

“蛎二代”操盘，打造多个网红品牌

一亿多斤乳山牡蛎是从网上卖的

11月5日，在威海信之源海洋生物科技有限公司大院里，停满了冷链运输车，工人们正在加班加点保证牡蛎供应。经过清洗、拆分、筛选，一只只个头在10厘米以上的牡蛎被贴上“南泓村”商标，装进保温箱，发往全国各地。进入十一月以来，这里每天都能发出近10万斤“乳山牡蛎”。除了线下销售火爆，乳山牡蛎“触网”后，更是带来持续上扬的销量，催火了整条产业链。全市牡蛎电商从业者达0.3万人，预计今年电商销售牡蛎达1.5亿斤，销售额15亿元以上。

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 于涵 摄影 王震

电商助力 乳山牡蛎销量逆势上扬

记者从乳山宣传部了解到，乳山牡蛎养殖水域面积达30万亩，年产量38万吨，产值30亿元，是著名的“中国牡蛎之乡”，已形成育苗育种、养殖、加工、销售、文化旅游、废弃物利用六大关键环节产业链，全产业链产值达百亿元，带动2万渔民年均增收近3亿元，是乳山市海洋经济的支柱产业和富民产业，当地还构建了全国首个牡蛎质量安全追溯体系。

不过，乳山牡蛎今年初也遇到“大坎”，受疫情影响，市场、酒店基本全线歇业，线下销售停滞，多达13万吨的牡蛎差点“烂”在海里。

为尽快消除广大养殖户的心头急忧，乳山市与阿里巴巴、京东、拼多多等多方联手，拓展线上渠道，助力乳山牡蛎逐步摆脱滞销困境。随着垂直生鲜电商、社区O2O等模式兴起，乳山牡蛎销量逆势上扬，尤其当大宗批发恢复后，线上牡蛎销售有些“供不应求”。当地养殖户笑称：“在威海本地都买不到乳山牡蛎，因为这些都‘宝贝’都已发到全国各地。”

五六十岁养殖户 也在学做电商

乳山银滩小单家一位姓侯的经营户告诉记者，牡蛎“发小箱”就是走电商渠道，一箱一般十斤，进入双十一档期后，他每天线上发货五六百斤；“发大箱”就是走批发，一箱100到150斤，每天发货6000多斤。“发大箱为主，男人负责干，发小箱为辅，女人负责干，这种夫妻店模式在乳山有不少。”侯经理坦言，疫情后，每家每户都在想办法开拓线上渠道，连五六十岁的老养殖户都开始“摆弄”手机，跟年轻人学做线上营销。

乳山牡蛎线上“闯关”成功绝非偶然。抢眼的销量背后，是乳山为做大做强牡蛎品牌的良性架构。乳山水产站谭站长告诉记者，近年来，乳山市不断引进牡蛎新品种，还重点推广“海大1号”“海大2号”等新品种，改善了牡蛎卖相。品质上去了，线上销售才更有竞争力。

另外，政府对牡蛎产业的支持不断加码。例如打造牡蛎文化园，总投资2.3亿元，规划占地110亩。依托牡蛎特色小镇建设，打造集文化展示、产品销售、美食体验等于一体的牡蛎小镇文旅综合体，还规划建设了乳山首个网红直播基地——创星孵化中心，搭建网络平台“赶海网”，设立大学生电商直播实习基地。

11月5日，记者来到牡蛎文化园时，园区已基本建设完毕，牡蛎文化园总经理王磊告诉记者，园区内的网红培训基地已培训了30多位专业主播，面向商家免费开放，将成为乳山农产品线上重要展销平台，同时还建设了牡蛎交易中心。

线上销售火爆并不意味着其发展就一帆风顺。当问及“双十一”大促有何准备时，乳山一位销售商坦言，“今年还没准备好”。牡蛎在电商平台的销售不仅受需求影响，还要看天气、数量、质量等。即使进入十一月牡蛎收获旺季，如果风大、温度不合适，牡蛎的打捞都会受到影



工人们正在加班加点工作，保证牡蛎供应。



个大肉肥的乳山牡蛎受到追捧。

响。而且，工人如今已满负荷工作，但还是跟不上庞大的需求。如果在电商平台规定的时间发不出货，就会受到平台处罚。所以，在激烈的线上竞争中，牡蛎经营者如果贸然参与“双十一”，要面对不少风险。

优秀的运营团队是电商发展的“龙门”，不少公司都将运营团队搬到“电商土壤”更好的威海、重庆等地，以更成熟的商业模式谋求更强的竞争力。

网红电商品牌涌现 运营者多是“蛎二代”

据了解，乳山牡蛎的电商经营者如大浪淘沙般，经过初期的“野蛮发展”，现已朝着规模化、秩序化方向升级。不过，随着电商市场火爆，一些外地电商和养殖户在利益驱使下，也打出“乳山牡蛎”的旗号，企图以次充好、以假乱真。

对此，乳山市全力打造质量追溯体系，推广“防伪+可追溯+地理标志”三合一的可追溯标签，做到一箱一标。得益于“乳山牡蛎”运营更加规范，一批有实力的电商很快脱颖而出，实现跨越式发展。

牡蛎电商企业开始由销售端向上游养殖端方向发展，或与养殖户深度合作，从源头上把控牡蛎品质、压缩中间成本、降低运营风险，威海信之源海洋生物科技有限公司就是其中之一。

2018年5月，信之源旗下的“南泓村海鲜旗舰店”京东店成立，开始线上销售，短短时间便从五款产品丰富到二十多款，2019年初，销售过百万。

为什么与养殖户合作？信之源海洋生物科技有限公司总经理王君文这样解释：“如果是自产自销，那么产品的稳定性很难保持，与养殖户合作后，我们就可以用更高的标准确保产品质量稳定，以此加强品牌效力。”

