

条的重构。国际劳工组织预测 2030 年全球物流业 30% 岗位消失，但 AGV 运维、算法训练等新兴岗位需求将增长 45%。当前矛盾集中在：技能错配：57% 仓储员工仅掌握机械操作（麦肯锡调研）；区域失衡：发达国家技术岗位薪资是发展中国家的 3.6 倍。破局需实施三维干预策略：教育端推行“微证书”体系，德国 DHL 与慕尼黑工大合建 AR 实训平台，6 周培养智能调度员；政策端设立转型补偿基金，欧盟拨款 220 亿欧元补贴物流从业者技能重塑；企业端建立人机协作工厂，京东亚洲一号仓人机配比优化至 1:15，员工转型为“机器人督导员”^[3]。

5 结语

社会生产力和整体市场需求、行业政策等多方因素交互推动了智慧物流的发展，符合本文所采用的自然辩证法的矛盾运动规律。在后续发展过程中物流行业变得更加的智能化、自动化、数据可视化全流程数字化管理，它是互联网信

息技术发展的必然结果，也是推动国内物流行业占领行业高地的必备战略。但同时也会滋生相应的社会问题和技术性问题，仍需解决数据安全和社会适应性问题。智慧物流发展过程中受多方因素相互牵制后续发展动态稳定性弱，需要通过职业院校培育高技能人才来服务智慧物流行业的发展，提升智慧物流技术发展质量。综上，在后续研究过程中可将视角聚焦于人才培养与智慧物流产业的相关研究；人工智能发展过程中伦理与应用的协同建设研究等。

在信息万变的时代，只有不断创新秉着科学精神不断学习才能在竞争的智慧物流的浪潮中占领高地。

参考文献

- [1] 中国物流与采购联合会. (2024). 《中国智慧物流发展蓝皮书》.
- [2] World Economic Forum. (2022). *The Global Lighthouse Network: Insights into Logistics 4.0*.
- [3] 教育部职业教育发展中心. (2023). 《智慧物流人才培养白皮书》.

Exploration of Issues and Development Pathways for the “Carbon-Baked Live Fish” Industry in Xuan’en County Enshi Prefecture under the County-Level Economic Context

Guilong Yang

Wuhan Wenli College, Hubei, Wuhan, 430000, China

Abstract

Taking the charcoal-grilled live fish industry in Xuan’en County, Enshi Prefecture, Hubei Province as the research subject, this paper systematically analyzes the current development status of each link in the “charcoal-grilled live fish” industry in Xuan’en County through field research and data analysis against the backdrop of county-level economy and rural revitalization strategies. It reveals that Xuan’en County has formed an industrial cluster with an annual output value of 610 million yuan through a tertiary industry linkage model of “processing services—cultural tourism integration.” However, challenges persist, including imbalanced resource allocation and structural gaps, fragmented industrial chains and superficial integration, as well as polarization effects and coordination deficiencies. Based on the intrinsic logic of reconstructing county-level economic ecosystems through the “specialty cuisine + cultural tourism integration” model, this study proposes an upgrading path for mountainous area specialty industries—achieving “food-driven tourism, chain-driven industrial growth, and urban-rural synergy”—providing replicable “taste-driven” rural revitalization models for the Wuling Mountain region.

Keywords

County economy; Xuanen County; Carbon grilled live fish industry

县域经济背景下恩施州宣恩县“碳烤活鱼”产业发展问题与路径探索

杨桂龙

武汉文理学院, 中国·湖北 武汉 430000

摘 要

本文以湖北省恩施州宣恩县碳烤活鱼产业为研究对象, 基于县域经济与乡村振兴战略背景, 通过实地调研与数据分析, 系统梳理宣恩县“碳烤活鱼”产业各环节发展现状, 发现宣恩县通过“加工服务—文旅融合”的三产联动模式, 形成了年产值6.1亿元的产业集群, 但仍存在资源匹配失衡与结构性缺口并存、链条断层与融合浅层化并重、极化效应与协同缺位并存等痛点。基于“特色美食+文旅融合”模式重构县域经济生态的内在逻辑, 打造“以食带旅、以链促产、以城哺乡”的山区特色产业升级路径, 为武陵山片区提供可复制的“味蕾驱动型”乡村振兴样本。

关键词

县域经济; 宣恩县; 碳烤活鱼产业

1 引言

2025 年中央一号文件提出“壮大县域富民产业, 发展特色县域经济”, 要求依托地方特色资源打造县域特色产业集群, 因地制宜重点发展 1—2 个农业特色主导产业^[1]。宣恩县地处湖北省西南边陲, 拥有优质水资源, 2024 年水产养殖面积约 3.2 万亩, 活鱼年产量达 1.8 万吨, 其中碳烤活鱼相关产值占比达 42%。据恩施州文旅局数据显示, 2024

