

## 谋烟台海参品牌出路

# “海和”先行一步



烟台的海参,有底蕴、有育苗、强加工、强集散。放眼全国,地级市整体综合实力无出其右。各方面优势条件一应俱全,理应在国内海参市场一骑绝尘。然而,因为“品牌”二字,一直缺少画龙点睛的一笔。烟台需要在全国叫得响的海参领军品牌,尤其当下,适逢烟台冲击万亿之城。在这个时间节点上,谋烟台海参品牌出路,谁能站出来?谁又能走出去?

## 品牌出路,始于海和的振臂一呼

越纷杂的棋局,越需理清头绪,出奇制胜,扭转乾坤。2023年2月9日,烟台全市高质量发展集体观摩活动走进烟台海和食品有限公司,烟台市政府主要领导现场对海和打造烟台海参领军品牌进行了鼓励。

没错,就是海和!这家常年稳居烟台海产品出口创汇首位的食品公司,成为各方寄予厚望、破局烟台海参品牌出路的“关键落子”。

这是一步妙棋。

首先,是跳出了海参企业,转而由品牌化程度高、影响力大、口碑好的海产食品企业发力,使其自上而下、由外向内,为纷杂的海参市场注入一股清流。

海和本身就是山东省农业产业化龙头企业,早在2012年就获得了烟台市市长质量奖,旗下海裕公司2019年被认定为高新技术企业、2020年获认定为山东省瞪羚企业,同年获山东优质品牌和山东知名品牌荣誉称号。海和在此基础上,单独拎出海参做子品牌,“出生”就自带信任度,事半功倍。

其次,海和是年产值6-7亿元的大企业,在海参品牌化商战需要极大投入的情况下,具备强大的资金实力,有能力在大连海参品牌碾压之下,在高端市场,撕开一个口子。

再次,海和做出口30年,主要出口目的地日本是全世界品控要求手续最多、最严格的国家。海和在产品质量方面始终与国际接轨,不仅通过了9001质量管理体系认证,还通过了更为专业的为宇航食品制定的HACCP认证。做海参也不例外,其生产线和严格的检测流程,可以保证每一只海参都能达到国家标准。

这还不是海和海参质量的终极形态。

用董事长王大军的话说,国家将海参分为三个标准,海和会在此之上再设立一个企业金标准,也分一、

二、三级,每一级都将高于国家标准。就像从来没有出现过质量问题的海和海鲜礼盒一样,消费者根本不用担心海和海参的质量问题,买的就就是一个放心。

同时,也是最重要一点,海和能从本埠海边一个濒临倒闭的国营冷藏小企业,做到年出口1.4亿美元的行业第一,本身就是具有使命与情怀的企业,并在实现使命与情怀的过程中战绩辉煌,已经证明了自己的能力。站出来为烟台海参品牌闯出一片新天地,并不是侃侃而谈,对海和而言,将是企业新起点的一次再出发、再担当。

此外,海和对参源尤其重视,在长岛扶植培育多片深海养殖基地,为高质量参源供应提供保障。同时,海和早在2011年就在北京、济南布局直营销售服务网络,客户遍布全国各地,在多个城市建立分销店;海和高标高定,创立高品质金标海参标准;具有即食海参国家专利等优势,都为海和扎实推进烟台海参品牌打造,提供了更多的先天条件。

海和的目标是3年内将海和海参品牌做到烟台第一,同时向全省、全国高端市场,不断输出品牌影响力。

笔者从烟台市海洋发展和渔业局获悉,日前《烟台市海参产业高质量发展三年行动方案》已下发,烟台溯源好海参质量品牌体系11个标准也会于近期全面推广实施,未来将着重培育一批烟台海参品牌企业。同时,希望更多像海和这样有社会责任担当的企业,携手实现烟台海参产业高质量发展的共同奔赴。

8月底,海和正式推出新一代金标准海参系列产品,作为主力品牌,正式打响烟台高端海参品牌突围战。属于烟台海参品牌的“高光时刻”,让我们拭目以待。

(孙文琦)

## 烟台海参品牌化发展需要强势崛起

从20世纪90年代中期开始,我国的海参消费市场便进入蓬勃发展期。大批资金投入,推动了海参产业的快速增长。而其中的代表就是辽宁海参和山东海参,南方福建海参也紧随其后,创造性地开展海参养殖、加工和运营。

这三大板块,形成了国内海参市场的基本格局,但发展程度各有不同:辽宁海参市场化、品牌化程度最高,领先于国内其他区域;南方海参起步稍晚但有冲劲;唯独山东海参,一直被前后夹击。

这主要来自于两方面的压力。

第一,大连海参和山东海参虽然在质量上同处第一梯队,但大连海参快速完成品牌化进程,使其已成为广为人知的一张名片。獐子岛、棒棰岛、海晏堂、长生岛等多家企业海参产品品牌荣获“中国驰名商标”。其中“棒棰岛”“獐子岛”为辽宁省著名商标,在最受国民欢迎海参十大排行榜中,分别占据第一位和第二位。全国高端市场品牌,大连海参牢牢占据了80%以上的市场份额,可以说是碾压式的存在。

