

海南深水养殖的金鲳鱼比外地池塘养殖的金鲳鱼,肉质更好且售价一样,可是去年9月收获的鱼至今还没卖完,现在每卖一斤金鲳鱼就要亏2块钱——

我们的靚鱼 为啥卖不过别人

■ 本报记者 罗霞 实习生 杨紫琼 通讯员 邓韶勇 万英勇

海南金鲳鱼的养殖户们,已经郁闷快一年了。受广东、广西等地大量养殖金鲳鱼的影响,去年9月收获的海南金鲳鱼,到如今还没卖完。眼见着新鱼即将上市,养殖户们只能将这批鱼亏本甩卖。

让养殖户们更为困惑的是,海南金鲳鱼多采用深水网箱进行标准化养殖,鱼肉质好、味香。而其他一些省份的金鲳鱼多为池塘养殖,鱼有土腥味。鱼比别人好,价格和别人一样,为什么卖不过别人?这让养殖户们百思不得其解。

在我省水产业内人士看来,产品优质不优价,这在我省水海产品中普遍存在。无论是规范化养殖的水产品,还是优质的深海海捕产品,很多都没能逃脱此命运。

究其原因,主要是受品牌建设缺乏、市场销售体系不健全、流通信息化落后、水产品加工不足等影响。

作为全国最大的海洋省,海南发展海洋经济有着得天独厚的优越条件,发展海洋经济也是我省拓展发展空间、培育新的经济增长极的战略选择。

可是,如何才能将资源优势转换为产业优势呢?破题,已迫在眉睫。

1 | 渔民的困惑 海南水产品优质不优价

石斑价格 20 年没啥变

8月8日的琼海潭门渔港,风平浪静,大大小小的渔船在此集结,等待着下一轮的出海。这里的渔民,常赴南沙捕鱼,捕获的海产品有石斑鱼、海参、龙虾等。

既是“船老大”,又是运销户的潭门渔民李成端,到南沙捕鱼、做海鲜运销已有20多年。

李成端一般把自己捕的鱼和从本地渔民那里收购的鱼分为两类,一类是石斑鱼,收购价是20多元/斤,卖给广东等地运销商的价格是三四十元/斤。另一类是杂鱼,一般是10多元/斤的价格卖给外地运销商。

在他的印象中,海鱼价格20年来都没什么变化。“以前石斑鱼卖给外地运销商的价格是每斤三四十元,现在还是这个价格。”李成端困惑地说,物价涨了,就是鱼价没涨,他也搞不清是什么原因。

海捕石斑比养殖的便宜

潭门渔民王振福还有一个困惑——都是石斑鱼,为什么海捕的比养殖的还便宜?去年,他在池塘养殖的老虎斑卖出了好价格,售价达到每斤100元,而从南沙捕捞回来的老虎斑售价仅60多元/斤。“与养殖的石斑鱼相比,海捕的石斑鱼不容易存活,只能以稍低的价格卖了。”王振福说。

在渔民们眼中售价一般的海捕产品,因其质优,在本地市场上大受欢迎,而且价格也比养殖的高。

近日,海南日报记者在海口东门市场看到,这里的摊位基本没有海捕石斑鱼等海产品可卖。“现在能捕到的海产品越来越少,野生的很难吃到,野生石斑鱼售价近年来不断攀升。”一家水产品批发摊主介绍,石斑鱼的售价,养殖的不到30元/斤,海捕野生的约60元/斤。

卖一斤金鲳鱼亏2块钱

我省水产品总产量中,海洋捕捞产量占大部分。省海洋与渔业厅的统计数字显示,今年上半年,全省水产品总产量91.04万吨,其中海洋捕捞产量61.22万吨,海水养殖产量11.24万吨,淡水产品产量18.58万吨。

