

29岁青岛嫗 凉粉卖了一个亿

辛苦创业8年,她从小作坊发展到了要去美国建厂

放弃做记者,从一碗海凉粉起家,29岁的青岛姑娘创业8年不言弃。如今,她已从最初夫妻经营的小作坊,做大到有四千多平方米厂房的大企业,年销售额过亿元。

公司不仅挂牌上市,产品也成了青岛市非物质文化遗产。事业发展红火的同时,她还向其他创业初期的女大学生分享经验,带动三百多名女性创业就业。

本报记者 吕璐

司空见惯的海凉粉,外地人却吃不够

“爬崂山时吃的一碗海凉粉引起了我的创业兴趣。”1986年出生的青岛姑娘冯晓丛说,大学在德州科技职业学院学习新闻采编,2007年大学毕业后她做了一名记者。

工作不久,她和对象陪着从广州来的朋友爬崂山,吃海凉粉,朋友对本地的海凉粉赞不绝口,没吃够还要带些回广州。可是当时的海凉粉都是自家熬制的,虽然好吃却保存难,保质期短,容易化掉而失去原本的口感。她告诉朋友,带回去也就化了,让朋友颇感遗憾。爱

吃青岛海凉粉的朋友越来越多,这让冯晓丛看到了商机,萌生把海凉粉包装起来到外地销售的想法。

抱着试一试的态度,冯晓丛在青岛海内外游客最密集的节日——啤酒节期间租了一个小摊位卖海凉粉。“怎么上这卖凉粉!”旁边的摊主感觉不可思议,这个家家有,有谁会买啊。没想到的是,那年的啤酒节因为下雨,客流量少,别的摊位前没大有人,但她的凉粉摊却排起了长队。不只是青岛人,很多外地人也喜欢吃海凉粉。整个啤酒节

下来,她挣了2万多元钱。

这让冯晓丛看到了外地人对青岛海凉粉的认可,经过市场调研,全国各地都吃凉粉,只是原材料不同,她觉得海凉粉进入外地市场销售没有问题。她不顾大家的反对,辞掉了记者工作,全心投入到创业当中。

想把凉粉销往外地,保质期是个问题,冯晓丛与中科院海洋所的专家取得联系,经过半年多的试验,终于研制出了在常温下可以保存6至12个月的海凉粉,拉长了海凉粉的保存“寿命”。



刺绣工人正在工作。 本报记者 王小蒙 摄



▲冯晓丛介绍创业经验。 本报记者 吕璐 摄

▶冯晓丛(右一)在工厂进行海凉粉的制造和研发。 资料片

陷入绝境时,为筹资金婚房都贱卖了

注册公司,找代理商,跑展销会,发货,在事业最顺风顺水的时候,冯晓丛却遭受了创业以来最大的一次打击。2008年,代理商纷纷退货,因为外地顾客反映海凉粉里有渣。其实青岛人都知道,那是石花菜的渣,没有危害,是可以吃的,但是外地的消费者并不清楚,认为是产品不干净,都不接受。冯晓丛回忆说,当时退回的货品堆满了100多平方米的院子,她和对象的心情濒临崩溃了,只能一个个把它们割了处理。“那是在

割我们的钱和心血啊。”

海凉粉有渣的问题还没解决,更大的问题出现了——资金链断了。由于扩建厂房,一部分资金占用,产品又遭遇退货,夫妇俩几乎陷入了绝境。走投无路的夫妇俩,无奈之下含泪将婚房以10万元的低价卖掉了,“两层小楼,才刚刚盖起来的。”经历了一次次的辛酸与曲折,冯晓丛没想过放弃,并重新联系了专家团,一遍又一遍地投入研究,终于解决了残渣问题。

重新投放市场时,经销商们纷纷拒绝:“顾客已经有印象了,不可能再买了”。她就和经销商一个个求情,“再卖卖看,卖不出去,就当送给你们的”。

通过不断的坚持,冯晓丛研发的便于保存的海凉粉不断登上省内外超市的货架,并出口到美国、新加坡、加拿大等地,仅2014年的年销售额就达一个多亿。公司的厂区也从100多平米的人工小作坊到了现在的4000多平米的全自动生产设备的厂房。

带动300多人创业,产品还成了青岛非遗项目

19日,在青岛市巾帼创新创业创客行动现场推进会上,冯晓丛创办的青岛源海海洋生物科技有限公司获得了青岛市巾帼“三创”示范基地的称号。通过创业,冯晓丛不仅实现了自己的梦想,还带动了300多名农户、妇女及女大学生创业、就业。在青岛市妇联的带领下,她和青岛一大批创业女性还成立了“青岛市女大学生创业联盟”,把创业经验分享给了刚开始创业的女大学生,大家在联盟的平台上互相帮助、抱团发展。

