

冬日“蚝”鲜！乳山抱团打造百亿蓝色名片

解码一只牡蛎的品牌化、科技化、产业化之路

果然財經

记者 潘佳蓬 威海报道

从论堆卖到论个卖

“2017年我刚担任乳山市牡蛎协会秘书长时，市场上打着‘乳山牡蛎’名号的产品鱼龙混杂，真假难辨，价格也上不去。”活动现场，乳山市牡蛎协会秘书长刘卫国回忆起品牌保护之初的艰难时这样说道。

转变始于2021年。协会引进了国际首创的液体可变色防伪技术，为每一件乳山牡蛎产品贴上可溯源查询的“身份证”。同时，协会聘请专业机构开展维权打假，对数百起侵权行为提起诉讼。

效果立竿见影。“实施防伪溯源后，线上平台搜索‘乳山牡蛎’，排名前十的店铺中我们的正品占比从30%提升到90%以上，销量占比从不到30%提高到70%。”刘卫国说，更直观的变化是价格，“乳山牡蛎实现了从论堆卖到论个卖的转变，均价提升了20%到30%。”

品牌保护筑起了“护城河”，品牌价值的提升则吸引了优质企业入驻。山东灯塔水母海洋科技有限公司CEO郭彪坦言，当年选择在乳山投资建厂，正是看中了“乳山牡蛎”作为行业地方品牌第一的绝对优势。

这家累计投资2.7亿元的企业，已从单一养殖发展为集养殖、加工、销售、研发于一体的全产业链企业。其打造的“贝司令”品牌，曾用3个月时间投入2000万元推广费，达成线上销量第一的目标。“进叮咚用了5个月，进山姆用了9个月，前期承担了巨大的成本风险，但一切都是值得的。”郭彪说。

冬至的乳山，海风微寒，银滩大酒店里却暖意融融。12月21日上午，“冬至乳山 畅品牡蛎”第三季暨“蚝聚乳山 链动未来”产业推广活动在此启动。参加活动的有产业链上的养殖户、企业负责人、电商主播、科研专家，还有从各地赶来的客商。他们共同关注的焦点，是桌上那只饱满肥美的乳山牡蛎。

从最初论堆卖的“海产”，到如今贴上防伪标签，按个售卖的“品牌商品”，再到布局预制菜、进军营养品和护肤品赛道的“产业明星”，乳山牡蛎的蜕变，映射出威海乳山农业特色产业从“产得出”到“卖得好”、从“卖原料”到“卖品牌”的深刻转型。

从靠天吃饭到知海养蚝

品牌之下，是产业根基的夯实。而这离不开科技这把“金钥匙”。

中国海洋大学李琪教授与乳山牡蛎的渊源始于2003年。多年来，他的团队围绕乳山牡蛎开展种质资源鉴定和杂交育种，培育出“海大1号”等多个国审新品种。2023年，团队对乳山牡蛎养殖容量进行了科学评估，当地政府据此清理整治违规用海，优化养殖布局。“从今年度夏情况看，效果明显。”李琪说。

他指出的问题很关键：乳山养殖的苗种和半成品来自全国各地，导致质量参差不齐。他建议，必须建立本地“育繁推”一体化体系，实现“本地苗种、本地养”，同时逐步推进海上机械化作业。

中国科学院海洋研究所李莉教授团队则聚焦“健康养殖”。他们联合培育了耐高温新品系“海蛎2号”，以解决夏季成活率



吃一口蒜蓉牡蛎，鲜味弥漫。

低的难题；推动陆基品质提升技术产业化，实现牡蛎品质的快速、可控提升；构建了从苗种生态驯化到养殖环境健康监控的“全健康模式”，确保产出高品质牡蛎。

“我们年均帮助产业减损约2亿到3亿元。”李莉透露。科技的深度介入，让传统养殖业摆脱了“靠天吃饭”的被动，走向“知海养蚝”的精准与可控。

从直播间到养生餐

如果说科技重塑了生产端，那么电商则彻底变革了销售端。

乳山市蚝范儿水产销售有限公司总经理曹传哲是这场变革的亲历者。他的团队与头部主播合作，曾创下日销20万斤的纪录。“直播电商的改变是双向的。”曹传哲说，“一端把生蚝卖到全国，打响品牌；另一端，海量订单倒逼我们上了全自动生产线，推动从养殖到加工的全流程标准化。”

当牡蛎通过电商走入千家万户，其营养价值也被重新定义。山东省名中医药专家邹天志从专业角度解读了乳山牡蛎的“营养底气”：蛋白质含量超45%且易吸收，锌含量在天然食物中名列前茅，同时富含钙、铁、硒及牛磺酸等活性物质。“每天吃2-3个就能满足成人全天锌需求，是真正的‘多维营养库’。”他推荐了丝瓜牡蛎汤、牡蛎枸杞蒸蛋等家常食疗方，让这份“鲜甜”融入日常养生。

