

“乳山牡蛎十佳品牌”亮相牡蛎文化节

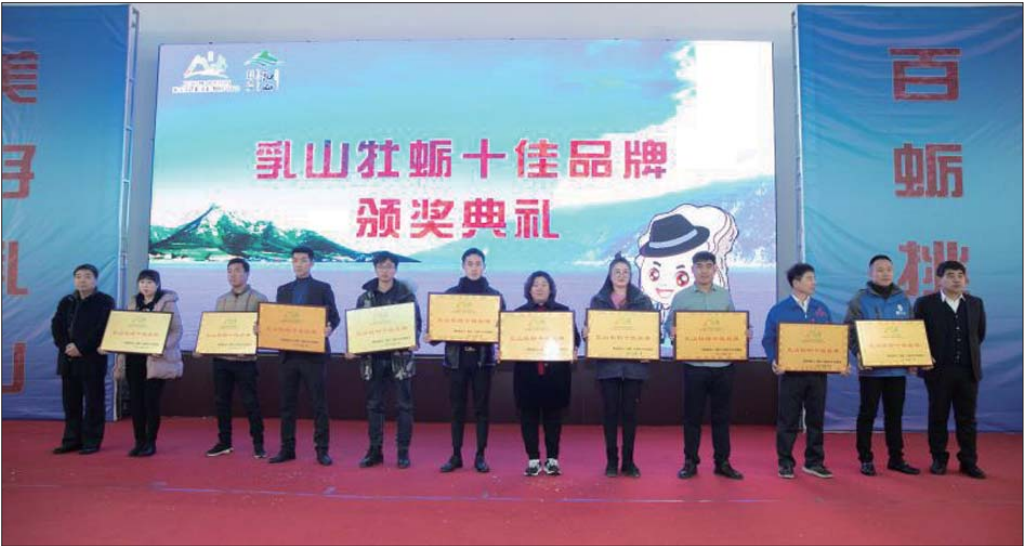
本报威海1月14日讯(姜俏俏) 1月12日,第四届乳山(国际)牡蛎文化节在乳山市海阳所镇隆重举办。当天,“乳山牡蛎十佳品牌”亮相开幕式,引起广泛关注。这也是乳山市牡蛎协会首次评选出“十佳品牌”,它们分别是贝哥、丰泽源、挂子场世康、蚝鲜居、蚝丫丫、海之韵蚝业、励中宝、牡蛎博士、南泓村、腾铭水产。

截至2018年底,乳山牡蛎养殖规模达8万亩,年产量30万余吨,产值达24亿元,养殖面积和产量在全国县级单位均居首位。据介绍,牡蛎产业上下游从业人员1.2万余人,已成为乳山市渔业经济支柱产业和富民产业。“乳山牡蛎十佳品牌”评选,旨在引导树立正确的乳山牡蛎品牌发展和品牌保护观念,进一步提高广大牡蛎产业上下游从业人员的质量意识、品牌意识、服务意识,以质量求生存、以信誉求发展、以服务求永恒,共同维护“中国牡蛎之乡”“国家地理标志证明商标”“最具影响力

水产品公用品牌”等美誉。

此次评选活动共有28个品牌参加,分为网络投票和专家评审两部分,占比分别为30%和70%。网络投票通过“乳山发布”和“威海大众网”微信公众号进行,自1月3日12时起,历时5天,期间共有25万余人次通过投票平台关注活动。后经专家评审,综合网络投票结果,评出得分前十名,经三天公示后,最终评选出“乳山牡蛎十佳品牌”。

第四届乳山(国际)牡蛎文化节开幕式现场,对“乳山牡蛎十佳品牌”进行了授牌。记者了解到,最终当选的“乳山牡蛎十佳品牌”具有销量大、销售地域广、重视品牌运用和保护三大特点,均在乳山牡蛎获评“地理标志证明商标”的基础上打造了自己的商业品牌且各具特色。其中,“蚝中宝”作为乳山牡蛎的代表性产品,多次登陆央视;“丰泽源”供应高端酒店和商超,十分畅销;南泓村和贝哥在网销平台成绩斐然;蚝丫丫打造出独特的牡蛎“萌文化”,



