

出圈赶潮 老字号拥抱新消费

记者走进青岛食品探寻公司74年来的“守”与“变”

强信心·稳经济·促发展



青岛市质量工作领导小组办公室
青岛市质量发展促进会
青岛优品 青岛早报 联合主办



青岛食品借助直播促销。

扫码观看视频



青岛食品职工严把质量关。

谈到青食牌钙奶饼干,青岛人乃至山东人涌现出来的味觉记忆,便是一丝淡淡的甜和奶香,怀揣这种陪伴了四代人童年的老字号情怀,一度被网友称之为“山东人长高的秘密”。近年来,国潮元素被“搬”到了饼干上、饼干和奶茶玩起了跨界……不知不觉中,青岛食品也有了新面孔,“出圈赶潮”,正逐步向年轻人心目中的“潮”品牌靠近。

2023年12月21日,商务部公示了第三批中华老字号拟认定名单,记者注意到,我市青岛食品股份有限公司的“青食”再度上榜。历经74年岁月淘沙,老字号青岛食品长盛不衰的秘密是什么?近日,记者走进位于四流中支路的青岛食品进行探访。

“出圈赶潮”拥抱新消费

近年来,青岛食品一边传承、一边创新。青岛食品在做好经典钙奶饼干的同时,开拓出巧果滋系列饼干、岁月留声钙奶饼干礼盒、比利时风味饼干礼盒、蜂蜜椰子饼干、不加蔗糖咸味饼干、麦麸系列饼干等多样化的口味,俘获了众多消费者的味蕾。“数据统计显示,像黑龙江、上海、江苏等很多在外地的山东人会线上购买我们青食的产品,通过沟通回访得知,一方面消费者是因为身在异乡怀念家乡的味道;另外一方面,不少消费者认为,青食饼干可以代表青岛味道,是拿得出手的青岛特产。”青岛食品股份有限公司销售部电商经理杨廷廷介绍,除了口味越发丰富外,在包装上,青岛食品也在不断探索、拥抱新消费,像岁月留声钙奶饼干礼盒这一款产品,包装盒上的“留声机”就是国潮元素的体现;此外,他们近期推出一款青食国潮系列精品钙奶饼干,外包装通身以金色作为主色调,以凤凰、祥云、仙鹤、如意等国潮元素作为吸睛点,深受消费者追捧。

“山东人长高的秘诀”“山东人民有口皆碑的钙奶饼干”……一时间,抖音、小红书、微信等新媒体平台刮起一阵“青食牌”钙奶饼干风。近日,“青食牌”钙奶饼干风又刮到了奶茶界,临沂一家奶茶品牌尝试推出了钙奶饼干口味奶茶。该款奶茶将钙奶饼干的风味融入茶饮中,预计今年钙奶饼干奶茶将来青岛开设分店。

为新产品、新包装提供保障的,是生产线的不断迭代升级。早在2019年,在华通集团的支持下,青岛食品再次对生产线做了硬核升级,理饼、包装、装箱全面实现自动化,大礼包也交给智能机械手完成。除了看得见的外在改变,随着网友对于钙奶饼干的追逐和热议,青食的心态也越来越年轻。如今,青岛食品在京东、天猫、抖音、快手、小红书等平台均有自己的官方账号。依托京东平台,青岛食品参与“看见国货”主题活动,和东方甄选等不同量级的网红平台互动。青岛食品还搭建了属于自己的摄影棚,定期做一些小视频,在抖音、小红书等新媒体平台和用户互动交流,均取得了不错的效果。

“2023年上半年,我们新开了快手店铺,以短视频、直播等形式,推进销售转化,仅用一个月的时间,我们的店铺评分就高达4.99分。”杨廷廷介绍,青岛食品近3年在电商平台取得了不错的成绩,每年线上销售收入平均增长50%。一直以来,传统老字号用情怀打动消费者,把“传承百年”“童年记忆味道”作为卖点。面对时下越来越多的年轻人追求“国潮”的消费新形势,青岛食品守住品质关,同时通过研发多元新口味、国潮风新包装、电商新营销等方式“出圈赶潮”,积极拥抱新消费,正逐步走进更多年轻消费群体中。

