

# 坚持传统 拥抱科技 传统企业牢记初心使命 一颗豆子 酝酿美好未来

酱油最早是由中国发明的。在距今2000多年前的西汉时，中国就已经普遍酿制和食用酱油了。

传统的生产方式虽然有着悠久的历史，但是生产工艺落后，效率低下，质量难以保证。现代的生产工艺，效率高，质量可控，但是缺乏文化的滋养。如何将这两者结合起来？这一直是传统行业的两难选择。在淄博市淄川区有一家创建于1894年的酿造企业——淄博川鹰酿造有限责任公司（以下简称“川鹰公司”），这家百年企业将传统与现代生产技术和设备有机融合，正在走出一条属于自己的品牌之路。

## 没有品牌就没有价值

“我们企业始于1894年，既是品牌农业，又是数字农业。这样的传统行业如何实现向数字企业的转型？转型的过程，是传统行业如何看待坚守和创新发展的过程。”12月15日，川鹰公司董事长、总经理徐磊告诉记者，川鹰公司的精神就是能吃苦、能坚持、能创新、能干事。

“为什么说能吃苦？传统行业的从业者，大多数有吃苦耐劳的优秀品格。这些行业劳动强度高，从业者每天早出晚归，能吃苦，才能坚持下来。在市场化大潮中，我们能坚守这份老祖宗留下来的基业，确实很不容易。”近几年，徐磊发现传统行业不光要坚守传统，更要勇于创新，而且必须创新。如果不创新，一个传统行业的企业很难获得发展的机遇。

一路走来，川鹰公司的产品既能体现出传统所赋予的文化内涵，又充分利用了数字化和智能化的先进设备，带来了高品质的保证。川鹰公司始终保持一种对未来的想象和干事创业的精神，比如在利用5G领域方面。在企业的智能化和数字化方面，川鹰公司不但领先行业内的其他企业，也在推动着其他中小型企业依靠智能化和数字化发展。川鹰公司旗下目前成立了一家名为恒河智能的智能化公司，主要为中小型企业提供智能化解决方案。

在川鹰公司，车间内的自动化生产线和博物馆的传统酱缸和谐共存，到处都可以看到传统和创新元素的完美结合。川鹰公司一直在探索传统行业的转型，寄望于为传统行业提供一个新旧动能转换的成功样本。

“从上世纪80年代开始，川鹰公司拿下山东省第一块‘山东名牌’，到如今成为山东省知名农产品企业产品品牌。

在品牌建设方面，川鹰公司始终认为一个企业没有品牌就没有价值，没有品牌就没有明天。”徐磊告诉记者，从品牌到品质，这个过程，川鹰公司走得很漫长，也很艰辛。“让产品保持好的品质，是做好企业的根本。唯有如此，我们企业才能创新和发展，一个企业必须对明天始终怀着向往。”

实际上，在川鹰公司已经形成品牌+创新+智能化+数字化的企业发展理念。互联网+数字化的业态在川鹰公司的车间内已经形成，从一滴酱油的生产制造，到一瓶酱油的销售，展现出传统行业在数字化发展趋势下的方向。“这也是我们企业回报社会，尽到我们企业责任的一种方式。”徐磊说。

## 坚持做好民族品牌

在传统行业创新方面，川鹰公司如今已经走在了全市甚至全省的前列。

“传统行业 and 现代企业精神，必须要融合到一起，这才能给予企业一个更好的发展前景。传统行业不但要轻装前进，企业还要打造好民族品牌。近期，我们在北美要上市一批文化产品，通过川鹰公司的产品展现淄川的聊斋文化。希望通过我们的产品，让下一代更好地领会中国诗词之美。”徐磊告诉记者，川鹰公司始终强调一定要做好自己的民族品牌。不但要做出质量上乘的国货，还要让国货走出国门——这是川鹰公司的愿望。

“目前，聊斋书院、聊斋古缸、柳泉山泉等已经成为川鹰公司企业文化的亮点，下一步将在公司的产品中体现出来。川鹰公司不但要坚守产品品质，同时也要借助文化的力量走向世界。”作为本土企业的掌舵人，徐磊考虑最多的是，如何把聊斋文化用好、宣传好？借此打造川鹰公司的新名片。

“说句心里话，酱油是中国发明的，但现在我们生产酱油用的是日本技术。我们中国企业要做的，就是把这些技术消化吸收，超越日本，生产出属于自己的好酱油。虽然我们现在用的设备是日本的，但是我想，早晚有一天，我们的技术会超越他们。”徐磊告诉记者，酱文化是我国最古老的饮食文化，而现在生产大酱用的机器也是韩国的。在技术和设备方面，中国现在已经被日韩所超越。

“我们这些民族企业要知耻而后勇，把我们山东大酱做好，把大酱文化做出特色，做出真正属于我们自己的民族品牌。”徐磊告诉记者，如今川鹰公司建起了山东大酱博物馆，同时也在准备申请非物质文化遗产。