年游客接待量突破 6000 万人次, 同比增长 35.5%, 其中餐饮消费规模超 150 亿元, 2025 年 1—3 月接待游客量同比增长 42%, 餐饮消费占比达 28%^[2]。随着宣恩县文旅产业高速发展, 碳烤活鱼作为地方特色美食需求激增, 基于“美食经济+文旅赋能”对县域产业生态重构的作用机制, 可推动三产融合, 预估带动县域 GDP 增长 2.3 个百分点; 解决农村剩余劳动力就业, 促进农户年均增收 1.2 万元, 预计带动农户增收 30% 以上; 同时可推广循环水养殖技术降低污染, 传承土家族传统饮食文化和“火塘烤鱼”非遗技艺, 塑造地域文化 IP。

【作者简介】杨桂龙 (1992—), 女, 侗族, 中国湖北恩施人, 硕士, 从事宏观经济理论与政策、农村经济研究。

2 宣恩县碳烤活鱼产业发展的现状分析

2.1 产业要素分布：多维资源协同支撑

2.1.1 自然资源要素

宣恩县依托贡水河优质水源发展水产养殖，以白鲢、鳊鱼和黄刺骨等品种为主，沿河打造“景街一体”的地理格局，形成了“一步一景”的沉浸式消费场景，使自然资源转化为经济价值，据统计年鉴数据显示，2023年鱼类淡水养殖产量82吨，全年渔业总产值486万元，全县每年年消费活鱼约116万条（约2030吨），但市场活鱼需求以草鱼、鲫鱼和海鲈鱼等品类为主，从而造成活鱼市场巨大的需求缺口，据统计，约89%以上的活鱼依赖从宜昌和荆州等地区外购，在碳烤活鱼产业发展过程中，建设本地化供应链成为了宣恩县碳烤活鱼产业可持续发展的关键。

2.1.2 人力资源与技术要素

2022年成立了烤活鱼专业培训机构，通过多期培训培养了约900余掌握专业烹饪技能的烤鱼师，据统计，全县百余家烤鱼相关企业直接提供了约4000余个就业岗位（厨师、服务员），同时间接带动养殖、旅游和小商品等产业就业超万人；而且在县政府引导下成立了烤活鱼协会，用标准和品牌约束提升产业健康发展，并在2024年底制定了《宣恩烤活鱼烹饪技术规范》和《宣恩烤活鱼连锁店建设与管理》两项恩施州地方标准^[3]，基于土家族“火塘烤鱼”非遗技艺，统一“鲜活现杀、先烤后煎”的独特工艺标准。还衍生出泡椒、菠萝、青柠、双椒等20余种口味，从而适应多元化需求。

2.1.3 资本与设施要素

2023年政府主导投资2.3亿元用于夜间亮化工程，并搭建智慧管理平台以实现导航导览、线上预约、投诉处理等全流程智慧化服务，使得游客停留时长从2小时增至4.5小时，同时发放7500张烤鱼专用消费券（总价值15万元）直接刺激消费。另外头部品牌（如“强哥烤活鱼”）开设分店，通过中央厨房统一配送烤鱼料包，实现了对口味与品质的精准控制。

2.1.4 品牌与文化要素

深挖北宋咸平年间烤鱼传说，通过与土司传统饮食文化相结合，塑造“山间极品”的历史文化IP，同时政府通过“烤活鱼嘉年华”“烤鱼大赛”“摸鱼大赛”等特色地域活动强化品牌传播，在2024年获评全省“十大必打卡荆楚美食街”荣誉。而且抖音平台一直保持评分4.8分的高口碑（5523条评价），带动游客量年均增长21%，显著提高了品牌溢价，基于“以美食为媒介、以文旅为引擎”的高质量发展之路，形成了“宣恩碳烤活鱼”这一独特的区域美食品牌^[4]。

2.2 产业结构分布：全产业链融合延伸

宣恩县碳烤活鱼产业已突破单一的餐饮范畴，形成了上下游联动、多产业交叉的复合型产业结构。活鱼养殖环节以分散式家庭养殖为主，其中89%属于家庭池塘养殖，养殖户平均规模仅2.1亩，明显呈现出“散、小、弱”的特征，

