

打造美味“新食尚” 开创坚果新吃法

沃隆食品公司专注高品质坚果赛道 持续创新口味并跨界营销

强信心·稳经济·促发展

青島市质量工作领导小组办公室
青島市质量发展促进会
青島优品 青島早报 联合主办

品质第一
自建工厂全程把关

透过沃隆的发展历程,记者读出的
是关于专注赛道、匠心坚守的故事。
“从食用带壳坚果到直接食用果仁
儿,转折点可以追溯到几年前。”谈起爆
品“每日坚果”的由来,公司相关负责人
向记者介绍,早在创业初期,沃隆主要以
坚果的进出口贸易为主,后来他们发现,
春节一过完坚果就很难再有大额销售,
青岛沃隆食品股份有限公司创始人、董
事长杨国庆开始谋求破解之道。和坚果
打了十几年交道,杨国庆发现,国人的坚
果人均摄入量远低于世界平均值,由此
他开始思考打造一款健康、便利、一年
四季都可销售的坚果品类。

依据《中国居民膳食指南》,沃隆团
队首先开河,自主研发的“每日坚果”一
经上市就成为爆品。6种坚果果干科学
配比的“沃隆每日坚果”,改变了国人只
在春节期间吃坚果的习惯,在全国掀起了
每日坚果浪潮,沃隆成功跻身坚果行业
一线品牌。在坚果需求旺盛的同时,
消费者更愿意为好品质的产品买单,行
业从量的供需平衡转向质的供需平衡。

“一个产品要保证它的品质,就必须
把原料采购、加工烘烤等全流程牢牢
掌握在自己手里,如此才能保证每一袋
坚果都能品质如一。”沃隆相关负责人
表示,在青岛自建工厂,是沃隆坚果高
品质的有力保障。

以匠心,造优品。沃隆对品质的把
控始于源头,精选全球优质坚果原料,
与全球各地的优质供应商建立长期合
作关系,确保每一颗坚果都饱满、营养
丰富。同时,立足青岛,发挥自建工厂
的优势,通过自主生产链的建设和严格
的质量把控,更大程度锁住坚果营养和
醇香。在生产过程中,沃隆建立了一套
完善的风险预防管理机制,从原料采
购、加工、分装到成品检验,每一个环
节都严格把关,确保产品安全可追溯。

为了确保坚果的新鲜口感和食用
安全,沃隆在包装上也下足了功夫。采
用符合GMP要求的食品级镀铝包装
袋,有效隔绝了空气中的水分,确保了
沃隆坚果脆爽的新鲜感和果干软而不
腻的口感。这一创新举措,不仅提升了
产品的品质,也赢得了消费者的广泛好
评。原料的精益求精,加上生产流程的
匠心独运,“品质第一”原则之下,每个
环节的千锤百炼,造就消费者手上的
“个头大、自然香、真干脆”的沃隆三
好坚果。

坚果为媒
品类口味融合创新

如今,放眼全球,消费者的饮食习
惯正向健康化转移,坚果这种自带健康
属性的食品深受广大消费者青睐,高品
质坚果正引领着健康饮食的新潮流。

“每日坚果”系列产品的迅速走红,让
无数消费者记住了这样一个坚果品牌—
—沃隆。随着健康消费持续升温,消费
者对于健康休闲食品的需求不断升级,
青岛沃隆食品股份有限公司将如何抓住
机遇?

首批“青島优品”获评企业、2023年
新一代“青島金花”、山东省商务局认
定“必买山东好年货”、山东农业产业
化省级重点龙头企业、山东电商直播企
业……透过一个个荣誉,我们似乎可以
窥见沃隆食品公司正在以实际行动书
写的“答案”:专注高品质坚果赛道,
始于爆款,终于品质。



沃隆坚果厂区。



沃隆公司生产车间。



沃隆坚果礼盒。

覆盖全网
新营销引爆品牌声量

除了口味、品质及营养价值外,品牌
知名度也是影响人们购买坚果的重要
因素。具有较高知名度的休闲零食品
牌往往更容易获得消费者的青睐。对沃
隆食品而言,在创新品类、坚守品质的
同时,打响品牌同样是他们的重要课题。

多年来,沃隆聚焦打造营养健康又好
吃的坚果休闲食品,将产品赋予健康、
美满等美好祝愿,从线上到线下,从产
品销售到品牌推广,在借助传递健康生
活理念的过程中,力争与消费者产生场
景共情、情感共鸣,让品牌传播潜移默
化。

沃隆专注全渠道布局,面向全国搭
建了完备的市场网络。线下,进驻了全
国多家传统卖场、现代及国际KA及便
利店、社区门店;线上,则通过天猫、
京东、抖音、快手等电商平台,以及得
物、有赞商城等新兴电商平台,打造完
善的电商销售网络。同时,在微博、小
红书、B站、抖音等多个平台,与年轻
人深度链接。在得物APP等新一代潮
流生活方式平台,沃隆品牌入驻,不但
为年轻人提供了丰富的健康时尚之选,
也在与年轻人互动、分享过程中,更好
地拥抱年轻群体。而入驻有赞商城等
平台,结合积分、优惠券等多种玩法,
沃隆给会员用户打造了更多元的体验。

此外,在覆盖全国的多项体育赛事、
全民运动、校园行等活动中,沃隆通
过“创意互动+坚果品鉴”的模式,打
造独特的品牌体验,与消费者形成情
感上的共鸣。为了加强与年轻人的互
动,沃隆的品牌年轻化IP“小隆人”
诞生,其憨态可掬的形象,深受消费
者喜爱。

值得关注的是,多年来玩转大剧营
销,是沃隆品牌传播的一个重要组成部分。
仅2023年,沃隆便合作了爆款古装
剧《长相思》等在内的数十部影视剧。
与剧集深度绑定的沃隆,不仅抓住了
年轻用户的嗨点,还在品牌、剧集和用
户之间形成了记忆绑定和联动购买欲。

聚焦“坚果+X”战略

优品对话

记者:对于沃隆来说,您认为,这座
城市提供了哪些有利于企业创建品牌
的条件和氛围?

沃隆:青岛这座城市为品牌发展提
供了沃土,海纳百川、开放包容的城
市性格给了企业发展更大的自由。立
足青岛这座国际化大都市,为沃隆在
全球优质坚果产区寻觅坚果原料,提
供了极大的便利。同样依托交通区位
优势,目前沃隆的坚果产品已远销全
球多地,得益于政府部门提供的各类
政策支持、引导和品牌培育的帮扶,
沃隆受益颇多。以专业人才为基,沃
隆食品与特种食品研究院等机构合
作,共同促进特种食品产业发展,持
续丰富沃隆产品线。此外,也为沃隆
品牌传播创造了更多机遇,并在此过
程中彰显企业社会责任与担当。以品
牌力量与城市共成长,共同唱响“青
岛优品”。

记者:您认为一个品牌长盛不衰的
关键是什么?新的一年,在质量“高
原”攀登品牌“高峰”方面,沃隆有
什么规划?

沃隆:坚持品质第一,用心做好产
品。对沃隆品牌而言,聚焦“坚果+
X”战略,以坚果为核心打造高品质
坚果产品,满足人们日益增长的健康
需求。致力于成为具有持续创新力的
全球性的坚果企业,这既是沃隆的企
业愿景,也是沃隆一直在努力的方向。

观海新闻/青島早报记者 孙晶
受访企业供图