

曾被认为“传统得不能再传统”的食品饮料行业，面对激烈的市场竞争和产品的快速迭代，如何竞逐新赛道、拥抱新场景，青岛部分企业蹚出一条向“新”而行之路——

塑强“新食力”，“舌尖产业”更有“滋味”

□青岛日报/观海新闻记者 周伟 李德银

在世界一流管理大师加里·哈默心中，未来的企业是这样的：既有规模，又灵活；既高效，又创新。他将符合这种描述的企业定义为最富于创造力的企业。

加里·哈默的观点与一些从事食品饮料行业的青岛企业家的想法不谋而合。“未来企业竞争就是个性化、差异化竞争，留下来的企业就是创造力很强的企业。”青岛可颂集团有限公司董事长付金海如是说。

在青岛沃隆食品股份有限公司车间，来自全球坚果优质产区的当季新鲜原料，经过自动数粒机，被精准地称量、配比，随后自动化给袋包装机无缝衔接，一袋袋核重检测完毕的“每日坚果”，整齐地出现在输送带上；平度尚好科技有限公司积极拥抱“健康消费”需求，深耕FD（真空冷冻干燥）冻干技术，生产冻干食品百余个品种，每年转化鲜果蔬百万吨；从青岛启航的“一船小鲜”，通过发力互联网销售、开拓代工业务等在行业竞争中持久“保鲜”……这样的生动场景，勾勒出青岛的强“食”力。

食品饮料，这个曾被认为“传统得不能再传统”的行业，恰恰也是因新质生产力而发生重大变革的行业。业内人士指出，食品饮料行业是消费升级链条中生命力最持久的大行业，被资本市场广泛认为是穿越经济周期最好的抗风险产业之一。智研咨询发布的市场数据显示，2023年国内食品饮料业市场规模约为11.71万亿元，同比增长3.75%。

面对体量如此之大、竞争如此激烈的行业，青岛食品饮料企业争相激活“创新力”，向“新”而行，磨砺新技术、创造新模式，推出新产品、竞逐新赛道，重塑产业版图。

竞逐新赛道

食品饮料行业赛道的体量很大，但竞争也相当激烈，已经从过去的“水大鱼大”变成现在的“风大雨大”。人群的变化、渠道的重构、品牌和产品的快速迭代等，正在推动食品饮料行业进入新一轮发展周期，内卷日渐激烈。与此同时，消费的多元化、个性化、品质化不断重塑这一行业，驱动着产业转型升级。

记者调查发现，青岛的食品饮料企业也敏锐捕捉到这—前沿趋势，积极竞逐新赛道，实现差异化竞争和创新。

例如，在这股浪潮中，糅合个性化、健康化、颜值化的冻干食品以独特优势在食品产业细分领域脱颖而出，成为部分企业竞逐的新赛道。

草莓、芒果、火龙果、菠萝、猕猴桃……在平度，尚好科技十级GMP洁净生产车间里，这些原本不易久存的新鲜水果，通过一套工艺技术实现“冻龄”后，成为当下备受年轻人青睐的冻干食品。FD技术能最大程度保留食品色香味形及营养成分，使冻干食品无需添加防腐剂就能常温长期保存，契合了现代人对健康零食的追求。

无独有偶，与市民日常生活息息相关的奶制品行业，也在经历一场激烈的“淘汰赛”。为了从竞争中胜出，企业纷纷瞄准细分赛道，全力以赴“奔跑”。

早在2013年，位于莱西市的宜品乳业就开始布局羊奶产业，于2016年掌握了脱盐羊乳清技术。此后，宜品乳业被称为国内第一个突破“纯羊”技术的企业。瞄准“纯羊”这一细分赛道，宜品乳业实现人力、物力、财力的聚焦投入，以期实现“换道超车”。目前，宜品乳业已跻身该赛道的领跑者位置，在全球建有八大生产基地。其中，在黑龙江省拥有三个婴幼儿配方奶粉工厂，在韩国有一个婴幼儿配方奶粉工厂，在西班牙有一个乳品加工厂。

食品饮料的国内市场竞争极其激烈，赛道十分拥挤，竞速“出海”，寻觅发展新空间，成为很多企业的选择。

早在2010年，位于城阳区的青岛可颂集团就实现了中国奶油出口新西兰“零”的突破。目前，可颂核心产品“奶油”已出口到36个国家和地区，在全球有超过1.8万个客户。在产品出海之路上，位于市南区的青岛开创食品注重打造自主品牌，以乡村树、FESTIN、FRUITI

