

# 做强现代渔业“一条鱼” 奏响惠渔服务“共富曲”

□记者 陈逸麟 通讯员 钟梦诗

中国渔业看舟山,舟山渔业看普陀。

百年渔港沈家门旌旗林立,桅杆如云。商贾穿梭,人声鼎沸,来自东海渔场透骨新鲜的舟山海鲜,从这里销往全国各地。

1989年,舟山国际水产城鸣锣开市。33年时间,从小舟到巨轮,成为年交易额171.5亿元的国内海鲜批发零售领头羊,从零散到规模,660米海岸线,三大分场,年投售船只逾3万艘次,谱写出舟山海鲜批发零售的新篇章。

近年来,共同富裕的春风拂过江浙大地。舟山国际水产城从渔业生产实际出发,围绕“一条鱼”全产业链,不断完善市场管理机制,积极尝试数字化转型,扩大渔业文化影响力,逐步探索出一条独特的渔业共富之路。

渔业美,渔民富,各个生产环节通经润脉;海鲜肥,价格优,百姓餐桌珍馐常在,一张壮丽渔业共富画卷正泼墨而成。

## 【共富实践】

### 精心铸“市” 做好渔业生产大后方

“一条鱼”离水上岸,保鲜是第一要务。名声在外的舟山梭子蟹离海后存活时间短,活蟹和死蟹在口感、价格上大相径庭,如何保证梭子蟹的暂养成活率一直是市场的一大难题。

在梭子蟹交易的中心舟山国际水产城,一座座海水冷却塔正是梭子蟹的“保鲜神器”。“这台设备可以将海水冷却至7度,通过保温管输送到200多个门市部,可提升活鲜梭子蟹存活率50%左右。”水产城相关负责人介绍。

保鲜能力提升,让渔民和商户获利更多,让老百姓吃得更新鲜,这是水产城做好渔业生产大后方的一个生动注脚。

近年来,舟山国际水产城从创新管理机制、提升市场功能、规范市场管理、优化营商环境上下绣花功,进一步完善市场管理运行机制,做强“一条鱼”全产业链体系。

码头靠泊、卸货、装运管理流程不断优化,统一实施船只靠泊预约制,码头出入证制度,让卸货效率不断提升。

场内车辆分类分区定点停放,建立场内短驳运输车辆管理的“统一调度、统一运价、统一保险”的运行管理机制,让码头交通更有序。

文明、卫生城市管理建设持续推进,进一步落实环保主体责任,与城管部门一起严控“抛洒滴漏”源头,改善市场环境。

今年以来,水产城更是以“标准、规范、精细”为要求,完善市场管理各项规章制度,启动市场北门岗改造、震洋地块临时交易设施建设,为秋季交易高峰做好准备。在疫情防控常态化形势下,水产城进一步响应国家号召,为经营户减免房租近1000万元,用心用情服务商户。

今年1-9月,舟山国际水产城完成水产品交易量40.23万吨,交易额94.04亿元,一大批优质水产经营大户和渔业经纪人脱颖而出,实现了市场投售船源、货源和人源的最大化集聚,市场竞争新优势充分突显。

### 以“数”为媒 探索惠渔服务新路径

9月17日上午,“共富舟山 年年有鱼”2022线上东海开渔节启动仪式在舟山国际水产城隆重举行,发布“东海开渔节暨舟山国民水产品消费提升计划”,令人耳目一新。

“今年的主题是‘网红经济’,我们将助力水

产城在发展网红带货、培育网红达人、优化发展环境等方面进行更多的创新和探索,扩大舟山海鲜的美誉度和市场占有率,助力打造千亿级现代海洋渔业产业。”市商务局相关负责人说。

船来船往、千帆飘扬、码头熙攘、争相抢鲜,这是渔获物日常交易的场景。近年来,乘着数字化改革东风,舟山国际水产城让海鲜搭上互联网经济的顺风车,这样红火热闹的鱼市交易场面正逐步向线上延伸,舟山海鲜正通过直播间、网购走入更多百姓家。

走进水产城中控中心的“智慧渔农数据驾驶舱”,进港渔船定位、码头卸货量、分销各地商品的实时数据尽在掌握。“一屏”即可知海鲜“来自哪里,去向何方”,让每一只螃蟹从海底到餐桌的轨迹可视、可查、可溯源。

在水产城数字指挥管理中心,AI摄像头正自动识别统计码头卸货情况,后台大数据实时分析,科学管理市场的交易流、信息流、人流、物流、资金流,让市场运行效率得到突破性提升。

打开普陀智慧渔农产业服务平台、水产品B2B线上交易服务平台、水产城B2C自主品牌天猫旗舰店等交易平台,数十家优质水产品专业电商齐聚,消费者动动手指即可把码头“搬”到家门口。

今年8月,“普渔乐”渔需物资采购平台上线,一站式包办渔民出海渔需物资采购服务、渔业产业供应链服务、渔业创新贸易服务三大主要场景需求,将数字化服务延伸至渔业生产前端,进一步降低渔业生产成本,提升融资效率40%以上,增加渔民收入。

