



江西小炒背后的 晋江“味道”

本报记者 刘宁 董严军

2025年,江西小炒凭鲜辣锅气席卷全国——抖音话题阅读量超51亿次,全国门店突破2万家,从义乌街边小摊到上海核心商圈,烟火气无处不在。

这场味觉狂欢的背后,一条食材供应链正加速成形,来自晋江的企业身影格外亮眼:乐隆隆香焖茄汁黄豆罐头借势实现业绩显著增长,国澳肉业定制化小炒牛肉成江西小炒连锁餐饮品牌核心食材……当江西小炒的热辣遇上晋江食品的“精工”时,“晋江味道”正深度嵌入千亿餐饮风口,找寻产业新增长极。

晋企的“小炒定制化”突围

因为一个香焖茄汁黄豆罐头,以“快火爆炒、鲜辣入味”为灵魂的江西小炒与晋江食品产生了联系。

“我们在原材料选择和配方升级上持续投入,选用优质番茄进行深度熬制,确保茄汁浓度适中、酸甜度平衡,既能融入小炒的鲜辣风味,又能提升菜品的醇厚感。”乐隆隆总经理蔡庆森透露,随着江西小炒这一品类的爆火,企业仅香焖茄汁黄豆罐头这一品类就获得了显著业绩增长。

增长的背后是企业多年的市场耕耘,这让企业在江西市场积累了扎实的渠道基础。同时,江西小炒中的经典名菜“黄焖猪脚”“黄焖鸡爪”,需要茄汁来调和口感、提升鲜味,而乐隆隆的香焖茄汁黄豆罐头经过多年配方迭代,恰好满足了这一需求。

“虽然市面上有更便宜的同类产品,但是许多餐饮商家在试用后仍然觉得还是我们的产品最对味。别看这一品类似配菜,实则食客的舌头是最不能被欺骗的,很多店家在尝试过别的品牌后仍然用回了我们的产品。”蔡庆森跟记者分享了这一年来客户的反馈。他认为,比起价格战,市场上的客群沉淀、产品力的精准把控与调整等才是企业长期发展的立身之本。

同样凭借精准适配实现增长的还有国澳肉业。江西

小炒对食材的嫩度、口感、耐炒性提出了极高要求,尤其是核心食材牛肉,需在高温快炒和重辣调味中保持鲜嫩口感,这成为考验供应商的关键门槛。国澳肉业的突围恰恰源于对这一需求的精准把握。

“我们的安格斯小炒牛肉进入江西小炒供应链,是三年市场适配的结果。”国澳肉业总经理吴振兴介绍,为契合江西小炒的烹饪特性,企业依托自身在牛肉分割、修肉、切片及腌制的工艺优势,完成了三次核心工艺升级。其中,包括优化牛肉原料稳定性,确保在重辣快炒环境下仍能锁住水分、保持嫩度;改进分切工艺,推出厚度均匀、更易入味的片形;升级冷链锁鲜解冻技术,在延长保质期的同时,最大限度保留肉色鲜红与原生口感。

这种“定制化”的研发思路让国澳肉业成功敲开了赣乡野、笨豆腐、赣湘楼等江西小炒头部连锁品牌的大门,2023—2025年在该赛道的供货量持续攀升,成为品牌餐饮端的核心牛肉食材供应商之一。

从乐隆隆的香焖茄汁黄豆罐头到国澳肉业的定制化牛肉,可以看到,晋江企业不是简单将现有产品推向市场,而是深入研究江西小炒的烹饪工艺和风味需求,通过产品研发与工艺升级实现精准适配。这种“以需定产”的思路,正是晋江食品产业多年积累的核心竞争力所在。

构建“餐饮+零售”的全链路布局

江西小炒的爆发并非偶然,其“现炒现做、锅气浓郁、性价比比高”的特质,精准契合了当下消费者对烟火气与高性价比餐饮的需求。赛道火爆的背后,是对标准化食材的海量需求。而晋江食品产业中有大量的调味等相关品类企业,在原有渠道基础上进行深耕,无疑为食品加工经验丰富的晋江企业提供了绝佳的切入契机。

目前来看,江西小炒的渠道形态呈现出“连锁品牌+中小门店”的多元化特征,长期以来经营主体多为“夫妻档”“兄弟店”,规模小、分布散是其典型特点,同时连锁品牌正加速向全国扩张。截至2025年,江西小炒门店已基本覆盖全国各个省(区、市),甚至走向海外市场。针对这一市场特点,国澳肉业与乐隆隆构建了差异化的渠道布局,实现了对江西小炒赛道的全方位覆盖。

