断扩大,再加上物流电商对消费者购买习惯的影响,水产加工环节的价值链增值潜力巨大。

(3) 流通。水产品不同于其他畜禽类产品,可以直接作为鲜活消费品通过流通环节送到消费者手中,也可以经过加工后进入流通渠道(都晓岩、卢宁,2006)。因此,流通环节是联结上游养殖、加工与下游销售环节之间的纽带,它贯穿于整个价值链的始终。流通环节的价值活动对整个水产品价值链影响较大,流通环节对价值链增值的贡献度大小是由参与主体的服务水平、技术专业程度、组织化程度共同决定的。虽然价值链上任何一种经营主体,包括养殖(捕捞)户、加工厂、鱼贩、中介组织、经销商、批发商等都可能参与流通环节的价值活动,但是流通渠道的不同决定了水产品流通环节经营主体有所不同,也会带来流通成本的差异。交通基础设施的逐步完善和物联网技术的快速发展,使得上游水产品生产者越来越倾向于通过产销直接对接或线上交易等扁平化方式来减少流通环节、压缩生产成本、提高利润空间。水产品的储藏和运输也是流通环节中的重要价值活动,一般都由养殖(捕捞)户、加工厂、零售商、批发商外包给专业的运输公司或冷链物流商来进行。我国第三方冷链物流较为滞后,第三方冷链物流的发展将有利于降低实际物流成本,为水产品价值链收益提供更大的增值空间。

(4) 销售。销售是水产品价值链中最重要的价值活动，也是影响整个价值链增值的最重要环节。水产品包括鲜活鱼类或加工品，一般通过批发、零售等销售环节进入市场。批发商和零售商是销售环节的两大经营主体。其中，批发是生产者和零售商之间、产地和销地之间主要的销售环节，传统的以批发市场为载体进行的较大规模水产品交易活动在水产品价值链的销售环节中仍然占有重要地位。小规模的水产品销售除了以农贸市场、商店、专卖店、连锁超市等为交易平台以外，通过 B2B、B2C、C2C、O2O 等多种电商销售方式（富房、马尚平，2016），利用淘宝、京东等各大电商平台开展水产品交易正在被越来越多消费者所接受，打破了传统采购与销售之间的地域限制，促进了生产与消费的对接，减少了中间环节，节约了流通成本（祝娟，2016），消费群体也相对稳定，但这些电商销售模式的选择往往受到物流效率、水产品食用安全性等方面的影响。由于水产品质量的隐蔽性、相关利益方较多以及生产者和消费者之间产品质量信息的不对称性，销售环节上各类经营主体的营销方式以及对水产品的质量安全控制等因素在很大程度上决定了销售环节的价值实现能力。因此，未来水产品的品牌营销在增加水产品附加值、提高水产品价值链竞争优势中的作用将更加明显。

2. 支持性活动

水产品价值链上的支持性活动涉及渔业生产产前、产中、产后各个环节，为水产品价值链基本活动的实现提供辅助和支撑。一是科研推广服务，指贯穿整个水产品价值链旨在最大程度提高水产品生产效益、改善渔业生态环境的各种技术研发以及咨询与指导、人才培养与教育、人员培训等技术服务活动；二是政策及资金扶持，指围绕水产品生产和经营主体持续健康发展的各类支渔惠渔政策的落实，以及市场融资、信贷保险等方面的支持服务活动；三是信息技术应用，指通过互联网、手机等现代通信手段搭建水产品生产、经营、管理和服务平台，促进现代信息技术与水产品价值链的深度融合发展；四是产品质量控制，包括水产品质量检测、安全监管、品牌塑造、产品创新等方面，是提升水产品价值增值能力的根本保障；五是基础设施和生产资料保障，主要包括渔船修造，渔港建设，渔用设备制造，饲料、渔药等渔需物资供应。支持性活动的参与主体有政府公共服务

