

2026年4月26日 星期日 编辑_刘宁 校对_严学锦 设计_翁泽义 电话0595-82003110

一颗“小土豆”的守与变 盼盼三十载：从晋江迈向全球

本报记者 蔡明宣 陈巧玲



盼盼食品与中国奥委会签约仪式暨盼盼熊IP全新亮相·战略新品发布会

春潮涌动正劲，春耕扬帆正当时。在坚守与创新中，盼盼食品走过了不平凡的三十年。回望成长之路，每一步都镌刻着坚守与创新的印记。

三十年前，在晋江安海镇前蔡村的老灶台旁，盼盼食品董事长蔡金按怀揣着“做给家人吃”的朴素初心，为盼盼食品埋下了一颗发展的种子。如今，这份初心早已成长为跨越乡土、走向世界的力量；年营收稳步攀升，生产基地遍布全球，产品远销世界各地，更在历届奥运赛场上留下中国食品印记，成为“晋江经验”最鲜活的实践样本。

三十而立，初心不改。盼盼的每一步前行，都离不开“守”与“变”的平衡——守住实业根基，才能行稳致远；跟得上时代步伐，才能突破发展。

“盼盼的三十年，从来不是孤军奋战。在‘晋江经验’指引下，我们守住实业初心，靠着创新突围，带着担当前行。”在盼盼食品董事长蔡金按看来，未来盼盼食品仍将一如既往，沿着“晋江经验”指引的道路前行。

守实业 坚守“给亲人做食品”的初心

从晋江安海前蔡村的小作坊起步，盼盼用三十年时间，完成了从“乡土零食”到“国民品牌”的跨越。这份跨越，不是偶然的爆发，而是日复一日的坚守。坚守实业初心，坚守品质底线，更是与时俱进的突破，以创新驱动同质化，以品牌树立标杆。

在消费升级与行业变革的浪潮中，盼盼守住了根基，也实现了跃迁，成为中国休闲食品行业的标杆企业。

守实业 晋江小作坊到“实业硬骨头”

2月，2026年米兰—科尔蒂纳丹佩佐冬奥会激情开幕。盼盼食品作为中国奥委会长期合作伙伴，其精制的低GI系列、麦香系列、椰吧系列“蛋糕”等多款明星产品进驻“中国之家”，不仅为本届冬奥会中国体育代表团提供全程营养保障服务，更成为“中国之家”的人气美味，获得运动员、工作人员和各国嘉宾的一致好评。

很难想象，这样一家能站上奥运舞台、彰显中国“质”造魅力的企业，30年前还只是晋江安海前蔡村一个不起眼的农村小作坊。三十载深耕不辍，盼盼从小作坊跃升成为农业产业化国家重点龙头企业、休闲食品领军企业、亚洲品牌500强，更成为中国食品行业为数不多、赞助四届奥运会的国民食品品牌。

盼盼一路向上，持续发展的秘密是什么？蔡金按挂在嘴边的一句话是：“我们坚持食品是做给自己家人吃的，每个环节都容不得半点马虎。”在他看来，盼盼能实现良性发展，根本在于以“晋江经验”为引领，坚定实体经济不放松。而这份朴素的经营哲学，正是其三十二年实业之路不变的初心。

这份初心，既是对“晋江经验”中“把实体经济做实做优做强”要求的生动践行，也离不开创始人早期经历的滋养，更依托诚信经营，为企业发展筑牢了坚实根基。

为把传统休闲食品产业做成优势产业，盼盼始终秉持这一初心，坚守“不是优质食品不出，不是健康饮料不产”的原则，通过全链条绿色健康品质管控，全力确保产品品质安全。

原料是品质的源头，盼盼在这一环节从不松懈。其坚持“好面包源于好麦苗，好饮料源于好水源”

锚定大健康 打造第二增长曲线

面对全球化竞争的日趋激烈与行业同质化的深度博弈，站上百亿风口的盼盼食品，并不安于现状，跳出舒适区，寻找企业发展的第二曲线，成为企业百亿之后的核心战略方向。

3月，在盼盼30周年发布会上，企业正式宣布全面加强加码大健康赛道，围绕低GI、高纤维、0反式脂肪等行业核心发展趋势，对产品矩阵进行系统性、全方位升级，集中发布休闲零食、健康烘焙、植物饮料、草本饮品等全品类战略新品，清晰亮出了布局大健康、打造第二增长曲线的实施蓝图。