与海捕鱼优质不优价一样,海南养殖水产品面临同样的困惑。

“目前海南金鲳鱼养殖户每卖一斤鱼,要亏2块钱左右。”一些金鲳鱼养殖户告诉记者,海南深水养殖的金鲳鱼在外地市场上的价格,与广东、广西等地用池塘养殖的金鲳鱼一样。但相比较而言,深水养殖的金鲳鱼质量优,但成本也高。

占我省水产品养殖产量半数以上的罗非鱼,售价也不乐观。

海南罗非鱼主要用于出口,按照出口标准进行标准化养殖。在出口市场上,“同种规格的罗非鱼,印尼一家工厂卖到欧洲的价格,比我们要贵1美元/公斤。”海南翔泰渔业有限公司董事长刘荣杰告诉记者,按照标准化养殖的海南罗非鱼,与其他一些省份传统立体化养殖的罗非鱼售价相差无几。



海口某大型超市里,工作人员正在整理水产品。本报记者 张杰 摄

2 | 落后的流通 没有一家规范的水产批发市场

李成端和王振福卖鱼时有一个共同点:卖海产品都不问价,一般都找固定的收购商,收购商说多少就多少。

当地海捕产品,不少是先卖给本地收购商,本地收购商再卖给从广东等地来收购的外地收购商,最后进入各地市场。

王振福告诉记者,他卖鱼不讨价还价有两个原因,一是海捕产品收购价一般变化不大,懒得问价;二是所卖的海捕产品都为活品,不容易保存,由于缺乏保鲜技术,收购商给的价再低,也得卖。



海口东门市场条件简陋。本报记者 张杰 摄

没有正规的水产品交易市场,没有渔业交易信息平台,潭门渔民是怎么获取海产品价格信息和储运海产品的呢?记者在潭门渔港了解到,渔民们一般在码头进行交易,了解海产品价格的渠道多是熟人间的口口相传。这里没有公共冷冻库,渔民们储运马鲛鱼等时,一般是在鱼下铺碎冰。也有少数养殖户自建了冷冻库,但规模很小、功能不完善。

临高新盈渔港等地,渔业信息不畅、流通配套设施不足、保鲜保活技术缺乏的问题同样存在。

“渔业信息不畅,海产品缺乏良好的保存运销等,制约了海南海产品价格提升。”临高县海洋与渔业局相关负责人陈海珊说,浙江舟山等地的海水产品市场体系建设很完善,网络、码头信息服务等给渔民提供了各类市场信息服务,同时冷冻库等设施配备齐全。相

形之下,海南很多渔港码头没有冷冻设施,保鲜、保活设备及技术落后。

批发市场是流通的中心环节,但省水产流通与加工协会秘书长覃学友指出,海南没有一家规范的水产品批发市场。在岛外,海南水产品流通体系也缺乏规划建设,没有建立直销店、专卖店等,而山东已在全国布局水产品直销店。

在不少渔民及商家眼中,海口东门市场是我省重要的水产品批发市场。记者近日在该市场看到,市场内污水横流,各类摊位分布在狭窄的道路两旁,其中一些水产品摊位与肉菜摊位混在一起。

“与海南瓜菜等农产品流通体系相比,海南水产品流通体系还停留在上世纪八九十年代水平,建设明显滞后。”业内人士称,落后的流通体系,增加了海南水产品的流通成本,大大降低了海南水产品的竞争力。

业内人士说,由于没有规范的市场,我省鱼货销售零乱,产品库存、运输不保障,建议重新规划水产品流通产业布局。政府要出台扶持政策,在冷库建设、物流运输工具等方面给予资金和政策扶持。

“我省可扶持企业在国内市场建立

3 | 缺失的品牌 高质罗非鱼贴牌销售难卖高价

优质金鲳鱼亏本贱卖,我省一些养殖户曾对自己的养殖模式产生怀疑:到底要不要坚守高品质的深水网箱养殖?可是,养殖户们谁也不愿率先放弃这种先进的养殖方式。

覃学友认为,海南金鲳鱼、罗非鱼之所以优质不优价,最根本的原因在于缺乏品牌。因为没有自己的品牌,海南金鲳鱼与其他省份的金鲳鱼混卖在一起,卖不出高价。因为没有自己的品牌,海南出口的罗非鱼都由进口商重新包装、印上外国品牌商标后再进行销售,导致出口价格无法提高。

