

9月12日,一场事关中国调味品产业发展的盛会将在山东德州乐陵市杨安镇如期上演。

盛会即将来临,搅动着这片面积为89.96平方公里的土地。

对于崔俊良、王加新以及刘耀德来说,这是一场事关企业、产业、行业发展的未来的风云际会。

上述三人分别为山东飞达集团有限公司、山东乐家客调味食品有限公司以及山东神厨调味食品有限公司的董事长。在他们看来,尽管这场盛会每年一次在当地召开,但与往年相比,本次盛会终将有所不同。

“不同”已经在现实中反映。

齐鲁晚报·齐鲁壹点实际调查,试图通过该镇三个企业非典型片段的截取,以向外界传递后疫情时代,当地龙头企业掌舵者们的思考与选择。

采访中,这些企业的负责人把杨安镇的历史截然分为:过去、现在和未来。

这是一部“三部曲”,就像从紧急出口进入杨安镇生活一样,目前,他们处于第二部的尾部,即要站在“现在”收尾位置上,回望、审视杨安镇过去和未来。

往事浮沉,勾勒出一个区域商业的变迁;未来已来,“崔俊良们”说,他们已经做出了选择——



味都杨安： “中国调味品第一镇”的三个非典型片段

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 冯冬宁
通讯员 贾鹏 王力

飞达变革进行时

38年前,籍籍无名,揣着地图“闯关东”的崔俊良如今已经是杨安镇一个响当当的存在。

地处鲁西北平原,为全国调味品集散地的杨安镇,素有“中国调味品第一城”之誉。

来自官方的数据显示:在这片面积为89.96平方公里的土地上,集结着飞达、庞大、乐畅、华畅、乐家客等大大小小调味品加工企业213家。作为当地财政的重要支柱产业,目前已经形成辛香类调味品全产业链条的该镇拥有调味品从业人员超4万人,年销售收入已突破200亿元,是康师傅、统一、双汇、金锣等十几家大型方便面和肉类加工企业最大的香辛料、调料包供应基地。

数目众多的上述企业阵营中,以辣椒和蔬菜种植、农副产品深加工、出口为主导产业的农业产业化重点龙头企业——飞达集团赫赫有名。

公开资料称,拥有“飘牌”中国驰名商标、主营产品有辣椒制品、香辛料、脱水蔬菜、色素、复合调味料等的这家集团公司成立于2001年,注册资本为1.36亿,现有员工1200余人,集团年生产能力达6万吨,年产值6亿元。

现年57岁的崔俊良是这家集团公司的董事长。

过去相当长一段时间内,因为规模,因为品牌,因为管理,因为技术,因为人才……崔俊良掌舵的飞达集团作为引领者存在,并创造了一个个令行业为之惊艳的片段:

大蒜和洋葱粉造粒等4项技术为行业内独创,其中后者填补了国内空白,打破了美国和加拿大对洋葱颗粒产品的市场和技术垄断;蔬菜热风干燥、辣椒色素等12项生产工艺国内领先,希腊黄金辣椒产品为国内独家生产,共获4项发明专利,3项实用新型专利和5项外观设计专利;集团与美国、尼日利

亚、澳大利亚、加拿大、以色列、印度等国际品牌企业建立密切的合作关系,并荣获康师傅“最佳供应商”称号,并成为味好美公司以及味之素、雀巢公司等全球知名企业的供应商……

上述积淀下,崔俊良他们创造了很多第一:省内第一家电子商务交易研究所;国内第一家大宗辣椒电子商务交易平台;国内第一家中国辣椒交易网;山东首家辣椒产业技术创新战略联盟及辣椒技术研究院……

有此基础,崔俊良说,自2003年开始,他们与农户实行订单种植,截至目前,发展和带动了25万亩的辣椒、蔬菜种植基地,带动了省内外8万多农户,50万人从事辣椒蔬菜种植,年增加农民收入2.5亿多元。

不过,与杨安镇调味品行业沉浮一样,近年来,这一身披无数荣光的企业也遇到了发展的瓶颈。

崔俊良坦言,尽管就今年而言,新冠肺炎疫情带来的“全民宅家做饭”的风潮下,企业上半年营收同步增长近10个百分点,但硬币的另一面是,其出口产业大幅萎缩。

机遇与挑战并存下,当工业互联网、网红经济扑面而来,崔俊良,这个在中国调味品行业搏击38年的山东男子陷入沉思。

几番学习考察后,一个事关全公司的改变计划应运而生。“改变管理方式,激发内部活力……”他说。

于是,当被誉为“日本经营之圣”的稻盛和夫及其“阿米巴经营模式”进入崔俊良视野,“全员皆为主角,依靠全体智慧和努力来完成企业的经营目标”的思路趋于成型,“目前,正在梳理与执行。”崔俊良说。

对内变革。对外,崔俊良也引入了企业的“新血液”,而随着阿里、京东等互联网巨头瞩目于此,一波波人才开始向飞达集团聚集。

乐客家“突围,再突围”

飞达变革进行的同时,离此不远,同处一镇的乐客家掌门人王加新正在进行新一轮的“谋局”。

在他的面前,是黄白相间的花园式工厂安静地矗立在蔚蓝的天际下。

工厂一侧是其斥资3000万元建立的杨安镇调味品博物馆。

如果说,上述博物馆更多充盈的是杨安镇调味品行业历史的话,那么,眼前这个集调味品作物种植、生产、加工、科研、销售与一体的现代化工厂则承载了王加新及乐客家人的现在与未来。