机构、行业协会、龙头企业、科研部门以及其他社会团体和个人等,这部分活动的价值增值体现在公益性活动产生的服务价值和经营性服务收益上。

三 水产品价值链中新型经营主体行为分析

水产品价值链中每项价值活动都可以由众多参与主体来承担,其中涉及的新型经营主体包括户、专业大户、龙头企业、渔民合作组织等,其参与分担水产品价值链活动的环节和行为不同,对整个水产品价值链的价值增值必然会产生一定的影响。

(一) 养殖大户、家庭农场

作为水产品的初级生产者及销售者,养殖大户、家庭农场在整个水产品价值链中的地位举足轻重,经营重点是对某一水产品种或多种水产品种进行专业化、规模适度、集约化水平较高的商品化生产。养殖大户、家庭农场的生产特征改变了传统的零散养殖作业模式,发挥了渔业生产的规模效应和示范效应,很大程度上影响了水产品价值链的价值创造和生产效率。养殖大户、家庭农场在面临饲料、人工等生产成本上升、销售价格波动的市场风险、资源环境危机、自然灾害风险和政策风险等外部环境制约明显的情况下,往往选择与龙头企业、合作组织或下游的批发商、超市等销售主体进行利益联结,提高自我发展能力,从而形成多种价值结构链条。

(二) 龙头企业

龙头企业是水产品价值链的核心角色,在整个价值链中具有关键性和支配性地位,具有一定规模的养殖基地、水产种苗繁育技术和行业生产管理经验,主要从事苗种繁育、水产养殖、饲料生产、水产品加工、流通或销售等专业化或一体化生产,几乎覆盖所有价值链环节,并通过纵向的利益联结机制和契约形式向渔民提供水产品良种、机械设备、饲料渔药、加工销售、技术及物流服务等,有效连接生产与销售。龙头企业的生产经营规模和盈利水平都远远超出价值链中的其他类型经营主体,拥有诸如市场、信息、资金等价值链系统的众多资源,并在这些资源配置中起主导作用。

因此，龙头企业的利润增值和创新增值是实现水产品价值链优化升级的基础，龙头企业自身能力发展与其他经营主体的利益协调对各环节利润的合理分配以及整条水产品价值链利益最大化的实现有着较为直接的影响。

（三）合作组织

合作组织是水产品价值链中的主要参与主体，也是纵向价值链上组织模式的重要功能主体，主要包括各类渔民互助组织、经济合作组织、专业协会和科技服务组织等，涉及生产、加工、购销、融资、生产性服务以及对接市场，部分渔业专业合作社也直接从事水产品的生产、加工与销售。在价值链中主要衔接生产和销售，将零散的养殖户与大市场连接起来并为社员（会员）提供生产资料采购、技术指导、市场信息、物流销售等服务，有助于降低生产者和市场的交易费用，实现交易的集中化、规模化，改善渔民的市场交易地位，提升渔民组织化程度，是引领渔民走向市场、参与竞争的主要经营组织，组织效率和规模会影响水产品价值的增值。

（四）社会化服务组织

社会化服务组织是水产品价值链中服务价值的创造主体，专注于实现价值链某一环节或某一领域服务的技术专业化和经营专业化，为价值链中其他经营主体提供物资、生产服务、技术服务、信息服务、金融服务、保险服务以及物流销售等全方位的生产服务。其主要功能是以服务的规模化带动经营规模化，降低生产成本，增加经营收益。一些行业协会或中介组织也会为渔民出面办理一些涉及切身利益的实事，充分体现了渔业社会化服务组织的产业服务功能。社会化服务组织主要向水产品价值系统提供服务增值，协助完成价值链各节点间资源和要素的集成和优化，是水产品价值链运作效率的保障，对价值链增值的贡献度大小是由其服务水平、技术专业程度、组织化程度等因素共同决定的。