这一战略布局并非偶然，背后是盼盼食品对行业发展规律、消费趋势变化及自身发展定位的深度研判，更是企业对大健康赛道的长远考量。

在蔡金按看来，坚守实业是盼盼不可动摇的根基，但百亿之后的发展，不能只停留在规模的简单扩张，更要实现发展质量的全面提升。

“大健康从来不是短期跟风的风口，而是消费升级背景下的长期确定性赛道，是关系到国民健康的民生工程，更是食品行业从‘量的积累’向‘质的提升’转型的必由之路。布局大健康，对盼盼而言，既是顺应消费趋势，打造第二增长曲线的现实选择，更是立足企业社会责任，以产品创新驱动行业升级，让健康食品走进千家万户的使命担当。”蔡金按认为。

据中国健康管理协会预测，中国大健康产业规模正以12%-15%的年复合增长率稳步攀升，至2030年将突破29.1万亿元。与健康相关的产品及服务，将迎来巨大的发展机遇。

巨大的市场潜力为盼盼的战略布局提供了广阔空间，也印证了其战略研判的前瞻性。

锚定大健康赛道，盼盼聚焦健康食品与饮料赛道多点发力，精准布局。

在健康食品赛道，盼盼精准对接不同群体的健康需求，持续丰富产品供给，完善产品矩阵：零食板块全新推出“魔遇爽”魔芋系列与“舌敢当”卤味系列；零食高膳食纤维、冷卤慢泡工艺搭配创新口味，贴合年轻消费群体偏好；经典烘焙、膨化食品同步迭代升级，推出低GI豆乳餐包、木薯片等品类，实现传统品类健康化转型。

历时三年深耕低GI细分赛道，盼盼打造出涵盖低GI饼干、低GI营养软包等产品的完整矩阵。其中，低GI营养软包GI值仅48，低于国家标准，精准适配糖尿病患者和健身人群需求，成功填补细分市场空白。

在健康饮料赛道，盼盼同样多点突破，构建起多元化健康饮品体系：主推无糖茶、电解质水、椰子水、胡萝卜汁及轻养生类饮品。

在盼盼食品饮料板块操盘人蔡鹏看来，这些产品紧扣健康消费核心，贴合长期消费趋势，都是“10年后都不会过时的产品”，也是盼盼打造饮料板块增长曲线的核心支撑。

事实上，盼盼在大健康赛道的布局并非始于此次官宣，此前已持续试水深耕，并取得实实在在的业绩，这也成为盼盼锚定大健康赛道的底气。

据悉，2024年以来，盼盼饮料板块增速超40%；2025年更是实现销量翻番，整个食品饮料体量已突破10亿元。其中，养生系列表现尤为突出，2025年销售额突破2.1亿元。值得关注的是，目前盼盼在药食同源养生饮品领域的市场占有率已位居全国前三、福建第一，已然成为这一细分赛道的领军者，进一步巩固了其在健康领域的竞争优势。

续签奥运 夯实“奥运品质”金招牌

3月，盼盼食品与中国奥委会再度续约，正式成为中国奥委会及中国体育代表团赞助商。这一举措，既是对盼盼长期深耕体育领域的高度认可，更是其长期以来体育营销模型落地见效的生动证明。

“体育精神与盼盼的初心高度契合，‘更快、更高、更强、更团结’，不仅是奥运格言，更是我们的发展追求。”续约仪式上，蔡金按的话语，道出了企业与体育的深厚缘分。

不仅如此，从国内职业联赛、世界中学生运动会，到卡塔尔世界杯、成都大运会……盼盼的身影频频闪现于各类赛事之中，体育基因早已成为其品牌最鲜明的标识，更是企业传递健康理念、扩大品牌影响力的重要载体。

这份长期坚守，也让盼盼收获了高度认可。除了奥运签约，在金牌峰会、博鳌亚洲论坛、上合组织青岛峰会等国际高端场合中，盼盼始终位列指定休闲食品名单。

上述这些场景，对产品品质、安全、环保有着极致要求，这也让“奥运标准”不再是一句广告语，而是经过全球检验的品质承诺，更让盼盼成为高规格场景中的“隐形冠军”，进一步夯实了品牌的品牌公信力。

