

开海刚刚一天多，“第一口鲜”已上桌

抢“鲜”的济南“海老板”让这座内陆城市充满海的味道

9月1日12时，随着黄渤海休渔期结束，山东沿海千帆竞发，渔民们争相撒下开海后的第一网。而在数百公里外的济南海鲜大市场，一场围绕“第一口鲜”的角逐也拉开了序幕。

从9月1日深夜到9月2日凌晨，济南鲁海海鲜老板吕智军不停跟进自己的物流信息，眼里满是期待，“从之前十几个小时骑摩托车送海鲜到济南，到现在4小时就能从沿海运到市场，变的是速度，不变的是开海时的那股劲儿”。



2日凌晨1点，开海后的首批海鲜到达济南海鲜市场。

文/片 记者 于泊升 刘臣 马玉姝 济南报道

夜等“鲜”来：市场里的忙碌与期待

9月1日晚11点，济南海鲜大市场的商户们陆续到岗。相较于白天的规整，此时的市场多了几分热闹。商户们擦拭着柜台，检查着供氧设备，时不时抬头望向市场入口的方向，那里是海鲜货车必经之路。

“烟台那边的车上高速了，估计凌晨1点能到市场。”员工的电话让吕智军紧绷的神经稍稍放松。他起身下楼，走到负一层的批发区，自己经营的店铺早已灯火通明，几个员工正忙着将空筐子摆到门口，水箱里的水也已更换一新。

“开海后的第一车货，容不得半点马虎，死蟹、残蟹必须全挑出去。”吕智军一边说着，一边拿起网兜在水箱里试了试水流，“水温得控制好，这样螃蟹才能保持活力。”

市场另一侧，恒悦水产的老板付安龙正对着账本核对订单。这位青岛汉子脸上带着疲惫却难掩兴奋。“从白天忙到现在。”2008年，付安龙从青岛来济南打工，跟着师傅学卸货、分拣、算账，现在终于有了自己的海鲜生意。

此时的市场里，类似场景随处可见。王会水产的员工们正忙着给货车预留停车位，老板王会则去了日照岚山的码头上，准备亲自将海鲜运回济南。

9月2日零点，市场里的人越来越多。有零售商户提前来“踩点”，也有物流公司的工作人员检查车辆冷链设备。吕智军坐在店铺门口的小马扎上，和隔壁商户闲聊。突然，远处传来货车的鸣笛声，人群瞬间骚动起来，大家纷纷伸长脖子张望，直到看到货车车身上的字样，才笑着散去——那是别家商户的货。

“急啥，咱们的‘主角’马上就到。”吕智军笑着安抚员工，朝着入口的方向又走了几步。

抢“鲜”时刻：卸货台上热火朝天

9月2日凌晨1点，一辆烟台牌照的货车缓缓驶入济南海鲜大市场，拉开车门的瞬间，一股带着海水气息的凉意扑面而来。

“快，搭把手！”吕智军朝着

员工喊，自己率先跳上货车车厢，抱起一筐梭子蟹就往下递。

车厢里，一个个泡沫箱整齐码放，员工们分工明确，有人负责卸货，有人拿着电子秤称重，有人将鲜活的梭子蟹倒进水箱，还有人忙着给预订客户打电话。吕智军则守在分拣台前，拿起一只梭子蟹捏了捏蟹壳，又翻开蟹脐看了看，“这蟹子肥，你看这蟹黄，足斤足两”。

就在吕智军的店铺忙得不可开交时，付安龙的恒悦水产也迎来了第一车货。

凌晨1点半，一辆来自青岛的货车停在店门口，车厢里装满了明虾。“先把明虾卸下来，衡水的客户等着呢。”

付安龙指挥着员工，自己则拿起计算器算账。“明虾能出四五百斤，梭子蟹分大小档，皮皮虾普通的每斤在30元左右……”他一边算，一边在账本上记录。

市场里的小三轮此时成了最忙碌的“交通工具”。零售商户们骑着小三轮穿梭在各个店铺之间，在市场里进进出出，车斗里堆满了刚批发的海鲜。市场外送货的货车前，等候多时的商户一拥而上，搬运着自家的货物。

