

新特产新味道

宜都鱼子酱“鲜”市场

本报记者 柳洁 董庆森

“加工鱼子酱前,我们都要进行鱼卵探测,确保每一克鱼子酱的品质。”湖北清江鲟鱼谷特种渔业有限公司总经理季坚义说。

这份对品质的极致要求,源于6年前的一次转型抉择。2018年,季坚义把全球首个室内工厂化鲟鱼养殖车间放在宜都市高坝洲镇天平山村。经过多年发展,鱼子酱已成为宜都名副其实的特色农产品,助力宜都持续擦亮“世界鲟鱼之都”金字招牌。

“宜都产”供不应求

每天,有超过1万罐鱼子酱从宜都发出。7天后,这些鱼子酱将准时出现在美国、欧洲、中东等国家和地区的米其林餐厅,以及北京、上海等城市的高端餐厅。

这股强劲的销售势头,让企业负责销售的董事马敏从年初就进入了“连轴转”模式。接待客商、洽谈订单、统筹产销……她的日程表被填得满满当当,订单电话更是一个接着一个。

“目前国内待交货的鱼子酱订单还有15万盒,国外3吨订单也一直在催。”马敏说,“全年的生产任务早就排满了,可订单还在增加。”

如今,宜都生产的鱼子酱已然形成规模、叫响品牌。2024年,宜都鱼子酱总产量突破100吨,总产值超4亿元,销往迪拜、俄罗斯、加拿大等20多个国家和地区,并构建起从生态养殖、精深加工到全球销售的全产业链条。

这份“供不应求”的火爆,也正在重塑全球鱼子酱市场的传统格局。如今,世界70%的鱼子酱来自中国,而宜都就占全球份额的30%,成为国际高端鱼子酱供应链中举足轻重的一环。

走进鲟鱼谷的无菌低温车间,只见刚刚取出的鲟鱼卵经过挑卵、洗净、拌盐等十多道工序后,由身着防护服的工作人员飞快装入马口铁小罐中,小心压实密封。

“所有工序,必须在15分钟内完成!”车间生产主管杨培琼介绍,“这是锁住鱼子酱鲜味和风味的黄金时间。”

车间外,数辆专用冷藏运输车辆早已准备就绪。“这一批鱼子酱即将装车,发往上海和深圳。”对杨培琼和她的生产团队来说,这样紧张有序的生产场景已是常态。

清江水“智”养好鱼

世界鲟鱼看中国,中国鲟鱼看宜都。即将于今年10月举办的世界鲟鱼大会,其重要的现场参观点就选在了宜都鲟鱼谷。

是什么让宜都鱼子酱享誉全球?答案藏在“好水养好鱼,好鱼产好鱼子”的生态链条中。

宜都境内的清江水质优良,冬季水温在12℃以上,夏季不超过22℃,含氧量充足。立足水资源优势,当地自20世纪90年代开始培育鲟鱼产业,到2015年,宜都鲟鱼养殖量已占全国的三成。

2016年,宜都全面清理境内养殖网箱,鲟鱼全部“上岸”。2018年,宜都建成全球首个室内工厂化鲟鱼养殖基地,以生态循环模式开启鲟鱼“上岸”新篇章。

“鲟鱼是一个好产业,但粗放式养殖的老路肯定走不通。绿色智慧渔业,才是生态和

湖北宜都清江鲟鱼谷养殖基地里,室内外1000余个鱼池规则分布、连成一片,大小不一的鲟鱼正悠闲地游来游去。

都 轩摄(中经视觉)

上图 备受消费者喜爱的鱼子酱冰激凌。

本报记者 柳洁摄

效益双赢的新路径。”季坚义在建设基地之初就定下这个目标。

经过数年发展,如今,走进鲟鱼谷,这座规划面积1650亩的产业园区,已建成21万立方米设施鲟鱼养殖区,基地屋顶的20多万片太阳能光伏板正源源不断地为7个养殖车间提供电能。1000多个精养池中,欧洲鲟、达氏鲟、西伯利亚鲟等26种鲟鱼自在游弋。企业现有的110余万尾鲟鱼中,不少是当年清江网箱“上岸”的老住户。

基地引用清江水,精准调控水质、流速、水温与溶氧量,完美还原清江生态。鱼池旁配有微生物循环净化池,利用高压氧处理排泄物和污水。处理后的水经多重净化,达到Ⅱ类水质才能排回清江。

““数字渔业系统”平台可以对12万平方米车间进行24小时全方位监测。”点开手机,季坚义向记者展示了该系统实时采集的鲟鱼生长、水温、水质等数据。“平台整合了监控、检测与控制功能,还能精准管理并自动完成投饵、增氧等操作。”季坚义说。

为了更好地掌握鲟鱼养殖和鱼子酱加工技术,季坚义还专门请来专家指导,并联合水产所、高校等组建了专家服务团队保障生产。

如今,清江鲟鱼谷已拥有40多项发明专利,多项技术属行业首创。农业农村部、财政部设立的国家特色淡水鱼产业技术体系中,“保鲜与贮运”和“鲟鱼营养需求与饲料”两个工作站均落户于此。

