



记者 蔡宇丹

### 没有明星、没有啤酒 威海海鲜靠什么出圈

今年4月,一份《关于加快建设全国统一大市场的意见》横空出世。政策风向下,山东做了一个大动作。9月8日,山东省委书记李干杰带队,在北京召开“好客山东 好品山东”推介会,向全世界递出“山东新名片”。

10月29日,在山东省商务厅邀请下,董宇辉来山东直播带货,山东的烟薯、海鲜、手工馍馍、洗衣机……纷纷走进直播间,这场东方甄选齐鲁山海行,首日卖了1.2亿元。

董宇辉再牛,也需要质量“杠杠的”山东好物。

面对14亿人口的超大规模市场,威海能否吃到这个红利,建立在一个硬核问题上——威海能否提供足够规模、足够优质的供给?

青岛明星黄渤的一句“吃蛤蜊哈啤酒”,让青岛海鲜火爆出圈。

威海没有黄渤、黄晓明和青岛啤酒这样的“流量大户”,但这座位于山东“心尖尖”上的城市,拥有山东唯一270度“海景房”,986公里的海岸线蜿蜒曲折,占山东海岸线的1/3,全国海岸线的1/18;这里也是鱼群从黄海到渤海洄游的必经之地,孕育出全国最丰富、最优质的海鲜资源。

海参、扇贝、鲍鱼、牡蛎、对虾、海带……拥有779种海洋生物资源的威海,海鲜年捕捞量100万吨,养殖量200多万吨,连续30多年位居全国地级市首位。

让威海海鲜在国内开始“飙”起来的,是中国消费市场巨大的驱动力。

2019年,中国休闲零食头部企业良品铺子将“海鲜零食”品类从“肉食”中剥离,自立门户。当年,麻辣海鲜销售翻番。爆发式增长刺激了良品铺子在荣成的供应商多佰利食品公司投资1.2亿元改造车间,引进生产线,从传统生鱼片加工一跃跳到海鲜休闲零食这个“网红食品集中地”。2021年,良品铺子在威海采购的海鲜零食达1.5亿元。

目前,威海聚集海产品加工企业859家,年加工量364万吨,占全省57%、全国21%,成为全国最大的水产品精深加工基地之一。文登隆洋食品推出的麻辣八爪鱼、麻辣蟹钳、蒜蓉生蚝、麻辣鱿鱼等麻辣小海鲜,霸榜京东网红海鲜零食榜。这种火箭般的蹿红速度,走出了和“乳山牡蛎”不一样的成名之路。

2009年,“乳山牡蛎”成为中国地理标志证明商标,2020年通过电商卖了1.5亿斤。一个46万常住人口的县级市,整整花了10年之功才打造出这个公共品牌,让吃货们认为全中国的牡蛎只分两种:乳山牡蛎和其他牡蛎。

这样的消费红利,不是谁都能吃到嘴里的;这场品牌战役,不是谁都有资格发起的。“威海海鲜”背后两条具有代表性的鱼——鱿鱼和金枪鱼,讲出了消费增长背后的硬道理。

### 威海鱿鱼爬上 “双循环”大通道

8月是伏休期,但农业农村部专门为荣成鱿鱼捕捞开启了一条特别通道,此时正是鱿鱼的收获季节。

在中国北方最大渔港石岛,鱿鱼捕捞龙头赤山集团的远洋捕捞船队,已触达西南大西洋公海、东南太平洋公海。到西南大西洋捕鱿鱼单程要40天,早上捕捞完鱼,就将头、尾、身子分类,逐类清洗后在船上急速冷冻,解冻后能达到刚捕捞上来的新鲜程度。

在石岛,一座座超级工厂拔地而起。赤山集团旗下的海都海洋食品、海博海洋食品产业园,建成全亚洲规

# 『威海海鲜』的品牌突围战

从远洋捕捞到海洋牧场再到水产深加工,链『齐』优势产业

在网红打卡地合庆码头,“100元买海鲜”的抖音挑战赛,让人感受到在威海实现“海鲜自由”的畅快。在威海职业学院,一场“电商创业誓师大会”,让这所学校成为威海水产界进军直播带货的“人才摇篮”。在中国实体零售巨头大润发,威海要连开上百家“威海海鲜”专卖店,进行线上线下联动。

威海为何选择此时发起一场声势浩大的品牌战役,在全国叫响“威海海鲜”这个区域公共品牌?

