

天然水域渔业资源开发力度逐年加大,引领内陆水产新潮流

内陆水产“凭鱼跃”

阅读提示

在广袤的新疆大地上,通过大力发展养殖技术,内陆水产养殖业崭露头角,为行业带来了全新的发展机遇。新疆渔业的高速发展,离不开政府的产业扶持,科技支撑与内外援助。

本报记者 吴锋思

“今年我们预计产出7700吨三文鱼,在国产三文鱼市场份额中占40%。海外市场已经实现东南亚地区全覆盖,今年出口额预计达5000万元。”在日前召开的第八届中国—亚欧博览会上,新疆天蕴有机农业有限公司养殖的三文鱼吸引众多目光,该公司副总经理张玉如表示,公司出口的重点目标将是欧洲市场。

在广袤的新疆大地上,天然水域渔业资源开发力度逐年加大,通过大力发展养殖技术,内陆水产养殖业崭露头角,为行业带来了全新的发展机遇。2023年新疆地产水产品网络零售额实现3.95亿元,同比增长106.26%。

“大漠渔乡”

日前,记者走进位于塔克拉玛干沙漠边缘的新疆阿拉尔市古渡口水产养殖农民专业合作社,一片水域宽广的坑塘碧波荡漾,工人正在捕捞小龙虾,合作社负责人马春花则忙着为客户称重装车。

从2017年开始,马春花开始尝试在沙漠边缘养殖小龙虾,经过不断地摸索学习,马春花突破小龙虾养殖技术难题,探索出“养殖小龙虾+种植菱角”的立体生态种养模式,养殖出的小龙虾肉质好、个头大,受到市场青睐。

“如今,合作社的小龙虾亩产150公斤,社员也由最初的4名增加到了10名,每名社员年增收5万元。”马春花说。

新疆虽远离海洋,但水域面积5500平方公里,宜渔水域滩涂面积超4600万亩。且在新疆的水域里还有着500多种饵料生物,足以给鱼类的生长提供足够食材。20世纪60年代,新疆水产养殖业开始起步。至本世纪初,“虾兵蟹将”及多种冷水鱼种养殖推广到

博斯腾湖、乌伦古湖以及阿拉尔市、北屯市的湖泊和水库。如今,新疆水产养殖“遍地开花”,形成湖泊水库大水域养殖为主,坑塘、稻田养殖为辅的格局。

6月22日,我国最大的内陆淡水湖博斯腾湖结束了为期三个多月的禁渔期,迎来了开湖捕鱼的季节。博斯腾湖是我国最大的内陆淡水湖,水域面积1646平方公里,水产资源丰富,既是新疆最大的渔业生产基地,也是全国最大的有机鱼生产水域。目前,博斯腾湖湖内鱼类品种已达32种,年产量约4000吨。最具特色的巨网捕鱼也从生产劳动转变为旅游项目,观捕鱼、品鲜鱼也成为博斯腾湖旅游的亮点,吸引了众多游客。

内陆海鲜养殖的“逆袭”

不久前,3万只青蟹苗自浙江省台州市三门县空运至新疆阿拉尔市新开岭镇盐碱地“产学研”综合水产品养殖基地;2000尾珍珠龙胆石斑鱼苗从海南“空降”至阿拉尔市陇达水产养殖农民专业合作社养殖基地。

“阿拉尔有适合养殖海鲜的环境,我们计划投资2000亩水域进行养殖,打造盐碱地水产养殖产业链孵化园。”三门县农创客发展联合会会长毛玲君称,三门青蟹是一种典型的海产品,在中国东南沿海地区拥有较高的知名度。

浙江大学动物科学学院专家舒妙安表示,珍珠龙胆石斑鱼苗的成功投放,不仅丰富了阿拉尔市的水产养殖品种,提高养殖效益,还为盐碱地综合利用提供了新的思路和途径。

“阿拉尔市陇达水产养殖农民专业合作社与浙江大学新农村发展研究院建立了‘产学研’合作示范基地,在新疆试养中高端海鲜。”舒妙安表示,此次投放的2000尾珍珠龙胆石斑鱼苗状况良好。后期计划投放鱼苗1.2万尾,预计可产成鱼6.2吨,以每公斤150元计算,预计产值可达90余万元。

特别是高山冰雪融水形成的冷水资源,水质优良,溶氧丰富,适合三文鱼、高白鲑等鱼类生长。近年来,新疆通过海鲜陆养技术,实现了内陆地区海鲜养殖的“逆袭”。

在北疆的尼勒克县喀拉苏乡三文鱼基地,一尾新鲜出水的三文鱼24小时内便可完成加工、包装、运输等全过程,并送达消费者餐桌。每天,这里最多可加工50吨三文鱼。

业内人士指出,盐碱地渔农综合利用模式,将成为新疆渔业发展的一大亮点。通过引进高效、低耗、环保的集约化、设施化养殖技术方面所做的尝试,有望让大片的盐碱地变成“养殖池”。