## 新工艺百倍提高生产效率

“自古以来，中国就有这样一个说法，醋是酒圣杜康之子黑塔发明的。现在世界上最先进的食醋生产工艺是德国弗林斯公司的液态深层发酵工艺，而我们传统的发酵工艺，则是固态发酵法。”徐磊告诉记者，液态深层发酵工艺完全颠覆了食醋的生产工艺，通过大数据分析来控制产品的品质，在24小时到48小时之内就把黄酒转化成了醋。这种全自动、数字化的生产工艺，不但节省了人力，而且产量也是中国的传统工艺远远达不到的。

现在川鹰公司已经引进了这种最先进的生产技术，徐磊通过实践发现，德国人实际上是把中国的黄酒酿造工艺，通过数字化的控制，缩短了酿造过程，使黄酒迅速转化成食醋。

“现在，食品首先应该是安全的，才能谈品质和口味。数字化的生产工艺，首先是控制食品安全。同时，智能化的生产技术，也保证了食品的卫生。比如，食醋的生产技术，就是在

完全封闭的状态下，迅速地将酒转化成醋。”徐磊认为，古代的那种食醋酿造方法，仍然要作为一种工艺保存下来，而且还要一代一代传承下去，这是向传统和传承致敬。川鹰公司现在做的博物馆，就是不想把老祖宗留下的东西给遗失了。

“新的工艺出现，必然造就新的时代。现在就是液态发酵的时代，液态发酵可以提高上百倍的效率。过去，传统行业100个人生产的食醋，还不如液态发酵1小时的产量。”徐磊告诉记者，从手工时代到工业化时代，再到智能化、数字化、互联网+时代，这是一个巨大的变化。

“以前是凭经验来判断产品是否合格，现在每一道环节都通过数字采集的方式来进行管理，并且以此来保证食品安全。可以说，从生产到销售，都实现了数字化分析。”徐磊告诉记者，川鹰公司一直在思考如何把传统行业做好，把民族品牌做大，为国争光。

“这不仅是一个企业家的愿望，更是我作为一名中国人的愿望。”目前，川鹰公司从装瓶到出厂，已经全部实现了自动化。公司对每一件产品的记录和检测，也都实现了数字化、智能化，每一件、每一批产品的流向都可追溯。传统行业和数字化农业的高度融合，在川鹰公司体现得淋漓尽致。

## 一颗豆子如何做成美味大酱

“以前制造大酱的每一个步骤，都需要依靠经验，让师傅们凭经验判断微生物的生长过程。而现在，已经可以通过数字化的设备和厂房，随时将数据记录下来，就算是不懂的人，也可以直观地看到酱油、食醋是如何生产出来的。”徐磊告诉记者，现在，川鹰公司拥有山东省最大的阳光晒场，也拥有山东省最好的数字晒房，这也意

味着，传统行业已经跟数字化、智能化深度融合。人们可以非常直观地看到经过阳光晒制、生物发酵，盐水和大豆如何结合，从而生产出味道鲜美的酱油。科技的力量，前所未有地向人们展现出中国数千年来传统工艺的魅力。

“传统行业必须要结合现代工艺，传统文化的元素必须注入到产品中，比如让聊斋文化和中国诗词给我们的产品‘赋能’，才能让产品走得更远。”徐磊认为，要让消费者不光了解川鹰公司的产品，还通过这些产品去了解中国的诗词歌赋。从小就要培养年轻一代对传统文化热爱，在潜移默化中激发年轻人对传统文化的学习热情。

“这是企业必须要做的。”徐磊告诉记者，川鹰公司不但有传承中国文化的使命，还要担负起自己的社会责任。

作为农副产品加工企业，川鹰公司通过收购淄川东、西部山区的农产品当作大酱、酱油等产品的生产原料，淄川许多农产品都被该公司包销了。

作为行业内的龙头企业，如何通过自身的发展，带动当地农民增收？这是徐磊目前思考的一个问题。

“现在张庄有44户，岭子有279户，都是我们在帮助他们创收。作为当地的龙头企业，怎么带动他们实现脱贫致富？我一直在考虑，充分利用我们淄川当地生产的农副产品，进行深度加工，提高副产品的附加值。帮助农户从脱贫到温饱，从温饱到致富，需要我们企业一直不懈努力。”徐磊说，川鹰公司正在帮助360多户农民实现致富的梦想。

现在，川鹰公司就像那颗制作大酱的黄豆，正在帮助当地民众酝酿生活的美好滋味。

大众日报淄博融媒体中心记者 李波 通讯员 陈珊 庞冬



晾晒酱油用的尖缸，因为历史悠久，被称为“聊斋古缸”。

川鹰公司的现代化生产线。