等多个自主品牌出海，出口果蔬罐头品类高达20余种。其中，“拳头产品”芦笋罐头去年总出口6500余吨、出口额达2200余万美元，出口量稳居同类世界第一。

青岛宝泉花生制品有限公司也是“出海”佼佼者。在青岛宝泉花生制品有限公司裹衣车间，一批200吨的裹衣花生制品下线后，将发往韩国仁川。公司总经理孙宝国介绍，公司先后投入1000多万元用于设备改造和技术研发，每年都会新上市三四种花生产品。作为传统优势出口产品，花生产业在莱西食品饮料出口领域表现亮眼。当地花生加工企业超300家，花生加工能力、出口量均居全国县级城市首位，年出口量占全国出口总量的28%。“莱西市近年来积极布局花生产业链各环节，已形成集种植、采收、加工、研发、出口贸易等于一体的完整花生加工产业链。”莱西市商务局局长张旭表示，将引导农业企业、农民专业合作社等经营主体与龙头贸易企业联接，不断推进食品饮料出口产业集聚发展，让更多企业能够“出海”。

“出海”必然有风浪，是乘风破浪，还是折戟沉沙，这是对青岛众多食品饮料企业的全方位考验。

青岛「舌尖产业」营收迈向两千亿

●2023年全市规模以上食品饮料企业521家，营业收入1813.9亿元，占全部规上工业的比重为14.4%，同比增长11.1%，较全市规上工业高5.8个百分点，产业规模持续位居全省第一位。

●寒疆乳业与青岛绵意科技投资2.8亿元的牛初乳合作项目加速推进……随着这些现代化食品项目的投产，青岛食品饮料行业将迎来更广阔的发展空间。

●当下，青岛正从全链布局、创新驱动、优化升级等方面入手，全力推进食品饮料产业转型升级、提质增效，加快向新技术、新产业、新业态、新模式转变，推动产业高质量发展。根据规划，到2025年末，青岛食品饮料产业链将形成地方特色鲜明、品种门类齐全、数智化程度高、协同集聚发展的食品饮料产业集群。



◀万福集团加工车间。

▼青岛沃隆食品生产车间。



拥抱新场景

当下，“Z世代”消费主体异军突起，他们独特的消费观念和正在深刻地改变着市场格局，也助力消费新场景不断涌现。

“只有赢得年轻人喜欢，主动拥抱新场景，才有新未来。”青岛多个区市的食品饮料企业主动迎合年轻群体消费需求，加速打造应用新场景。

近年来，“烘焙+书店”“烘焙+茶饮”“烘焙+咖啡”层出不穷，不断有烘焙品牌或门店通过“烘焙+”方式实现破圈。紧跟Z世代的“烘焙+”潮流，青岛可颂集团通过品类创新为全渠道解决方案注入活力，满足烘焙、茶饮、餐食、商超以及便利店等多元化“烘焙+”场景下的消费需求。

作为“每日坚果”的首创者，沃隆聚焦健康需求，掘金“坚果+X”新场景。例

如，契合消费者日益丰富的口味和营养需求，推出黑胡椒腰果、奶盐椰子味混合坚果等多款风味坚果；聚焦早餐、下午茶等消费新场景，推出坚果吐司、坚果利巴等多款烘焙产品。

海鲜水饺是食品行业极为细分的领域，拥抱这一新场景的企业越来越多，不乏巨头品牌。位于胶州市的“一船小鲜”在品牌矩阵上，除定位高端的“船歌”，还针对平价消费场景，专门推出“饺小歌”品牌，在更大的市场范围内筑起海鲜水饺“壁垒”。“海鲜水饺中有鲅鱼、黄鱼、墨鱼、鲍鱼、海参、蟹黄等品类，每个品类可以跟不同配菜组合、跟不同营养成分搭配，还可以针对健身客群等细分群体再研发……在我们眼中，市场是无限大的，场景是无限丰富的。”一船小鲜总经理助

理赵娟说。

位于即墨区的青岛老字号品牌即墨老酒，也在探索新路径，拥抱新场景。7月，即墨老酒首款气泡黄酒“嗨酷泡”正式上市。“嗨酷泡”以优质即墨老酒为基酒，通过独特工艺调配，在保留即墨老酒特有营养成分、口感层次和浓香醇正风味的的基础上，最大化提升味蕾愉悦度，打造出兼顾年轻人口感和健康的低酒精饮品，受到年轻消费者的欢迎。

通过深入调研可以发现，随着市场环境的更迭变化，很多新的消费场景应运而生，而新消费场景的出现，也正是青岛食品饮料企业抓住商机、推动增长的机机会点。面对机会，牢牢把握，这需要青岛食品饮料企业练好内功，捕捉机遇。

形成新优势

从青岛食品饮料产业地图来看，集群式发展已成为一种趋势。记者调查发现，当下，城阳、平度、莱西等多个区市立足自身产业优势，着力做强龙头企业，延长上下游产业，不断丰富产业生态，现代食品饮料产业集群加速成形。

