

以质量为本 以科技为魂 铸就一流渔业品牌

——好当家集团有限公司创新发展纪实



好当家集团创建于1978年,是一家集水产养殖、食品加工、医药保健、远洋捕捞、热电造纸、滨海旅游等产业为一体的大型企业集团,形成了渔工贸、产学研一体化的综合性经营格局,控股国内第一家海洋食品产业上市公司,是全国农业产业化重点龙头企业、全国农产品加工出口示范单位、全国食品工业优秀龙头食品企业、国家级企业技术中心,拥有通过国家实验室认可的食品检测中心,海洋牧场被认定为“国家级海洋牧场示范区”、“全国海水养殖标准化示范区”、“山东省海参良种基地”,荣获中国名牌、中国驰名商标、好客山东三珍品牌等荣誉称号。

好当家集团以海参增殖与精深加工为主营业务,构建起融合海参育种育苗、海水养殖与捕捞、粗精深加工与检测、生物保健研发与加工、线上电子商务、电视购物和线下专卖店终端销售、海参博物馆展示、海参小镇建设等环节,一、二、三产业融合发展的海参全产业链,实现了全程可控的食品安全追溯管理体。

一、全产业链确保质量安全 奠定品牌发展优势

食品安全的威胁来自从原料到销售的每一个步骤,农业品牌得以持续发展的根本在于:不以破坏自然为代价、健全的产业链和过硬的产品质量。作为中国海水养殖五次产业浪潮的代表品种,近年来海参发展速度极为迅猛,在大多处于产销分离或少产多销,无法确保原材料品质可靠性的行业状态下,2004年好当家确立海参产业主导地位后,就以建立从种苗培育、自然放养、捕捞加工、研发检测、销售服务的海参全产业链为目标,实行海参档案管理制度,真正实现了“源头能控制、过程可追溯、结果有保障”,成为好当家品牌发展的强大优势所在。

养殖业的发展以苗种为先。好当家建成了5万亩天然海洋牧场和40万平方米育苗基地,未来三年将继续建设160万平方米育苗基地,早已实现“每一只好当家刺参都来自天海湾海洋牧场”,不掺入一只外购海参影响品质。水产品品质与海水质量关系极大,好当家海洋牧场水质达到国家海洋局一类海水水质标准,育苗阶段杜绝违禁药品和抗生素的使用,采用可自行分解的臭氧进行车间杀菌,使用光合细菌、微生物制剂预防病害,发展了海上网箱育苗技术,投放30万个网箱培育接近于野生状态的生态海参苗。

海参苗种达到规格后,好当家进行投苗不投饵

的围堰底播投放,围海大坝设置400多处闸门作为换水口,利用潮汐落差进行水体交换,自然海水带来了天然丰富的浮游生物和藻类,海参和其他水产品以此为食,在完全自然的环境中生长。“投苗不投饵”被称为“天然增殖养护”,与其他模式相比,海参的生长速度较为缓慢,但却不破坏自然环境,确保产品原生态品质。好当家海洋牧场与海参加工厂均位于工业园内,海参捕捞上岸后直接进入冷链物流车,运输到加工厂只需10分钟,无需添加冰块和任何药剂影响品质,确保为消费者提供最新鲜无添加的海参原料。好当家成为山东省第一个CIQ备案的海参养殖基地和第一批建立水产品可追溯体系的企业,被评为“全国现代渔业种业示范场”、“农业部水产品健康养殖示范场”、“山东省海参良种基地”,连续七年获得有机产品认证。

加工过程坚持高标准严检测是确保食品安全的重要环节。好当家投资6000多万元建成通过国家实验室认可的威海海翔食品检测有限公司,配备了数百台检测设备可以进行农残、兽残、重金属、微生物等700多个项目的检测,成为威海市企业检测实验室最早的倡导者和推动者。每批上岸的海参原料和加工产品都安排专人进行抽样、检测,并记录在案,为好当家产品安全走向市场提供了保障。