而在盼盼的发展战略中，食品与体育的深度融合，也为企业打造了一个独特的“健康闭环”。

体育的核心是追求更快、更高、更强，而食品则是运动健儿保持活力、突破自我的重要支撑，二者完美契合、双向赋能。在产品标准上，低糖、低脂等健康要求被写入开发SOP，与奥运健康需求同频；在营养搭配上，盼盼为运动员定制专属营养产品；在全民普及上，盼盼将奥运健康标准推向市场，让“奥运同款”走进千家万户。

不同于传统体育营销“砸钱曝光”的模式，盼盼凭借三十年积淀，打造了全链路品牌升级的长期主义体育营销模型。从品牌价值、品质体系，到用户触达、生态布局，盼盼实现了全方位提升。从最初的品牌命名灵感，到如今与中国奥委会再度续约，盼盼用三十载坚守，实现了“让体育零食”到“健康伙伴”的品牌跃升，更让中国食品品质与民族品牌担当，通过奥运赛场走向世界，成为民族品牌与体育事业共生发展的典范。

1990年北京亚运会举办，吉祥物“盼盼”熊形象风靡全国，深入人心。彼时仍为晋江福源有限公司的盼盼食品，被赛场传递的拼搏精神与民族自信深深打动，当即把“体育”正式写入公司章程，将品牌精神融入企业发展血脉之中。

1996年，企业正式命名为“盼盼”，既承载着体育的美好寓意，也开启了与体育共生共长的征程。

三十年来，盼盼的体育布局从未停歇。



谋新局 绘制“世界盼盼”新蓝图

三十载深耕细作，盼盼成功实现了从乡土作坊到世界品牌的跨越，多品类增长的态势持续向好，但存量时代的行业挑战依然艰巨。面对食品、饮品行业产能过剩、竞争白热化的严峻考验，盼盼没有停下发展的脚步，而是立足自身优势，在最适合自己的发展路径上“谋新局”，着力寻求发展的新突破与价值新提升，为“世界盼盼”绘制新蓝图。

科研筑基 以创新体系锻造核心竞争力

前不久，美国谷物化学家协会(AACC)蛋白质分会主席Clyde Don博士、国家小麦产业技术体系科学家张波一行走进盼盼食品，开展高端学术与产业技术交流。

双方在盼盼科技创新研究院(以下简称“科创院”)深度座谈，围绕面团筋弱化机理、淀粉糊化与老化特性等行业核心技术难点开展专业研讨，并在生产工艺优化、产品品质提升、保鲜技术创新等方面充分交换意见、凝聚共识。

从1996年靠薯片起家，到如今成长为年营收超百亿元的行业头部企业，盼盼食品近三十年的发展，离不开一个核心密码——持续深耕研发创新。

这份对研发的执着，不仅让盼盼在行业中稳脚跟，更成为晋江企业坚守科技创新的生动缩影，而科创院正是支撑这份创新实力的“核心引擎”。

在这里，“企业家出题、科学家答题、市场阅卷”的通道已完全打通，实现了科技成果转化“加速跑”，让每一项研发投入都能精准对接市场需求，快速落地为创新产品。

作为盼盼食品“研发大脑”，科创院大有作为。去年，盼盼食品科技创新研究院正式投入运营。作为盼盼专为抢抓大健康食品机遇设立的综合性平台，科创院整合了分散在安徽滁州、福建龙岩等地的研发资源，集技术攻关、人才培养、产业服务于一体，彰显了中华民族品牌走向世界的决心与担当。

为了满足全球严苛的食品标准，盼盼依托千余项授权专利及国家级CNAS实验室的强大支撑，持续筑牢技术壁垒，不仅深度参与各类食品标准的修订，更在产品品质上精益求精，严控把关。

2024年底，其印尼雅加达工厂斩获全国首批清洁标签产品认证；2025年，盼盼牵头发布清洁标签产品技术要求团体标准，填补了国内相关领域的标准空白，用扎实的技术实力为全球化发展筑牢根基。