阿克苏天泉雪源水产养殖农民专业合作社负责人施学灿说,随着冷水鱼市场持续火热,今年,合作社投入800万元实施扩建,规划新建养殖水域60亩,合作社扩建后,将以三文鱼养殖为主,年产量有望达到600吨,产值达3000万元。

科技支撑与内外援助的加持

新疆渔业的高速发展,离不开政府的产业扶持,同样离不开科技支撑与内外援助。

喀什地区通过出台一系列优惠政策,加强水利设施建设等措施,为水产的发展提

供了有力保障。同时,喀什地区还积极引进先进的养殖技术和设备,提高养殖效率和水产品品质。

在渔业发展过程中,新疆农业部门还大力推动倡导绿色养殖。通过推进池塘标准化改造和尾水治理,推广稻渔综合种养、鱼菜共生等绿色养殖技术模式,有效降低了养殖尾水氮磷排放量。与此同时,新疆积极推进以鱼净水、以鱼控草、以鱼抑藻,既修复了水域生态环境,维护了水域生物多样性,还把水产养殖变成了富民产业。

据了解,在沙漠地区开发“海水养殖”,是新疆在农业领域寻求技术突破行动的一部分。新疆将盐碱水变成“人造海水”,以海水矿物质比例为参照,再添加微量元素和益生菌,调配出适合不同海产品生长的人工海水,促进了人工海水养殖业的发展。

尼勒克县的科研人员通过“调配”复刻出海水环境,三文鱼的产量可达3000吨,出口到日本、俄罗斯、马来西亚等国家。赛里木湖渔业通过与高校、科研院所合作,突破高白鲑鱼卵依赖进口、存活率低的瓶颈。

2022年起,新疆生产建设兵团每年设立1000多万元专项资金,支持南疆盐碱水渔业发展。兵团农业农村局编制的《兵团南疆师市盐碱水渔业养殖规划》提出,将大力推进南疆盐碱水渔业发展。

兵团第一师阿拉尔市十四团的天鹅湖水产养殖基地,是国家重点研发计划“内陆盐碱水域绿洲渔业模式示范项目”的核心示范点。当地通过在盐碱水域生产海鲜及鲈鱼、石斑鱼等鱼类,改良修复养殖环境,继而提高盐碱水渔农综合生产能力。

此外,在鱼种引进、繁殖、培育等方面,新疆也一直在不断突破。新疆境内现在养殖着100多种鱼,一多半都是外来引进品种。即使是新疆南部最为干旱的喀什地区,目前也完成了对美国加州鲈、日本锦鲤的人工繁殖工作,已投入生产。

市场观潮

本报记者 赵昂

眼下,毕业季与暑假效应叠加,旅游市场随之升温。以暑期游的热门城市北京为例,美团数据显示,近一个月,北京市景区门票预订订单量环比增速达45.4%,订单人次环比增速达61.2%,住宿预订量环比增速达40.6%。

作为传统旅游旺季,暑期游一直受到业界关注。一方面,暑期亲子游、避暑游、毕业游、研学游等多方面需求叠加,使得暑期游市场持续升温;另一方面,暑期部分地区呈现高温天气,部分地区有防汛需要,都使得消费者在旅游目的地和出行方式、游玩时间的选择上面临一定的局限性。

事实上,暑期旅游消费特点与其他长假有所不同。由于学生假期较长,消费者不论是家庭亲子同行,还是同学好友结伴出游,其在时间上都相对更为充裕。这使得很多消费者不再满足于“打卡式”旅游,更倾向于一地多日游、深度游,更青睐沉浸式、体验式的旅游消费产品。这就需要旅游产品的提供者,包括旅行社等,从供给端的角度为消费者提供更多样化和创新化的旅游产品。

在暑期的深度游中,消费者的旅游消费行为正在发生“从点到线”的变化,从过去打卡一个景点,到现在规划整条旅游线路,需要相关企业在相应的细分领域内培育新的消费场景,打造新的旅游产品。餐饮、住宿、购物、娱乐等旅游产业链相关企业,要思考如何满足消费者多元化和个性化的需求。比如,有的餐饮企业就针对暑期亲子游客流的增加,推出不同类型的特色亲子套餐。

在这一过程中,不同业态的旅游相关企业通过开发新的旅游产品,提供新的旅游服务,因地制宜实现旅游业态的融合创新,形成了“暑期旅游+”的产业融合模式。比如一些地方将避暑游与乡村休闲有机融合,既活跃了乡村旅游市场,也带动了农副产品销售。这样的产业融合模式有助于形成新的暑期主题精品旅游线路,进一步拓展消费者的暑期消费空间。

