



三代“海蜇人”

陶倩楠

陶倩楠，1984年2月出生，营口辰光水产有限公司总经理，中国致公党党员，致公党辽宁省委会农业与农村委员会委员，政协营口市鲅鱼圈区第十届委员会委员。

爷爷和父亲：探索和志向

“靠山吃山、靠海吃海”，这句朴素的俗语道出了自然资源对人们生活的重要影响。

我的家就在渤海岸畔的盖州市。改革开放以前，这里的人们主要以种地为生，人们充其量不过是在近海打点小鱼小虾，丰富一下自家的餐桌，或者到集市上换点零钱补贴家用。上世纪80年代，鲅鱼圈有了一批闯海人。渔获季节，船一靠岸，黄花鱼、鲅鱼、梭子蟹、海蜇等各种各样的鲜活水产摆满了码头，空气中弥漫着海蜇的味道。我的爷爷就是这个时期与海蜇结下缘分的。爷爷是国营工厂的退休干部，有着丰富的企业经营经验。他敏锐地把握住了商机，开始做起了海蜇贸易。

渤海是我国纬度最高的海域，这里的水温低，天然海蜇品种优良，生长周期长，肉质饱满，营养丰富。史书《博物志》曾记载中国是世界上最早食用海蜇的国家，《本草纲目》也曾详细记录过海蜇具有食药同源用途，而我们营口就是中国最早的海蜇加工发源地和集散地。上世纪八九十年代，随着改革开放的浪潮，营口的海蜇加工和贸易产业迅速发展起来。爷爷远赴上海以及江浙，把营口海蜇大量销往江浙地区，成为当时有名的营口海蜇贸易商。

爷爷可以称为改革开放后第一代的贸易商，而父亲则是恢复高考后第一批大学生。

1977年，父亲还在当时的盖县农村，是一名下乡知青。恢复高考的消息给他带来了希望，复习2个月后，他成功考入沈阳农业大学的农业机械专业。毕业后，父亲被分配到盖县农机研究所。父亲是所里唯一的大学毕业生，他用了3年时间，又考取了机械工程师资格证。不知是不是受了爷爷的影响，1984年，父亲选择“海蜇加工机械化”作为研究课题。

听父亲讲那段经历时，我觉得这个课题对于他，似乎并不仅仅是一项工作，而是一项事业。为了完成这个课题，他跟着渔民一起出海，学习怎样分离蜇头蜇皮、洗刷粘液、盐矾腌制、储存包装。大学毕业的工程师成了当地渔工的小学生。然而，受过高等教育的父亲，善于从实践中发现规律、总结规律、验证规律。一年以后，父亲写出了一本关于海蜇加工的小册子，之后印了几万册，卖得一本不剩。

那时国家也正鼓励研究所搞创收，在所领导的支持下，父亲用自己研究总结出来的方法在海边加工海蜇，一年时间就给研究所赚了10万元，相当于当时全所50多人两年的工资。

钱虽然是赚到了，但父亲的研究项目进展却并不顺利。从技术上看，海蜇加工机械化十分困难。同时，国内每年捕捞时间有限，海蜇的供应也难达量产需求。再加上研究经费的断档，很长一段时间，父亲只能把海蜇加工机械化作为一个心愿深埋心底。但他并不放弃，仍利用业余时间研究海蜇加工。

父亲：转战渤海

1992年，父亲在海蜇加工领域潜心研究了8年，已经是所里的研究室主任了。这一年，邓小平南巡讲话掀起了深化改革的热潮，父亲思来想去，放弃了研究室主任的职位，选择了“下海”。

那可真的是“下海”，父亲每天回到家里，带回来的都是一身疲惫和一身的海腥味。父亲创业初期，主要是在海边收购海蜇，组织人员加工，然后销售出来。海蜇是有汛期的，汛

期一到，上百条船一起出海，陆续满载返航，岸边很快就被渔船挤满。父亲站在渔场边，满载海蜇的渔船一靠岸，他就上去看货，和渔民谈价钱，然后卸货、过秤、交钱。一条船的海蜇还没卸完，另一条渔船又到了。偶尔有空的时候，又要到现场指挥加工海蜇的工人。渔船不断，加工不完，他一刻也不能休息。父亲讲，有一次他3天没合眼，累到出现了幻觉，分不清眼前的人是谁，差点把过路人当成船老大，要给人家货款，直到有一个人使劲拍了他肩膀一下，他才清醒过来。