由于规模化、标准化养殖占比较低，造成本土供应链不健全，为满足县域市场需求，政府正积极筹建武陵山片区最大的活鱼交易市场，未来上游供应链发展方向主要在于整合本地养殖户，形成规模化生态养殖场和构建区域采购网络，同时在碳烤活鱼辅料配套产业方面，榨广椒、酸萝卜等特色配料本地化生产已初具规模，但规模化加工能力仍较弱。加工环节以初级加工为主，手工宰杀处理占比达92%，目前仅有2家标准化加工厂，使得人力资源大量的消耗。

餐饮服务环节作为整个产业的核心层，一方面，餐饮企业集群是产业的中坚力量，通过传统土家族“火塘烤鱼”非遗碳烤技艺，使得企业年均营业额超8000万元，其中头部品牌在节假日期间单店日均营收超10万元，而且全产业链产值也主要集中在餐饮环节（占比达58%），同时通过打造多元化消费场景，突破堂食限制，创新推出竹筏餐饮和土家长桌宴等沉浸式体验经济模式，据统计2024年五一嘉年华单日吸引游客16万人次。但另一方面冷链物流覆盖率较低，县域冷藏车保有量仅8辆，冷库容量约800吨，物流冷链覆盖率不足40%，导致活鱼运输损耗率高达18%（全国平均12%），远远高于全国平均水平，从而制约了预制菜、零食、鱼骨胶原蛋白等衍生品市场的拓展。

产业链衍生环节以文旅融合打造夜间经济生态圈，以烤鱼为核心，基于土家族和苗族服饰文化，推出民族旅拍服务，吸引大量的年轻游客，并结合无人机表演、非遗打铁花等展演活动，催生了旅拍、剧本杀等新业态的发展，从而延长了消费链条，同时通过关联产业拉动，2024年带动上下游产值超15亿元，涵盖包装设计、电商直播、民宿等多领域持续性发展。

2.3 产业空间布局：核心聚集与区域辐射

宣恩县碳烤活鱼产业空间组织呈现出“县城美食街-县域社区点-乡村旅游点”三级集聚空间布局。从实体空间格局来看，贡水河美食街区是仙山贡水旅游区的核心聚集地带，以惹溪街为中心，串联墨达楼、风雨桥等景点，形成“烤活鱼一条街”，集聚了90%的头部品牌，形成了“餐饮+观光”的功能复合体，并通过布局智慧服务设施，实现全流程数字化管理，提升游客便利性。

另外百余家烤活鱼店覆盖了城区内多个社区节点，以满足本地居民日常消费，形成了“15分钟美食圈”，而临贡水河店铺以开放式经营模式为主，保留“以路为市”的传统，增强了县城的烟火气。以区域养殖基地和旅游体验区构建区域辐射网络，联动周边乡镇养殖基地及县市旅游线路（如彭家寨景区）形成区域产业网。

从虚拟空间布局来看，利用电商平台销售预包装烤鱼产品，2024年推出经典的香辣味、黑鸭味等零食化产品，通过电商直播覆盖全国市场，拓展线上消费，同时布局数字营销矩阵，抖音“龙游贡水”话题播放量破千万，并结合直播带货延伸消费场景。

3 宣恩县碳烤活鱼产业发展问题诊断

3.1 产业要素分布：资源匹配失衡与结构性缺口并存

3.1.1 自然资源依赖与生态风险

面对市场活鱼需求的巨大缺口，本地养殖高度依赖贡水河水源，规模化养殖基地却严重不足，且易受水质变化和气候灾害的影响，水源污染风险也随产业扩张逐步加剧。同时活鱼供应链高度依赖宜昌和荆州等地，跨区域供应链备份机制缺失，远距离外购产生的运输损失率高达18%，且使得原料供应波动风险极高。另一方面县域景观资源过度集中于贡水河沿岸，贡水河街区承载了90%的客流量，据统计2024年高峰期单日接待游客超16万人次，使得生态承载力逼近极限，然而县域其他山林、非遗文化等多元资源并未得到有效开发。

3.1.2 人力资源结构性短缺

产业发展面临技能人才断层困境，专业技术人员缺口达63%，传统烤鱼技艺依赖“鲜活现杀、先烤后煎”工艺，但标准化培训仅覆盖头部品牌，且中小商户技师流动性大，高峰期单店需5名以上专职烤鱼师难以保障。而且复合型人才和创新人才极为匮乏，文旅融合设计、数字营销、电商运营、预制菜研发等高附加值环节人才稀缺，从而制约了产业链升级，同时口味研发依赖头部品牌，中小商家创新能力较弱，新口味迭代缓慢。