当然,在发掘暑期旅游消费新场景的过程中,各地也需要结合自身特色因地制宜,运用好网络直播、短视频平台等工具进行展示。

暑期的时间是有限的,如何在有限的时间内激发更大的市场消费潜力和旅游企业潜能,形成品牌效应,培育一批带动性强、显示度高的旅游产品,并形成特色鲜明、市场引领作用突出的案例,值得思考。而在暑期之后,这些新产品、新业态如何进一步发展,也有待进一步探索。

江西于都:

特色产业助力乡村振兴

本报记者 徐潇

7月3日,江西于都县梓山镇艳阳高照,微风徐徐送来稻香。整洁的柏油路两侧,成片的种植大棚内,翠绿欲滴的富硒黄瓜、紫黑发亮的富硒茄子、鲜红圆润的富硒西红柿……一片生机勃勃的景象。

梓山镇潭头村是一座有着700多年历史的赣南古村。这几年,随着种植富硒蔬菜、富硒水稻和红色旅游,潭头村从贫困村变成了远近闻名的新农村,也成了于都县富硒产业的特色名片。2023年,潭头村集体收入突破了300万元,村民的生活像芝麻开花,节节高。

潭头村便民中心主任肖桂花告诉《工人日报》记者,于都县天然富硒土壤资源丰富,为了更好地利用丰富的富硒土壤资源,于都县新长征富硒产业园规划面积1200亩,总投资50亿元,旨在打造首个集研发、检测、孵化、生产、展销、体验为一体的富硒产业融合发展创新园。采用“龙头企业+村党支部+合作社+基地+农户”的模式,引进投资,带动村民增收致富。

江西夏园生态农业科技有限公司是首家入驻产业园的企业,旗下拥有生态农业科技公司、食品公司和供应链公司。提供了500个就业岗位,其中脱贫户100余人,月收入3000元,让当地脱贫户通过土地租金收益和务工收入稳定增收致富。

来自于都县的一组“硒数据”显示,截至目前,该县共有富硒认证产品162个,有机产品(含转换)认证证书17张,质量管理体系认证证书7张,江西名牌产品10个。该县“硒产业”已走向品牌化和规模化。

除了发展“硒产业”,2018年,禾丰镇引进了鑫悦农业有限公司打造了目前国内最大的单体兰花基地——禾丰兰花小镇。该基地占地面积3000亩,投资12亿元,集设施农业、生态农业、观光旅游于一体,已被评为江西省4A级乡村旅游点。自投入运营以来,兰花小镇年产兰花3800万盆,产值达3亿元,累计接待游客60余万人次,消费超1800万元。

随着兰花小镇的建成,周边6个村集体积极加入发展兰花产业的队伍,通过资金投入、土地流转、就业务工等方式,村集体经济年均增收8万元。鑫悦农业有限公司开发就业岗位800多个,将5000余户农户与兰花产业联结,带动农民户均增收3万多元。

花海、兰花超市、兰花度假酒店、亲子游乐园、非遗文化互动节、兰花名品展、插花DIY等活动,已成为禾丰兰花小镇的特色项目,形成“吃住行游购娱”全方位发展的产业链条。为了绘好美丽“兰”图,近年来,禾丰兰花小镇又投资建成占地15亩的标准停车场,配备车位160多个及充电桩、遮阳棚等配套设施;引进了禾丰·联晨高贸小镇项目,建成后容纳800户商户,向社会提供近3000个就业岗位。禾丰镇党委副书记、镇长刘剑说,要绘好“兰”图,以花为“媒”、以节“圈”粉,推动“花”式经济蓬勃发展,助推乡村振兴。



世界最大跨度三塔钢箱梁斜拉桥 全面进入主塔施工阶段

7月4日,世界最大跨度三塔钢箱梁斜拉桥——青龙门大桥主墩承台施工全部完成,全面进入主塔塔身施工阶段。由中国铁建大桥局、中国铁建港航局联合承建的宁波舟山港六横公路大桥二期工程全长18.78公里,连接了六横岛、佛渡岛、梅山岛三座不通陆运的小岛。其中青龙门大桥为全线控制性工程,总长2212米,设有3座主塔,主塔塔高249米。

作为“义甬舟”开放大通道的组成部分,六横公路大桥二期工程是共建“一带一路”倡议和“长江经济带”战略落实的重要项目。项目建成后,将打通宁波和舟山东翼核心岛屿的陆海通道,进一步促进宁波舟山港港区及临港产业基地发展,对促进国家海洋经济发展战略实施和国家级新区建设具有重要意义。

