

“道不尽齐鲁粮油好”第三站：

品牌数字化转型，助齐鲁粮油腾飞

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 孔雨童 高红日

涅槃<<
科技赋能, 智能制造

山东有不少颇有“历史”的粮油企业, 莱芜的山歌食品科技股份有限公司就是其中一家, 它的前身是建于1887年的“郭记榨油坊”。从百年前走到今天, 山歌传承了作为非物质文化遗产的“糊香”榨油工艺, 也面临如何向一个现代企业转型的问题。

第四代传承人谢梅木带领企业, 将古法榨油工艺融入了现代高端花生油生产中, 实现了信息化、标准化, 同时依托“国家级高新技术企业”和公司“百项国家专利”的背书, 使这门非遗技艺“凤凰涅槃”。

位于“中国花生之乡”临沂莒南县, 成立于1947年的金胜粮油, 也是一家“有年头”的企业了。发展到今天, 金胜面临的问题也具有普遍性, 就是在当下“食用油寡头”争霸的市场形势下, 凭什么突围呢?

答案同样是科技、创新。近年来, 金胜组建了一只高精尖专家团队, 仅博士后、院士工作站等省级以上研发平台就超过9个。2014年, 金胜独创了国家专利——七星初榨工艺法, 它包括物理去除黄曲霉素、花生不破碎整粒适温烘烤, 只取初榨精华, 速冻凝香, 恒温保鲜储存等步骤, 极大提升了花生油的品质, 这一工艺也带动了整个行业的升级, 此后市面上众多企业纷纷仿效。而借助引领者地位和优秀的产品品质, 金胜如今已经做到了国内花生油生产销量第三的位置。

2015年, 中国政府提出了实施“制造强国”战略的首个十年纲领《中国制造2025》, 其中, “智能制造”是主攻方向和重要趋势。

而在此后不久, 临沂一家名为玉皇的粮油企业, 就颇有魄力地面向这一目标开展改革。“当时公司按照发展需求正在建设一个大型仓库, 我决定改建成一个三层的全自动化立体仓库, 不少人提出反对意见。”玉皇粮油总经理张永琥说, 彼时他才刚刚进入公司, 上下反对的理由也很统一: 改建需要大幅增加资金投入, 作为低利润的传统粮油企业很难得到相应的回报, 而且会影响到公司的正常发展。

张永琥的野心很大, 他的发展思路是带领企业逐步走上智能制造的道路, 进而引领山东粮油产业迈入智能制造时代, 而全自动化立体仓库改建就是第一步。

做完仓库运营智能化, 张永琥又着眼于实现生产全链条的智能化和建设智慧园的更大目标。

张永琥说, 智慧园区建成后, 将实现园区与生产、仓储、物流等所有环节的数据互联对接, 厂区的自动化运转能力将大幅提高。“厂内物流实现智能化后, 物流车能否入厂, 装什么货品, 全部是数字化管控, 生产车间数据互联后, 设备的启停, 各加工环节的运行状况, 也都能进行实时监控。”

如今, 玉皇粮油已经发展成为年粮油综合加工能力40万吨, 销售收入12亿元的粮油产业巨子, 并且借助“先人一步”的智能化布局, 在市场上显现出越来越强的竞争力。



媒体一行参观山歌的花生油压榨工艺。 齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 左庆 摄

近日, 由山东省粮食和物资储备局、齐鲁晚报·齐鲁壹点、山东广播电视台主办的“道不尽齐鲁粮油好”2020年全媒体山东行第三站成功举办, 来自全国的20余家媒体, 走进了济南、临沂的7家粮油企业展开采访。

近年来, 在“齐鲁粮油”公共品牌建设和系列政策推动下, 省内众多粮油企业纷纷走上实现了智能化、数字化、品牌化转型之路。这对连续9年高居粮食产业工业总产值全国首位的山东, 乃至全国粮食产业“现代化”都有着深远意义。



转型<<
“品牌意识”的觉醒

近年来, 山东拥有了一批如鲁花、西王等闻名全国的“大品牌”粮油企业。但同时, 由于粮油行业相对其他行业更低的利润, 更强的传统性, 多数企业还属于那种“只会埋头磨面榨油”不知怎样“吆喝”的类型, 品牌化程度很低。“我们之前是只会磨面, 别的真不懂。”临沂最大的面粉加工企业信和沂雪董事长李秀玲说。

但如今, 越来越多的粮油企业品牌意识正在觉醒。

金胜粮油在做大市场、做足业内口碑后, 开始向“品牌”发力。打造以“花生”为主题, 花生农业, 花生工业, 花生文化博物馆等七位一体, 体验式工业旅游新模式成为其推广品牌的一大“抓手”。

2020年7月, 金胜建设的花生文化博物馆是国内唯一的以花生为主题的博物馆开馆。该博物馆

总建筑面积5000平方米, 以花生在全球的起源发展、加工利用、对人类文明的影响、对企业文化和民生的成就等为主脉络, 借助声光电等高科技手段, 营造不同类别的陈列氛围, 是一个面向公众和广大青少年优质科普基地。“我们希望其成为一个职业农民培训基地、中小学生研学游基地和国家AAA级旅游景区。”

