



# 高科技養鱈 中國魚子醬產銷世界第一

## 熱銷歐美 從地道「西洋貨」到擁有自主核心種源

### 中國「新土特產」

黑色黃金、裏海黑珍珠、世界三大奢華美食之一……作為節日餐桌上的高端珍饈，魚子醬在許多人的印象裏一直是「西洋貨」，由一系列歐洲品牌傳承至今。然而，最新數據顯示，中國已是這一餐桌「貴」客最大的生產國和出口國，佔據了全球50%以上的市場。

其中，來自浙江的杭州千島湖鱈龍科技股份有限公司更是通過高科技賦能提質增量，2025年以270噸的出口量佔到了中國出口市場的70%，且自主培育出以魚子醬生產為目標的本土雜交品種「鱈龍一號」。如今，在為歐美大牌持續供貨的同時，鱈龍科技攜自有品牌「卡露伽」魚子醬跨界合作開拓消費新場景，浙產魚子醬供不應求。



加工車間內，工人正在罐裝魚子醬。受訪者供圖

來自浙江的杭州千島湖鱈龍科技股份有限公司通過科技賦能提質增量，2025年魚子醬的出口量有270噸。圖為鱈龍科技位於浙江衢州的養殖基地裏有數百個直徑10多米的圓形養殖池。受訪者供圖



大公報記者 俞晝

要想得到一罐優質的魚子醬，先得有一條優質的大鱈魚。在浙江衢州，青山綠水孕育出了中國新「土特產」。走進鱈龍科技的養殖基地，數百個直徑10多米的圓形養殖池內，自動投餵機靜靜地矗立在水池中央，一旁的水壓製氧機開足馬力旋轉，10餘萬尾不同品種的鱈魚正在從烏溪江引入的冷水裏游來游去。

### 衢州烏溪江水質一流 適合養殖鱈魚

「你可千萬別小看這池子裏的一尾尾鱈魚，他們價值不菲。」工作人員介紹道，「以目前市面上最貴的歐洲鱈為例，因其魚卵顆粒大、口感柔滑且產量稀少，一尾20年歐洲鱈製作的魚子醬售價高達每公斤6萬元，也就是說你眼前的這尾鱈魚光魚子醬的價格就超過了100萬元。」為了給這些珍貴的鱈魚尋找適宜的住所，鱈龍科技花了不少心思。「鱈魚的生長對於水溫、水質等有嚴苛的要求」工作人員告訴記者，鱈魚多生活在高寒、高緯度地區，水溫一旦超過28℃就容易死亡。

「公司的第一批鱈魚養在了山清水秀的千島湖，然而2003年夏天的高溫，五萬多尾魚一下子就死了一半！」此後，鱈龍科技一直在尋找更為適宜的環境，位於千島湖南岸的衢州由此進入了團隊的視野。「衢州烏溪江水質一流、水量充足，且常年水溫保持在10℃-25℃，為鱈魚養殖提供了得天獨厚的條件。」如今，經過十多年的發展，這裏已成為了全球最大的鱈魚養殖加工基地。鱈龍一號雜交鱈、俄羅斯鱈、達氏鱈等鱈魚品種在此實現規模化養殖，鱈魚養殖總量超4000噸。

### 自動化養殖 坐鍵盤前管理400畝基地

鱈龍科技有一面含金量極高的牆，張貼着農業產業化國家重點龍頭企業、農業農村部鱈魚遺傳育種重點實驗室等榮譽證書，它們是鱈龍科技自2003年成立以來一路打下的通關秘籍。「通過數字漁場的研發，我們很早就實現了投餵、進水、換水、增氧機開啟等養殖環節的自動化，十餘位工人坐在智慧漁業智能駕駛艙的鍵盤前，鼠標點點，就能管理將近400畝的基地。」韓磊是杭州千島湖鱈龍科技股份有限公司的董事、副總經理，也是創始人王斌的同事。「王老師上海創業前曾是中國水產科學研究所開發處副處長，當時團隊接了一個有關人工養殖鱈魚的課題，由此開始了創業。」韓磊坦言。