本报通讯员 孙镇霖 宋子凡 摄

从多家平台混战,到头部企业初显

互联网家居售后服务平台角逐正酣

本报记者 杨冉冉

在不久前结束的“618”购物狂欢节中,各行各业可谓使出浑身解数,力争销量再创新高。在家居服务业,各互联网家居售后服务平台也纷纷出击,抢占市场。鲁班到家宣布在“618”期间,对平台商家、师傅,分别提供亿元现金补贴;万师傅则上线“天天有特价”专区,爆品安装9.9元起,全国一口价,上门不加价。

今年以来,互联网家居售后服务平台动作不断。啄木鸟年初提交IPO上市申请,堪称一石激起千层浪。4月,鲁班到家宣布完成数亿元B轮融资。这是在资本寒冬下,互联网赛道出现的一次罕见的大型融资,让人们看到了家居售后服务平台的潜力。

蓝海市场值得期待

近日,正在装修的北京消费者石女士在电商平台购买了家具和家用电器等多款产品,她发现这些商家安排的售后安装人员都是从万师傅平台上预约的。而后,她自己也在万师傅平台上预约了开荒保洁和灯具安装服务。

传统家居售后市场用工模式下,技工师傅难就业,服务时缺乏规范指导;家居企业面

临养工成本上升、缺乏服务弹性和用工管控困难等问题;同时,消费者在有需求时难找师傅,服务价格不透明、缺少统一标准……这些问题给市场发展带来的瓶颈亟待打破。

而家居售后服务平台则在这些问题上显示出优势所在,其依赖互联网技术的信息分发和流程组织,打破了行业信息壁垒,成为用工的主要载体,扮演着连接家居企业、消费者和技工三端的角色。

平台一方面通过灵活用工的方式降低了企业自雇员工可能导致的高昂运维成本,另一方面通过数字化降低交易成本,同时为具备专业技能的师傅群体提供就业机会和更多保障。

据业内人士分析,从技术变革到模式创新,从产品提质到服务升级,家居售后服务平台将全面崛起,家居服务行业面临全新蓝海。

平台混战竞争激烈

据相关行业报告显示,中国家居售后服务市场规模已超过6000亿元,预计到2025年,规模将达到7185亿元。

目前,万师傅、啄木鸟、鲁班到家、奇兵到家、匠多多、安帮客等几十家平台均活跃于市场一线。各家平台都大力提升商家规模、技工师傅数量、订单量、服务品质等,力图做行

业领跑者。

以鲁班到家为例,该平台上线于2017年,目前已聚合全国300多万名专业技工师傅,解决了200多万套家具、家电、建材和智能家居等企业的售后安装维修等用工服务需求。其与凯迪仕、好太太、索菲亚等企业建立了策略协作关联,并成为抖音、淘宝、京东等官方指定的服务平台。

万师傅成立于2013年,服务链条覆盖从测量、拆旧、配送到安装、维修、退货等全流程,囊括小到门锁,大到全屋定制等家居全品类。1月12日,万师傅公布数据显示,其注册商家数达到120万家,消费者数量已经超过3000万人,入驻平台的师傅数量突破285万名。

可以说,该赛道依然处于前期阶段,还没有出现“独角兽”级别的平台企业,算是极少数互联网巨头并未涉足的“处女地”。从多家平台混战,到头部企业初显,家居售后服务平台角逐正酣。

现有模式仍需升级

在家居售后服务领域,想做到让消费者满意其实并不容易。面对传统用工模式的服务质量参差不齐、服务不规范等情况,家居售后服务平台需要有更好的解决方案。

对此,有平台规定,师傅入驻需要根据自

己擅长的技能,选择对应的服务品类;根据师傅的接单情况,平台为每位师傅评定星级、综合打分,并展示给商家和消费者。师傅服务流程全透明,物流点提货、上门打卡、货物检查、完工签署服务确认单……服务节点实时更新,售后过程清晰明了,以便商家能及时发现问题并处理异常情况。

不过,尽管各大家居售后服务平台对流程管理进行了详细规定,并尝试进行标准化运作,但仍不能完全解决家居售后服务质量参差不齐的难题。

以啄木鸟为例,其从2018年宣布“啄木鸟一口价”模式,致力于用“数字化”带动行业“标准化”,誓要一举打破行业乱收费乱局。但在社交平台上吐槽其“乱收费”“价格虚高”的评论和投诉数量不少。黑猫投诉平台显示,啄木鸟家庭维修的企业账号下面有181条投诉。有消费者反映:一共换了两个开关,花了438元。另外,还有媒体报道,因平台会对服务费进行抽成,有的师傅会向消费者虚报价格,从中获利。

业内专家认为,在家居售后服务市场走向成熟的过程中,平台有巨大的发展机会和增长空间。在竞争激烈的市场中,品质是核心竞争力,家居售后服务平台需要针对痛点制定更成熟的解决方案,以提升消费者体验。