

回眸·眺望——2025年晋江产业年终特别报道

开疆扩土 晋江食品多向出击

2025年,复杂多变的市场环境与持续升级的消费需求,为晋江食品产业带来新的挑战与机遇。这一年,以盼盼、有零有食、力诚、喜多多、泉利堂等为代表的晋江食品企业,牢牢把握“夯实基础、主动求变、寻求突围”的发展主旋律,在产品研发、生产制造、市场开拓、海外布局等关键领域持续发力,实现健康化转型与高质量发展的深度融合,让晋江食品产业在激烈的市场竞争中始终保持昂扬向上的发展姿态。

药食同源与消费场景破圈

2025年,在“健康中国2030”规划纲要深入推进、“体重管理年”与“三减三健”专项行动持续开展的宏观背景下,健康消费成为市场主流趋势,“药食同源、清洁配方、功能细分”成为晋江食品企业产品创新的核心锚点。顺应这一趋势,晋江企业精准切入消费痛点,在健康化与功能化赛道持续深耕。

旺瓜食品推出草本配方“不火瓜子”,创新性融入红豆、薏米、罗汉果等六味草本成分,搭配“三小时隧道慢烘炒”工艺。“消费者现在吃零食越来越看重健康,我们就是要打破‘零食=不健康’的刻板印象,把传统草本智慧融入日常零食中。”旺瓜食品产品负责人表示,“好吃不上火、香嫩不口干”的核心卖点,让产品上市后迅速收获众多食客青睐。

金冠食品聚焦糖果果类的营养升级,在产品中添加胶原蛋白肽、叶黄素和益生菌等功能性成分,针对性提升产品健康价值,精准契合当代消费者对营养补充的细分需求,为传统糖果注入健康新活力。

泉利堂以“精简配方、回归本味”为核心,推出极简配料杨梅蜜饯,配料表仅保留杨梅、糖、盐等核心成分。“现在消费者买食品都会仔细看配料表,添加剂少、配方干净的产品越来越受欢迎。”泉利堂食品总经理陈清卿表示,企业坚守古法“三腌三晒”工艺,用48小时自然阳光晾晒激发草木本味,目前已形成10余款零添加产品矩阵。

喜多多持续深耕轻生品类,其鲜桃脆皮、仙草小丸子等经典产品持续领跑市场。2025年,喜多多携仙草丸子、鲜炖银耳等王牌产品亮相食交会,重点强化原料的养生属性,同时推出便携式瓶装产品适配线上消费场景,并明确计划持续打造零添加、零糖、零脂的健康产品矩阵,进一步巩固轻生赛道优势。

作为行业龙头的盼盼食品,在以“药食同源”为核心的产品革新上展现出强大的研发实力与资源整合能力。“健康饮品消费趋势核心在于‘健康化’与‘功能化’,而药食同源正是这两大核心的最佳载体,我们的产品研发始终围绕这一核心,同时兼顾场景适配性。”盼盼食品集团饮料事业部品牌总监朱小甫在EBC轻食大会上分享时强调。

在具体产品布局上,盼盼构建了覆盖多品类、多场景的药食同源产品矩阵:今年1月初推出的全新子品牌“三方四季”首款产品雪梨枇杷露,精选9种天然植物原料,上架山姆后月销10万多箱,成为秋冬润肺养生爆款;“在益起”乳酸菌饮料凭借健康特性成功供应厦门航空餐食;“豹发力”功能性饮料以枳椇子、枸杞子等植物原料为核心,满足运动场景需求;2024年新推出的“神农很忙”品牌,今年凭借枇杷炖梨与九制陈皮水两款核心产品,分别针对秋冬润肺与健脾开胃需求,精准覆盖不同季节的轻生场景。

这一系列布局的背后,是盼盼对消费趋势的敏锐洞察——如今消费者选购饮料时,不仅注重口感,更会仔细查看配料表,规避香精、色素、防腐剂,对营养成分的关注度也不断提高。



全渠道深耕与创新拓界

2025年,市场竞争日趋激烈,晋江食品企业以“营销破局+创新赋能”为双轮,打破传统边界,通过全渠道深耕、营销模式迭代与人才技术攻坚,持续激活市场增长内生动力,筑牢产业高质量发展根基。

