

□文/图 半岛全媒体记者 姜花

对于青岛人、山东人来说，青食钙奶饼干至少滋养了四代人。七十年前，青岛食品股份有限公司从一家小作坊起步，而今，青食已发展成为现代化食品生产企业，在时代浪潮中激流勇进，一次次转型跨越，历经岁月洗礼的传统“老字号”，如今越发年轻有活力并成为一代“网红”。

在青岛食品股份有限公司城阳区工厂的一间会议室内，一座颇有年代感的座钟仍准时运行。党委书记、总经理仲明把座钟视为“珍宝”，因为这是1989年“青食牌钙奶饼干”获得“青岛金花”产品荣誉称号时的奖品，如今再次上榜青岛20家制造业企业“金花”企业培育名单，这座钟表见证着青食的坚守与革新，三年利润翻番进入亿元俱乐部，开启主板上市之路，立志做百年国际品牌，“滴答”的钟声仿佛在诉说着青食初心未改，传承过去激荡未来的故事。

►青食城阳工业园的生产车间，钙奶饼干实现自动化生产。



31年前曾获评“金花” 三年利润翻番冲击主板上市

70岁网红“新金花”出征百年国际品牌

从擀面杖到工业互联网

品质是品牌的基石。

在简陋的棚厦和土瓦房里，用擀面杖、菜刀等简单工具，生产糕点、糖果等食品，这是青食最初的模样，“1950年1月，青岛百废待兴，为繁荣市场，在升平路46号成立了青岛市联社沧口食品部，招收了十几名工人。”仲明像翻开历史书页一样讲述着，上世纪六十年代初，青食根据婴儿发育所需营养研究原料配方，推出了青食代代坚守的“拳头”产品：青食牌钙奶饼干，上世纪60、70年代，青食钙奶饼干是百分之百的“紧俏货”，厂区门口等着提货的汽车络绎不绝，很多人往往攒够了粮票以后，也需要“托关系”才能买到饼干。七十年间，青食改制更名、几易厂址，但不变的是代代传承的老口味与始终坚守的高品质。

传统制造经常以“笨拙”的形象示人，但在青食，经过工业互联网改造，一切正在变样。

在青食城阳工业园的生产车间，饼干的奶香味扑面而来，和面、压膜、烘烤、出炉、冷却等环节到最后包装成袋全部实现自动化生产，成千上万的钙奶饼干陆续制作出来。据统计，一条生产线每天可生产6000到7000箱饼干，厂区的四条生产线每天可生产饼干140吨。

青食创新研发的自动包装新工艺，填补了国内空白，实现饼干连续分段自动计量给料和饼干九十度自动翻转，使生产线自动化大幅提高，保障饼干生产过程中食品安全，也保证了儿时记忆里的口感。智能化的流水线获评青岛工业互联网典型示范项目。

仲明说，他在考察德国宝马工厂时深受触动，“整个车间两千个机械手，工人一共就两个，回来我就一直在思考青食怎么能达到这个程度。”

在华通集团支持下，青食将智能设备、信息技术和传统制造三者在生产过程中不断融合。2017年以来，加快实施自动化智能化建设，推进新旧动能转换，着力解决产销矛盾，减少食品安全隐患，提高生产效率，降低成本。公司每年投入千万元进行设备更新维护，2018年新购

置一条1200型高起点、自动化、智能化饼干生产线和一台M3000型花生烤炉，加快自动包装线建设。以已实施的花生酱自动装筐机械手为试点，持续实施关键岗位“机器换人”，未来三年还计划更新一条符合婴幼儿辅食产品GMP认证要求的800型饼干生产线，建设一个智能数字化立体仓库，实现产品质量可追溯。

从单赛道到多赛道

没有传统的行业只有传统的“思维”，产品和市场的创新是品牌持久的关键。

青食最为人所知的“红黄”相间的包装设计是时代的烙印。在青食的一间会议室中，有两个大柜子专门用来摆放青食生产的上百种产品，其中一款蓝色包装饼干特别显眼，它一改钙奶饼干传统的红黄包装，“这是我们新研发的异麦芽酮糖钙奶饼干，这个蓝色的包装是参考公司年轻人的意见推出的。”

而全身大红色的壳寡糖钙奶饼干是青食与青岛科技大学产学研合作的成果，主要采用以深海虾蟹壳提炼的壳聚糖经酶解等生物科技原料制作，也是钙奶饼干的衍生系列产品。

这两款新品一经推出就受到了年轻人的喜爱，销量超过预期，“不把鸡蛋放在同一个篮子里”，是青食面对日益复杂的市场竞争环境做出的回应。随着国内消费升级，除了对钙奶饼干这一经典的坚守，青食把更多的目光放在打造中高端产品上，主动迎合营养与健康的消费趋势，专注于产品多元化、年龄多元化创新研发，将研发作为企业创新发展的主体。