这背后,一个全新的序幕正在揭开。

►超低温冷冻运输船实现了金枪鱼100%捕捞回运深加工。

模最大的鱿鱼精深加工基地。两大企业冷库库容量40万吨,鱿鱼年加工能力达20万吨以上。在这里,一条条来自西南大西洋的鱿鱼,在来自意大利和西班牙的鱿鱼自动化生产线上加工,从荣成走向世界各地。目前,赤山集团有一半的鱿鱼深加工产品销往美国和欧盟地区。

这个“买全球卖全球”格局,是威海水产企业不断链接新平台,搭建起一个“双循环”大通道。

在国内最大水产交易网站华找鱼网以及京东、阿里巴巴等电商巨头搭建的贸易通道中,赤山集团出口订单的80%,原料采购的40%通过电商平台完成,单月交易额突破两亿。

在一条鱿鱼上,一个山东县级市和一个浙江地级市展开了对决。双方经济体量均为千亿量级,都拥有国家级远洋渔业基地,2021年舟山工业产值增速位列浙江第一,荣成位居中国百强县前30强。

海产天生就是一个全球市场,谁的远洋船队走得更远,谁能链接更强资源平台,谁就能不断地延伸产业链,将“海鲜大盘”越滚越大。下一步,赤山集团准备到南美开辟渔场。

从小船小网到铁壳船,到带冷冻设施的船,再到远洋捕捞,现在威海拥有361艘远洋捕捞船,数量全国领先。年捕捞鱿鱼25万吨,深加工40万吨,名列全国第一,荣成已形成以赤山、鑫发等大集团为龙头、大小鱿鱼食品加工厂300余家的企业方阵。

2016年,位于荣成的威海国际海洋商品交易中心开始运作,今年7月拿到准许交易证明,进行现货和期货交易,鱿鱼和海参是主要交易品种。这个具有金融属性的大宗海洋商品



交易平台的搭建,不光增加了荣成在鱿鱼产业的定价权和话语权,也为企业融资打开大门。

### 一条金枪鱼背后的 产业链较量

在上海的顶级日料店,一片10克重、标价“三位数”的蓝鳍金枪鱼,很可能出自山东威海。

以前,通过捕捞或者贸易而来的金枪鱼的最好部位都被切成生鱼片出口日本;现在,它们下了鑫发在荣成的生产线后,通过冷链物流直抵上海的日料店。

这是一个具有风向标意义的“大转身”——上海,拥有最广阔的消费市场,最强劲的消费活力,最齐全的消费品牌,最前沿的消费时尚。“威海海鲜”用全球顶级资源,敲开上海这个“国际消费之都”大门。在金枪鱼这个全球海洋水产的金字塔尖竞技,背后充满了义乌商人般大胆冒险的故事以及资本、技术、产业链等一系列较量。

一条捕捞带加工带冷冻的设施齐全的捕捞船,身价上千万。因为没有超低温捕捞船只以及足够的加工能力,21世纪头十年,金枪鱼回运荣成的比例不足10%,产业链高端环节被国外企业把控。