四 水产品价值链中各经营主体利益分配的影响因素

产业链分工下的价值分配过程实质是价值链上各参与主体之间复杂的

动态利益博弈。水产品价值链中涉及的各类经营主体既是价值的创造者和实现者,也是价值的获得者,共同分享价值链的利益,这种利益分配受价值链内外部环境以及各个主体自身创造价值的能力等多方面因素影响,并处在一个动态变化的过程。

(一) 各经营主体的组织化程度

各类经营主体的组织程度直接影响价值链系统的运行效率和价值增值能力。目前我国水产品生产仍然以单户小规模经营模式为主,即使如家庭农场、专业大户等规模较大的生产经营主体也存在生产分散、组织化程度较低的问题,这导致了水产品流通的分散化,加剧了生产与流通之间的信息不对称,增加了生产流通过程中的产品质量安全风险和交易成本。而组织化程度较高的合作组织、龙头企业以及社会化服务组织都是具有法人资格的经济实体组织,普遍采用现代经营管理制度,资源配置效率相对较高,技术资金方面实力雄厚,对市场信息和风险的掌控能力较强。因此,组织化程度越高,在价值链中利益分配的优势就越明显。

(二) 各经营主体之间利益联结机制的选择

水产品价值链中的各环节主体通过建立某种利益联结机制进行分工协作来协调彼此之间的利益关系从而改变利益分配格局,最大限度地实现各自的利益诉求。不同的利益联结机制决定利益机制中各主体的分工以及为整个价值链增值所做的贡献大小。但在实践中,受主体自身的发展程度、在利益机制中的地位 and 竞争能力,以及市场交易环境和外部政策支持等因素影响,各主体的利益分配并不能与其对价值链的增值贡献相匹配,这种不匹配势必引发相关方的利益冲突,进而导致价值链的合作行为变少,不信任和对抗行为增多,价值链的价值创造变少,从而可获得利益变少(祝娟,2016)。

(三) 价值链内部信息传递的完整性和准确性

信息传递共享的完整性和准确性是影响价值链上各类经营主体利益分配的重要因素。一方面,从水产品生产者到消费者产业链上各类经营主体

所处的位置不同，接收到的市场信息以及反馈必定各有侧重；另一方面，价值链各环节成员都是具有独立活动和价值创造能力的实体，成员之间存在一定的利益关联和竞争关系。成员如果只追求自身利益最大化而忽略其他成员目标，就会不可避免地发生冲突，导致信息传递的不完全共享，也会影响价值链整体利益的提升。同时，由于在价值链中的弱势地位以及自身发展条件的限制，大量的小规模分散经营主体获取信息渠道有限、成本较大。因此，信息传导机制不畅加剧了各生产经营主体之间的利益博弈，增加了市场交易中机会主义行为和道德风险发生的概率。

（四）价值链上各经营主体的风险管理能力

与农业其他类型产业相比，新型渔业经营主体在从事水产品生产流通过程中，可能会面临更多来自产业链内部和外部无法预知的风险，包括管理风险、质量风险、合作伙伴关系风险、自然风险、市场风险、社会风险等（胡秋元，2011）。风险是伴随收益的产生而存在的，任一环节的价值活动发生变化可能都会带来新的收益风险，而这些风险反过来又会影响价值链上经营主体的价值活动。不同主体的生产对象、生产规模、经营形式以及管理水平等不同，所面临的风险以及风险管理能力都会有明显的差别，同时，这些风险在市场因素的影响下，也有可能蕴含着某种机遇和利益。因此，进行有效的风险管理不仅关系到水产品价值链上各环节收益价值的实现，还会影响各类生产经营主体之间的利益分配。

五 主要结论与对策建议

价值链利益分配的均衡和稳定是实现价值链优化的基础条件。水产品价值链各环节经营主体在发挥价值创造功能的同时，也要分享来自价值链的收益。只有保障价值链中市场主体利益分配的相对公平性，才能增强价值链市场主体协作的稳定性，才能提高经营主体创造效率，进而提升水产品价值链竞争力。