二、科技创新孕育发展动力 提升品牌竞争实力

建设“海上粮仓”,推动供给侧改革,提供优质食物蛋白成为国家的重大战略发展需求。伴随着渔业消费市场的活跃,同质化竞争问题也日益严重,好当家不断开展科技创新,从“增品种、提品质、创品牌”入手,提升市场竞争实力。

海参富含多糖、皂甙、硒等50多种营养成分,自古以来被奉为养生珍品,价格也一直居高不下。随着养殖规模不断扩大,好当家联合国内知名海洋院校,建设起国家级企业技术中心、国家海参加工技术中心等科技平台,开展海参养殖技术研发,培育出国内首例刺参人工选育快速增长新品种“崆峒岛1号”,大大提升了海参的成活率,有力推动海参价格的下降,让过去只能“有钱人”消费的海参真正走上老百姓的餐桌,成为工薪阶层都买得起的大众消费品。

鲜活海参难以保存,传统方式将海参加工成干参,但食用方法繁琐耗时。好当家食品研发部门与省科学院成立联合实验室,开发出荣获国家发明专利、国家科技进步二等奖等荣誉的即食鲜海参加工技术,代表了当时国内海参加工技术最高水平。随后,高压冷冻海参、低压冷冻海参、随

时发海参、冻干海参等十数款新型海参产品陆续上市,成为消费者最热门的选择。为充分开发海参的营养成分,好当家将产品开发重点转向了海洋功能性食品和药品等方面,先后开发出了三代产品,第一代是海参原浆、刺参软胶囊、海参阿胶膏、海参蛋白粉等传统产品,第二代是常炎康、参肝宝贝等,可以针对性调理身体问题功能性产品,第三代则是“参白壹号”、“参命壹号”等经过临床验证,可以缓解白血病、肿瘤症状的高端功能性产品。此外,好当家还推出了海若哲、海可俐两个系列的海参成分洗护化妆品。

国内海参产业相应的监管政策和行业标准发展滞后,很多地区的海参中低端市场曾一度被劣质低价的“糖参”充斥,部分消费者对海参出现了误解。好当家联合了其他几家海参行业龙头企业联名上书,向国家卫生部提交“糖干海参”问题的反映,卫生部为此做出了强制性标准。好当家又牵头成立了国家海参产业技术创新战略联盟、胶东刺参质量保障联盟,参与《干海参》、《即食海参》的标准化制定,为规范国内海参市场,打造有机刺参品牌做出不懈的努力。

三、新常态下新业态“互联网+”助力品牌升级

好当家商标LOGO为蓝绿色小房子,蓝色象征博大海洋,绿色寓意生生不息,房子代表公司大家庭和消费者小家庭,外围蓝色圆圈展示出“好当家”品牌国际化视野和全球发展战略。

为提升品牌知名度和市场影响力,好当家聘请知名影视明星作为品牌代言,植入热播电视剧,大量投放电视广告、户外广告、高速路广告等。在开拓国内市场上,好当家首先采用了直营+加盟为主体的经营模式,已在各大城市设立300多家专卖店,进驻各地的大型商超,并计划未来三年将实体店做到1000家的规模,随着互联网的发展,好当家于2012年开通电子商务渠道,成立好当家有机刺参网购商城,登陆天猫、京东等知名网购平台,2014年开辟电视购物渠道,覆盖上海东方购物、北京优购物等全国25家上星电视购物平台,并采用原产地直购模式,通过媒体、实体店、微信朋友圈等各种方式吸引消费者在春秋两季的海参采捕季节,亲临好当家海洋牧场,亲眼见证好当家有机刺参的好品质。2018年公司总投资1亿元建设了中华好当家海参博物馆,是国内第一个专业的海参博物馆,成为海参小镇的标识性建筑物,开启好当家有机刺参文化旅游产业发展的新篇章。