资料显示:作为山东老字号企业,乐客家的商业版图令人吃惊:两个工厂、京津两大办事处,合作进驻2000多家超市,去年营收上亿元。

版图铺衬,新冠肺炎疫情造就的“全民做饭”的行业风口下,中国不少调味品企业迎来市场向好时刻,乐客家没有例外。

订单纷至沓来,销售数据急剧攀升,“同比增两到三成……”王加新说。

不过,数据的飘红并未让王加新得意忘形,他深知:“学习如逆水行舟,不进则退,商场更是如此。”

在此背景下,谋局未来成为王加新及其乐客家的不二之选。

王加新透露,目前他们在对传统五香调料进行转型升级的同时,除5月份与哈工大威海分校签订战略合作外,他们也围绕“药食同源”等课题,与齐鲁工业大学一起,成立研究生工作站等。

这边校企合作稳步推进,那边市场的开拓也如火如荼。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者获悉,目前在乐客家,除王加新及其团队不遗余力地拓展线下渠道外,线上销售也成为其未来努力的重要方向。

王加新认为,时代大潮的冲刷下,国内外经济不确定性的增加,仍未彻底消弭的疫情,仍在影响并改变着这个世界,“如生活方式,消费习惯等等,这是趋势,作为企业经营者,除了适应它,我们别无他法。”

适应大潮下,王加新他们努力向前。

就线上销售而言,除与传统的互联网巨头合作外,他们也将目光锁定网红经济中的网红带货环节。

“未来,我们将根据自己的

产品定位,有目的地选择一两家具MCN机构进行合作……”王加新说。

线上突围,线下就2020年第五届中国(乐陵)调味品产业博览会而言,王加新他们也在努力备课。

“味博会是全国调味品产业发展交流的重要平台,对于如此重要的盛会,从来不会缺席的乐客家届时将大放异彩。”王加新这样表示。

上述观点被乐陵官方佐证。数据显示:今年,当地味博会设置展会面积2万平方米,规划展位600余个,届时包括乐客家在内的山东省调味品协会120家会员单位将汇聚于此,围绕调味品产业的新趋势、新技术、新模式展开深入探讨与研究。

“触顶”神厨加持“黑科技”

崔俊良、王加新所处企业今年销售数据的“飘红”现象并未在神厨出现。

神厨全名为“山东神厨调味食品有限公司”,位于乐陵市杨安镇调味品产业园,是一家集调料批发、调味品深加工及高档方便面调味食品、各种肉酱、辣椒酱生产的中、小型企业。

于2000年正式成立投产的这家公司,占地10000平方米,拥有员工百余人,年生产调味品千余吨,产值2000余万元。

与杨安镇为数不少的调味品企业一样,主要生产各类餐饮调味品、家庭装调味品、礼盒装多味酱等神厨系列产品,在全国20多个省、市,100多个地区拥有长期合作伙伴,近百种“神厨”品牌调味品远销欧、美、日、韩、澳及东南亚等地区。

不过,与乐客家主攻商超不同,过去很长一段时间内,“餐饮企业”在神厨的商业版图上占据重要席位。

然而,这个2020,当疫情阴影笼罩世间,当数目众多的餐饮企业遭遇经营难关,以此为主打市场的神厨也遭遇销售数据的“滑铁卢”。

尽管采访中,其负责人刘耀德并未给出具体数据,但“影响很大”却是不争事实。

逆境之下,当如何突围成为摆在神厨面前的首要问题,刘耀德陷入一场焦灼。

但短暂的焦灼后,长达30余年的调味品市场搏击经验让他迅速振作企业,并围绕其企业产品展开分析,“哪些适合家庭,哪些适合触网……”他说。

由此分析,作为生产供应商,联手互联网,围绕黑胡椒酱等产品进行高度触网的思路迅速制定,并快速实施。

上述行动下,以神厨黑胡椒酱为例,其销售位列同类产品全网第一名。

不过,刘耀德并不满足这些。

此前主攻餐饮企业的实战经验铺垫下,如何借高科技、智能化大势来重新赢得市场,同样成为他及其高管团队思考的重要问题。

四处奔走与考察中,深圳一家投资数千万,历时4年研发的“烹饪机器人”进入刘耀德他们的眼睛。

据介绍,这款机器人通过“烹饪机器人+复合调味料+烹饪标准化SOP”体系实现中餐中的“八大菜系”“东西南北中味道细分”“煎烤烹炸”等烹饪功能,进而还原中餐“名厨名菜”的“色香味”。

这对力图实现“千店一味”,同时有面临人力成本大幅增长、人员流动性强以及管理水平参差不齐的餐饮连锁企业以及单体、学校公共食堂来说,无疑是一福音。

“这或将是中国餐饮行业的一场革命。”山东餐饮人士张明表示。

革命袭来,资本、技术以及神厨调味品巨头等三方的通力合作下,当这一综合各方优势、具备“一键启动”和“互联网云菜单”等功能,真正符合“数字化”、“智能化”的餐饮行业创新在河北邢台、德州乐陵等地相继完成实际订单,“智兴杨安”也有了新的支撑案例。

案例仍在增加,搅动着中国的调味品市场。

“前景可以预期,我们充满信心。”刘耀德说完望了望远方。

在他身后,是镇,更像城的杨安镇,在鲁北平原的辽阔中静守,此时为2020年的这个夏秋。