“目前，青食与中国工程院院士管华诗领衔的青岛海洋生物医药研究院正在联合研发海洋生物食品开展合作。”仲明说，相信通过双方深入交流合作，利用新技术、新材料联合研制出更多营养功能性新产品，填补我国海洋大健康食品领域的空白。

启动多赛道、构建新生态让青食能够重新定义自己，为未来打开无限的想

象空间。而多赛道战略并非从“老本行”跳转到完全不相干的行业，而是从第一赛道步步为营生长出来的。换言之，新赛道是既有业务持续创新延展的自然结果。

青食已初步形成了以钙奶饼干及衍生系列产品为主，早餐饼干、休闲饼干、“海友”花生酱、红豆馅、水果罐头和燕麦片综合发力的多品类产品线，还将尽快启动婴幼儿辅食生产许可认证，开始进军婴童食品行业，寻找新的产品增长点。

“我的孩子基本上吃的喝的穿的都是在网上购买，我们作为老字号企业也必须得变。”仲明说，企业的市场渠道也应该跟上时代的步伐。青食开始“触网”之路，将全资子公司青岛天源科贸有限公司直接变身为网络营销公司，主攻线上渠道拓展。

不仅已拥有天猫旗舰店、淘宝企业店铺、京东旗舰店等线上零售平台，青食股份还成立了由年轻员工组成的创意小组，掀起头脑风暴，组建直播网红团队，搭建直播间，进驻抖音、快手等直播平台，打造属于青食自己的直播“网红”。

“我也做过一次直播，几百包大礼包很快就被一抢而空。”仲明说，直播给网友更加形象真切的感受，既有趣味性又能让年轻人深入了解品牌。

团队运营微信公众号、微博、抖音等新媒体，加大在天猫、京东等线上平台的营销投入，2020年以来，青食新开拼多多、云集两个线上渠道，在官方微博、“青食食品1950”“青食那些事儿”公众号、论坛等新媒体平台征集新品“试吃官”等……如今，青食的线上渠道已初具规模，电商收入以每年50%的速度连续增长。

今年“双十一”期间，“青食”电商销售额也创下了新高，较去年同期提升了两倍。尝到“触网”带来的甜头，仲明透露，未来青食将逐步加大“线上”渠道的拓展力度，使电商收入成为青食重要的利润增长点。

从新三板到主板

“工欲善其事，必先利其器”，资本市场就是企业家最有利的“器”。

2018年3月12日，青食正式在新三板挂牌，这也是华通集团培育企业上市的重要成果之一。

青食的上市之路历经坎坷。从上世纪90年代末起，青食便一直致力于上市工作，但因为种种原因处于断断续续的状态，直到2011年，青食随着青岛益青公司划入华通集团后，上市工作又重新提出了议事日程。

新三板为青食主板上市提供了“跳板”，青食已发展成为中国焙烤食品糖制品行业饼干十强企业，2017年至2019年，利润在三年内翻了一番，2019年利润过亿，正式开启了转主板IPO之路。

2020年3月，“青岛食品”与中信证券签订辅导协议，在该局完成辅导备案登记，这意味着青岛食品的IPO之路正式开启。

“我们在新三板挂牌只是第一步，力争尽快转主板，再造一个‘新青食’。”仲明说，公司已于2020年6月完成青岛证监局上市辅导备案验收意见，募投项目可研性报告经集团审核通过，及时报市发改委等部门备案；6月向证监会提报上市材料，力争2021年完成主板上市。

与资本市场更加紧密地结合，这意味着青食将迎来更多的资金、技术和市场活力。

通过上市资本市场运作，青食将资金投入到智能化工厂改扩建、营销网络及信息化建设，研发中心建设3个项目方向。打通完善产业链，谋划产供销体系布局，实现企业高质量规模发展。

目前，青食的销售市场山东占据八成，借助资本的力量，布局形成以山东省为大本营，以东北、河南和江苏等省份为“两翼”的市场发展格局，从京津冀到东北再到江浙沪，青食已经在全国逐步形成销售网络，并利用广交会等重点展会逐步占据国际市场。

新时代、新征程，新“金花”、新梦想，“作为一个民族品牌，青食要做百年品牌、国际品牌。”仲明说出了青食人的决心和信心。