去年,她的公司成为青

市第二批在蓝海股权挂牌上市的企业,预计一到两年的时间跳到新三板。产品还通过了HACCP国际质量体系认证,成为青岛市非物质文化遗产项目、青岛市十大旅游特色商品。

如今,冯晓丛还参加了妇联举办的互联网培训班,放开手脚做起电商来,用微信网络平台进行推广,并建立了微店,网上下单、快递送货,通过鼠标、键盘,凉粉就能配送到家。还用互联网金融推出众筹产品“冬虫夏草海凉粉”“枸杞海凉粉”等私人定制的海凉粉。

“我们还与水产养殖所合作,建立中国北方第一家石花菜科技示范基地。”冯晓丛说。

打出海凉粉的市场后,冯晓丛并没有原地踏步,而是不断开阔市场和产品。看到海外需求,冯晓丛便开始与美国经销商联系,到美国实地考察建厂,“资料正在审批,今年会启动这个项目”。除了海外建厂,冯晓丛今年还打算在凉粉的营养价值和品种上再做开发。除此以外,公司还顺利拿下了植物海藻空心胶囊的专利,投入生产的话,将会改变市面上明胶做的胶囊的历史。

第十一届网络媒体山东行圆满结束

山东“新”特质 闪耀全国媒体



本报济南10月19日讯(记者 郑帅 王小蒙) 17日下午,“新常态、新定位、新提升”,第十一届中国网络媒体山东行采访活动在最后一战泰安圆满结束,一路走来,“新”字成为全国媒体最深刻的感受。

在6天时间里,由全国40余家媒体的编辑记者和知名微信公众号、知名博主、理论专家、评论员约80人组成的采访团兵分两路,在济南、德州、菏泽、临沂、泰安以及青岛、烟台、威海、潍坊9个城市深入工厂车间、企业实验室、创客空间、实验田地头……与城市进行了“亲密接触”,“转调创”成为记者们报道

的关键词。

济南药谷里长着人类皮肤的小白鼠,圣泉集团从玉米芯秸秆中提炼出的石墨烯,康平纳集团数字化的纺织印染智能工厂……从泰山脚下到黄海岸边,传统企业转型升级,多个“全球首创”让媒体记者们纷纷点赞。在青岛,看海尔集团培育出上百个小微CEO;在威海,新建的韩国商品交易中心和产业园打通了中韩自贸通道;在烟台,中集来福士的深水半潜式钻井平台正在建造,“大国重器”走出国门布局全球产业链;在德州,融入京津冀大幕已经开启,开放的山东迸发出朝气蓬勃的活力,令采访团成员深有感触。一篇篇生动形象报道迅速在互联网上传播。

在数天的活动中,“开放”成为采访团对山东经济发展的印象标签。

相关新闻

从床“走上墙”,纺织品身价翻倍

从床上走到墙上,纺织品身价立马翻倍,一平米最少能卖20万。在文登芸祥绣品公司,“寸布寸金”的鲁绣工艺品让采访团记者们叹为观止。“要绣成这一幅,得要三年的时间。”在文登芸祥绣品公司,记者们看到各式各样、栩栩如生的鲁绣成品。像《小鸡啄米》、《荣华富贵》、《梅兰竹菊》等,大多数售价都在10万元以上。

“从纺织品到鲁绣作品,身价翻倍,变成寸布寸金。”在一幅《春意盎然》双面鲁绣前,文登芸祥绣品有限公司董事长王忠胜自豪地说,芸祥设计推出的原创双面鲁绣工艺品,每幅作品市场价在10万元以上。

王忠胜介绍,最初芸祥和多数家纺企业一样,卖的是床

单、台布。但随着出口的低迷,芸绣的利润逐渐压缩,利润率由最高时的20%到2010年降至1%-2%。“淘汰老式设备,陆续引入国际先进的技术设备,建起2.6万平方米的技术中心。”王忠胜说,鲁绣非物质文化遗产传承人田世科亲自带队,以新技术推动芸祥由传统家纺向艺术家转型。2012年,由田世科操针、融合着传统鲁绣技艺和芸祥创新技法的《荣华富贵》双面鲁绣屏凤一鸣惊人,摘得了中国工艺美术百花奖金奖的桂冠。

“如今,采用立体绣、文字双面绣、一彩双面绣等特种新技术,融合雕、抽、勒、捺等传统鲁绣工艺,博采中国苏、粤、蜀、湘四大名绣之长。”王忠胜说。 本报记者 王小蒙