

向“新”向“绿”·产经记者调研行

展“食力”锋芒 晋江食品阔步向“新”“绿”

本报记者 刘宁 蔡明宣 董严军

刚刚过去的4月,晋江食品历经“暖春”又迎“盛夏”——春节后的“开门红”产能持续爬升,“春糖”上新客户、新订单又接踵而至。进入5月,新一轮的增长布局已然展开。

近期,记者走访相关企业发现。久违的好形势背后是众多食品企业有别于以往的全新发展思路——

面对渠道变化、新品同质性高、价格竞争加剧等不确定因素,许多食品企业加快了多渠道布局及市场下沉的速度;“绿”和“新”不再停留在食品原材料关口,而已贯穿了整个食品产业的全链条。技术赋能之下,不仅仅是生产端的提质增效,还带动行业整体供应链水平的升级。在向“健康”、拼“食力”中,晋江食品行业阔步向“新”向“绿”。



记者手记

重塑产业硬“食力”

以往的渠道优势在互联网发展中已经被抹平,新消费品牌在快速崛起,年轻消费者提出了多元化需求……处在市场前沿的晋江企业有普遍的认识——世界变化的节奏在加速。

如何在越发激烈的竞争中存活甚至领先?这是摆在晋江食品企业面前的大难题。但,“天下难事必作于细”。无论是一颗糖果、一枚蜜饯,还是一个小面包、一颗坚果、一片海苔、一片薯片、一包鱼肠……每一个单品都具有可能性和生命力,关键在于企业赋予多大的能量、如何用新生产要素创造新可能。

这样的路径在被验证。近几年,我们已经看到不少企业以科技、创新为核心动能,通过做深单品、做优新品,以绿色发展走出了新的增长曲线,在自我较劲和充分竞争中打造出了自己的“硬实力”。

这是晋江优势食品产业面对市场变化、直面自身不足,放眼新质生产力未来发展所做出的积极变化。

少数企业的变化固然重要,但“一枝独秀不是春”。这些优势企业也认识到,唯有更多企业的加入才能使其量变引起质变,让晋江食品企业个体优势转向产业集群优势,重塑晋江食品圈的硬“食力”。

01 “健康”品类唱主调

一提起“科技”这个词,人们想到的往往是医药、航天、新能源等行业。但当下食品行业的发展中,“科技”已经成为产品开发、生产、销售等各个环节的重要组成部分。

现在,饼干品质和口感考验着新型烘焙烤制技术,坚果也不是简单地采摘包装,吃糖果可以尝到真正的果汁,一颗蜜饯的配料表里也可以只有鲜果加上水和白砂糖……近年来,食品企业用科技提升“健康”值。

近日,在第一届晋江科技成果对接洽谈会上,盼盼食品携烘焙、膨化、健康、坚果、饼干及饮料等几大系列的数十款创新产品亮相。

在现场的科技展示区,盼盼食品向观众介绍了包括梅尼耶饼干系列所采用的低GI(血糖指数)技术,饼干可调节成型工艺,以及坚果锁鲜技术、米乳多重分段酶解技术、乳酸菌协同发酵技术、椰子跳动款饮品所采用的科技基酶解技术等多种工艺。

其中,刚获得2024年度国际美味奖(被誉为全球“食品界奥斯卡”)的卷心吐司格外亮眼,这是盼盼今年的主推产品之一。据介绍,该吐司没有反式脂肪酸,特别添加了海藻糖,甜度低、无身体负担。

“新质生产力就是高质量创新,创新点要紧跟消费者需求。”在盼盼食品集团董事长助理、品牌副总监宋长镇看来,面对市场对健康的关注,盼盼近年来朝大健康领域加快探索,这也是作为行业龙头企业的责任。

阿一波则将航天领域的冻干技术用在了产品创新上,其即将上市的“水果抱腰果”系列冻干产品就是对该技术的进一步创新。

阿一波总经理李志江告诉记者,区别于现有的冻干水果产品,该产品采用零添加的天然草莓,并通过冻干技术制作而成,成型后的冻干草莓还与腰果进行跨界组合,新产品不仅能同时具备水果与坚果的风味,还具有二者的营养价值,契合当代消费者对健康美味食品的追求。

而在晋江食品的优势品类中,糖果、蜜饯是绕不开的种类。随着“减糖”之风刮起,金冠、奇峰、久久王、泉利堂等企业也以工艺改进、精简配方等方式升级产品,改变消费者对糖巧类产品的刻板印象。

