

从重庆汉子到青岛女婿 从1万元开店到年入过亿元

他用“麻辣捞汁”闯出海鲜新天地

从重庆山城到青岛海滨，张奇的人生轨迹跨越千里，充满韧性。16岁参军，军营锻造了他坚韧的品格。退役后从厨师起步，在王哥庄与渔家姑娘结缘，找到了事业与人生的方向。2016年，他用1万元资金开启创业，将廉价的鲍鱼螺创新为麻辣招牌菜。创业路起起伏伏，他一度负债200多万元。凭借不服输的劲头和家庭的支持，以2.5万元“家庭融资”绝地重生，成功研发出融合四大菜系风味的“麻辣捞汁”，让产品走向世界。如今，他的企业年经营收入过亿元，但始终坚持“根在王哥庄”。



张奇

“麻辣老婆脚”。



张奇现在的工厂。

张奇1万元开的小店。受访者供图

到青岛当厨师自主创业

张奇家兄弟姊妹7个，他最小，而且家境并不富裕。16岁那年，他萌生了当兵的想法。“我爹认为我年龄还小，不让我去。我说：让我去当兵，以后结婚买房的事我自己管。”带着这句话，张奇走进了军营。部队的大熔炉，锻造了他钢铁般的意志和吃苦耐劳的品格。

退役回乡，张奇放弃了转业安排，选择自主创业。他干起养殖场，次年又学习厨师，本打算将养殖和餐饮的业务打通，但未能成功。2003年，张奇第一次创业以失利告终。那时，张奇的舅舅在青岛川菜馆“天府老妈”当厨师长，他追随舅舅来到青岛干起了厨师。从天府老妈、到顺峰海鲜酒楼、到即墨华洋大酒店，再到王哥庄会海舫，他的厨艺日渐精湛。到了2008年，在王哥庄以渔家宴为主的餐饮圈，他已经能操办一桌价值13000元的高档宴席。

在王哥庄这座山海小城，张奇也因餐饮收获了爱情。在会海舫的后厨，他常遇到一位来送海鲜的当地姑娘，这位渔家女儿的质朴与勤勉深深打动了他。2011年，相识半年后，两人携手步入婚姻。对张奇而言，妻子不仅为他维系着家庭，更连接着一个与大海紧密相关的世界，这为他未来的“海鲜事业”打开了最直接的窗口。

“老婆脚”催生“麻辣海鲜”店

身为重庆人的张奇，味觉世界里麻辣是底色，也是“利器”。身处盛产

海鲜的王哥庄，他找到了破局的机会。灵感来自于岳父出海拉网捕捞回来的鲍鱼螺，王哥庄当地俗称“老婆脚”，肉在壳外边，特别好吃，但是这种螺黏液多，腥气大。张奇用做川菜的方法，把鲍鱼螺做成麻辣味，大家吃着都连连称赞。当时，这种海螺价格低廉，不到两元钱一斤。

“总不能做一辈子厨师吧？”麻辣鲍鱼螺成为张奇的转折点。2016年，张奇辞去工作，开始创业，启动资金只有1万元。他在王哥庄商业街租下一个30平方米的店面。关于租金，还有一个精打细算的故事：“房东开口年房租要4000元，当时店面没装修。我把租价加到5000元，让他把店铺简单装修一下。”剩下的钱，购买了冰箱、食品展示柜，置办了灶具，最后用仅剩的1000多元，购买了第一批海鲜。“麻辣海鲜”小店就此开张。

举步维艰，产品单一，麻辣海鲜的做法让一些顾客怀疑海鲜不新鲜。为此，张奇将“新鲜”摆上明面，他在店门口摆上活蹦乱跳的小龙虾、虾虎等，“现捞现做”。当时，有不少全国各地的新人到王哥庄拍婚纱照，顺道成了小店的顾客。他们品尝后纷纷称赞，并询问：“能不能给发快递？”起初因缺乏保鲜措施他发的快递经常出现损耗，后来他专门开模具做泡沫箱，加冰包装，解决了远程配送的难题。口碑，就这样一点点积累起来。