凌晨3点，吕智军的第一车梭子蟹已出手大半。他擦了擦额头的汗水，给自己倒了杯热茶。“平常一天也就卖三千斤螃蟹，开海后估计能卖到四五千斤，爬虾也得卖两千斤。”

另一边，付安龙终于忙完了第一波发货。他看着工人将最后一箱明虾搬上物流车，长长舒了口气。“这才刚开始，开海季每天都得从晚上10点忙到第二天上午10点。”他说，中秋节前的这段时间是海鲜销售旺季，到时梭子蟹一天能卖1600斤，虾类也得卖1000多斤。

“鲜”入万家：“第一口鲜”奔赴餐桌

9月2日清晨5点，济南海鲜大市场的零售区热闹了起来。不少市民专门早起，就为了买开海后的“第一口鲜”。市民李女士提着菜篮子，在各个摊位前转悠，“每年开海都来买梭子蟹”。

市场里，像李女士这样的市民不在少数。有人买了海鲜直接去市场二楼的加工餐厅，等着品尝最新鲜的美味；有人则小心翼翼地将海鲜装进保温泡沫箱，生怕路上颠簸影响了口感。

上午8点，吕智军简单休息

后，又开始准备起直播卖货。“相比往年，今年开海后海鲜的价格实惠，拿梭子蟹为例，目前市场零售每斤30元起步，去年则是40元一斤。”受开海影响，他的直播间相比往常多了不少人。

此时，付安龙正在给店里的海鲜补货。他看着货架上满满当当的梭子蟹、明虾和皮皮虾，脸上露出笑容。“凌晨这么一‘折腾’，梭子蟹就卖了1000多斤，明虾也卖了数百斤。”付安龙说。

远在数百公里外的王会，也终于在日照找到了自己想要的产品。“这次在岚山收的鱼都挺好。”王会拿出手机给老客户发消息，“新鲜鲅鱼即将到达济南，要的抓紧。”

每年开海季，王会基本都在沿海和济南之间奔波，自己去码头收货，能挑到最好的货，价格也实惠。

“鲜”望满满：要把生意做到全国

9月2日上午10点，济南海鲜大市场的客流高峰暂且退下。吕智军终于有空歇一歇，他看了一下直播后台的数据，感到满意。

“从凌晨1点到现在，梭子蟹卖了3500斤，爬虾卖了1200斤，比平常多了不少。”他说，开海对于海鲜人来说，就像农民迎来丰收季，“忙活了小半年，就等着这时候。”

“现在不光做线下生意，线上也得跟上。”吕智军开海后每天都会直播卖海鲜，“昨天直播了两个多小时，卖了500斤梭子蟹，效果不错，不少四川、重庆的客户下单。”

另一边，付安龙也在核算上午的收入。

“梭子蟹卖了1000多斤，明虾卖了400斤，皮皮虾卖了200斤，收入比平常翻了一倍。”他笑着说，再过一个月就是中秋，到时候生意会更好，梭子蟹和虾类的销量还会最少翻一番。

“明天我还去岚山，那边的鲅鱼和鲳鱼数量多。”王会则在店铺里和渔民视频通话，商量着下一趟收货计划。

开海第二日，越来越多的海鲜从山东沿海运抵济南，济南海鲜市场也将迎来更加热闹的时刻。在这场“角逐”第一口“鲜”的大戏中，吕智军、付安龙、王会等“海老板”们，用他们的热情和努力，让济南这座内陆城市充满了浓浓的海的味道。

开海，不仅是渔民丰收的开端，更是一场围绕海鲜价格展开的“美食博弈”。从开海前的口头预订，到首日现货的价格锚定，再到从码头到餐桌的价格传导，以及行业与政府的合力稳市，每一环都体现着市场规律与民间智慧的交织。