「公司最近一個重大科技突破來自鱈魚的雌雄鑒別技術。」韓磊解釋道，只有雌性鱈魚才有魚卵並產出魚子醬，而以前想要分辨鱈魚的雌雄，得等三四年後，鱈魚長到2.5公斤左右才行。「如今通過在鱈魚的鱗下提取生物基因，科研人員只需要6個月就能準確分辨出鱈魚的公母，然後雄魚賣給其他企業或另作他用，雌魚留下人工養殖，極大地節約了成本、提高了效率。」此外，鱈龍科技歷時多年，自主培育出以魚子醬生產為目標的本土雜交品種「鱈龍一號」，由此解決了中國沒有魚子醬核心種源的問題。「『鱈龍一號』以生活在黑龍江流域的施氏鱈為父本、達氏鱈為母本，產出的魚卵結合了父母本的特點——量大、粒徑大、彈性好，在國外的米其林餐廳很受廚師青睞。」

顧客正在品嚐魚子醬冰淇淋。



Q：鱈魚需要養多長時間才能成熟？

A：能夠用於加工魚子醬的鱈魚需要養殖7-20年後才能成熟，較長的養殖時間也意味着較大的養殖風險。

Q：公司如何進行科研？

A：鱈龍科技於2020年成立了企業研究院，旗下設立七個研究室，覆蓋鱈魚育種、繁殖、疾病防控、加工工藝等各個環節，實現全產業鏈的自主可控。

Q：公司在養殖過程中如何使用AI？

A：鱈龍科技已實現AI智能盤點技術的規模化應用，是國內首個採用AI自動跟蹤識別技術進行鱈魚盤點的企業。公司聯合AI智能化企業，利用無人機搭載高速智能攝像機高空拍攝採集動態視頻，採用AI識別算法，進行鱈魚計數，目前準確率已達98%。

Q：公司如何更好養殖鱈魚？

A：為了尋找到更好的父母本，我們為鱈魚建立了「家譜」，目前已有160多個家系，可以根據它的基因去篩選父母本，做定向交配，提高經濟效益。通過優化營養配方、提供流水生態、配套液氧系統、提高日飼率等一系列健康高產養殖技術，我們將每尾鱈魚的平均懷卵率從8%提高到18%，處於行業最高水平。

### 科技養鱈魚 董事來解答

解答人：韓磊  
杭州千島湖鱈龍科技公司  
董事、副總經理  
大公報記者俞晝整理

Q：怎樣加工魚子醬？

A：如果說養鱈魚是一種「慢」的藝術，那麼加工魚子醬則是一場「快」的競技。在加工魚子醬的過程中，環境中任何一點微生物、菌群的微小變化都會對其最終風味造成影響。因此，從剖魚取籽，再經層層洗篩、加鹽、製醬、裝罐……16道工序必須在15分鐘內全部完成，確保細菌無機可乘。

## 浙企與漢莎航空合作 銷量全球十連冠

### 暢銷海外

生產出好的魚子醬只是第一步，如何賣出去是更大的難題。2006年，創始人王斌帶着好不容易生產出來的400公斤樣品飛赴法國，找到了當時的魚子醬協會主席，只要能得到他的認可，或許就有了立足的底氣。然而，在品嘗過王斌的樣品後，協會主席連1克都沒有購買便揚長而去。2009年，德國的漢莎航空公司公開對外招標，鱈龍科技也參加了。「對方一聽是中國人，當即就表示拒絕。」韓磊回憶道，2011年團隊再次前往漢莎航空參加投標，鱈龍科技的兩個品種的魚子醬，在25例盲測樣品中分別取得了第一名和第二名的成績，讓對方刮目相看。經過多次品鑒和考察，最終鱈龍科技的「卡露伽」魚子醬進入了漢莎航空的頭等艙且合作至今。

