

这个鲁北小镇，拥有调味品加工企业280家——

杨安的“千滋百味”

本报记者 康朴

从滨德高速乐陵出口驶出，路边“中国味都·寻味杨安”几个大字引人注目。车行至山东省乐陵市杨安镇，道路两旁调味品企业密集排布，调料元素随处可见。放眼望去，一座座厂房林立，挂着全国各地牌照的大货车满载香辛原料运到加工厂，又把刚下线的一箱箱调味品带出小镇，送至千家万户。

杨安，鲁北平原的一座普通小镇，常住人口仅5万多，却拥有调味品加工企业280家，其中规模以上企业52家，年销售额逾260亿元，年快递发单量超9500万单。

既非香辛料主产地，本地也无庞大消费市场，杨安镇为何能够生动演绎“无米成炊”的产业发展故事？



乐陵市龙盛食品股份有限公司员工在生产线上忙碌。



“靠这条产业链吃饭的就有3万多人”

“家人们，这是最新研制的‘爆炒酱料’，翻炒时倒入这个酱料，‘小白’秒变大厨……”在山东华畅食品股份有限公司（简称“华畅味业”），“网红”张芳正在直播间带货，她每天直播6个小时，一天能卖上千单。镜头前，小龙虾调味酱、酸汤肥牛调味料、泰式风味汁、奥尔良腌料等商品琳琅满目，实时成交量不断攀升。

用当地人的话说，华畅味业总经理王建洲是“调二代”。旧皮包、碾子、秤砣……公司展厅摆放着很多老物件，“这些都是我父亲创业时用过的，他上世纪70年代起，靠肩挑手扛走南闯北卖辣椒面。”王建洲说。子承父业的王建洲把小作坊发展成镇上最大的调味品企业之一。

王加新是山东乐家客食品有限公司董事长，年过六旬的他亲身经历过当地调味品产业的艰难起步。

“卖调料能赚几个钱？”王加新回忆，他十五六岁时便跟着邻村的师傅外出讨生活，顺带卖点调料。七八岁时，他又跟着父亲，一人骑着一辆自行车，驮上两大包花椒面，卖到天津、河北唐山等地，甚至还有人走到更远的东北、内蒙古等地，一走就是个把月甚至更久。

杨安镇调味产业，就是从当地人卖调料原料开始。乐陵一带种植辣椒，但当地消费量有限，杨安镇的人就把辣椒磨成粉面，拿到外地售卖。后来，花椒粉、五香粉等产品不断涌现，种类逐渐增多，渐渐地，杨安镇人卖调料卖出了名堂。本地原料无法满足需求，杨安镇人就从全国各地买过来，经过简单加工再卖出去，经营品种也越来越丰富。上世纪80年代，杨安镇逐渐成为中国北方最大的调味品集散地，调味品家庭作坊和工厂方兴未艾。到上世纪90年代，调味品企业增加到100多家。

如果在超市购物，发现川菜水煮肉片的调料包并非来自巴蜀，而是乐陵杨安，可别感到惊讶。在杨安镇调味品博物馆，陈列着全镇企业生产的1200余种调味品，从花椒大料、炖鸡炖肉料，到方便面酱料包、火锅底料、火腿肠调料，再到各地名菜的复合调料，应有尽有。

“经过40余年发展，杨安镇调味品产业已实现从家庭作坊到规范化集约化工厂的跨越，形成包括生产加工、冷链物流、运输包装、检验检测、产品辐照杀菌等各环节的调味品全产业链条。”乐陵市副市长张磊说。

张磊还有另一个身份：乐陵市食品调味品产业链链长。他告诉记者：“杨安镇5万多人，靠这条产业链吃饭的就有3万多人。”

握指成拳共打一张牌

在乐陵市调味品产业共建共享实验室，95后潘新如和同事正忙着做检测。“这是杨安镇一家企业刚送来的调味汁样品，需要测总酸。”潘新如告诉记者。她的双眼在PH测试计和滴定管之间来回转动，右手从滴定管底部胶头挤出溶液，“必须控制好氢氧化钠用量，当烧杯中的混合液体PH值达到9.2时停下，如果误差大，就得重新来。”

说话间，PH测试计上的数值到了9，潘新如屏住呼吸，右手动作更小心翼翼。数值定格在9.21，潘新如松了口气，在记录本上写下氢氧化钠消耗量：6.55毫升，经计算，样品总酸合格，“今天还有8袋样品需要检测。”

调味品作为食品，标准检测必不可少。产品是否符合国家标准和出口标准？在杨安镇，只有少数几家企业有自己的检测实验室，多数调味品企业只能将样品送到外地，费用高，效率也低。

“去年10月，由政府和企业共建的共享实验室投入使用，实现了企业间实验室、检验检测设备和检验人员共享，极大提高了乐陵市食品生产企业出厂检验效率，目前已有60余家企业入驻，每年能为入驻企业节约成本15万元以上。”杨安镇党委书记孟宪军说。