日前，国内头部咖啡连锁品牌瑞幸咖啡，在青岛布局的创新生产中心开工建设。该创新中心位于城阳区棘洪滩街道，总投资约30亿元，预计年烘焙产能5.5万吨，将配备全球领先的智能化设备，实现从生豆处理、咖啡豆烘焙、包装到仓储物流全流程自动化生产。据公开资料统计，无论从投资额，还是从产能来看，瑞幸青岛项目都是目前为止中国咖啡行业最大的一笔投资。

做优“一袋坚果、一杯咖啡、一份甜品”，当前，城阳区正聚焦新消费赛道，着力抓好头部项目招引、产业集群发展、生态要素保障三项重点工作，推进食品企业的智能化改造和数字化转型，提升产业创新能力，打造“城阳味道”特色品牌，做优“舌尖”上的产业集群。该集群拥有

国家级专精特新“小巨人”企业1家、省级瞪羚企业6家，专精特新、隐形冠军等高科技、高成长企业数量132家。2023年，城阳区食品饮料产业链162家“四上”企业实现营收335.52亿元，同比增长7.93%。

调味品产业年销售额近30亿元，占全国高端调味品产业的70%、产品销往全国95%以上的县级市……经过30余年发展，平度已成为长江以北最大食用香精和复合调味料生产基地之一，产品销往全国95%以上县级市和70%以上乡镇。当前，平度市调味品生产企业共140多家，逐步形成了以胶东半岛全食材产业链项目、花帝食品、天祥食品、波尼亚食品为代表的食品加工产业体系。“当前，平度市正在大力推动味谷小镇平度产业园、农投高端调味品产业园项目建设，积极构建龙头企业带动调味品标准化生产平台、标准化质量监管平台、标准化配套服务平台三大核心平台的发展模式，将有力推动调味品全产业链融合发展。”平度市工业和信息化局相关负责人介绍。

作为青岛食品饮料产业的重要阵地，莱西正“拼”出高端食品产业新版图。食品产业集聚区作为莱西食品产业核心区，主导产业集聚度达98%，入选全省“十强”产业“雁阵形”集群，集聚了九联集团、青岛雀巢、德州扒鸡、宜品乳业等规模以上食品企业20余家。集聚区瞄准农产品精深加工，按照引进“洋”龙头、培育“新”龙头、膨胀“原”龙头、挂靠“强”龙头的思路，加快龙头企业发展步伐，使之不断上规模、上档次、上水平。

借助蓝莓、肉兔等食品产业种植加工，依托佳沃、康大等龙头企业，西海岸新区食品产业稳步发展；借助香辛料加工、食品机械制造等，胶州市食品饮料产业走出了自己的特色之路；依托即墨老酒、正大食品等龙头企业，即墨食品饮料产业实力不断增强……

海阔凭鱼跃。当下，青岛因地制宜加快形成地方特色食品产业优势，释放传统产业发展潜力，以集群式发展作为重要抓手，放大产业集聚效应，营造“百花齐放”发展格局。

赢得新未来

优质项目是产业发展的重要支撑，食品饮料行业的发展同样需要大项目助力。在龙头企业引领下，青岛食品饮料企业动作频频，通过技术创新、产线升级等，不断实现产业升级换代。

寒疆乳业与青岛绵意科技投资2.8亿元的牛初乳合作项目加速推进……随着这些现代化食品项目的投产，青岛食品饮料行业将迎来更广阔的发展空间。

据青岛市工业和信息化局数据显

示，2023年全市规模以上食品饮料企业521家，营业收入1813.9亿元，占全部规上工业的比重为14.4%，同比增长11.1%，较全市规上工业高5.8个百分点，产业规模持续位居全省第一位。

营收规模迈向两千亿的青岛“舌尖产业”，正不断催生新机遇。青岛农业大学教授李中华认为，食品饮料产业是青岛市传统优势产业，产业发展关乎民生消费的根基，也最具发展生命力，“要在既有优势基础上，加快转型升级步伐，以绿色化为导向、以高端化为引领、以品牌化为目标、以智能化为依托，全

面提升青岛食品饮料产业知名度、美誉度、竞争力”。

当下，青岛正从全链布局、创新驱动、优化升级等方面入手，全力推进食品饮料产业转型升级、提质增效，加快向新技术、新产业、新业态、新模式转变，推动产业高质量发展。根据规划，到2025年末，青岛食品饮料产业链将形成地方特色鲜明、品种门类齐全、数智化程度高、协同集聚发展的食品饮料产业集群。

行业急速变革中，优势产业也要适应新的竞争环境。对于青岛的食品饮料产业来说，要走的路还很长，但只要坚定前行，定能赢得新未来。