2011年, 百年榨油史的山歌建成了国内首家榨油博物馆也开展非遗保护、研究、收藏、展览、鉴定和交流。此后, 又建立起占地1800平方米的榨油体验馆及餐饮中心, 顾客、学生群体都可以在体验馆亲自体验榨油的过程, 甚至拥有自己榨油的产品。2019年, 山歌接待游客超过10000人, 为公司下一步打造全国真正意义上融社会实践、教育拓展的行业标杆, 建设综合教育服务平台奠定了坚实的基础, 也扩大了品牌影响力。

而说着“只会磨面别的什么都不懂”的李秀玲, 开起了信和沂

雪产品形象店, 聘请专业人员长期开展免费的“面食培训班”, 培训一些有学习需求的下岗职工、居家妇女、毕业大学生做面食, 帮助当地百姓实现就业和再创业的同时, 也向更多80后、90后宣传了面食文化, 培养了做面食、吃面食的习惯。

“推手”<<
政府带动企业
品牌数字化发展

此次的采访, 正值第三届山东省粮油产业博览会在临沂开幕, 这也让随行的媒体们再次深入感受到政府部门在近年来“齐鲁粮油”从产品、产业到品牌发展上的巨大推动作用。

2018年, 山东省粮食和物资储备局会同省财政厅研究制定《关于推进山东粮油品牌建设的实施意见》, “齐鲁粮油”品牌建设正式启动。

2019年, 省委、省政府《关于坚

持农业农村优先发展进一步做好“三农”工作的实施意见》提出加快推进“齐鲁粮油”公共品牌建设。

2019年1月, “齐鲁粮油”中国行首站在北京启动。

2019年9月, 山东省粮食和物资储备局与阿里巴巴签订战略合作协议, 共建粮食和储备智慧大脑, “好粮有网”智慧交易平台正式上线。

2019年12月10日, 山东粮油产业联盟成立, 首批吸纳34家“中国好粮油”示范企业。同日, 滨州粮油区域品牌——“粮油金三角”正式发布。

.....

3年来, 山东按照“1个公共品牌+N个地域特色产品+N个产业经营主体”的建设模式, 科学规划品牌建设路径, 打造山东面粉、山东花生油等特色优势产品品牌。结合“优质粮食工程”的实施, 以粮食安全为先, 以品质提升为本, 打造产品体系, 构建行业标准, 带动产业升级, 将“齐鲁粮油”打造成了“中国粮油影响力公共品牌”。

在此次山东粮油产业博览会的“互联网创新展”上, 已成为山东粮油产业数字化核心平台的“好粮有网”的板块展览, 让很多前来参观的省内外业内人士交口称赞。

“我们计划的是三年分三步走: 第一年, 给粮油企业打造电商平台; 第二年推动企业数字化转型; 第三年是推动产业互联网平台的建设。”山东省粮食和物资储备局规划财务处相关负责人介绍说, 经过一年的努力, 好粮有网入驻的省内400多家企业, 除了头部企业在主流电商平台都已开店, 其他大大小小的粮油企业, 也都有了线上展销的渠道。“通过这一年, 大家对电商, 线上销售完全破冰了。”相关负责人说, 在一年前做调研时, 省内1500家企业, 在天猫淘宝开店的也很少。

除了带大家“上线”, 这一年, 粮食和物资储备局还与淘宝大学合作, 举办了七场各种类型的培训活动, 从企业老总、电商运营到给粮油企业设计, 全方位“上课”, 帮助省内粮油企业学习“新玩法”。

而规划中的“第二步”——“企业数字化转型”, 目前也已经步入正轨。相关负责人介绍说, “好粮有网”联合阿里云给省内首个数字化转型试点单位、德州发达面粉集团做的“原粮采购”数字化系统, 2020年7月上线后, 就迅速推广到其6个厂区。在两个月时间里, 35万吨小麦, 8亿元的交易金额全部在这一平台进行, “14000车的粮食有12000车在平台上自主预约匹配。进出厂的出库效率从1个小时, 压缩到半个小时。效益非常明显。”相关负责人表示, 采购做完了, 下一步做生产管理、销售管理, 一个传统企业在管理上就此“脱胎换骨”了。目前, 也已与省内几家其他大的粮油企业对此表现出意向。

至于更长远的目标, 相关负责人表示, 希望将“好粮有网”打造成山东乃至全国的粮食产业互联网平台, 让这一平台能联通粮食行业方方面面的业务, 同时也让企业把业务通过数字化线上管理起来。“山东粮油加工总产值一直排在全国第一, 但粮食行业因为太过传统, 利润薄, 人员老化, 与互联网接轨的程度很低, 我们觉得政府有这个责任做这件事。”相关负责人表示, 只有真正优化资源匹配, 推动产业更高质量发展。



展会现场, 参展人员现场咨询。 齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 左庆 摄



金胜粮油的花生博物馆。 齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 左庆 摄