如果說技术是盼盼出海的硬支撑，那么诚信就是其网罗全球市场的“准入券”。

从主动拥抱千万级曝光，到建立覆盖全球的产品溯源体系，盼盼始终坚守“盼盼食品，是给自己家人吃的”初心，将诚信经营理念融入全球化发展的每一个环节，转化为独特的品牌护城河，推动中国产品从“Made in China”向“Trusted in China”稳步跃迁。



全球布局 打造中国食品的国际名片

不仅如此，盼盼科创院更立志打造国内领先的食品健康科技研发与产业化创新高地。

依托盼盼三十年的行业积淀，科创院精准锚定大健康战略方向，把精力集中在功能食品、食品饮料、健康烘焙、智能制造、绿色包装等核心领域，不仅推出了低GI、食药同源等贴合当下消费需求的创新产品矩阵，还积极探索数字化赋能，推动传统食品制造向更健康、更绿色、更低碳的方向转型。

盼盼对研发的重视，源于其清晰的发展理念。“创新步伐要比对手快一点，效率比对手高一点，把产品做专、做精、做特，避免内卷式价格战，才是保持优势的法宝。”蔡金按说。正是这份理念指引，盼盼食品的研发投入比例逐年增加，每年有50多种创新产品问世。

要做好研发，单靠自己远远不够。为了让创新更有底气，盼盼不仅引入了中国工程院院士孙宝国领衔的院士工作站，还与美国DMF研究院、江南大学、中国农业大学等30多家科研机构及高校深度合作，实现“借智发展”，为研发创新注入强大外力。

在合作模式下，盼盼采用“企业家+科学家”的创新模式，精准对接市场需求与科研资源，和中国农业大学共建“功能食品联合实验室”，在低GI产品开发和鲟鱼肠工艺配方提升上取得突破；与福州大学、海南椰子研究所成立联合研发中心，多个研究项目已进入第二阶段，成果丰硕；甚至和欧陆联手制定法式面包标准，用专业实力彰显中国“质”造底气。

持续的研发投入与产学研协同发力，让盼盼的创新实力不断提升。

近日，记者一走进盼盼食品晋江经济开发区工厂，便闻到SG+AI项目车间门口飘来的浓郁面包香味。

车间内机器高速运转，工作人员寥寥无几，智能化生产场景随处可见。“和面、成型、醒发、烘焙……小面包出炉要经过7道工序。”盼盼食品生产厂长汪新强介绍，借助5G+物联网技术，7道工序实现全无人工零接触，不仅能实时监控生产环节，智能把控温度误差，更让水电气能耗下降约28%，助力打造零碳工厂。

“盼盼始终专注行业创新发展，咬紧实体经济不放松。”蔡金按表示，公司自2023年布局5G智能工厂、绿色工厂、推动食品制造向“智造”转型，其中，中国食品集团等多家产品深受市场认可，目前已有31项发明专利、109项实用新型和126项外观专利。

为快速响应市场多元化需求，盼盼自2024年起推进柔性供应链能力建设，建成由小试研发、中试放大、绿色工厂、推动食品制造向“智造”转型，其中，中国食品集团等多家产品深受市场认可，目前已有31项发明专利、109项实用新型和126项外观专利。

如今，依托5G、物联网、大数据和云技术，盼盼已实现生产全过程的智能化和精益化，从全程零人工接触，到生产数据实时采集分析，再到视觉检测系统排布质量问题，有效提升了生产效率与产品合格率。

为夯实生产根基，盼盼不仅实现生产规模化全国，也能远销全球50多个国家和地区，以全链条创新筑牢核心竞争力。



数智提效 全国17个基地“同频发力”

在合作模式下，盼盼采用“企业家+科学家”的创新模式，精准对接市场需求与科研资源，和中国农业大学共建“功能食品联合实验室”，在低GI产品开发和鲟鱼肠工艺配方提升上取得突破；与福州大学、海南椰子研究所成立联合研发中心，多个研究项目已进入第二阶段，成果丰硕；甚至和欧陆联手制定法式面包标准，用专业实力彰显中国“质”造底气。

持续的研发投入与产学研协同发力，让盼盼的创新实力不断提升。



盼盼食品现代化生产基地