构筑数字“新基建”,更需立好“新规则”。舟山国际水产城引入驻电商成立新电商党建联盟,以6个群团组织为载体,融合园区内27家水产电商头部企业,形成“1+X+N”组合式联盟共同体,强化海鲜电商行业内自律,培育独特的海鲜电商文化。

### 商旅融合 助力百年渔港焕新颜

沿着滨海大道这条城市风景线一路向东,远远看到舟山国际水产城灰色大楼外的“渔”字,渔港特有的淡淡鱼腥味迎面而来,沈家门渔港就到了。

这座已有600多年历史的老渔港曾是舟山旅游金三角之一,但因旅游市场消费群体的变化等原因,逐渐淡出了旅游热门目的地的名单。近年来,普陀区聚力打造沈家门渔港小镇品牌,力图通过城市有机更新,让老渔港重聚人气,而舟山国际水产城3楼的渔民广场就是沈家门渔港的西

侧门户,也是游客来此的第一站。

渔港的一草一木无不向来访者诉说着人与海的故事,如何讲好这个故事,这座渔港门户一直在探索。近年来,舟山国际水产城不断更新渔民广场业态布局,将海洋文化元素融入广场标识牌和交通引导标志等设施。走进渔民广场,巨大的渔船雕塑,以及渔市博物馆和渔港小镇会客厅中一幅幅老照片,从细微之处见巧思。

深植古老的文化底蕴,引进充满活力的商业业态。海滨电影院、“帆船咖啡”、“便邻士”24小时便利店、“柒茶奶茶”等近年来陆续落地渔民广场,“东极大黄鱼展示馆”“舟山海鲜体验馆”等已进场装修,这里正在成为沈家门老城区“文艺新潮”的前沿。

今年以来,舟山国际水产城进一步加大招商引资力度,多渠道寻找招商合作伙伴,持续跟进与中国地利集团、顺丰科技集团、京东科技集团等公司的对接沟通,深入洽谈合作内容。

“接下来我们还将继续调整渔民广场功能业态和商业模式,整合市场零售摊贩资源,拓展健康轻食、水产自助、国际餐饮、烧烤排挡、音乐餐厅等新消费形态,进一步聚集渔民广场人气,打造舟山网红新地标。”舟山国际水产城相关负责人说。



本版图片由舟山国际水产城提供



## 【共富故事】

### “互联网+水产品” 打造产业新集群

满载着鱼货的运输船刚靠岸,等待已久的运输车依次在岸边排开,船工们将一箱箱海鲜搬上岸,进行卸货分装。曾几何时,透骨新鲜的舟山海鲜因种种原因难以走出长三角。近年来,舟山国际水产城大力推动“互联网+水产品”引入电商新业态,打造全新的产业集群。

位于水产城渔民广场的电子商务产业园区,已建成的水产品O2O电商平台,引进了专业电商管理和运营团队,并尝试发展跨境电商,实现货源组织、物流配送、品牌保护“三统一”。

如今,入驻水产品专业电商有70余家,2021年电商线上交易额突破5.25亿元。

“电商改变了传统商业模式,让越来越多的年轻人重新回到舟山。更让海鲜走出了长三角,卖到了更远的地方去。”园区一位电商老板说。每天都有无数订单通过平台发往舟山,数千箱装满海鲜的快递也从这里运往全国。

改变商业模式的同时,电商也倒逼着渔业产业生态的升级。在电商直播订单爆发带来实质利益后,上游的渔船开始主动升级船上冷冻设备,以确保海鲜品质。同时也对海鲜进行分级,将品相较好的海鲜整理出来后再联系经销商进货,次品则通过其他渠道销售。

### 重拳打击不法行为 优化营商环境

“蟹上市了,你们也忙起来了,一定要注意诚信经营,不能虚假宣传。”“拉货时慢点,安全第一,有什么困难及时跟我们反映。”开渔季,水产城工作人员全天候在码头巡逻,并不时提醒经营户、小工合规经营。

作为规模位居全国前列的水产品交易市场,水产城鱼多、蟹多、人更多,如何管好市场,维护良好的市场秩序和营商环境一直是个难题。

今年休渔期,水产城管理方全面优化市场管理机制,全面落实“凭证入场”机制,在卸货码头设立隔离栏,并安排专人进行管理,杜绝码头“加塞”行为,提升卸货效率。

水产城还积极配合市场监管部门,对涉嫌虚假宣传的主播进行调查取证,对不法行为进行查处;场内管理人员结合日常巡查工作,对经营户和交易人员进行广泛宣传提醒,并发动群众积极举报相关情况线索,营造良好网络环境。

开捕以来,水产城还配合公安机关,全面加强“警保联动”,及时处理矛盾纠纷,进一步夯实市场内平安基石,让广大经营户安心交易,平安交易。

## 【共富回音】

### “城”通四海 “鱼”畅八方

一头连着渔场,一头连着市场,舟山国际水产城既要做大广大渔民的“大后方”,又要当全国消费者的“保鲜库”,责任重于泰山。精细管理,周到服务,鱼货进出顺畅;现场交易、网红直播,诚信买卖双赢;数字赋能,调度有方,传统产业焕新……无怪乎,明明是水产市场,却成了文旅结合的“渔民广场”。这儿,真有了太多看点 and 亮点。