线上线下协同成为市场开拓的主流策略,企业通过多渠道融合实现全域覆盖。喜多多依托食交会“双展联动”优势,一边强化品牌曝光与经销商对接,完善线下销售网络;一边深耕小红书、抖音等内容平台,以短视频、直播带货等形式持续“种草”,推动产品从传统“喜宴”场景向休闲零食、下午茶等多元场景破圈,实现线上流量与线下销量双向转化。有零有食聚焦短视频场景营销,联合健身博主、美食达人打造露营、轻食等主题内容,以沉浸式“种草”带动线上销售额激增,同时联动线下便利店、精品超市实现产品与活动同步,提升消费体验。

盼盼食品以渠道精耕与战略聚焦拓宽市场边界。“虽然产品品类多,但体系不够聚焦,现在要重点发展烘焙类食品。”企业相关负责人表示,瞄准烘焙行业庞大且稳步增长的市场规模,盼盼提出“国民烘焙大品牌”全新战略,重点拓展中短保质期市场。

目前,盼盼食品已构建覆盖全国超100万个终端、上百个城市的销售网络,除巩固传统零售渠道外,提前布局各类电商平台,全面开启“百城万店打标杆”行动,促进终端销售提质;同时持续投入数亿元升级营销模式,通过赞助热门综艺、开展抖音达人挑战赛、跨界合作等活动,不断“破圈”品牌影响力。

市场版图的持续扩张与品牌价值的稳步提升,背后离不开创新内核的坚实支撑,其中,人才与技术的双重赋能更是关键所在。

走进盼盼食品研发中心,“博士后创新实践基地”牌匾格外醒目。作为省人社厅批准的省级博士后工作站,该基地2023年启动筹备,2024年正式引进博士曾少甫及其团队,专门注册的福建盼盼食品科技创新研究院有限公司,实现了集团研发力量的集中归集。

“我们希望筑巢引凤,让更多人才在晋江扎根。”盼盼食品集团人资副总监林丽芳表示,基地推行“双导师制”,配备高校学术导师与企业技术导师,确保人才扎根一线解决实际问题。

目前,曾少甫博士团队主攻功能型食品软包装研发,研制的五层复合包装材料中间层具备吸氧功能,通过接种四种霉菌测试,力求降低食品氧化、延长保质期,该项目已获第一届全省博士后揭榜领题活动优秀奖;此前研发的纳米级微胶囊防腐技术,使烘焙食品防腐效率提升2倍以上,成本较进口产品降低20%。

产学研协同则为创新提供了坚实的技术支撑。“单打独斗的时代已经过去,产学研合作能快速获取前沿技术。”林丽芳表示,盼盼近年来与江南大学合作攻克植物基酶解技术,解决米乳口感难题;联合中国食品发酵工业研究院攻坚低GI食品关键技术;与中华老字号童涵春堂协作,验证药食同源产品配方科学性。这种“企业出题、高校解题、市场验题”的模式,让科研成果快速转化为产品竞争力,为产业发展注入持久动力。

本土化运营与全球化破局

2025年,晋江食品企业加速全球化布局,从龙头企业的系统化运营到中小企业的精准突围,通过产品本土化适配、本地化生产、全球化渠道拓展,实现海外业务跨越式增长,“晋江味道”逐步走向全球舞台。

龙头企业引领出海格局,盼盼食品秉持分阶段、系统化的出海战略,着力推进本土化运营,而非单纯的产品出口。“出海不是简单的产品出口,而是系统化的本土化运营。”盼盼食品国际业务部外贸资深经理黄海轮表示。布局初期,企业通过采购印尼优质原辅料,既保障产品品质,也逐步积累对当地市场的认知与资源;随后采用“经销商渗透+代理商合作”的双轨模式,快速拓展海外销售渠道,提升品牌覆盖率;为进一步深化布局,盼盼已启动印尼生产基地筹备工作,计划实现“本地化生产+本地化销售”闭环,同时在上游产业链发力,在泰国布局千亩香水椰林基地,在印尼设立椰子工厂,构建“种植—加工—销售”全流程本土产业链。

“本地化生产能降低物流成本、缩短交货周期,还能更好地适配当地需求,是出海的必由之路。”黄海轮表示。针对海外合规要求与文化差异,盼盼也做足适配功课:在印尼建立分区域仓储中心优化物流,“只有尊重当地法规和文化,才能赢得消费者信任,让品牌在海外真正扎根。”