从一夜清零到另起炉灶

这时，关键人物出现——一位做微商的顾客品尝了张奇的麻辣海鲜后

表示：“你信不信我能给你卖爆？”合作的结果远超预期。“我们30平方米的小店，一天最高纪录能卖6万元。”订单暴增。小店里三人经常要干到凌晨，次日六七点钟，张奇又得上市场去买海鲜上货。他要想办法扩大生产规模才行。

2017年6月18日，一座投资一百多万元、面积达1000平方米的工厂正式开业。“我一个外地人，能有多少积蓄？100多万元全是借的。”张奇说，他和妻子每人办了十几张信用卡，各个银行小额贷款也贷了个遍。工厂开始运转，生意步入快车道。然而，在2018年，那位曾带来爆发式增长的微商伙伴，另起炉灶单干，几乎一夜之间，张奇的顾客全没了。

张奇急切地寻找新的销售平台，但是屡屡踩坑。“错误的方向导致巨大的亏损，2018年我赔了200多万元”。他说，到了年底，在变卖产品、偿还贷款、结清员工工资后，他的手里只剩1000元，这一度让他萌生退意。“当时真想不干了，可又一想，如果我去打工，这200多万元的账我得多少年才能还清？”骨子里那种“不服输”的劲头撑住了他。

2019年春节，张奇在观看春节晚会时，电商平台的红包大战让他灵光一闪：“我发现我的路走错了！以前我走的全是线下，一心在找销售平台。”他决心转战线上。大年初三，按照习俗他到丈母娘家拜年。“那天老丈人2000元、丈母娘2000元给小孩的压岁钱，被我挪用了。”张奇说，加上自己的1000元，凑了5000元。又向丈母娘借了2万元。这笔总计

25000元的“家庭融资”，成了他绝地翻身的资金。

通过朋友引荐，他找到一位了解电商运营的伙伴。对方品尝产品后非常认可。很快，他的麻辣海鲜登陆淘宝，生意渐渐有了起色。张奇给自己定下了方向：全力专注线上。

自研麻辣捞汁走向海外

2020年，线上消费持续升温，他的出货渠道也迎来多元化，好多开网店的找上门来寻求合作。他开始成为供货商，进入直播带货，也走进了大型连锁商超。

同年，他开办了第二家工厂，生产自己研发的调味料——麻辣捞汁。张奇的想法当时很简单，自己做调料给自己用。偶然的机会，这款料汁被一位做出口生意的友人相中，自此，他的产品开始走向海外。

麻辣捞汁，是张奇用半年时间研究出来的，调味料结合了中国四个菜系精髓：川菜的麻辣、鲁菜的酱香、粤菜的鲜香、湘菜的鲜辣。这款灵魂酱汁产品相继出口到韩国、美国、新加坡、澳大利亚、马来西亚等多个国家。

随着核心调味料的成熟，麻辣海鲜的产品线也大大地丰富了：鸭货、泰式生腌、潮汕生腌、韩式香辣蟹等等，产品达上百种。但无论产品如何扩展，根基始终在王哥庄。张奇表示：“食材原料只要王哥庄当地有的，我们以当地为主，并结合王哥庄二龙山清甜爽口的山泉水。”

回顾创业历程，张奇将最大的动力归结为两点：军旅生涯塑造的坚韧和家庭无条件的支持。他的管理理念也充满人情味与共享精神。“我只是一个平台，这个公司是大家的。”他笑称，自己有时得“服从大家的规定”“跟着他们混”。这种“大家”文化体现在诸多细节中，比如他那辆奔驰车，“厂里谁有事都能开，员工结婚都用它当婚车”。

从重庆山城到青岛海滨，从1万元的启动资金到年营收过亿元的企业创始人，张奇的人生轨迹充满了跨度与韧性。他的故事，将两种地域文化通过个人奋斗实现创造性融合。这其中又有军人的钢铁意志、丈夫与女婿的家庭担当、一位产品经理对极致风味的执着追求以及重庆人那股火辣直爽的劲儿。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 陈小川 摄影报道