3.1.3 资本与技术投入失衡

一方面政府投资偏重景观亮化，但冷链物流、中央厨房等产业基础设施覆盖率严重不足，中小商户融资渠道极为狭窄，难以承担中央厨房、冷链设备升级的高成本，导致活鱼运输损耗率较高、预制菜、鱼骨胶原蛋白等衍生品产能受限，同时社会资本主要集中于餐饮端，上游养殖和加工环节融资困难，制约了产业链整合。另一方面虽然制定了两项地方标准（《烹饪技术规范》《连锁店管理》），但小微店铺执行率极低，部分中小商家仍存在“以炸代烤”等违规操作，造成工艺标准执行不统一，口味创新难以普及至全行业。

3.1.4 品牌资源未全域共享

品牌分化极为明显，“十大必打卡荆楚美食街”荣誉集中于贡水河街区，而更多的社区店缺乏品牌赋能，导致游客停留时长差异大。即使头部品牌通过中央厨房实现标准化，但700余家中小商家仍以传统单店模式运营，环境、服务参差不齐，而且头部品牌各分店之间也差异化明显，此外品牌对外辐射力严重不足，且省外市场渗透率极低。

3.2 产业结构分布：链条断层与融合浅层化并重

上游供应体系脆弱，分散养殖户平均规模仅2.3亩，未形成规模化的养殖集群无法形成议价能力，而且计划中的武陵山活鱼交易市场尚未建成，89%的活鱼依赖外购，从而造成产业成本波动较大，尤其是节假日期间激增的活鱼消耗，使市场供应压力凸显，另外零散农户供应使得品质稳定性差。同时辅料配套产业滞后，榨广椒、酸萝卜等特色配料

仍以家庭作坊生产为主，没有标准化加工厂，使得品质一致性难以保障。

中游生产标准化与创新力度不足，头部品牌（如宣恩夜宴）通过中央厨房统一配送实现质控，但百余家商户中仅30%加入烤鱼协会执行标准，大多数仍依赖手工操作。而且便携零食等衍生品开发单一（仅5种口味），预制菜、速冻产品等深加工品类缺位、研发滞后，无法精准匹配市场需求，错失了快消市场机遇。

下游面临体验同质化与高度依赖流量波动的双重夹击，70%营收依赖于夜间经济（竹筏餐饮、灯光秀），日间项目（如采茶、摸鱼）未与烤鱼产业形成动线联动，出现“假日爆满、平日冷清”的局面，季节性波动幅度超40%。虽利用小程序提供导览，但预订系统、客流预警等智慧管理未全域覆盖，尤其是节假日期间激增的游客量频繁引发拥堵，且数字化服务呈现浅层化特征。

衍生产业融合深度不足，多样化的文旅活动（如烤鱼嘉年华、河灯节）年超120场，但非遗展演、民宿等领域与烤鱼产业联动较为松散，难以形成“吃住游购”的闭环，且游客人均消费偏低，翻台率也低于行业均值20%。此外电商直播、包装设计等延伸产业目前规模较小，据统计2024年关联产值15亿元中仅15%来自衍生产业。

3.3 产业空间布局：极化效应与协同缺位共生

资源过度集聚贡水河美食带（如惹溪街），90%头部品牌集中于此，导致旺季拥堵、体验感大幅度下降，并推高了租金和竞争强度，而县城其他区域及乡镇缺乏特色分区，社区店分布稀疏，“15分钟美食圈”仅覆盖城区60%区域，无法分流客流。此外智慧服务仅覆盖核心区，周边区域数字化程度较低，造成游客停留时长差距显著。

区域协同机制缺位，武陵山片区活鱼交易市场规划未落地，跨区域采购网络未建立，从而制约了产能扩张。而本地活鱼养殖以零散养殖户为主，未形成“产区—加工—销售”的地理协同，物流成本占比达营收12%，使跨区域物流成本高企。同时与恩施州其他景区（如彭家寨、伍家台茶园）的联动机制仅仅停留在门票捆绑上，缺乏“烤鱼+茶园+研学”等深度旅游线路的设计；此外电商布局滞后，线上销售主要以本地初级零售为主，全国性冷链配送体系不健全而制约了市场扩张。

县域内功能分区存在明显冲突，餐饮区“以路为市”的传统模式虽保留烟火气，但导致交通拥堵、环境卫生压力增大，与文旅体验区的高品质要求产生矛盾。而文化体验区（如土家吊脚楼）与商业消费带缺乏动线规划，造成游客游览路径混乱，降低了整体体验感。另外线上渠道较为薄弱，电商仅销售5种预包装烤鱼，且缺乏专业运营团队，对比线下3亿元年销售额，线上占比不足5%。虽然抖音话题“龙游贡水”播放量破千万，但未转化成私域流量，用户数据未反哺产品研发。