龙头企业出海持续加码,力诚食品不断扩充全球版图。“海外市场是企业重要的增长极,我们要持

续加大投入,夯实产能基础。”力诚食品外贸总监鲁杰表示。企业此前主打东南亚市场,香辣、甜辣口味产品深受当地消费者喜爱,但单一市场存在增长瓶颈,为此力诚针对性调整配方,推出低盐、高蛋白即食汤产品,成功敲开欧美市场大门。“每个市场的需求不同,必须‘入乡随俗’,才能立足市场。”目前,力诚出口版图已扩展至19个国家和地区,前7个月出口值突破1亿元,同比增长15%。

中小企业精准突围海外市场。超佰味食品聚焦“元气蛋糕”单品,2025年前7个月出口额突破1000万元,同比增长两倍。“我们发现海外市场创意休闲食品的需求旺盛,这是我们的机会。”超佰味总经理郭凯旋表示,中小企业出海要找准细分市场,做精做专才能站稳脚跟。小牛顿食品则深耕剥皮软糖品类,外贸出口占比超90%。“我们的优势就是专注,把一个单品做到极致,就能赢得国际市场。”小牛顿食品总经理陈金苗表示。

产品品质与适配性成为出海核心竞争力。巧妈妈食品投入近千万优化焦糖鸡蛋布丁配方,获得“清洁标签”优势,“出海的核心理念是品质,只有产品足够好,才能在国际市场立足。”巧妈妈食品总经理许树曾表示,产品深受日韩市场认可。越来越多晋江食品企业开启出海之路:亲亲食品针对中东市场偏好推广膨化产品;好来屋新增液体咖啡生产线丰富品类;巧妈妈、久久王等企业通过ISO22000、BRCGS等国际认证。

向“智”提效与向“绿”发展

生产是产业发展的核心根基。2025年,晋江食品企业锚定高质量发展目标,加速推进生产体系智能化、数字化改造,同时深度践行绿色低碳发展理念,实现生产效率、产品品质与环境保护的协同提升,为产业长远发展筑牢根基。

智能化改造成为企业提质增效的核心抓手,推动生产全链条革新。

走进位于泉州晋江的盼盼食品智慧工厂,占地近5000平方米的盼盼小面包生产线上,隧道式烤炉正以全自动化模式高效运转,经过醒发后的半成品源源不断进入炉内完成烘烤,“5G+AI视觉检测”系统实时捕捉每块面包的色泽,对残缺品自动剔除,确保产品品质。车间内,每个面包的烘烤温度、时长等数据信息,在5G网络传输下与浓郁香气相伴流动。

“智能制造把休闲食品行业的生产全流程推向量化、数据化与可控化的新高度。”盼盼食品集团董事长蔡金按表示,这不仅是对食品质量管控模式的升级,更是对生产效率的突破,在智能化加持下,盼盼还将“药食同源”等理念注入食品研发,以健康绿色的创新发展思路助力品牌扬名海内外。

在龙头企业的引领下,其他企业也纷纷跟进推进智能化转型。喜多多、久久王等企业通过搭建数字化生产管理平台,优化生产排程与流程衔接,进一步提升了产能利用率;多家中小企业针对性引入自动化包装设备、智能配料系统等关键设备,逐步

实现核心工序的智能化升级,有效缩小了与龙头企业的生产差距,推动产业整体智能化水平迈上新台阶。

与此同时,绿色低碳转型成为产业升级的重要方向,晋江食品企业从能源利用、工艺优化等多方面协同发力,推动产业向“绿”而行。

喜多多在绿色转型方面成果尤为突出,2025年不仅获评国家级绿色工厂,还成功通过碳足迹管理体系认证,同时斩获BRCGS、CQC质量管理体系等多项权威认证,标志着其全生命周期碳排放管理达到国际标准。为系统性降低碳排放强度,喜多多搭建数字化能源监控系统,推广清洁能源替代,并优化供应链碳减排,构建起覆盖“质量+安全+环保+创新”的立体化发展体系,为产品走向国际高端市场注入强劲动能。

久久王等企业持续推进清洁能源项目,通过太阳能、风能等可再生能源替代传统能源,有效降低生产能耗;爱乡亲、力绿等企业将精简产品配方作为核心发展方向,聚焦更少添加、天然健康的产品开发,从源头减少生产过程中的环境压力。

泉利堂则在工艺与包装上双管齐下,新工厂增建20亩阳光棚晒场及十万级生产车间保障产品品质,推动绿色生产发展。

以上系列举措既降低了企业运营成本,更彰显了晋江食品企业的社会责任担当,为产业可持续发展奠定了坚实基础。

本报记者 蔡明宣 刘宁 董严军 陈巧玲