“海南海捕产品品质优良,但因无品牌销售渠道等,身价大降,未能产生更大的经济效益。”业内人士指出,因为没有品牌,对于海捕水产品和养殖水产品,消费者往往难以辨别。

目前,我省大部分出口企业长期依靠贴牌销售,缺少对品牌建设的投入,形成企业有牌无品或有品无牌的现象。

同时,政府缺少对品牌创建工作的指导和扶持,水产品媒体广告、饮食引导、烹饪技术等方面宣传力度不够,致使企业经营品牌创建观念淡薄,品牌创建工作滞后。

“品牌宣传推广费用是一笔巨额资金,我们不敢随意投放广告呀。”令刘荣杰烦恼的是,受消费习惯影响,国内消费者对水产品质量高低关注度不够。受资金限制,宣传力度有限,目前该公司的产品在国内推广并不顺利。

国内一些省份打造水产品品牌的

经验值得借鉴。据介绍,湖北省高度重视小龙虾产业,协调落实专项资金,从2010年开始每年投入6000万元,3年共1.8亿元用于支持小龙虾的苗种繁育、加工出口等,着力打造湖北“楚江红”小龙虾品牌。过去湖北的小龙虾养殖是一家一户分散生产,而打造全省统一品牌后,专门成立了“湖北省小龙虾产业协会”,以国家级农业产业化龙头企业牵头,在全省实行统一培训、统一标准、统一销售、统一管理的模式,形成集团效应,实现了增效增收。

在业界看来,一方面我省应扶持水产品品牌建设,打造海南省水产品特色品牌,突出海南水产品的差异性、品质承诺和产品优势,鼓励和引导企业开展品牌创建和培育工作。另一方面我省要加强水产品的宣传力度。

“我省名优特水产品在国内市场缺

乏品牌知名度,外地消费者对我省水产品比较陌生,市场基础薄弱,在一定程度上影响了海南水产品在国内外市场的销售和产品效益。”覃学友建议,设立国内外市场开发扶持资金,制作宣传广告,在机场、车站、港口等设立宣传广告点,并充分利用报纸、网络、电视等媒体,加大宣传力度。

消费习惯等,重点开发一些适合我省水产品加工所需的机械;二是注重水产品加工品种的多样化,引导水产品加工逐步向即食类、营养类、保健类、医药类发展。

较之国内一些水产品加工大省,海南虽然水产品质量上乘,但加工行业底子薄,产品加工不足的问题仍很突出。一方面,罗非鱼加工产业有待继续做深做大,拉长加工产业链。另一方面,海产小杂鱼等水产品有待充分利用。海南年产约20万吨的小杂鱼被以每斤几毛钱的价格廉价处理,可考虑加工成休闲食品、鱼糜制品等。

“有了深加工,海南水产品不

愁卖,收购价自然能提高。”陈海珊说。

覃学友告诉记者,我省水产品运销商普遍实力弱,未能实现直销,销售到岛外的水产品一般都是外地客商直接到三亚、文昌等地的港口码头进货。另外,我省水产品加工企业很少涉足国内市场,主要是做出口,开发国内市场需要“重新开始”。

从外销市场看,虽然去年我省水产品出口量额双增,但水产品出口形势不容乐观。受欧债危机等影响,国际水产品市场不景气,加之越南巴沙鱼和美国狭鳕鱼等对罗非鱼占有率的冲击,我省罗非鱼出口价格偏低,同比降低7%。

