

烟熏味、海鲜味、泡菜味、冬阴功味……

定制辣条征服老外味蕾



本报记者 邓璇

走进江苏麦潮食品科技有限公司（以下简称“麦潮食品”）生产车间，空气中弥漫着辣椒和香料混合后的浓郁气味。一袋袋刚刚完成调味的辣条顺着传送带不断向前，工人们忙着装袋、封口、装箱。近年来，麦潮食品积极拓展海外市场，让一袋小小的辣条，从徐州出发，漂洋过海，走上越来越多海外商超的货架。

量身定制“国际味”

“今天做的这批货，是发往俄罗斯的。”麦潮食品董事长朱志远指着一旁正在进行打包的产品介绍。这批订单共有1100箱，口味是专门为俄罗斯市场定制的“烟熏味”。

“国外客户喜欢的味道，和国内不太一样。”朱志远介绍，俄罗斯客户偏爱烟熏、海鲜类口味，韩国市场则更喜欢泡菜风味，而东南亚消费者对冬阴功等酸辣口味接受度更高。

为了适应不同国家的需求，麦潮食品不仅调整口味和包装，连生产标准也都要重新定制。

“对于食品生产的要求，国外和国内区别还是挺大的。”麦潮食品总经理陈璐蓝表示，“韩国客户会把配料比例问得特别细，什么能放、什么不能放，都要求写得清清楚楚。”

曾经有一位韩国客户，为了确认产品配方，和麦潮食品沟通了四五个月，才最终下单。为了让产品符合韩国客户的要求，麦潮食品在生产产品前，将整条产线进行了彻底清洗。

面对日益增长的海外需求，企业也有了更长远的规划。“如果国外订单量越来越大，我们会专门开一条产线做出口产品。”陈璐蓝说。



短视频打开出海大门

事实上，麦潮食品最初并没有想到会把产品卖到国外。

“我们公司2018年成立，刚开始主要还是做国内市场，主攻抖音、快手等平台。”陈璐蓝回忆，后来有海外客户刷到了企业视频并主动联系，才开启了产品出海的大门。

“有些客户第一次联系我们时，对产品并不了解，只是看到了相关视频，觉得很新奇，想先买样品试试看。”陈璐蓝说。随着越来越多海外消费者尝试并接受辣条，麦潮食品也逐渐意识到海外市场蕴藏着巨大的发展空间。

今年年初，麦潮食品正式入驻阿里巴巴国际站，海外订单随之增多。目前，出口业务已占到整体销售额的约三成。

除了线上发力，线下展会也成为打开海外市场的重要渠道。“我们每年都会参加春、秋两季糖酒会，去年还去了泰国曼谷亚洲食品和饮料展览会。”陈璐蓝说，正是在成都的一次展会上，他们结识了来自俄罗斯的重要客户安德烈。

从最初的普通合作伙伴，到如今无话不谈的朋友，安德烈不仅帮麦潮食品介绍客户，还在企业遇到出口难题时主动帮忙协调。

政企携手擦亮“中国味道”名片

为了进一步扩张海外市场，麦潮食品今年还到广交会参观学习，并前往泰国考察。在那里，他们找到了新的发展方向——建立海外供应链。

“这两年，中国零食在海外年轻人中越来越受欢迎，除了辣条，毛肚、瓜子等产品也成了不少外国网友拍摄‘试吃视频’的热门内容。”陈璐蓝表示，麦潮食品正计划从单纯的辣条生产商转型为综合性的食品外贸企业。

徐州好物“走出去”，既需要企业敏锐的商业嗅觉，也离不开海关的保驾护航。为了服务出口企业，徐州海关查阅了其他地区食品出口的案例，制定“一企一策”帮扶计划，指导企业加强对原辅料验收、调配、熟制、包装等环节的质量控制，有效提升企业自检自

控能力和风险防控水平。

“在了解企业产品出海需求后，我们及时向企业发布产品风险预警、国外标准变动等信息，助力企业不断完善食品安全监控和追溯体系，从源头上防范和化解食品安全风险，切实增强企业产品在国际市场的竞争力。”徐州海关核二科科长孙志辉说。

一根小小的辣条，不仅承载着徐州本土企业的创新与闯劲，更成为连接中外消费者友谊的桥梁。在政策护航与企业探索的双向奔赴下，这些地道的“中国味道”正漂洋过海，成为世界了解中国、爱上中国的一张鲜活名片。

本报记者 邓璇 张荏衍 摄

润云川®
天然偏硅酸矿泉水

产品标准号：GB 8537

服务热线：

0516-8234 5678

徐经理：13852445674

刘经理：15190665557



天然偏硅酸 水中软黄金

润云川
真石泉



登录「
彭橙GO」小程序
在线订购好水

广告