数字化和科技带来的效益显著。同等养殖规模下,数字化车间养殖鲟鱼能节地99%、节水95%,且养殖周期变短,产量更高。“现在每立方米的鲟鱼产量达40公斤,和以前粗放式养殖相比,增加2倍以上,鱼子酱的产能和品质也大幅提升。”鲟鱼谷养殖负责人刘忠兴说。

珍馐端上百姓餐桌

凭借养殖技术的突破和清江流域的优质水源,以鲟鱼养殖著称的宜都崛起成为中国鱼子酱的核心产区。昔日仅供星级酒店与高端餐厅的奢侈美味,如今已走进自助餐厅、大型商超,“飞入”寻常百姓家。

“来份招牌鱼子酱冰淇淋!”“30元。”宜都鲟龙湾的鲟龙水街首家鱼子酱线下体验店里顾客不断。只见店员麻利操作,在淡黄色的冰淇淋球上铺了5克深黑晶亮的鱼子酱,一份精美的鱼子酱冰淇淋就完成了。“每份鱼子酱都是现场单独开启罐装铁盒,保证新鲜口感。”店员介绍。

体验店火爆销售的场景,是宜都鱼子酱产业探索平民化路线的生动缩影。在宜都大酒店,推出了多款亲民鱼子酱融合菜,其中颇受欢迎的特色菜“鲟龙鱼子酱”每份仅需68元,获评“宜昌十大名菜”;在高坝洲镇,经营“鲟鱼宴”的农家乐已有30多家,特色鲟鱼宴、鱼子酱宴已成为大众喜爱的“宜都味道”……

在产业端,“鲟鱼谷”积极响应市场需求,根据鱼子酱的综合品质,提供5克至500克不等的数十种规格产品,其中5克、10克小罐装主打平民市场,供应自助餐厅、商超及线上平台。

走好平民路线也进一步激活了国内市场需求。马敏介绍,预计今年企业鱼子酱总产能将突破120吨。

面对市场对鱼子酱需求的激增,鲟鱼谷计划新增20.5万立方米现代化设施渔业养殖区,并建成超8000平方米的鱼子酱全球加工中心。据悉,此轮扩建工程正抓紧施工,预计今年9月底建成投产,届时年加工鲟鱼能力将从当前水平跃升至3000吨,鱼子酱年产能突破600吨,达到目前产能的6倍。

小小鱼子酱带动的鲟鱼产业,还拉动了宜都文旅、康养、餐饮等一系列产业发展。位于长江、清江、渔洋河三江交汇处的鲟龙湾,作为以鲟鱼文化为核心主题的大型文旅综合体,已成为人气爆棚的产业融合新地标。

“如果说鱼子酱是‘1’,那么宜都在此基础上开拓的产业空间已经有多个‘0’,形成了一条产值过百亿元的产业链。”宜都市相关负责人表示。当前,鲟鱼谷产业博物馆、科研基地及数字渔业中心正加紧建设。未来,宜都将持续深挖产业潜能,打造集鱼苗繁育、养殖加工、全域销售及三产融合于一体的现代产业园,目标为年接待游客100万人次,带动上下游共筑百亿元产业。

近几年,人们的出游方式发生了明显变化,过去那种“看山看水看建筑”的传统观光模式逐渐被“见人见物见生活”的个性化出游体验所取代。这种转变不仅体现了旅游方式的革新,更体现了人们消费理念的转变——更关照情绪的满足。

情绪消费,指的是消费者在购买商品或服务时,更多地考虑自身情感需求与感受的消费行为。与传统的观光旅游不同,这种消费模式更加注重旅游过程中的情感体验、文化沉浸和精神满足。比如,“传统节日+出游”激发了人们对国风文化、特色民俗的探索欲望;“特种兵式旅游”强调在短时间内高效浏览多个景点,充分体验当地的特色文化;“早市打卡”和“博物馆打卡”让消费者在品味地道美食、领略历史文化的同时,深度融入当地生活……游客们不再满足于拍照留念和购买纪念品,而是希望在旅途中获得心灵的触动和情感的共鸣。因此,“带着心情去旅行”“让风景成为生命中的彩色篇章”成为消费者走出家门、拥抱自然的新文旅宣言。

各地文旅部门都在主动积极适应这一文旅消费新趋势,通过提升旅游体验感和服务质量,来满足消费者的情感需求。各地不仅关注景区的硬件设施建设,更注重打造独特的文化氛围和旅游体验,让游客在旅行中找到精神层面的归属感和自我认同感。

随着新消费时代的到来,传统的消费模式和场景已经难以满足现代消费者的多元化需求。新场景的构建和新玩法的涌现,不仅为消费者带来全新的消费体验,更推动着整个消费市场的创新与变革。“氛围升级”作为现代消费者追求的一大特色,体现了他们对于消费场景的情感寄托和期待——在更为“超感立体”的沉浸式体验中获得全方位的满足。通过精心打造的新场景和营造出的独特氛围感,文旅市场能够更好地触动消费者的情感,从而与他们建立起深刻的情感纽带。这种情感纽带不仅能够提升消费者的忠诚度和满意度,更能够在激烈的市场竞争中赢得优势。