（一）创新合作经营组织模式，增强各主体的协同共享效应

价值链各环节经营主体的价值活动相互关联、相互影响，影响的利弊

和程度主要取决于各主体在价值链条上的位置。因此,必须加强各环节经营主体之间的协调配合、建立科学有效的利益联结机制,实现各主体合理分工、互利共赢。首先,要充分发挥龙头企业资金、技术和管理优势,带动渔户和渔民合作社发展适度规模经营;鼓励家庭农场通过牵头或参与组建合作社,或与合作社联合,或组建行业协会等方式,加强互助合作与相互交流。其次,探索各类风险保障机制,引导龙头企业与从事同类水产品生产的家庭农场、专业大户和合作社等进行联合与合作,通过订单合作、示范基地、直供直销、利润返还等方式建立稳定的经济利益共同体,打通水产品产销通道,提高渔业组织化程度。最后,支持龙头企业、合作社、涉渔院校和科研院所成立产业联盟,实现在技术研发、成果推广应用、品牌营销等方面的信息互通和优势互补。

(二) 减少非价值增值活动,提高产业链的价值增值效率

价值链包含产业链上所有产品或服务的价值增值活动,以最低的成本获取最大的价值是价值链的增值目标。因此,提升价值链增值效益必须尽可能地降低产业链内部“价值损耗”,减少从生产基地、产品加工、流通到消费的非增值环节,实现价值增值的低成本、高效率和高效益。一方面,打通产销通道,完善水产品流通机制。加快构建跨区域加工仓储冷链物流体系,促进物流配送、冷链设施设备发展。加强水产品产地市场建设,推进与超市、学校、企业、社区等直接对接,增加边远地区的基础设施建设和运输流通补贴。另一方面,整合产业链各环节之间的信息流,减少因信息不对称造成的“价值损失”。加大水产品生产、经营、管理中的信息技术支持力度,疏通各主体之间信息沟通渠道。依托水产品信息平台建设,建立各类生产供求信息的发布体系,确保渔民及时获得各类生产技术信息、气象信息和政策法规信息等,以便更好地做出生产计划和应对措施。

(三) 完善支持性活动的服务功能,为主体价值创造提供良好保障

从各级水产技术推广机构到各类民间社会化服务组织应针对不同类型

新型经营主体开展内容多元化、目标差异化的支持活动。科研院所应重点加强与家庭农场、合作社以及龙头企业等新型渔业经营主体在科技成果转化方面的合作共建，共同开发先进适用的新技术新品种，及时为合作社和渔民（户）提供生产技术指导、质量管理、疫病防疫等服务。行业协会和各类商会组织要充分发挥在新型渔业经营主体之间的联结作用，以及在教育培训、品牌营销、市场推介信息服务和法律咨询等方面的社会服务作用。健全金融政策支持体系，提高对新型经营主体尤其是专业大户、家庭农场以及合作组织等的政策指向性和效能，加大新型渔业经营主体的信贷支持力度，灵活确定承贷主体，减少贷款融资审批流程。扩大各类农业补贴在渔业中的应用范围，重点支持渔机渔具购置、生态节水养殖设备购置、池塘标准化改造等基础设施建设维修等渔业生产用途。

（四）拓展产业链供给与需求端的关联度，提升水产品价值增值空间

水产品通过产业链供给端与需求端的衔接实现价值传递，最终在消费市场实现价值累加。因此，必须在稳定和强化供需之间联系的基础上，立足于面向“需求端”的市场开发和价值实现来积极优化“供给端”产品、拓展产业链。第一，要保障水产品的安全性，建立健全水产品质量分级标准体系，支持专业大户、家庭农场及合作社等经营主体开展质量管理体系和无公害水产品认证等，给予品牌龙头企业质量检验检疫补贴，减轻企业负担，第二，鼓励家庭农场和专业大户通过合作社或行业协会集成区域品牌优势，支持水产品地理标志认证，大力开展品牌宣传推介与营销，提高品牌的知名度和影响力，第三，发掘和保护渔业中具有历史、地域和品牌特色的重要农业文化遗产，鼓励当地政府在保持传统渔村（渔港）风貌、传承渔文化的基础上积极发展休闲渔业和旅游开发，打造形式多样、有地方特色、有文化内涵的水产品品牌，第四，加强重点品种水产品价格监测、分析和预警，探索建立科学的水产品分级定价体系，以“优质优价”倒逼生产标准化、质量品牌化，增强水产品品牌的收益示范效应。