“下海”创业要肯付辛苦，也需要能担风险。有一年，海蜇大丰收，父亲收了一大批海蜇，加工好了，海蜇的价钱却跌得很惨。有的人赔本把海蜇都贱卖了，但父亲没卖。他对自己的加工技术有信心，加工后，品质好的海蜇可以存放两年以上。父亲把货压了一年。6000桶海蜇露天放着，苫布都被海风吹烂了。到了第二年，海蜇产量骤降，海蜇市场价格被抬高，父亲不但没亏，还赚了一大笔钱。

接着，父亲带着全家转战山东莱州，在莱州建了一个海蜇加工厂。那时我已经上小学六年级了，也能帮父亲干点活。蜇汛一到，从海边收购的鲜海蜇被一车一车地运到工厂，我和女工们一起分离蜇头蜇皮，手都被海蜇的毒液蜇烂。年纪稍大一点，我还押过车。加工好的海蜇要运出去，就得有人“押车”。有一次靠着包装好的海蜇睡着了，身上被蚊子叮出了无数个大包。

1997年，父亲在鲅鱼圈建起营口辰光水产有限公司，海蜇生意开始走向海蜇深加工。企业的标识是父亲亲自设计的，而辰光这两个字，分别取自盖州的古名“辰州”和莱州的古名“光州”。

每年7月末，绵蜇能长成蒲扇大小，渔民们只要几天工夫，就要完成绵蜇捕捞。8月到9月，又到了捕捞沙蜇的时候，碾盘大小的沙蜇要比绵蜇大上一圈。那时候，鲅鱼圈沿海村子有很多家海蜇加工厂，父亲收购的海蜇也在这里进行粗加工，再运送到青龙山大街进行深加工。营口的封海期，渔民们都休息了，但父亲的工厂却没有淡季，本地的海蜇加工完了，再从世界各地进口海蜇加工出口。经过深加工的海蜇远销全国各地，本世纪初的几年，辰光水产的海蜇远销日本、韩国，现在还销往北美和欧洲，企业规模最大的时候有过140多名员工。

父亲和我：加拿大的公司和美国的工厂

2003年，我高中毕业，来到加拿大一所公立学院留学，读企业管理专业。读书期间，为了取得一些实践经验，我曾在超市里当收银员，也给商

超送货。毕业后，我在加拿大东部的一家中华食品供应商那里找到了一个职位，做了几年管理工作。2009年，对加拿大商业运营模式和规律有一定经验之后，我在父亲的支持下创立了一家公司，专门经销海蜇，逐渐成为当地的海蜇供应商。

2011年，得知美国波士顿要举办国际水产博览会后，我鼓动父亲参加。

西方人没有吃海蜇的习惯，也不懂得如何加工海蜇。当我们的海蜇产品出现在波士顿国际水产博览会的展台上时，吸引了众多国外水产厂商惊奇的目光：“海蜇也能加工成这样？”很快，美国洛菲尔德渔业公司邀请父亲和我去他们公司考察、洽谈合作。这是一家有着悠久历史的渔业公司，公司的一代掌门人曾有一个遗愿，就是“把海里的海蜇打捞上来，卖到亚洲去”。我们的产品让他们看到了实现这一遗愿的希望。

在这家公司，我们看到了各种机械化的加工设备和专业捕捞船，也深知这里有丰富的海蜇资源。当父亲要看看当地的海蜇时，对方竟然从冰箱里拿出一只冰冻海蜇，解冻之后，海蜇化成了一滩水。按照父亲的要求，对方现场打捞出100公斤海蜇。父亲拿出明矾，凭经验抓取与盐混合，开始了盐渍海蜇的“魔法”。仅仅一天时间，海蜇就变成了晶莹剔透的“琥珀”，能长期保存，淡化后即可食用。这让美国人大呼神奇，一项合作开办海蜇加工厂的意向因此达成。