文旅产业与其他领域的跨界融合,如文旅+音乐、文旅+科技、文旅+电竞、文旅+研学等,正创造出极具震撼力和沉浸感的新型休闲娱乐模式,带动着消费的多元化发展。在多样的场景中,消费者可以根据自己的想象和情感“构想”属于自己的故事,暂时远离尘世喧嚣,找到心灵的慰藉,获得满足感与归属感。

创造消费新需求与提供高品质服务是带动情绪消费的又一关键策略。随着消费者对个性化、定制化出游服务的需求日益增长,各地文旅部门可积极通过市场调研和数据分析发现消费者的潜在需求,进而开发出更加符合他们期待的新产品与服务。同时,注重提升文旅产品的文化内涵,通过创意设计和精细化运营,将地域文化、历史文化等元素融入文旅产品,打造出独具特色的文旅品牌。此外,为消费者提供高品质服务还体现在细节上。例如,为消费者提供定制化的旅游路线规划、贴心的导游讲解、舒适的住宿环境以及独特的美食体验等,让消费者充分感受到被尊重与关怀,他们的情感自然会被极大地调动起来,进而转化为消费动力,更愿意为高品质的旅游体验买单。

非 遗 魅 力 解 锁 流 量 密 码

本报记者 郁进东

不久前,江西景德镇陶瓷艺术家芷安来到位于宁波郑氏十七房景区的镇海区非遗馆开展“大漆艺术展”。作为“最镇海 等你来”非遗主题月的重头戏,展览不仅展示了中国非遗漆艺的独特魅力,更成为引爆当地文旅景区的“流量密码”。宁波郑氏十七房景区负责人陈夫猛表示,非遗展览带来了实实在在的人气和消费,仅端午假期,景区游客同比增长66.7%。

宁波镇海区拥有蛟川走书、漕浦船鼓、镇海口海防历史故事等各级非遗项目52项,非遗代表性传承人60名。如何让古老非遗焕发新活力?该区探索出一条“双向赋能”路径:依托丰富非遗人才资源和精心打造的非遗馆、手艺人部落、非遗工坊等空间阵地,深挖“非遗+文旅”融合文章——以非遗魅力赋能文旅活力,借文旅业态焕新非遗生机。

“我们将非遗馆、手艺人部落等特色场景植入景区,盘活城乡闲置空间,让非遗有展示平台,更成为文旅的核心吸引力。”宁波镇海区文广旅游体育局副局长张琳介绍,目前,该区精心打造的10个特色非遗空间,已成为市民游客争相打卡的热门地。

这些空间的成功实践,在多个村镇生动上演:在永旺村,手艺人部落推出的非遗研学课程累计吸引市民游客超1万人次。曾经以村咖、村景闻名的永旺,如今因“村艺”的注入,显著延长了游客停留时间,有效促进了文旅消费。在漕浦镇,当地深耕省级非遗漕浦农民画,打造农民画文创中心,印有农民画元素的渔夫帽、雨伞、丝巾等衍生文创产品持续热销。农民画文创中心还联合邮政部门,打造了宁波首家农民画主题“邮政咖啡”,推出农民画明信片。“印着农民画的丝巾卖得最好!”漕浦镇农民画文创中心负责人李闰指着热销产品介绍:“文创是推广非遗的绝佳载体。”

让非遗焕发活力,“动”起来是关键。为此,镇海区每月组织非遗代表性传承人深入各个非遗空间展演、互动。这股活力在“最镇海 等你来”非遗主题月中集中爆发——密集推出10余场深受市民游客喜爱的“非遗新声、手艺潮玩”特色活动,成为文化消费新选择。

这些动态展示的吸引力立竿见影,影响

力持续扩大。6月下旬,永旺村的手艺部落迎来一批特殊“学徒”——来自泰国、蒙古国、尼泊尔、肯尼亚等国家的56名外国教师。他们动手体验衍纸艺术、糕点制作等技艺,一场指尖上的文化对话就此展开。“第一次来中国!这里让我触摸到了更鲜活的中国文化,太棒了!”尼泊尔教师潘迪赞叹。

为最大化释放“非遗+旅游”活力,镇海区正积极推动“非遗点+旅游线”的“串点成线”行动。通过整合全区非遗工坊、非遗馆、博物馆、旅游景区等节点,精心打造了“郑氏十七房景区+宁波帮博物馆+招宝山风景区”等非遗主题“一日游”精品线路。这条融合了历史、商业文化与非遗的线路,已带动相关文创、农产品等销售超2.1亿元。同时,依托这些节点开发的各类沉浸式非遗研学项目,累计吸引学生、游客参与体验超3万人次。

从静态展览到动态互动,从单点打卡到线路串联,宁波镇海区正通过非遗与文旅的深度融合,让传统文化焕发新生机,更实实在在地绘制出文旅消费与乡村共富的新图景。

本 版 编 辑 银 最 美 编 高 妍

非 遗 手 艺 人 研 学 中 心

国际友人在宁波永旺村的非遗手艺人研学中心前合照。

(资料图片)