作为糖果界的种子选手,奇峰食品开发了一系列功能型食品,有添加鸡内金粉的山楂果糕;含有乳矿物盐与钙的特浓奶油夹心软糖;含有叶黄素酯的果汁软糖及含有膳食纤维VC软糖……品类多,产品品质好,让奇峰食品的功能型食品在今年成都春糖展上拿下不少新订单。

同样是糖果领域的“高手”,久久王长期发力清口食品,今年更是将“重头戏”放在了优势品类胶基糖果上。

久久王食品总裁办主任田岚透露,企业已经研发了一款在口感及口味上有突破性创新的产品,目前正在申请相关技术专利,并组建了新的市场团队对产品进行包装,希望打出“组合拳”。该产品将于7月面世,而近日已有不少同行慕名而来。她表示,企业回归优势产品品类,开发其更多可能性,在前期积累的基础上构筑了自己的技术壁垒,将帮助企业市场上赢得先机。

02 叫座背后真“食力”

当下,不少食品从业者都在叫苦市场新品同质化现象严重、价格竞争激烈,但也有许多食品企业凭借真“食力”脱颖而出,抓住了属于自己的消费群体,抢占新的市场机遇。

以大众印象中高糖、高盐的蜜饯品类为例,当前的渠道之争越来越激烈,蜜饯行业也不免“卷”入价格竞争之中。然而,来自晋江的泉利堂食品却“另辟蹊径”,在多个中高端终端渠道赢得一席之地。该品牌产品价格虽然比同行高,但去年底仍然出现了供不应求的局面。

“无论市场如何变化,产品品质永远是企业的立身之本。”泉利堂食品总经理陈清涛告诉记者,在行业进入价格战之时,企业通过多年的工艺升级,不断减少产品配料表,为蜜饯产品减糖,提升其口感、包装、健康属性等操作,已经在多个线下渠道取得了好的业绩增长。在他看来,稳住产品这一基本盘,才是保证企业及品牌长久发展的根本。

一颗蜜饯背后是一家近百年的“老字号”工艺创新的成果,而一块小面包则是盼盼全球研发团队的心血。

总部在福建,车间在全国,研发在全球——盼盼食品以科技创新为引领,加快发展新质生产力。该企业先后与德国DMF研究所、中国食品科学技术学会、江南大学等30多家高等院校或科研单位密切合作,成立研发实验室,开发利用健康食材,洞察食品产业发展趋势。

03 全链智能焕“新”机

“新质生产力作为一种强调创新、科技、人才和可持续性的生产力形态,具有引领食品产业转型升级的巨大潜力。”宋长镇认为。

全链条的创新是关键。盼盼食品从产品力、品牌力、渠道力、消费者认同等多个方面入手,通过与智能制造技术、信息技术等进行深度融合,不断催生新的产品、服务模式和生产工艺。这种融合极大地提升了盼盼食品的生产效率和产品质量。

在生产环节,盼盼食品在全国推行5G智能工厂,通过数字化的改造,提高产品效率与品质稳定性;在原材料供应链端,盼盼食品采用原产地直采,实现原材料智能化追溯;在产品研发端,盼盼食品长期与工程院院士保持密切合作,为盼盼提供食品安全、健康营养、

研发生产等专业支持;在食品安全端,盼盼食品的每一块面包、每一包薯条都有一个电子编码,可全方位进行食品溯源,甚至可以追溯到原辅材料来自哪个批次。

不仅向内求“智”,盼盼也向外寻求产业链共同进步。2024年,盼盼食品重点要在抓牢强势市场的同时,对终端渠道进行更为“精细化”与“智能化”管理。

在终端供应链方面,盼盼食品将继续加强产品和品牌的终端展示,推动陈列可视化、推广可视化、销售可视化,覆盖全国范围内百万家店铺,发力多平台电商矩阵;在系统方面,盼盼食品将对智慧生产和销售系统进行智能化升级,对整体流程进行精细化管理,提升运营效率。

除此之外,盼盼食品还将持续深耕零售集合店——零零嘴。

截至目前,零零嘴在福建地区已经开出了40多家门店。伴随着开店数据量的稳步增长,零零嘴这个盼盼食品自有“特通零售渠道”也顺利迈入健康发展轨道。

宋长镇表示,盼盼食品在原有积淀基础上,通过零食、预包装食品与咖啡的跨界合作,拓展新渠道获取新增量的同时,还可以通过深入一线消费者的场景,获取一手的数据支撑,为集团寻求一个长期、新的

