



# 田间到舌尖,他们守护百姓一日三餐

## “道不尽齐鲁粮油好”媒体行第二站圆满结束

一方面守护并发扬着磨放心面、卖良心油的精神传承,另一方面又紧跟市场变化不断研发新产品、探索营销新模式、开发品牌价值,粮油企业的社会责任担当和创新精神让媒体记者感触颇多。

9月7日至10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年全媒体山东行第二站成功举办,来自全国的20余家媒体走进潍坊、青岛、烟台及威海等4市的8家粮油企业,围绕现代化粮油企业、乡村振兴、品牌建设、粮食供应保障等方面展开采访。

►青岛维良食品有限公司总经理卢正良向记者介绍热卖的产品。  
齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 刘宇 摄

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 高红日 孔雨童

### 坚守品牌底色传承 收获持续成长生命力

安全、放心可以说是齐鲁粮油的品牌底色,是对消费者的一种承诺,这种承诺在本次媒体行走访的粮油企业中都在以不同的形式兑现着。面对日新月异消费市场,坚守品牌底色传承实属不易。

“老老实实做人,认认真真磨面”,这是潍坊风筝面粉有限责任公司的企业精神,建厂80年来一直秉持不变。这句话对青岛维良食品有限公司同样适用,该公司总经理卢正良接受记者采访时说,62年来,维良就专注于一件事——“磨面”。

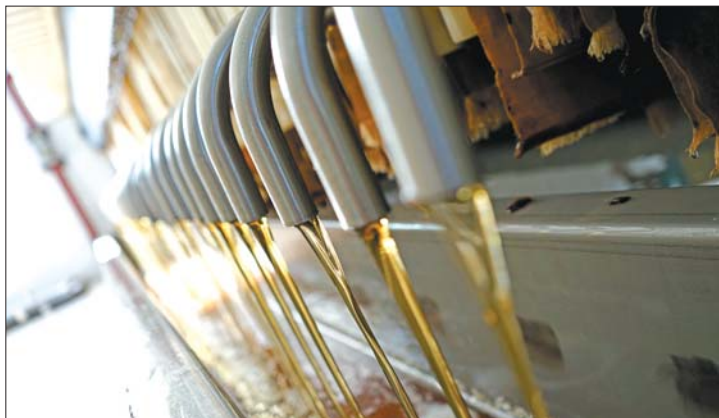
烟台蓝白餐饮有限公司成立于1998年,在开业仪式上,厂门口垂挂着两个条幅:实施厨房工程,为政府排忧;生产放心食品,为百姓解难。从这一天开始,蓝白立志要“做老百姓放心的一日三餐”。公司在之后的发展中一直践行着这份承诺:率先拒绝使用增白剂,比国家颁发禁令提前4年多;制定全国第一个关于馒头加工的企业标准,近年来又先后制定了花样馒头及面条加工的企业标准,填补了行业空白。

品牌底色的传承让这些粮油企业获得了持续成长的生命力,发展了大批稳定客户,也为产品品牌树立了良好的口碑。

### 花生油56层宣纸过滤 一粒麦子历经56次研磨

产品是企业发展的基础,质量和品质则是产品抢占市场的根本。记者在采访中发现,各粮油企业均把严把产品质量关作为头等大事来抓。

清油是花生油生产过程中的一道必要程序,而56滤生产工艺则是青岛品好粮油集团独有。为更为有效地去除花生油在生产过程中溶解在油品中的水分以及磷脂、杂质等成分,在花生油压榨后的过滤环节,公司辅以高密度的滤布和滤纸,采用了56层宣纸过滤的方式。“我们的产品就是要追求完美品质,采用56滤后的花生油



青岛品好粮油集团56层宣纸过滤花生油。 齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 刘宇 摄



“道不尽齐鲁粮油好”媒体行第二站圆满结束。 齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 刘宇 摄

#### 延伸阅读

### 企业营销不落伍,与电商合作转战线上

在产品营销渠道上,传统的粮油企业思路一点不落伍,记者采访发现,这些粮油企业均已调整营销模式:搭上电商平台,转战线上营销。

潍坊风筝面粉有限责任公司开通了淘宝、天猫商城、1号店、京东商城等电子商务平台,研发的0.5kg面粉和蛋糕粉,专供电子商务平台销售,销售量稳步提高。

2017年,青岛品好粮油集团电商正式上线天猫旗舰店,开启线上线下营销新模式。至今,品好电商主要合作好粮有网、天猫、京东、唯品会等线上平台,每年销售额增长都超过100%。