吴振兴介绍,B端餐饮渠道的服务一直是国澳肉业的发力点,也是企业快速打入各大餐饮供应链的重点。在江西小炒客户的开发中,企业采用“餐饮直供为主、分销为辅、线上补充”的渠道策略。

在餐饮直供端,国澳肉业直接对接赣乡野、笨豆腐等连锁品牌,通过稳定的供货能力和定制化服务,绑定核心客户;在分销端,依托区域食材经销商网络,覆盖江西本地的中小型江西小炒门店,解决了中小门店采购量小、需求分散的痛点。此外,企业加快线上餐饮供应链平台布局,借助数字化工具拓展渠道触达范围,为全国范围内的江西小炒门店提供便捷的采购通道。这种多渠道协同的布局,让企业产品能够快速触达不同规模的餐饮客户,抢占市场份额。

不同于国澳肉业,乐隆隆在巩固原先渠道的基础上,还拓展量贩零售店等新渠道。

“我们计划以江西小炒火爆为契机,在与更多餐饮连锁品牌达成合作的同时,进一步挖掘家庭消费场景,让产品走进更多家庭厨房。”蔡庆森告诉记者,在餐饮渠道,乐隆隆通过经销商网络持续、深度覆盖江西各地的小炒门店、大排档及连锁餐饮企业,并跟着一些江西小炒品牌走向全国乃至海外市场,成为众多餐饮商家的稳定配料供应商。

值得一提的是,2025年,乐隆隆还进入江西量贩零售店渠道,将香焖茄汁黄豆罐头从餐饮配料转化为家庭消费产品。这一布局不仅扩大了市场覆盖面,更借助量贩零售店的流量优势,提升了产品的品牌曝光度。



风口之上的机遇与挑战

江西小炒的全国化扩张,为晋江食品产业打开了新的增长空间。乐隆隆与国澳肉业的实践,只是晋江企业切入这一赛道的缩影。随着江西小炒从区域特色餐饮向全国性餐饮品类升级,其对标准化、定制化食材的需求将持续扩大,也为晋江食品企业带来了多重机遇。

从品类拓展来看,江西小炒的核心食材涵盖肉类、蔬菜、豆制品、调味品等多个品类,除了牛肉、香焖茄汁黄豆罐头,晋江企业在肉制品加工、调味品、预制食材等领域的优势都有机会得到释放。

目前,国澳肉业已计划针对赣南、赣北不同辣度偏好,研发定制化的安格斯小炒牛肉产品,并探索与小米辣、紫苏等江西特色配料的结合配方;而乐隆隆则打算通过短视频等内容渠道,挖掘、科普更多与香焖茄汁黄豆罐头相关的菜品,提升产品认知度和品牌影响力……这些举措,正是晋江企业依托自身优势,深度挖掘江西小炒赛道潜力的具体体现。

从产业升级来看,江西小炒的标准化进程将倒逼上游供应商提升研发能力和生产标准化水平。无论是国澳肉业的三次工艺升

级,还是乐隆隆多年的配方与原材料升级,都是在这一趋势下的主动转型。

这种转型不仅能让企业更好地适配江西小炒赛道,还能提升企业的核心竞争力,为进入更广阔的餐饮供应链市场奠定基础。

机遇背后,挑战同样不容忽视。吴振兴在采访中提到,江西小炒赛道的同质化竞争可能引发食材价格战,压缩企业利润空间。此外,标准化产品与本地餐饮特色的适配性问题,都是需要警惕的风险。

而对于乐隆隆等拓展零售渠道的企业而言,如何平衡餐饮渠道与零售渠道的产品定位和价格体系,在众多同类产品中脱颖而出,也是需要解决的难题。

总体来看,江西小炒的火爆为晋江食品产业带来了难得的发展机遇,国澳肉业与乐隆隆的成功实践,为更多晋江企业提供了可借鉴的路径。未来,随着晋江企业在研发创新、渠道布局、品牌建设等方面的持续发力,“晋江味道”有望在江西小炒的千亿赛道中占据更重要的位置。而这种“餐饮风口+产业优势”的结合模式,也将为地方特色餐饮与区域食品产业的融合发展提供新的思考。

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026



发布平台: 15880722026