业务增长曲线。当下,晋江食品的供应链管理已经不再局限于生产及物流端,而是贯穿到销售等多个端口。而这背后,是企业管理者们供应链思维的改变,也是一次“先苦后甜”的尝试。

去年,奇峰食品联合华为(晋江)工业互联网中心,开始“试水”数字化改造。“以前一到年底,生产供应就吃紧。如今,通过智能化排单、数字化库存管理等数字化手段,年底就算订单再多,我们也可以从容应对。”林景昌说,除此以外,借助数字化平台,奇峰实现了对消费者评价反馈与经销商订单情况的实时监测,通过大数据分析,助力新产品研发,紧跟市场需求。

除了设备层面的升级,爱乡食品推动供应链战略改变。

以物流配送为例,线下客户50件以下的订单,爱乡食品会选择顺丰快递为配送方式,不走传统大宗货物物流,以客户的订单需求为首要决策因素,最大化保障用户的订单时效。

“这其实是从工厂思维转向市场思维。”许俊辉表示,优先考虑产能最大化是为了提高利润,而以完成客户的订单需求为宗旨,则是提高了供应端的服务意识,提高客户满意度,增加订单量,让产品日期更新鲜,最终也能够帮助产能最大化,提高利润。

04 低碳环保提“绿”值

不只是关注市场本身,降低生产过程对环境的影响,已经成为食品产业面临的重要课题。

“新质生产力还特别关注可持续发展,这也是盼盼食品未来企业核心践行的方向。”在宋长镇看来,新质生产力倡导绿色生产、循环经济等理念,推动食品产业走向低碳、环保的发展道路。

截至目前,盼盼食品已先后推动安徽滁州盼盼食品有限公司、安徽小岗盼盼食品有限公司、晋江盼盼食品材料有限公司完成零碳工厂改造。未来,盼盼食品将推动集团旗下其余工厂实现零碳。

在绿色工厂建设的过程中,盼盼食品充分考虑了环保的各个方面,采用多项先进的环保技术和措施。例如,在糕点生产过程中,盼盼食品使用了燃气烘烤技术,避免了传统的燃煤烘烤的污染问题。在废水处理方面,盼盼食品采用了生物处理技术,将废水处理成可再利用的清水,实现了环保节能的双重效益;工厂内的节水型器具和设备占比96.9%,节水率大于25%。

宋长镇表示,绿色低碳是行业高质量发展的必由之路,盼盼食品将率先实现碳达峰、碳中和,为社会提供更加绿色低碳环保的高质量产品。

当前,进行智能化改造不再是龙头企业的专属,不少中小企业纷纷上马数字化改造。

去年,福建省泉州喜多多食品有限公司陆续投入2800万元,建设了3万平方米现代化无尘无菌生产车间,并采用清洁生产技术,最大限度地降低能耗和废水、废气等污染物的排放。目前,企业每年减少温室气体排放约154吨,节约水资源近40%,绿色制造水平位居行业领先地位。

而对于奇峰食品来说,智能制造带来的不仅是企业的降本增效,还有产品质量和竞争力的攀升。

林景昌表示,近年来,奇峰食品积极通过智能化、创新化,探索一条绿色创造的道路。奇峰将绿色理念渗透在产品研发中,一方面,企业的成本、能耗降下来了;另一方面,产品的质量和竞争力升上去了。

当前,奇峰食品推出的各种功能型软糖,原材料全部取自天然海藻。原来,奇峰联合国家功能食品研究中心、高校资源,通过创新技术从海藻中提取植物基生产植物胶软糖,来替代传统的动物胶软糖,从而让产品更绿色。

向上下游供应链要“绿”值的不只是奇峰。上个月,晋江拓普旺防霉材料有限公司与香港理工大学晋江研究院在香港举行了合作签约仪式。

拓普旺总经理何水洞介绍,本次签约双方合作的核心内容包括联合开发新型的食品保鲜解决方案。其中,所有方案将以环保和安全为前提,依托于天然物质,力求在延长食品保质期的同时,保持食品的天然品质和营养价值。这项技术合作项目不仅是对传统保鲜技术的一次革新,也将对食品安全领域产生一次重大贡献,为食品行业带来新的发展机遇,引领保鲜包装的新潮流,为消费者带来更多健康的选择,为食品行业的发展注入新的活力。