果然財經

记者 潘佳蓬 李孟霏 威海报道

开海前：“无形市场”里的口头约定与价格预判

“开海前这一周是我最近忙的时候，电话、微信基本停不下来。这种口头预订啊，基本都是老客。”威海汇峰农贸市场一位批发商说，“我跟船老大们打交道这么多年，一个电话就能把事定下来，这就是咱们海鲜行业的‘脸面’。”

开海前一周，威海水产市场便进入“电话调度”模式，批发商忙着通过电话、微信与渔船、下游客户对接，以口头形式预订渔获。这种约定虽无法律约束力，却依赖长期合作建立的信任维系，被从业者称为海鲜行业的“脸面”，极少出现违约情况。

批发商预判第一波渔获价格，核心遵循“一看天、二看市、三看船”的逻辑。天气（如台风）、旅游热度、南方开海情况是关键变量，去年开海前一场小台风，就让价格最终超预期上浮20%；节日订单也会推动价格，今年中秋临近，大宗节日订单价格普遍在日常价基础上上浮10%—15%。

“南方海鲜确实会对我们产生影响。比如去年南方梭子蟹大丰收，价格比我们本地低了两成，今年连云港的蟹子，100块钱5斤，导致我们第一网梭子蟹只能跟着降价。但这个需要半个月一个月，刚开始这几天肯定是不可能的，不过我们威海的海鲜有自己的优势，特别是新鲜度和品质方面，所以一般不会完全跟着南方价格走，会保持一个合理的差价。”威海市海鲜批发市场一位业主说。

开海日：现货交易定“锚”首日价格为何更低

开海日凌晨，渔船陆续回港，码头瞬间变身露天交易所。看货、议价、成交在几分钟内完成，首船海鲜的交易价格会成为全天的“风向标”——渔民会参考周边船只的成交价定价，去年某渔民以35元/斤卖出

海鲜后，次日周边渔船基本都参照该价格谈判。

开海首日价格反而比封海期低，核心源于供应链成本差异。封海期间，海鲜多依赖外地调入或冻品，运输、储存成本推高售价；开海后，本地鲜货大规模上岸，供应激增带动价格短期“跳水”。

“刚靠岸时特意瞄了眼旁边小船的交易情况，发现大家喊价都在38—42元之间，心里就更有数了。”一位渔民分享他的定价策略，“买家一来，我抓起几只螃蟹让他们看肥度，再提提‘刚上岸的鲜货’，买家们掂量掂量也就爽快成交了。”

为什么开海首日海鲜价格反而比封海期间更低？一位多年从事海产品销售的主告诉记者，封海期间的海鲜多依赖外地调入或冻品，运输与储存成本推高了价格。开海后本地鲜货大规模上岸，供应激增带来价格短期“跳水”。这种现象在2025年表现得尤为明显，开海“第一网”迎来了小丰收，渔获中梭子蟹占据了约八成的比例，蟹、虾的总捕捞量相比去年同期实现了翻番。

从码头到餐桌：价格链层层传导与消费选择

海鲜从码头到餐桌，价格会经过多环节加价。

以中等价位的梭子蟹为例，码头批发价约40元/斤，到农贸市场零售价升至50—55元/斤，再到餐厅菜品价可达80—100元/斤，每个环节都有其成本与利润逻辑。

码头直采有着明显优势：“最主要是鲜度，码头买的是‘刚离水’的，超市里的可能已经放了一天。”一位四点就来合庆码头“抢鲜”的顾客表示，“价格也实在，今天这梭子蟹40块钱一斤，比超市便宜5块多。”

餐厅虽然按成本率定价，但开海首日海鲜常作为引流或高利润产品。威海市春竹大酒店厨师长耿晓生表示：“定价政策上与平时海鲜没什么区别，采购回来后，根据我们的成本率制定价格。”

价格波动是市场活力的体现，但行业与政府也在合力构建“稳定器”。批发商与餐饮企业签订长期协议，平滑价格波动。政府支持冷链仓储建设，发挥“蓄水池”作用。海鲜价格指数提供透明参考，减少信息不对称。

四个半月等来这口鲜，到底该卖个啥价钱

早在开海前，一场藏在浪花里的价格博弈已开始上演