签订合作意向后，经过无数次的试验和调整，父亲把海蜇的加工时间从传统的15天缩减到1天，还在美国的工厂里实现了流水线加工，既缩短了加工时间，也保证了食品安全。

从这次合作开始，我和父亲也成了最佳搭档。我对父亲在海蜇加工方面的造谐深信不疑，父亲对我在开拓市场、品牌营销方面的才能也充分认可。从2012年到2017年，我在美国、美国之间两头跑，作为项目经理推进美国海蜇加工厂建厂工作，直到工厂建设全部完成、与洛菲尔德渔业公司的合作进入稳定发展期。

我和父亲：名品和标杆

2017年，我回到国内，专心协助父亲发展辰光水产的事业。

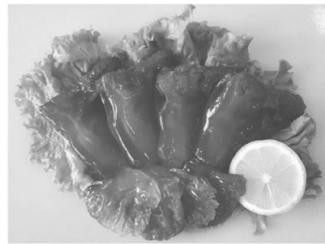
一开始，我单独拥有一个公司，主要负责海蜇的海外业务以及企业的品牌和营销，很快，父亲把辰光水产有限公司交到我的手上，他自己则仍专注于海蜇的收购和加工。回国后，除开拓海外市场、加强品牌营销之外，我也把主要精力转到产品开发上。传统的海蜇加工工艺，盐渍的海蜇需要淡化10多个小时才能入口，这显然满足不了现代人的要求。从2017年开始，我与大连民族大学生命科学学院合作，组成即食海蜇科研专

项小组，最终研发出辰光即食海蜇。这种产品开袋即食，而且像方便面一样附带料包。经过全方位的监测，这种即食海蜇虽然“抛弃”了饱和盐水的包裹，但仍然保持了最高的食品安全等级。

2017年下半年，辰光水产的即食海蜇被国内知名水产品品牌选中，2018年开始量产。十多年前，最好的产品都出口了，国内只能买到传统工艺制作的盐渍海蜇，产品品质不高，而且食用极其不便。现在国内消费能力增强了，我们把曾经出口的产品进行再次优化升级，做内销。如今，这些挑选最优原料做成的即食海蜇也已成为营口的特色产品，出现在国内百姓的餐桌上。

2022年，中央电视台一个摄制组来到鲅鱼圈，专门为营口海蜇拍摄了一个纪录片，取景地就在我们辰光水产有限公司。片中以辰光水产有限公司的产品为例，突出地宣传了当时升级换代后海蜇产品的品质——每一张蜇皮表面的薄皮都被细心地打磨掉，每一块蜇头都晶莹剔透、色如玛瑙，每一包料包都经过科学配方、反复品尝，确保能完美地烘托出即食海蜇鲜美的风味和爽脆的口感。“莹洁玻璃白，斑斓玛瑙红。酒边尝此味，牙颊响秋风”，我在朋友圈里这样介绍自家产的海蜇。在我心中，海蜇是中华料理界凉菜中的王者。

2022年，央视的纪录片中报道了辰光水产有限公司直播带货的做法，还用了父亲在直播间介绍海蜇产品的镜头。是聘请大腕明星为产品直播带货，还是自己组织员工直播？和父亲一商量，我们选择了后者。说起介绍海蜇产品，没有谁比我们这些亲手研究制作出这些产品的生产者讲得更清楚、更透彻、更有说服力。我找来业内的高手，给公司员工进行培训，动员组织企业干部员工上线直播，公司的一批员工走进了直播间当起了主播。他们语言可能比不上播音员标准，形象不如演员明星出众，但对于海蜇产品专业知识的掌握、对自家产品品质的熟悉和自信，却是明星大腕们所不具备的。很快，我们自己的一批“直播明星”成长起来。通过直播，企业建立了直接面向消费者的销售渠道，也极大地宣传了辰光海蜇产品以及营口海蜇产品的品牌。父亲也有了一个新习惯，一有闲暇，就打开手机，看公司员工的直播，然后让我指导员工，在哪些方面再加强宣传引导、在哪些方面再做一些改进提升。老人有一种信念，渤海的海蜇是品质



最好的海蜇，我们要用最好的技术，让消费者享受到最鲜美的产品。

现在，辰光水产每年出口海蜇占比超过营口海蜇出口总量的两成，位列海蜇出口企业前三强。现在，父亲的愿望是能把在营口的海蜇加工厂建成一个“标杆”企业，率先形成行业的加工标准。他还想在美国建设一个完全机械化的海蜇加工厂，助力营口海蜇成为中国乃至世界的海蜇第一品牌。