“乳山牡蛎十佳品牌”颁奖。

赋予乳山牡蛎个人特色。

丰泽源牡蛎负责人于东源尤为激动,作为连续两届的“牡蛎王”,虽然今年以0.12斤之差惜败,但他认为此前已凭“牡蛎王”获得较高的知名度,此次”获得“乳山牡蛎十佳品牌”,丰泽源的知名度、美誉度

和品牌影响力将进一步得到提升。同样激动的还有“蚝丫丫”品牌负责人单春慧。十多年前,单春慧大学毕业后留在外地工作,近年来乳山牡蛎产业的快速发展让她看到良机,便辞职回乡创业,做起蚝丫丫品牌。虽然一路辛苦,但有乳

山牡蛎的好品质打底,几年下来也是成绩斐然。“能成为‘乳山牡蛎十佳品牌’对我个人及团队都是极大的鼓舞,未来我们将努力做好产品,做强品牌,争取可以为乳山牡蛎‘代言’!”单春慧一脸幸福地憧憬未来。

乳山牡蛎：土货逆袭成“网红”

姜俏俏



牡蛎丰收。

近年来,凭借品质好、品种优、品牌响,乳山牡蛎迅速红遍大江南北,养殖、销售模式也从粗放逐渐走向精致,乳山跻身全省乃至全国牡蛎产业新高地,成为名副其实的“中国牡蛎之乡”。

目前,乳山牡蛎养殖面积8万亩,年产量30万吨,一产产值24亿元,养殖面积和产量在全国县级单位均居首位,是中国北方牡蛎第一市、山东省特色农产品优势区。乳山牡蛎也被评为“国家地理标志商标”、山东省“优秀地理标志产品”。

生态海区造就牡蛎高品质

“适宜的温度盐度、肥沃的水质以及丰富的基础饵料,使乳山牡蛎具备了个头大、肥满度高、肉质爽滑、味道鲜美等一系列品质。”乳山市相关单位工作人员说,据经专业水产品质量检测机构鉴定,乳山牡蛎每100克牡蛎肉中含有的蛋白质、脂肪、锌、铁、锰、硒、铜等,均优于其它地区产品。

乳山地处北纬37度,海岸线长达199公里,境内两大入海河流为海区提供了丰富的营养盐,促进了海洋基础生物的繁殖和生长。与野生牡蛎的生长

条件一样,乳山牡蛎靠滤食微藻等天然饵料生长。乳山海域潮流通畅,90%以上养殖海区达到国家一类海水标准,是国际上适宜牡蛎生长的生态海区之一。成品乳山牡蛎壳长能够达到15厘米至18厘米,肥满度能够达到18%至20%,较国内其他地区同类产品高5到8个百分点。

考虑到养殖规模不断增大对海洋环境的影响,为维护海域生态环境,乳山启动了总规划48万亩的海洋牧场项目建设,在对海区进行摸底调研的基础上,编制了现代海洋牧场规划实施方案,按照“统一布局规划、统一技术规范、统一质量标准、统一地理标识”四统一原则,打造集育苗、养殖、研发、集散和交易等功能于一体的新型海洋牧场综合体。目前,一期5000亩的以牡蛎为主的海洋牧场示范区已启用。

为规范海域养殖作业,乳山严格管理各类海洋作业船只,避免不达标船只进入养殖海域,并定期检测养殖区内氮氮、重金属、大肠菌群、浮游植物等各项指标,根据指标变化合理规划养殖生产,避免过度养殖而导致水体富营养化,确保海洋资源可持续利用。