攀登这条顶级供应链,需要捕捞船升级;把金枪鱼卖出好价钱,需要深加工技术升级。这背后,上亿资金砸进去,才能一步步构筑起产业“护城河”。

20世纪90年代初,荣成渔民首赴南太平洋岛国贝劳进行金枪鱼延绳钓作业。现在,荣成已经有了88艘金

枪鱼延绳钓渔船,作业海域遍及太平洋、印度洋。

自2013年起,鑫发集团投资7亿元建设全国最大的金枪鱼深加工基地,这个基地拥有全国面积最大的-60℃超低温深冷物流库,10万吨冷链物流周转库,年可加工金枪鱼10万吨。这个过程中,鑫发购置了国内先进的金枪鱼远洋围网渔船和超低温冷冻运输船,实现金枪鱼100%捕捞回运深加工,再销往欧美和日韩。这跟远洋捕捞就近直接出货相比,卖价涨了十几倍。但这还不够,鑫发要把一条金枪鱼吃干榨尽。

在荣成加工基地,刚刚出冷库的金枪鱼披着冰霜,价值最高的腹肉切成生鱼片,其余部分进入流水线做成鱼柳罐头,剩下的鱼骨立即输送到隔壁工厂提取胶原蛋白肽。这种24小时极速生产出来的高鲜度胶原蛋白肽粉,市场价值极高。每吨金枪鱼可产生200公斤鱼骨,能提炼4公斤胶原蛋白肽粉,价值2万元;再制成面膜,市场价上升至6万至8万元。其中关键的胶原蛋白肽提取技术,是2017年鑫发投资2亿元,与北京化工大学合作开发出来的。

远洋捕捞量的增大使突破了“原料壁垒”的鑫发集团延伸出造船、制冰、网具、储油等多个业务板块。2020年,先后有十多个国家和地区的大型船舶到鑫发旗下的船舶维修厂维修。

### 聚合产业优势 筑起品牌最大护城河

育种突破!养殖突破!远洋捕捞突破!一座座“海洋牧场”加速崛起……这样超大规模的“海鲜大盘”,让威海延伸出船舶与海工装备制造业这个更大的产业空间。

由于南极磷虾具有“自融现象”,在捕捞后要立即对活虾加工处理,并且冷冻储藏及运输过程温度都需要保持-18℃。现在,位于荣成的黄海造船厂正在加紧赶造我国目前最大最先进的南极磷虾捕捞加工船。这条身价5.8亿元的捕捞船相当于一个在海上行驶的大型加工厂。

一条捕捞量2.6万吨的南极磷虾捕捞船,一年毛利润2亿元人民币。有没有能力开发这个资源,关键在于有没有能力造出这样一条船。

数字化虾群探测技术、高效捕捞设备、船载深加工技术、低温冷冻及自动控制技术的背后,是一场海洋装备制造业的全球竞技。2019年,中国开始自主研发南极磷虾捕捞船,黄海造船厂正在造的这艘船,全部采用我国自主设计图纸。装备制造这一突破,未来将带动威海在南极磷虾捕捞业上的突破。

一步步聚合产业优势,形成品牌力量,整体对外辐射,带来额外溢价。这种高度关联的产业链,正是“威海海鲜”最大的护城河,也是威海地方产业发展的出路和未来。

耕海牧渔,强者恒强。威海搞得越来越多“全国之最”和“全球之最”——

这里有中国规模最大的近海及远洋捕捞船队,有中国实力最强的海产品加工产业集群。

这里的牡蛎产量全国第一,海参产量全国第二,鲍鱼产量全国第二,鱿鱼集散加工量全球第一……

中国海洋水产研发高地青岛的众多科研院所的研发成果,现在很多是在威海转化的。

一个区域公共品牌的强势崛起,昭示了当下政策和经济大势——

在加快建设全国统一大市场下,各地区将围绕优势产业“精耕细作”式发展,而不是贪大求洋,最终形成主体功能区为特征,优势互补的区域经济布局,实现更高质量的供给。

大势浩荡,这场“威海海鲜”品牌之战,是一场必须要打赢的战役。



威海中心渔港千船竞发,渔民赴远洋“耕海”。 记者 王震 摄