

企明星·雄鹰振翅

青島市民營經濟發展局
青島早報聯合主辦

在青島市城陽區有一座“年輕”的工廠，2024年才正式投產，却在短短兩年內成為規模以上企業，還入選了2025年度青島市雛鷹企業名單。公司生產的產品遠銷美國、韓國、沙特等國家，與多家咖啡品牌、商超連鎖、電商平台創建合作。它就是魔飲咖啡(青島)有限公司(以下簡稱魔飲咖啡)的城陽工廠。近日，記者穿上防塵服，走進這座工廠，跟隨生產動線，揭秘一杯好咖啡是怎麼從咖啡豆變成消費者手中飲品的。

一杯好咖啡是怎樣“煉”成的

記者探訪島城優質咖啡企業 十餘道工序解鎖醇香奧秘

十餘道工序解鎖風味

在十萬級潔淨車間內，機械有序運轉，咖啡香氣縈繞。在廠長李明的帶領下，記者觀摩了咖啡生產全流程，從咖啡豆原料到成品出貨，歷經研磨、萃取、調配、酶解、滅酶、離心、灌裝、巴氏殺菌、包裝成品、出貨等十餘道工序。

“原料處理是咖啡品質的第一道關卡。”李明介紹，生產初期，工作人員要先對咖啡外包裝材料進行殺菌處理，隨後將烘焙完成的咖啡熟豆倒入料槽，依托真空發生器，將咖啡豆自動吸附至研磨機終端完成精細化研磨。自動化物料傳送設備全程封閉作業，能有效隔絕外界污染，同時精準控制咖啡粉研磨粗細度，為後續萃取打下良好基礎。

研磨完成后，咖啡粉被送入專屬萃取車間，這也是決定咖啡原液口感的關鍵環節。李明介紹，車間內萃取咖啡設備的上方配備電磁閥控制的噴淋水龍頭，採用間斷式噴酒萃取工藝萃取出咖啡液。“這種工藝模擬人工手沖咖啡的原理，緩慢均勻萃取咖啡精華，能最大程度提煉咖啡的風味。”李明說，萃取後的咖啡原液統一匯集至原液罐，通過密閉管道輸送至調配車間。

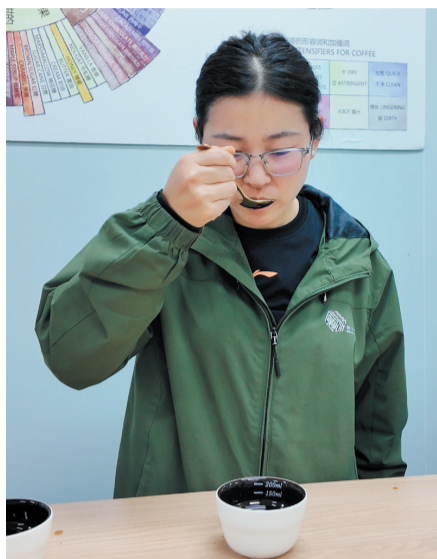
進入調配環節，技術人員會結合市場需求與客戶定制要求，精準配比咖啡原液，調整飲品香氣與甜度。天然咖啡豆中含有微量蛋白質、咖啡果膠等物質，這類成分容易破壞咖啡液的口感，導致風味雜亂。為此，工廠採用生物酶解技術，先分解雜質成分，再激活改良風味的活性物質，完成酶解後進行滅酶處理。“這套工藝能夠大幅提升咖啡液的穩定性，優化口感層次，讓咖啡的香氣更醇厚持久。”李明說。

酶解滅酶完成后，咖啡液中會產生少量固形物，工作人員利用離心機快速分離雜質，得到清澈優質的咖啡原液。後續還要依次完成自動化灌裝、巴氏殺菌、密封包裝等程序，全程低溫殺菌，在保留口感的同時延長飲品保質期。經過多重質檢篩查，合格成品統一入庫，最終批量出貨，送往消費市場。

品鑑師為咖啡醇香把關

標準化的工業生產催生了一個新職業——咖啡品鑑師。他們的工作可不僅僅是品嚐咖啡的好壞以評定等級，很多創新口味的咖啡都是他們一手打造的。聞香、注水、破渣、啜吸……在魔飲咖啡城陽工廠，記者還見到了咖啡品鑑師陳淑敏。

陳淑敏站在品鑑台前，面前整齊擺放著不同批次、不同口味的咖啡原液。她採用行業專業的啜飲品鑑法，小口吸入咖啡液，讓液體均勻充滿口腔，充分感受咖啡的酸度、苦度、醇厚度，同時細致辨別香氣層次，隨後緩慢吞嚥，記錄每一款咖啡的品鑑數據。“啜飲能讓咖啡液與空氣充分融合，最



陳淑敏在品鑑咖啡。



海東東咖啡節吸引大量遊客。資料圖片



魔飲咖啡城陽工廠的萃取車間。

大化釋放風味，精準捕捉細微的口感差異。”陳淑敏向記者講解品鑑技巧。

作為企業專職品鑑師，陳淑敏每日需完成數十次咖啡樣品檢測，涵蓋原料豆、萃取原液、成品飲品等不同階段樣品。她的工作內容包含風味測評、瑕疵篩查、口感調試、新品研發品鑑等，既要排查酸澀、雜味、異味等品質問題，也要配合研發團隊優化風味配比，平衡咖啡甜度、苦度與香氣。除此之外，她還會定期比對市場同類產品，優化本企業咖啡口感，貼合大眾飲用口味。

