

一方水土,一方风物——探访东营市地标农产品、名优农产品

2015年4月16日 星期四 编辑:牛明明 美编:陈惠芳

黄三角早报 东营市农业局联合主办

自己育苗自己养,黄河口海参养殖企业延伸产业链闯市场

不到十年时间 黄河口海参成“名优产品”

本报记者 张园园 张婧婧



海参丰收。(图片由东营市海参产业联盟提供)

非土生土长 可这海参挺喜欢黄河口的水土

和大闸蟹不同,黄河口海参不是本土水产品,不过自从在东营养殖以来是“如鱼得水”。从无到有,再到成为国内单片养殖面积最大的标准化海参养殖基地,黄河口海参一跃成为东营十大名优农产品,只用了不到十年的时间。

海参养殖进入东营,其实是没几年的事儿。东营市海参产业联盟秘书长刘志国告诉记者,上世纪90年代开始,作为东营主要水产养殖品种的对虾开始发病,且死亡率极高。随着养殖户的减少,不少养殖池塘开始闲置下来。“为了把荒废的池塘利用起来,也为了调整养殖结构,经过考察,东营市渔业部门将海参养殖引入东营。”刘志国说,从2003年开始,东营市海洋与渔业局和山东海星集团有限公司开始试验养殖海参,在小岛河码头,一片六七亩水面的池子,几百斤海参苗,就是最初的试验基地,“不计产量,也不考虑质量,能活就行”。

2004年,试验成功后,海参养殖在东营逐渐展开。山东海宏实业集团有限公司下属的东营海跃水产科技有限公司,就是较早进行海参养殖的企业之一。2006年秋天,公司承包了50亩水面,投放了二三十头一斤的苗,“当时养海参只是一个概念,谁也不敢铺太大的摊子。”山东海宏实业集团有限公司副总薄万富说,2007年春天采收时不错的收益,让他们坚定了信心,“2008年春天,对2006年投放的那批苗进行清池时,发现最大的一只长到了一斤七两。”随后,公司将养殖规模扩到了两三百亩,大面积养殖池也开始陆续建设,目前已拥有4万亩海参养殖池塘。

“东营不像大连、青岛,海底有石头供海参附着,而且黄河入海口潮间带较平,海水的交换量也有限。在东营对海参来说,外海养殖并不适用,要想海参在东营生长得需要附着基或进行人工造礁。”刘志国说,虽然有这些不足,但黄河口水肥的特点也为海参养殖提供了天然的优势。

“从黄河冲击的泥沙带来丰富的有机质和藻类,可充分满足海参的生长需要。我们每天都会拉这种泥沙喂养海参,这是其他很多地方所不能比的。”东营海跃水产科技有限公司育苗场厂长张玉洋说,黄河口海参生长的水体环境“肥、活、嫩、爽”,这样不仅生长周期较短而且口感更脆。

黄河口海参入选“名优农产品” 和大闸蟹一起推介

“根据东营市海参产业联盟统计数据显示,2010年东营海参养殖面积为9万多亩,与2009年的3万多亩相比,增长了三倍。而2012年至2013年是养殖面积增加最快的一年,从19余万亩直线式涨到29万多亩。”刘志国说,经过2003年到2009年的试验阶段后,东营的海参养殖面积开始呈现爆发式的扩张,目前已成为国内单片养殖面积最大的标准化海参养殖基地。

位于河口新户镇的东营市通和水产有限公司成立于1999年,建立之初经营浅海贝类养殖,直至2010年,大连养殖户来东营承包公司的地养殖海参,公司副总经理许家磊嗅到商机,“我们不懂养殖技术,就负责基础建设,就这样合作了2000亩水面,第二年我们公司单独增加了5000亩。”

而为了引导海参产业的发展,自2006年开始,东营市政府连续三年拿出专项资金,对海参池塘式养殖和工厂化育苗分规格进行补贴。此外,自2006年,市政府对黄河口大闸蟹进行推介起,黄河口的其他水产品也跟随大闸蟹一起走向省外,甚至国内一线城市,其中包括海参。“东营的海参质量不差,也有了规模,现在缺少的就是品牌知名度和市场占有率。”2012年,东营市政府开展了“东营市十大名优农产品”评选活动,根据投票结果,结合专家评审和组委会评选意见,统计出了“东营市十大名优农产品”名单,黄河口海参名列其中。

不过,加工环节薄弱一度成为制约黄河口海参产业链发展的一个短板。“全市将近30万亩的养殖面积,年产量在9000多吨,而本身具有加工能力的养殖企业非常有限,采收的鲜活海参需要及时加工,如果将加工环节交给外地企业,损失了附加值是一方面,更重要的是价格也将受制于人。”刘志国说。

全产业链发展 养殖企业打造品牌赢市场

刘志国认为,拉缸盐海参是干海参加工制作过程中的一种半成品,属于初级加工,工艺简单,而且市场价格较低,有较大的消费市场,完善了全产业链,则更有利于黄河口海参产业的健康、持续发展。

有这种想法的不止刘志国一人。随着养殖规模的不断扩大,不愿在加工环节“受制于人”的海宏,与2013年上马加工车间,并在2014年投产,“满负荷运转的话,日加工能力能达到50吨。”薄万富回忆,在2013年之前,公司采收的成参除了卖鲜活海参外,主要卖给加工企业。薄万富说,如果不上马加工车间,不仅要让出去一部分附加值,而且由对方定价,企业自身处于被动地位,“长此以往必然会成为企业发展的一个短板。”

许家磊说,到了收获季,除了丰收的喜悦,还伴随着销路的问题,“海参采收后来不及销售的,大多数都加冰后卖给胶东或当地的加工企业,东营加工企业太少。”今年,上加工项目的事已列入公司发展规划,“只有从育苗到养殖再到加工有了完整的产业链,中间环节才不会‘卡脖’。”

在扩大养殖水面的同时,通和还上了35000立方水体的育苗中心。对于配套育苗中心,许家磊有着自己的考虑,“随着养殖面积越来越大,海参苗的需求紧跟上来,育苗除了自己养自用,对于当地养殖户也更为便捷,而且成活率也高。”

对于海宏来说,自己育苗则因一次购买“风波”。薄万富告诉记者,2011年6月,企业开始陆续往新建养殖池塘中投苗,“刚投苗时一斤320元,不到一个月时间,1000万元的买苗钱还没花完,已经涨到了530元一斤。一定要自己上苗场。”参要自己养,苗也要自己育,只要发展成规模,产业链都要跟上。

除了育苗,加工都自己来做之外,2014年海宏注册了“海跃尚品”作为自己的海参品牌,不仅在东营,还在外省市逐步设立了实体店,并通过电商积极推广。此外,公司还与中国供销集团中合联投资有限公司签约,推广海参品牌。

记者从有关部门了解到,为打造品牌的集聚效应,建设区域性的海参品牌,东营将加强名优水产品的品牌培育,引导渔业企业增强品牌意识,积极争创著名商标和名牌产品,推进无公害、绿色、有机水产品认证,进一步提高产品品质和质量,提高名优水产品的品牌价值和知名度。