（五）改善经营主体短期行为，促进产业链可持续发展

经营主体的生产经营不仅是经济行为，也是生态环境行为（孙运宏、

宋林飞, 2016)。渔业进入门槛较低, 进出市场的资本投入成本相对较低, 而受水域滩涂养殖使用权、土地流转期限限制以及地租成本不断上升等, 导致急功近利的掠夺性短期行为和以牺牲生态环境为代价的规模化经营较为普遍, 不利于渔业生产长期投资(阮荣平等, 2016), 加之自然资源价格扭曲与不健全的市场机制客观上鼓励了粗放型、低效率的生产经营行为。一是提高入渔门槛, 加快推进养殖权制度建设, 创新养殖水面流转方式, 稳定渔民产权预期收益, 探索生态养殖利益补偿制度, 强化经营主体的生态环境保护意识; 二是改善生产条件, 从苗种、投入品、生产操作规范和流程等方面强化产业链上游管理, 带动渔业标准化规模生产; 三是推行采用节水、节药和资源循环利用等健康生态养殖新模式, 加快技术创新, 增强环境保护和可持续发展能力; 四是加大养殖污染防治专项资金的投入, 引导渔业生产经营主体增加低毒、高效、低残留化学鱼药与生物鱼药施用比例, 切实提高渔业综合生产效能。

参考文献

- 都晓岩、卢宁, 2006, 《论提高我国渔业经济效益的途径——一种产业链视角下的分析》, 《中国海洋大学学报》(社会科学版) 第3期。
- 富房、马尚平, 2016, 《水产品电子商务销售模式的可行性分析及发展对策》, 《农村经济与科技》第21期。
- 勾维民、李赟、印明昊, 2012, 《价值链视角下的山东省渔业发展研究》, 《河北渔业》第9期。
- 胡秋元, 2011, 《渔业产业链发展的价值链——风险链双链及其互动机制》, 《科技创业月刊》第4期。
- 蓝占明, 2012, 《基于价值链的供应链物流信息管理研究》, 《现代经济信息》第5期。
- 阮荣平、徐一鸣、郑凤田, 2016, 《水域滩涂养殖使用权确权与渔业生产投资——基于湖北、江西、山东和河北四省渔户调查数据的实证分析》, 《中国农村经济》第5期。
- 孙运宏、宋林飞, 2016, 《新型农业经营主体发展与乡村治理创新》, 《南京社会科学》第4期。
- 涂传清, 2014, 《基于农户增收的生鲜农产品流通价值链分工与组织优化研究》, 华南理工大学博士学位论文。
- 祝娟, 2016, 《商贸产业价值链的利益分配与均衡性研究》, 《商业经济研究》第21期。

Research on the Development of New Fishery Management Subject from the Perspective of Aquatic Product Value Chain

Zhao Lei Sun Huiwu

Abstract: Modernization, and represents the development direction of modern fisheries construction, but how to deal with the industrial transformation and upgrading, improve market competitiveness is an important problem to develop the new fishery management subjects. Value chain analysis is an important theoretical tool and method for the study of competitive advantage of enterprises. In this paper, the theory of value chain analysis tools is applied to the study of new management subjects to put forward policies and suggestions to optimize the water product value chain and enhance the competitive advantages of new fishery operators based on the analysis of structure of the aquatic products value chain, value activities and new business entities behavior.

Key words: new fisheries management subjects; aquatic product; value activities