在工厂，记者看到，每一个等待装箱的牡蛎既贴上了“乳山牡蛎”认证标识，也有“南泓村”品牌标识。“消费者看到乳山牡蛎的品牌会认可质量，看到我们的品牌后会认可其价值，这样无论是线上还是线下，都能保证我们自身的优势。”王君文说。

电商中，牡蛎产品的细分在于不同大小、不同种类的牡蛎在哪类消费群体中更受欢迎。王君文举例说，在淘宝天猫店，1-2两、2-3两规格的牡蛎更受欢迎，在京东店，3-4两重的更受欢迎。作为店铺运营方，可借此开发出更具针对性的产品和更有效的运营、促销方式。

王君文的父亲和母亲是“南泓村”品牌的初创者，现在他们把更多时间精力投入到牡蛎的前端链条，而线上销售完全交给儿子操盘。为了更好打响“南泓村”品牌，王君文还在威海组建了网红经纪公司。

记者在采访中了解到，近几年乳山涌现出多个牡蛎电商品牌，背后几乎都是年轻人在运营。

双十一高峰提前到来，招工和留人成难题 小哥频跳槽 快递公司到处「抢人」

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 侯海燕 江焕冉

11月4日起，泰安迎来“双十一”快递到件量的首个高峰。每天近30万个快件从全国各地涌入泰城。5日，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者走访发现，为弥补“双十一”快递员人手不足，多家快递公司都在线上线下“抢人”。

不少快递小哥转行送外卖

4日下午2点，快递员陈志远正在恒大城派件，虽然早过了午饭时间，陈志远仍没顾上吃饭。记者问一天要派多少件时，陈志远说，“2000单左右，这已是每年双十一的标配数量。”从早上6点到晚上9点，他与搭档要在服务区域多次投递，有包裹驿站和智能快递柜还好，“没有物业的小区或地址不清的新小区就得一个个找，电话一遍遍打。一旦被投诉，一天就白干了。”

一名快递员说，“现在送快递每件净赚也就3毛左右，跑一个月也就5000多元，如果有顾客投诉，收入更低，很多快递员都辞职了。”他说，“我们工资已经3年没变过，但付出的劳动量却大大增加了。又累又赚不到钱，谁还愿干？”

外卖小哥王涛发现，近几个月多了不少新同事，大部分和他一样是从快递转过来的。王涛表示，由于各快递公司打起价格战，他们的派送费一降再降，公司还出台各种扣罚措施，“送一单可能就拿几毛钱，但接到一次投诉就要罚好几十。”

山东今冬采暖“煤改电”惠及35.84万户 配套工程已全部竣工

本报济南11月6日讯(记者 王瑞超 通讯员 郭铁敏)记者从国网山东省电力公司获悉，今年山东省“煤改电”清洁采暖35.84万户，涉及的配套电网工程已于10月20日全部竣工，其中，济南、淄博、济宁、德州、聊城、滨州、菏泽7个大气污染防治的通道城市31.75万户，占比88.59%。

“今年全省推广的集中式电采暖有8.91万户。从往年运行情况来看，集中式日均取暖时长为分散式的3.5倍，具有更好地实际取暖效果和环保减排成效。”国网山东电力营销部市场处副处长张海静说。

近年来，山东省住建厅、发改委、能源局与国网山东电力联合印发《关于有序推进电代煤工作的通知》等文件，确立了“先城市、后农村，先集中、后分散，先蓄热、后热泵”的“煤改电”清洁取暖工作推广思路。山东省发改委等相关部门已先后印发《关于居民峰谷分时电价政策有关事项的通知》《关于开展清洁取

暖用电市场化采购试点有关事项的通知》等文件，对电采暖用户给予相应的电价优惠。

今年6月底，山东省各市县市政府清洁取暖主管部门完成35.84万“煤改电”用户的确村确户工作。据此，国网山东电力细致做好电网规划设计，于10月20日前，全面完成427项、2168个单体工程。

从2017年至今，山东省累计完成98万户“煤改电”清洁采暖，新增供暖面积1.02亿平方米。预计今年一个采暖季，全省将节约标煤27万吨，减排二氧化碳68万吨、二氧化硫2万吨、氮氧化物1万吨。

国网山东省电力公司累计投入资金111.3亿元，用于“煤改电”用户配套电网工程，新建35千伏及以上线路1693.09千米、新增变电容量1106.05万千瓦安；新建10千伏及以下配电线路7689.91公里，新增变压器7029台、246.4万千瓦安。

暖用电市场化采购试点有关事项的通知》等文件，对电采暖用户给予相应的电价优惠。

今年6月底，山东省各市县市政府清洁取暖主管部门完成35.84万“煤改电”用户的确村确户工作。据此，国网山东电力细致做好电网规划设计，于10月20日前，全面完成427项、2168个单体工程。

从2017年至今，山东省累计完成98万户“煤改电”清洁采暖，新增供暖面积1.02亿平方米。预计今年一个采暖季，全省将节约标煤27万吨，减排二氧化碳68万吨、二氧化硫2万吨、氮氧化物1万吨。

国网山东省电力公司累计投入资金111.3亿元，用于“煤改电”用户配套电网工程，新建35千伏及以上线路1693.09千米、新增变电容量1106.05万千瓦安；新建10千伏及以下配电线路7689.91公里，新增变压器7029台、246.4万千瓦安。