共建共享实验室，是杨安镇调味品产业握指成拳、抱



▲ 乐陵市华畅食品有限公司员工在生产车间赶制调味品订单。

▲ 乐陵市新飞达食品有限公司员工在检查腌制辣椒产品。

▶ 工作人员在乐陵市调味品产业共建共享实验室检测样品。
本报记者 康朴摄

▼ 杨安镇调味品共享产业园一角。

本版照片除标注外均为 贾鹏摄



团发展的一个缩影。

为什么要抱团？“杨安镇调味品产业正处于由大到强、破壁出圈的关键节点。”张磊介绍。

跨过这道门槛有两种思路：打造爆品和打造区域品牌。乐陵市组织10余次会议专门探讨，最终形成共识：打造

区域共同品牌，擦亮“杨安招牌”。

“过去，乐陵也制造了不少爆款，比如油醋汁，但爆款很容易被复制，经常是‘一阵风’，消费者也很难记住爆款背后的品牌，企业发展面临瓶颈。”张磊说，“只有把更多精力放在塑造品牌上，才能让爆品与品牌相得益彰。”

为此，乐陵市提出“全市齐打一张牌”，支持杨安镇放大调味品产业优势，擦亮“味都杨安”招牌，引领调味品企业转型升级、抢占新赛道。

在此背景下，杨安镇调味品集团成立。这是一家国企注资、规模以上企业入股、行业协会运营、政府引导的混合所有制企业。

一个集团，如何给当地的中小企业带来保障？会不会形成竞争？

“不是竞争，而是搭台。中小企业更需要科技助力、政府扶持，我们成立产业集团是提供服务的。共享实验室就是成果之一，此外还能够提供集中采购、垫付资金、冷链仓储等多种服务，着力解决中小企业面临的现实问题。”杨安镇调味品集团总经理卞彬说，“拿集采来说，我们可以把有采购需求的企业整合起来，整体打包去跟供应商谈判，从而获得更多主动权，降低采购成本，提升产品竞争力。”

张磊告诉记者，近段时间，他到一些地区调研时发现，在超市货架上，杨安调味品的位置更好，产品也更多了。

做大做强“杨安味道”

一大早，位于杨安镇调味品产业园的山东庞大食品有限公司生产车间，工人正加工一批出口阿联酋的外贸产品。“过去我们主要出口日本、韩国、澳大利亚、美国、英国等国家，今年又开拓了新市场，外贸团队还新招了两名00后大学生，大家干劲很足。”山东庞大食品有限公司外贸部经理朱俊杰说。

庞大食品是杨安镇调味品企业中较早做海外贸易的公司之一，生产的复合香辛料、研磨粉等产品主供海外商超。“去年出口额达3000万元，今年上半年出口额就已经和去年全年持平。”朱俊杰说，“杨安镇调味品的适应性很强，灵活懂变通，更契合客户需求，跟国外一些原料产地相比，完善的产业链成为‘买全球、卖全球’的坚实支撑。”

开拓海外市场成为杨安镇调味品企业的共同选择。前不久，杨安镇6家调味品企业负责人在乐陵市政府组织下组团去了欧洲，先后在德国慕尼黑、荷兰阿姆斯特丹、英国伦敦等地考察推介，拜访行业机构和龙头企业10多家。客商很快就到杨安回访，洽谈合作事宜，进展顺利。

在新飞达（山东）食品有限公司，新厂房施工正忙。这是杨安镇规模最大的一家调味品企业，年出口额超亿元。“新车间9月即可投运，主要用于生产预制菜。”新飞达总经理崔俊良说，“无论出口还是内销，调味品本身利润率不算高，市场规模偏小，企业想突破发展的天花板，还需丰富产品类型。”

崔俊良认为，味道是美食的灵魂，调味品企业其实已经掌握关键环节，做预制菜只需再向前延伸一步，难度不大，收益可观，“既发挥优势，又能提升产品附加值”。

华畅味业把“一酱成菜”配方研发作为重点。“还原地道风味，是推动中餐标准化的重要手段。”王建洲说，公司与地方菜名师以及多家高校建立合作关系，研发家常菜系列和川菜系列调料包共16种产品，既能为消费者保留做饭乐趣，又省去诸多繁琐备料步骤。

王加新告诉记者，跳不出调味品的圈子，市场规模很难有质的飞跃，乐家客正从“药食同源”理念中挖掘调味品的更多可能。“一些调味品原料具有独特药用价值。”王加新表示，公司与山东理工大学共同开展“药食同源”降血糖系列产品研发，经过不断试验，现已申请3个发明专利，上市3款新品，试销效果不错。

从“卖原料”到“卖产品”再到“卖品牌”，在40余年的发展过程中，杨安镇调味品产业完成了漫长而艰辛的“三级跳”。当地规划要用5年时间把调味品产业产值做到600亿元。“不仅在销售渠道上谋突破，在产业转型、科技创新、产品更新、品牌塑造方面也要力争‘出圈出彩’。”孟宪军说，“现在镇上企业思路宽、订单多，体量在每年30%的幅度提升。实现600亿元产值目标，我们有信心。”