焕新

钙奶饼干为百姓健康而生

一块招牌,就是一段传奇故事。

在四流中支路略显斑驳的厂区里,工作人员都穿着青食的厂服,显得朴素而专注。谈到青食牌钙奶饼干,工作了35年的青岛食品股份有限公司技术总监赵先民率先对记者打开了话匣子。

赵先民自豪地介绍,早在1950年1月,刚刚解放的青岛百废待兴,为繁荣市场,在升平路46号成立了青岛市联社沧口食品部。当年,青食人是在简陋的棚厦和土瓦房里,用擀面杖、切菜刀等简单工具,生产糕点、糖果等食品,这便是青岛食品最初的模样。二十世纪六十年代初,许多婴儿因营养不良,患佝偻病、贫血病的逐渐增多,为解决这一难题,青岛食品根据婴儿发育所需营养研究原料配方,以“为婴儿增加营养”“维护国民健康”为使命,青食推出了“拳头”产品:青食牌钙奶饼干。这就是伴随了四代人的成长、山东人童年记忆里的那股“淡淡的甜和奶香”。

“青岛食品从建厂至今,经历过四两粮票换一包饼干的国民爆款产品时代,也经历了国外品牌轰然而至的激烈市场竞争时代,时至今日,已经走过了74年历史。这74年以来,青岛食品在不断发展、壮大,从一家手工作坊,现如今成长为食品行业的龙头企业、饼干行业十强企业,同时也成为一家在深交所主板上市的公司。”赵先民告诉记者,作为食品加工型企业,为百姓健康而生将会是他们永恒的使命。

赵先民表示,青岛食品现在主要生产经营饼干制品、花生制品、巧克力制品、豆制品、粮油面等六大系列、100多个花色品种。拿青岛食品的饼干为例,在保证原有味道和品质的基础上,不断与时俱进,尝试满足越来越多消费者对于健康休闲食品的追求。以原有青食钙奶饼干产品为主导,从包装、口味等进行了全新的开发和升级换代,研发了多品类、口感丰富、配料表干净的低卡饼干等健康系列产品,如不加蔗糖钙奶饼干、异麦芽酮糖钙奶饼干、低聚果糖钙奶饼干、硒锌钙奶饼干等,满足了不少追求健康需求的目标群体。

严把标准关树立好口碑

“品牌的实质是什么?品牌就是老百姓心目中的口碑,而口碑则建立在严把标准关和质量关的基础之上。”在赵先民看来,标准是保证质量的尺子,是确保品牌长青的重要工具。无论是去年9月成功入选首批“青岛优品”企业名单,还是上榜第三批中华老字号拟认定名单,对于青岛食品来说,都是一种认可和鼓励。

品行天下,战略在前。赵先民介绍,得益于政府市场监管等部门对于标准化、质量管理的严格要求和帮扶指导服务,青岛食品多年来始终坚守“产品质量和食品安全是企业生命”的原则,严格落实食品安全主体责任,强抓员工食品安全意识培训,从原材料采购直至生产、储运、销售,对食品链全过程严格把控,同时建设智能数字化仓储管理系统,实现产品质量可追溯,逐步达到大型现代化食品企业标准。

对于产品品质把控的多措并举中,值得一提的是,青岛食品建立的原材料采购管理制度。该制度加强了“农田到餐桌”的监管,制定了供应商评价准则,对供应商进行严格筛选,实时动态管理。建立了所有供应商档案,严格执行原材料进厂检验制度,严把原材料进厂检验关和成品出厂检验关。“对于产品苛求品质,这让我们早在1959年就开始出口花生酱产品,成为国内第一家生产出口花生酱的企业。”赵先民表示,凭借对品质的严格把关,青岛食品在消费者心中牢牢扎根。

作为区域性饼干龙头企业,作为饼干国家标准的起草单位之一,青岛食品深耕业内市场,两座23000平方米的现代化厂房的多条饼干生产线,实现了钙奶饼干日产量过百吨,所有品类的饼干每年产量3.5万吨左右。品牌市场覆盖率达70%以上,近年来,借助线上线下多渠道模式,不断拓展省外业务版图。其中,其花生酱产品的生产通过了BRC认证,产品远销日本、韩国、澳大利亚、新西兰等国家。

坚守