相比之下,国内水产品市场潜力巨大。据统计,我国的人均水产品消费量逐年上升,按照我国13亿人口计算,每年需要消耗4000多万吨水产品。

海南翔泰渔业公司已尝到了开拓国内市场的甜头。今年该公司产品在国内的销量比去年增加了50%以上,国内消费者正在逐步接受海南金鲳鱼等水产品。

建议——

“海南水产品实现优质优价,需在内销市场上着力。”业内人士建议,我省应及时引导企业,调整市场方向,以巩固外销、发展内销为原则,扶持企业有计划地开拓国内市场,包括加强国内市场品牌建设,加大市场宣传力度、加快发展水产物流产业、完善国内市场销售网点建设等。

(本报海口8月14日讯)

4 | 短腿的加工 年产约 20 万吨的小杂鱼被贱卖

产品在迎合市场需求上遇到的难题。一方面,游客将一些冷冻、冰鲜水产品带离海南不太方便,而国内一些省份也未设置带冷库的海南水产品供销点。另一方面,超市内供应的海南水产加工食品大多为干制品、腌制品,而鱼糜制品、休闲食品、罐装食品等缺乏。

近年来,海南罗非鱼养殖和加工业得到良好发展,罗非鱼今年卖了个不错的价钱。“有了深加工,海南水产品不

省海洋与渔业厅有关负责人建议,一是应扶持水产品加工企业、研究所和大专院校对水产品加工机械进行研制,根据我省渔业生产结构和消费者的

经验值得借鉴。据介绍,湖北省高度重视小龙虾产业,协调落实专项资金,从2010年开始每年投入6000万元,3年共1.8亿元用于支持小龙虾的苗种繁育、加工出口等,着力打造湖北“楚江红”小龙虾品牌。过去湖北的小龙虾养殖是一家一户分散生产,而打造全省统一品牌后,专门成立了“湖北省小龙虾产业协会”,以国家级农业产业化龙头企业牵头,在全省实行统一培训、统一标准、统一销售、统一管理的模式,形成集团效应,实现了增效增收。

在业界看来,一方面我省应扶持水产品品牌建设,打造海南省水产品特色品牌,突出海南水产品的差异性、品质承诺和产品优势,鼓励和引导企业开展品牌创建和培育工作。另一方面我省要加强水产品的宣传力度。

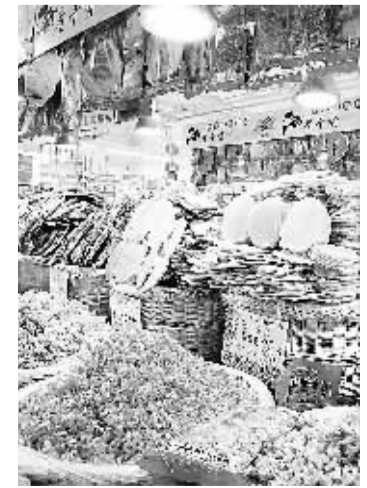
“我省名优特水产品在国内市场缺

乏品牌知名度,外地消费者对我省水产品比较陌生,市场基础薄弱,在一定程度上影响了海南水产品在国内外市场的销售和产品效益。”覃学友建议,设立国内外市场开发扶持资金,制作宣传广告,在机场、车站、港口等设立宣传广告点,并充分利用报纸、网络、电视等媒体,加大宣传力度。

消费习惯等,重点开发一些适合我省水产品加工所需的机械;二是注重水产品加工品种的多样化,引导水产品加工逐步向即食类、营养类、保健类、医药类发展。

较之国内一些水产品加工大省,海南虽然水产品质量上乘,但加工行业底子薄,产品加工不足的问题仍很突出。一方面,罗非鱼加工产业有待继续做深做大,拉长加工产业链。另一方面,海产小杂鱼等水产品有待充分利用。海南年产约20万吨的小杂鱼被以每斤几毛钱的价格廉价处理,可考虑加工成休闲食品、鱼糜制品等。

“有了深加工,海南水产品不



海南水产加工产品种类不多。本报记者 张杰 摄