

“土特产”变身“大爆品” 食企辟出新赛道

本报记者 刘宁 陈巧玲

盼盼联手晋江东石胡萝卜，通过“看见山野”子品牌推出NFC100%胡萝卜汁；古茗联合广西木薯，让木薯从淀粉原料升级为茶饮核心小料，更让古茗在2025年的新茶饮小料内卷中脱颖而出；而在此前，好彩头挖掘了贵州刺梨这一“维C之王”，通过风味改良，推动刺梨从贵州小众野果，升级为全国性健康饮品……可以看到，地方特色作物正从地域资源，转变为食品企业突破同质化竞争、抢占细分赛道的核心筹码。

在“卷”包装、口味、跨界的食物行业，有食品企业已经在以“原料定制—产品创新—渠道适配”的全链条运作模式，将原本较小众作物转化为市场爆品，不仅开辟出“特色作物+休闲食品/饮品”的新赛道，更构建起难以复制的差异化竞争壁垒。

从地方作物“找答案”的食企

近日，胡萝卜这个常见的蔬菜品类再次成为焦点，这次并不是在烹饪界发光发热，而是成为饮品界的“新顶流”，在许多商超、便利店随处可见胡萝卜汁。

7日，随着盼盼饮料启动全新子品牌“看见山野”，覆盖NFC果蔬汁品类，其首款产品“NFC100%胡萝卜汁”也上线7-11便利店渠道、零售等。

据盼盼方面介绍，上述胡萝卜汁原料选用晋江东石的“中国芯”胡萝卜品种——“禧红202”。该品种由福建晋江胡萝卜种植基地，携手中国农业科学院专家团队，配合东南沿海蓬松透气的沙壤土质培育而成。胡萝卜甜度媲美小番茄，辛味大幅降低，出汁率远超普通品种。从产品研发到上市，盼盼饮料深度参与全链路种植管理，打造出肉质饱满多汁、纤维细腻无渣的胡萝卜原料品质。而NFC工艺的应用，更让胡萝卜汁能够充分锁住天然鲜甜和营养价值，其风味纯净，只有果蔬根系的清香、毫无土腥味，每瓶(300ml)的β-胡萝卜素含量



量大于11800微克。

实际上，食品企业对地方特色作物的产业化运作已经成为许多食品企业在市场同质化竞争中突围的一种选择。

早在2023年，好彩头食品落地贵阳，并聚焦贵州刺梨这一特色地方作物的相关品类开发。

贵州刺梨拥有“维C含量为柠檬50倍”的核心优势，具备天然健康饮品属性，但酸

涩口感与区域局限，长期制约其产业化进程。随着好彩头食品针对其口感痛点，研发“小样”系列刺梨复合果汁，添加25%西柚原汁和酸涩，搭配无菌冷灌工艺保留营养，打造“高维C+易入口”的差异化卖点。

该产品实现上市后半年销售额即突破1000万元。2024年1月至春节前出货量约40吨，是往常月份的3倍。通过礼盒开发与县域渠道下沉，“小样贵州货”系列刺梨汁累计销

量突破2000万元，推动刺梨从贵州小众野果，升级为全国性健康饮品，同期好彩头刺梨等本土企业日均销量达6000单，峰值单日发货超1万件，印证了品类市场潜力。

可以看到，食品企业对地方特色作物的产业化运作，核心已经跳出“原料采购”的浅层合作，深度挖掘作物的地域稀缺性与功能特性，通过产品创新实现价值重构，在红海市场中开辟蓝海。

特色作物产业化的运作范式

纵观特色作物产业化的诸多成功案例，没有一款产品或者饮品是拍拍脑袋的“无中生有”，将企业研发的“根”扎到与作物共生的土地里，才是“顶流”饮品们的成功之道。

以盼盼的“NFC100%胡萝卜汁”为例，据透露，在该胡萝卜品种的改良之初，盼盼就已经介入其中。在多方共同合力之下，该产品与企业饮品方面的调性匹配度极高，且种子价格仅为国外品种的三分之一，从源头构建成本与品质双重优势。同时，该产品主攻7-11等高端便利渠道，将原本按亩定价的初级农产品转化为每公斤售价超10元的高端饮品。

此举不仅利于企业，更对地方作物普及有着深远影响。据了解，依托泉州市乡村振

兴集团搭建的保底收购机制与自身全国渠道网络，东石胡萝卜不仅实现产销稳定，其种子更出口至新加坡、马来西亚、阿联酋等国，完成从“原料供给”到“种业输出”的全链条增值。