第二,因为南方温度比北

方温度高,所以海参生长比较快。通过“北参南养”,也就是每年10月份左右,把北方的海参苗拉到福建、浙江一带进行笼养,养到第二年的4-5月份再捞上来,就可以直接上市了。所以南方吊笼海参养殖的时间不会超过半年,质量虽然比不上正宗的北方参,但胜在产能更快、成本更低。

烟台作为山东海参的主产区,高端市场竞争难度大,价格上又被南方海参冲击,很多情况下,只能在中低端市场的夹缝中求生存,强势崛起势在必行。

## 政府发力为烟台海参品牌打造筑牢根基

关于海参品牌打造,市政府已将其作为烟台海参高质量发展的重点,近年来做了大量的工作。

采访中,烟台市海洋发展和渔业局水产品质量安全监管科科长表示,对于全国的海参市场,业内有句话——“烟台的海参做得好,福建的海参养得好,辽宁的海参卖得好”。尤其在品牌化方面,辽宁海参的确更胜一筹。同时辽宁海参大型企业比烟台多,烟台近年来虽然有不少后起之秀,但总体体量仍没有达到一定规模,而差距最大的,还是品牌化营销。

对此,早在2015年,烟台就打造了全省乃至全国第一个地市级水产品类的海参追溯平台,致力解决消费者和生产者信息不对称的问题。2020年,在此平台的基础上,结合“食用水产品承诺达标合格证”制度推广,设计制作了海参产品电子合格证,扫码就能

质量追溯、承诺达标。

2022年,又进一步打造了烟台溯源好海参质量品牌体系。对从长岛开始,一直到蓬莱区、开发区、芝罘区、牟平区、海阳市一线海域出产的海参,统一抽样进行加工指标及营养成分指标的检测。并分别对盐渍海参、盐干海参、淡干海参、冷冻即食海参、冻干海参、速发海参、海参多肽粉、刺参苗种、冷冻即食海参加工技术规范、刺参增殖技术规范等11个类别,对比国标与其他标准,重新设立了属于烟台海参及其深加工产品的先进性标准。山东省农业标准化技术委员会渔业分技术委员会委员张秀珍、全国水产标准化技术委员会水产品加工分技术委员会主任委员幸福言、秘书长王联珠参与团体标准制订和验收工作,标志着烟台海参的质量品牌体系建设向前迈出了关键一步。

届时,烟台各海参产品需要

通过抽检达标后,才能使用“烟台溯源好海参”的牌子。同时,由烟台市场监督管理局牵头,支持成立了烟台海参产业联合会,将海参养殖加工企业组织起来,进行整体品牌管理并力促相关举措的落地执行。

此外,烟台市自2018年开始举办世界海参(烟台)博览会及海洋食材展。它是世界范围内唯一专业的海参展会,全国的海参从业者会集于此,共同探讨海参发展方向,不断扩大烟台海参品牌影响力并带动销售。从2019年开始,开启烟台海参全国巡展,巩固已有的海参市场,同时大力宣传开发新阵地。

包括与央视合作拍摄烟台海参宣传片,于机场、高铁、楼宇、户外等处设置广告宣传牌等。可以说,大量事无巨细的工作,在方方面面都为烟台海参品牌打造插上了蓄势待发的翅膀。

## 行业痛点仍对烟台海参品牌打造有所影响

官方发力之余,海参市场难以根除的痛点,以及烟台长久以来作坊林立的经营模式,让烟台海参想要打出自己的品牌仍有大量繁重的工作需要认真去做。

海参属于高附加值产品,鲜海参必须经过加工才能储存。最好的淡干海参,是对鲜活海参进行去内脏、清洗、沸煮、杀水、自然晾晒或冷风干燥等步骤加工制成。在此过程中,不人为添加任何附加物。当下,好的淡干海参批发价在每斤2800元以上。

最传统的加工方法是盐干海参,已经有上千年历史。其中的原理,主要是让盐分撑开并填入海参细胞壁组织,达到利于保存的目的,盐干海参发制后个头更大,品

质好的泡发率可能达到五倍左右。

这种方法是老一辈智慧的结晶,最早也源于烟台沿海,但不良商家在这方面钻起了空子,加大海参的含盐量,以增加海参的重量,获取更大的利润空间。这样做的另一个弊端,是反复高温煮制破坏了海参的营养成分,大大降低了营养价值。

更有甚者,将海参置于盐糖混合液中“浸泡、晾干”,其成品被称为“糖干海参”。由于糖的分子量大于盐,因此糖干海参比盐干海参增重效果更明显,外观看起来更加圆润。其他还有添加工业碱等,不乏“科技与狠活”,所以有几百元一斤甚至更低价格的海参不断冲击市场。

国家虽然对此制定了干海参行业标准,但烟台海参的经营状况大多是家庭式、作坊式,很容易受到海参行业乱象的影响,也难以对其所销售的海参都进行国家标准检测,以至于在加工方面参差不齐。好的是真好,大都只服务常年的固定客户。怕的就是借机敛财者钻市场空子,愚弄消费者,不断给烟台海参品牌抹黑。即使只是个别情况,但问题终究是问题。

在这种还是欠缺信任的市场情况下,烟台家庭作坊式的海参小企业,基本提不起发展品牌的心气,他们各自固守着自己的一亩三分地。即使有使命与情怀、已经公司化运营的海参企业,其品牌化之路也屡屡受挫。