这也契合了产业延伸的新趋势。灯塔水母公司正与多家科研机构合作，在牡蛎药品原料、营养食品、护肤品等衍生领域进行研发。“半预制和全预制牡蛎将是明年的主打产品，既能降低餐饮业加工难度，也能丰富家庭餐桌。”郭彪透露。

从各自为战到抱团共赢

产业的升级，最终要落到带动一方致富、实现可持续发展上。

在乳山口镇，一个占地140

亩的牡蛎产业融合发展示范区将沿海零散的养殖作业区集中起来，统一规范管理。项目总投资6000万元，其中包含了周边10个村共富联盟的300万元入股，以及600余户村民和社会资本的2200万元。

示范区内的青禾农民专业合作社，由村党支部领办，建设了制冰车间、便民超市、职工餐厅等配套设施，新增就业岗位500余个，带动村民年均增收3万元以上。合作社自2021年开始分红，截至2024年，首轮入社社员已全部收回本金。

这不仅是空间的集聚，更是产业链、利益链的深度融合。它解决了传统养殖对海岸线的占用问题，为海上风电等新兴产业腾挪了空间，更通过“抱团发展”，让散落的养殖户共享品牌红利、抵御市场风险。

一只牡蛎的“未来时”

乳山牡蛎的故事，不再只是关于丰收的喜悦，更关乎一个传统产业如何通过品牌化、科技化、数字化、融合化的“组合拳”，完成艰难的转型升级。

乳山牡蛎的品牌价值在2023年已高达193.85亿元。它不再只是一只简单的海产，而是融合了种业创新、健康养殖、食品加工、电商营销、营养科学乃至文旅康养的复合载体。它带动了渔民增收，支撑了地方经济，也为我们审视中国乡村特色产业的高质量发展提供了一个鲜活样本。

可能唯有守住品质与健康的初心，借助科技与市场的力量，打通从海域到餐桌、从产品到产业的每一个环节，让产业链上的每一个参与者都能共享价值，那些承载着乡土记忆的特产，才能真正蜕变为驱动乡村振兴、富有持久生命力的“蓝色引擎”。

这个冬天，当人们品尝乳山牡蛎的鲜美时，品味的也是一片海与一群人。

秒级响应！紧急搭建海上“生命通道”

外籍货轮船员突患病，青岛港抢出救援黄金时间

文/片 记者 赵波
通讯员 汪栋梁 青岛报道

12月21日上午，山东港口青岛港董家口锚地突发险情：一艘外籍货轮上的船员因食物过敏引发过敏迟钝，肢体麻木，生命岌岌可危。青岛港“青港拖16”轮接到指令后，以“秒级响应”启动应急预案，通过多方联动、周密部署，仅用两小时便完成从锚地接运、安全靠泊，到移交医护的全流程救援，为船员抢下黄金救治时间。

当日上午9时，“青港拖16”轮接到生产调度指挥中心紧急指令：董家口1号锚地锚泊的“安池”轮上，一名船员突发疾病，初

步诊断为食物过敏引发的触觉、视觉等感官功能迟钝，同时伴有左膝疼痛、左小腿无知觉等症状，病情危急，亟须转运上岸救治。接到指令后，“青港拖16”轮立即启动海上救援应急预案，船长第一时间上报险情，随即下令全速驶往数海里外的事发锚地，迅速展开救援行动。

航行途中，“青港拖16”轮构建起多方联动沟通机制，持续与指挥部门、“安池”轮及岸基保持紧密联络，实时更新船位信息与预计抵达时间，确保救援链条各环节的信息畅通、无缝衔接。与此同时，“青港拖16”轮快速组建由驾驶员、水手等骨干力量构成的临时救援小



患病船员被妥善安置在担架上，并通过“安池”轮船吊转运至“青港拖16”轮。

组，反复推演转运环节的关键细节，提前对船吊、担架、救生设备等进行全面检查调试，同步做好患病船员的接应、安抚及对于随行人员的协调工作，以万全准备应对突发状况。

10时，“青港拖16”轮安全抵达“安池”轮旁。救援人员在充分评估海况、落实周密安全措施后，将患病船员妥善安置在担架上，并通过船吊安全、平稳转运至“青港拖16”轮。为确保后续救治衔接顺畅，“安池”轮两名船员随行协助。11时，“青港拖16”轮安全靠泊东港池1号泊位，与在此等候的救护车及医护人员迅速对接，将患病船员送往医院进一步治疗。