从被动采购到主动培育，食企纷纷介入育种源头。通常来说，传统食品企业依赖通用原料，难以形成核心壁垒。而当下，如盼盼这类的龙头企业已经深度介入特色作物的品种选育与种植环节，打造专属原料供应链。

盼盼联合科研机构培育“禧红202”，既打破国外种子垄断，又确保原料适配饮品加工；好彩头依托贵州完善的刺梨初加工产业链，建立标准化鲜果收购与原汁加工体系……这种“企业+科研+产区”的定制模式，让特色作物成为企业专属竞争资源，筑牢差异化根基。

在茶饮领域，地方特色作物产业化的典

型例子也有迹可循。

古茗桃胶木薯炖奶爆款产品在2025年可谓出尽风头，上线即引爆市场，其锁定“华南9号”木薯品种，通过制定种植与采收标准，从源头保障原料口感良好与安全。

据了解，木薯作为世界三大薯类作物，耐贫瘠、产量高，但因品种劣质，加工滞后，长期沦为廉价淀粉原料，广西农户收益微薄。2025年，古茗研发团队发掘中国热科院选育的“华南9号”黄心木薯，其糖分含量低、口感软糯弹牙；经数月实验优化煮制工艺，推出爆款产品，导致广西“华南9号”货源告急。

为保障供应链稳定，古茗组建15人采购团队对接40多个基地，制定“直径3cm以上中段选材、2厘米见方切块”的标准化体系，搭配全程冷链运输与多重品控，同时推动“华南9号”种植面积向10万亩以上扩张。这场创新不仅让木薯从淀粉原料升级为茶饮核心

小料，更让古茗在新茶饮小料内卷中脱颖而出。其参与的木薯品质提升项目斩获2024年度海南省科技进步一等奖，实现产品差异化与技术突破的双重收益。

定制化的原料端之外，是不断创新的产

品端，以及其不断开辟的细分赛道。特色作物产业化的核心并非简单加工，而是基于作物特性的品类创新与卖点提炼。盼盼将胡萝卜从“蔬菜”升级为“高端NFC饮品”，切入健康轻食赛道；好彩头将刺梨的“高维C”属性与大众口感需求结合，填补该品类健康功能果汁空白；古茗打破木薯的传统用途，将其转化为茶饮核心小料，开辟新品小料新场景。

可以预见，这些已经在开发新增长极方面有些成绩的食品企业正围绕特色作物构建出差异化运作体系，摆脱传统同质化竞争，实现产业价值跃升。

精细化运作巩固差异化优势

尽管特色作物产业化成效显著，但原料标准化不足、产品同质化隐忧、产业链协同薄弱等挑战也是摆在食品企业面前的挑战，企业需通过精细化运作持续巩固差异化优势。

产品差异化仍需依托精准渠道触达目标用户，才能实现价值最大化。为此，许多企业已经从全域铺货到场景适配，放大差异化价值。

如盼盼的NFC胡萝卜汁聚焦高端便利店，匹配都市人群健康、便捷的消费需求；好彩头通过“县城渠道+电商直播+节日礼盒”组合，兼顾大众消费与礼品场景；古茗依托全国超6000家门店，精准触达年轻消费群体，通过到店体验与线上外卖放大爆款效应……渠道与产品的深度适配，让特色作物的差异化价值快速落地，形成“爆品打造—销量爆发—供应链升级”的良性循环。

除了企业本身的管理运作，有业内人士分析，目前特色作物产业化核心瓶颈在于原料标准化水平参差不齐，部分产区种植分散，如早期广西木薯缺乏统一种植标准，影响原料品质稳定性。其次，产品创新深度不足，部分企业跟风开发，仅停留在原料替换层面，缺乏核心卖点。其重中之重的难题，则是产业链协同薄弱，部分地区加工环节滞后，初加工占比高，难以释放作物全部价值。

在消费升级与健康需求升级背景下，特色作物产业化迎来黄金窗口期。数据显示，2025年全国规模以上农产品加工企业预计实现营业收入约18万亿元，主要农产品加工转化率超75%，为特色作物深加工提供了广阔空间。

盼盼、好彩头、古茗等企业的实践也证明，地方特色作物不是简单的原料补充，而是食品企业构建核心竞争力的战略资源。未来，唯有持续深耕原料定制、产品创新与渠道适配，才能将“土特产”转化为市场竞争力，在细分赛道中保持领先优势。



乐享童年·畅想未来 共筑中国梦

乘梦飞翔，远眺浩瀚的云海

做自己的未来畅享家