記者了解到，和普通的咖啡師相比，咖啡品鑑師的職業門檻要高出許多。一名合格的咖啡品鑑師除了要有硬性的資格認證和工作经验，還要有涉及感官能力、專業知識等專業素養。僅資格認證這一項，就要通過生豆分級、香氣辨別、味覺測試等20餘項嚴苛測試。通常來說，從一名咖啡師升級到一名咖啡品鑑師，至少需要3年以上的行業從業經驗。目前，我國註冊咖啡品鑑師約3000名。

打造本土優質咖啡企業

魔飲咖啡實控人李陽日介紹，魔飲咖啡是一家專注精品速溶咖啡工業化

解決方案的供應鏈企業，為咖啡品牌、商超連鎖、電商平台等提供包括咖啡烘焙、研磨、萃取、凍干等定制化供應鏈支持。

“公司擁有15名Q-Grader認證品鑑師和30餘名專業研發人員，圍繞萃取工藝、凍干咖啡塊等申請了65項專利，其中城陽工廠申請專利19項。”李陽日介紹，公司在青島城陽、即墨和崑山、南京、廈門建起五大工廠生產網絡，可實現熟豆年產量10000噸、冷萃取液年產量8400噸、熱萃取液年產量1800噸、凍干咖啡年產量2億顆。其中城陽工廠可實現年產能小異形袋1.2億袋、小條包/方杯6000萬條、自立袋1億袋。

記者了解到，魔飲咖啡的客戶群體涵蓋國內外知名咖啡品牌、新興精品咖啡店、主流電商平台、大型商超、知名連鎖酒店等。產品在HOST2025米蘭國際酒店用品展、2025年韓國首爾咖啡與烘焙展覽會等國際展會亮相，出口至美國、韓國、沙特等國家，並在美國、馬來西亞、新加坡、中國香港等國家和地區申請了註冊商標保護。

2025年度，魔飲咖啡研發費用達170萬元，占營收比例的5.69%。李陽日表示，未來，公司將持續加大研發投入，通過更高效、更堅韌、更深厚的供應鏈能力，實現高質平價產品的高效供應。

新聞延伸

咖啡節燃起城市新煙火

5月14日，一場在小麥島草坪上舉行的咖啡節熱鬧非凡，再次印證了島城消費者對於咖啡的熱情。作為“北方咖啡第二城”的青島，正用一杯杯小小的咖啡撬動城市消費版圖。

海東東咖啡節、尚小咖咖啡季、大草坪咖啡節、粉嚙嚙咖啡節……近年來，青島的咖啡節從零星點綴走向遍地開花，一個個帶有鮮明青島印記的IP輪番登場。以海東東咖啡節為例，2021年，首屆青島海東東咖啡節一亮相就迅速点燃了人們的消費熱情，活動一度因為人數過載臨時限流而叫停。

去年在城陽區舉行的尚小咖咖啡季，3天吸引了5萬餘人打卡，其中韓國遊客約2萬人，帶動園區內店鋪銷售額超300萬元，60個展位銷售額達200萬元。

數字背後，是城市消費力的集中釋放。一杯咖啡的價值遠不止其標價本身。有數據顯示，咖啡節上每賣出一杯咖啡，消費者往往會在周邊的餐飲、停車、文創乃至住宿等環節投入數倍乃至十數倍的花費。如海東東咖啡節帶動了崂山區酒店預訂量增長30%，周邊露營裝備租賃業務量翻番。

咖啡節同樣為各地商家提供了“破圈”的舞台。島城一家本土咖啡品牌主理人感嘆：“以前在老城區開獨立咖啡館，一個月最多接待2000人，這次咖啡節3天就接待了5000多名客人，還接到了3個企業團建的訂單。”來自外地的商家同樣收穫滿滿。北京1/4咖啡主理人張艷連續5年來青島參加咖啡節，她告訴記者，青島的顧客很懂咖啡，不僅年輕人喜歡喝，很多中老年人也會購買掛耳咖啡和咖啡豆，每次參展都能收穫大量回頭客。

更值得深思的是，青島並未止步於節會的熱鬧，而是將一杯咖啡轉化為串聯多元消費場景的紐帶。針對不同的消費群體，青島將咖啡業態導入婚戀消費、情緒消費和夜間消費等場景，讓一杯咖啡持續“烘”出城市煙火氣。

以在浮山森林公園大草坪舉行的節慶活動為例，現場雲集了防空洞咖啡、本土精釀等“咖啡+”品類，市民遊客在天然的休憩空間里品飲，流連於市集、演出與交友互動區，在放鬆休閒的同時，大大提高了日後的參節意趣。

與此同時，青島將咖啡的消費場景從城市商圈延伸至山海之間，率先提出“村咖”品牌，將傳統茶產業與新興村咖相結合，打造出“土洋結合”的消費新場景。目前僅崂山區就擁有170餘家鄉村咖啡館，北宅街道依托山林資源打造“庭院咖啡群落”，王哥莊街道借海景打造“觀海咖啡帶”，沙子口街道融合漁港文化形成特色点位……

鄉村的咖啡店飄著咖啡香氣，濱海地帶的咖啡節擠滿人群，商業園區擺起春日咖啡雅集……一杯咖啡，就這樣不聲不響地串起了青島的商業生態、文旅場景與社區日常，它撬動的將遠不止百倍消費，還有整座城市活力與未來。

本版撰稿攝影(除署名外)
青島早報/觀海新聞記者 于健