「在歐洲，人們建一座鱈魚養殖場和建一座五星級酒店沒有本質差別。我們參觀過的養殖場，用水都採用內循環的模式。算起來，要達到400-500噸的養殖規模，成本大概要1億歐元。」鱈龍科技則堅持「自養為主、訂單合作為輔」的模式，向養殖戶提供魚種和統一飼料，其間進行多次質量檢測，三四年後統一回收。靠着這套打法，鱈龍科技以衢州為產業中心，在全國「插旗」。「目前，我們在江西、湖北、四川、遼寧等6省共建有8個鱈魚基地。」數據顯示，自

2015年開始，鱈龍科技連續10年實現魚子醬銷量全球第一名。2021年至2024年，鱈龍科技的魚子醬銷量持續佔據全球市場的30%以上，出口至46個國家和地區。

大公報記者俞晝



做完雌雄基因鑒定技術後的鱈魚幼苗。大公報記者俞晝攝



工作人員正在介紹智慧漁業智能駕駛艙。大公報記者俞晝攝

## 推動品牌國際化 擬在香港上市

### 布局香港

2025年12月4日，30多位香港美食媒體和社交達人齊聚VEA餐廳，這家餐廳的創始人Vicky因綜藝「一飯封神」被人熟知。活動的所有餐品均以「卡露伽」魚子醬為靈感打造，Vicky這樣解釋：「對香港這種習慣吃海鮮的城市來說，普通的魚子醬搭配沒有太多新意，只有深入城市的肌理，結合人文風土，用定製化手法做美食，才能得到不同地域，不同文化的用戶認可。」

### 香港提供國際化寶貴實踐機會

作為最開放、最多元的城市之一，香港有獨特的優勢：這裏不僅薈萃全球美食，同時還有懷舊的飲食基礎。「雖然香港並不是一眼看上去規模巨大的市場，但對「卡露伽」來說是寶貴的實踐機會。只要認真滿足香港用戶國際化的審美和挑剔的味

蕾，就意味着可以構建出可持續放大的經營模型，為後續在東南亞的擴張奠定有力的基礎。」

早已邁向國際的鱈龍科技為何仍要潛心布局香港市場？「出口國際市場的魚子醬分兩種，一種是品牌商進口後分裝，用他們的牌子去銷售，另一種才是用我們的自有品牌「卡露伽」去銷售。」韓磊解釋道，通過布局香港，公司希望將「卡露伽」魚子醬推至更多的終端銷售，打響自主品牌。此外，鱈龍科技已於2025年10月30日在港交所遞交招股書，擬在香港主板上市。「如果上市成功，我們打算將資金投向三個板塊：一個擴大產能，提高產量，更好地滿足市場需求；二是繼續加大研發力度，提升魚子醬的產品品質、懷卵率；三是品牌建設，我們將在更多的國家和地區舉辦「卡露伽」的品宴會，推動品牌走向國際市場。」

大公報記者俞晝

## 魚子醬冰淇淋、魚子醬咖啡、魚子醬蛋糕 創新產品「飛入尋常百姓家」

### 跨界合作

走進衢州市水亭門景區，全國首家以魚子醬文化和體驗為主題的線下門店遊人往來如織。魚子醬冰淇淋、魚子醬咖啡、魚子醬蛋糕……佔地約100平方米的門店裏，消費者不僅能感受經典魚子醬吃法，還可以品嘗魚子醬與冰淇淋、咖啡、蘇打餅乾組合帶來的新奇味覺體驗。「與國際市場主做To B不同，在內地市場我們想通過跨界合作開拓C端消費場景。」韓磊坦言，推動魚子醬「飛入尋常百姓家」也是公司的最新戰略，「高端消費場景是有天花板的，我們的產品已經進入

了絕大多數的米其林餐廳，但真正能去這些餐廳消費的人數畢竟是有限的，唯有將其做成日常消費品，才能突破銷量的天花板，讓更多人愛上這口「鮮」。

近年來，「卡露伽」還聯合全國不同菜系的廚師，將魚子醬與粵菜、川菜、杭幫菜、新京菜、潮州菜等進行融合創新。「光是與北京烤鴨的跨界合作，就讓我們一年多賣了4噸魚子醬。」韓磊笑着說，「作為一種中國新「土特產」，魚子醬正在適應內地市場消費升級的新需求，出現在越來越多的場景裏。」

大公報記者俞晝