创新驱动占据牡蛎高端市场

在乳山市海阳所镇西黄岛村的养殖基地,来自北京的订购商与养殖户洽谈“金牡蛎”供货事宜。“外壳形状规则,通体色泽金黄,蛎肉饱满紧致,鲜嫩中带有一丝甘甜。不但颜值高,口感也是一等,深受高端消费群体喜爱。”订购商刘宇信说,通体金黄的牡蛎新品种成为消费者新宠,主供高端酒店、餐饮会所等。

与“金牡蛎”一起受消费者追捧的,还有“海大1号”、“海大2号”等牡蛎新品种。近年来,为推进牡蛎产业健康可持续发展,乳山与中科院海洋所、中国水产科学院黄海所、中国海洋大学等多家高校、科研院所建立技术合作,通过培育引进新品种、改善养殖结构等方式,不断优化升级牡蛎品种,重点引进推广了三倍体牡蛎,选育了“海大1号”、“海大2号”、“金牡蛎”等新品种,提高了乳山牡蛎品质,抢占高端消费市场。

“三倍体牡蛎可以全年生长,而且个头更大,肉质更肥美,大的能长到成人手掌这么长,基本都是论只卖,一只新品种牡蛎抵得上普通牡蛎一斤的价钱。”

乳山润丰牡蛎养殖合作社社长王志刚说,新品种三倍体牡蛎较普通牡蛎生长速度可以提高30%,单体价格能卖到几十块。

反观传统二倍体牡蛎,每年5至10月份进入排浆期后,口感、肉质、肥度都会变差,无法上市销售。而且随着二倍体牡蛎累代养殖,种质退化现象日趋严重,造成苗种生长速度减慢,抗病能力降低,同时外观上的不足,也限制了二倍体牡蛎向高端消费市场延伸。

目前,乳山设立4个贝类增养殖示范基地,开展新品种、新技术、新模式的引进示范推广工作,培育230余户科技示范户,并辐射带动周边1100户养殖户,使主导品种和主推技术入户率和到位率达到95%以上。

品牌助力牡蛎身价倍增

“以前牡蛎多数每公斤2块钱直接批发给大收购商。如今单体2两以下的最小级别,每公斤价格也能卖到10元钱以上,价格翻了五六倍不止。”养殖户王欢说,乳山牡蛎如今身价成倍增长,网上平台上牢牢占据贝壳生鲜类榜首位置。

走出深巷的“乳山牡蛎”,不但红遍了大江南北,更是走出了国门。“我们是全球首家获得BAP标准的贝类加工企业,

生产的芝士焗牡蛎、蒜蓉蚝、蒜蓉粉丝蚝等系列牡蛎加工产品可以直接进入北美市场进行销售。”乳山华信食品相关负责人周伟说。

为了做大做强牡蛎产业文章,近年来,乳山通过“牡蛎+”,融合文化、旅游,借助旅游美食项目开发、牡蛎文化节等活动举办,增强乳山牡蛎文化底蕴,打好牡蛎特色牌。“牡蛎+旅游”,乳山依托丰富的旅游资源,开发以牡蛎为特色的美食旅游项目,推出牡蛎宴,发布精品旅游线路,打造美食名片和旅游目的地,推动牡蛎产业与休闲旅游融合发展。

乳山深挖牡蛎文化内涵,将牡蛎与母爱城市文化名片融合,在每年牡蛎大批量上市时,借助牡蛎文化节、牡蛎争霸赛等一系列文化活动赛事,提升乳山牡蛎品牌知名度。

结合“乡村振兴”文章,乳山还启动了牡蛎小镇规划,通过深入融合牡蛎产业、特色旅游、城市文化、休闲养生等元素,真正让牡蛎成为乳山一张响亮的名片。

同时,乳山以成箱包装的鲜食牡蛎为主要对象,以地理标志证明商标为抓手,从养殖、包装、流通、销售、食用等各环节入手,凝聚各部门合力,发挥行业协会作用,切实维护乳山牡蛎品牌声誉。



即将发出的乳山牡蛎。