烟台市组织粮油企业争创“齐鲁粮油”“中国好粮油”产品,培育和打造“烟台好粮油”品牌形象,积极组织企业入驻“好粮有网”,发展“网上粮店”等新型零售业态,促进线上线下融合。

晶莹剔透、纯净如金,‘金质’因此而得名。”集团总经理王超说,正是在这种理念的指引下,集团的金质花生油等多个品种被认定为青岛市“专精特新”产品,远销新加坡、马来西亚、欧洲等国家和地区。

烟台蓝白餐饮有限公司在产品加工销售时有严格的执行标准:包子加热后,限40分钟之内销售,过时要做破坏外形处理;烙制后的馅饼要在一小时之内卖完,否则打残作废;菜品必须热卖,高峰时保质不超过一小时……

这种近乎苛刻的规定在烟台蓝白餐饮有限公司旗下的200多家快餐店、家厨房同步实行,并有各级管理人员巡回检查作保障。2008年9月,公司董事长巡店时发现一批刚到的速冻洋葱水饺味道不符合标准要求,尽管不影响食用,但他坚决要求撤回,并让人在厂区大院挖了一个深坑,召集全厂200多名员工过来,当众把这三千多袋洋葱水饺全部掩埋。

此次媒体行记者参观了潍坊昌邑金浩面业有限公司2017年投入巨资引进的一条当下最先进的生产线,加工工艺和精度都为国内领先。麦粒先是被碾压设备细细研磨,然后进入“筛理”机器按颗粒大小分开,进入“清粉”机器按颗粒重量分离,再次进入“研磨”系统,循环往复……

“这样的循环中,一粒麦子要经过56次研磨,60次筛理和40次清粉。”金浩面业生产经理姚辉凯介绍,这种一遍遍的“精细”研磨,是为了不对淀粉和面筋产生过度损伤,从而保证小麦“原汁原味”的口感不变。

### 创新研发紧跟需求 小包装带来大市场

随着社会的发展,消费者的生活习惯发生了变化,粮油企业在保证产品质量的同时,也纷纷调整产品结构,实行精细化发展。

随着人们生活水平的提高,健康食品受到追捧。在“大健康产品”这方面,青岛维良食品有限公司相继推出了许多广受好评的产品,比如适合健身、减肥人群的黑麦粉,按照科学比例搭配的五谷粉,融合了南

瓜、墨鱼、菠菜、紫薯等成分的五彩饺子粉以及海洋系列产品(小球藻面条、壳寡糖面条),这些产品全部纯天然,没有任何色素和添加剂。受疫情影响,这些健康产品今年的线上销售量也直线上升,获得越来越好的市场反馈。

潍坊风筝面粉有限责任公司提出了“小包装、更健康”的发展思路。“10kg以内的重量规格我们都称为小包装,最小的包装仅有0.5kg。”总经理李听说,小包装的生产模式主要是在上海、杭州等南方城市进行市场开发时确定的。为迎合南方人吃面食较少的习惯,公司逐步开发生产1kg、2.5kg、5kg小包装特一粉、超级精粉、天然精粉等适销对路产品。公司专门为“懒人”研发的馒头自发粉,因使用简单销量很好,年销售五六十吨。

在迎合市场需求研发新产品方面,青岛品好粮油集团可谓做到了极致。集团目前在市场上主打的一款挂面很特别,久煮不坨,筋道滑爽,能吃出鲜面条的感觉,产品标语很形象:煮出来如同鲜面。集团总经理王超介绍,这款产品推出来很是不易,集团研发团队用时两年半,前期品尝世界各地面条达3000多种,然后总结特点,确定产品定位,进设备、原材料,生产出符合要求的鲜面条,再研究生产出挂面。产品推出市场后反响非常好,5年过去了,依然是公司的主打产品,现在日产量60吨。

威海长林生态农业有限公司总经理林英军在胶东花饽饽上窥到了商机,胶东花饽饽除了造型丰富,还更加绿色健康,所有带颜色的面都为天然果蔬汁制成,且没有任何添加剂。在他看来,“胶东花饽饽”的品牌,其中蕴含的富贵吉祥等寓意对老百姓是种吸引力,此外也可以满足大众对高档面食的需求。

经研究开发,“福寿满堂”“花开富贵”“百年好合”……那些在节庆日子常被挂在口头上的话,与花饽饽结合后顿时变得形象起来。林英军说,因市场需求量大,公司生产能力不够,应付订单很吃力,他已经计划扩大生产规模,带动花饽饽走向产业化、规模化生产。