

世晋青深圳探“新”

本报记者 王云霏

一边是深耕实业、底蕴深厚的晋江实体经济,一边是迭代迅猛、锐意突破的深圳创新高地。当秉持“爱拼敢赢”精神的晋江青年企业家,邂逅高效突围的“深圳速度”,一场聚焦数字创新、共探转型机遇的思想碰撞如期而至。

近日,“世晋青 一路绽Fun”学习交流走进深圳,225名海内外世晋青理事走进标杆科创企业,沉浸式观摩前沿科技,零距离汲取创新经验,在研学参访中拓宽视野、更新思维、蓄力成长。

探寻数智转型密码

当下,数字经济浪潮席卷全行业,传统产业加速迭代、市场格局持续重塑,企业发展彻底告别“凭经验、走老路”的固化模式。为打破认知壁垒、破除思维定式,世晋青组织青年企业家奔赴深圳科创核心腹地,深度参访全球数字创新标杆企业字节跳动,深挖数字化转型、现代化组织管理、长效创新发展的底层逻辑,为晋江传统实业转型升级寻策问道。

从初创团队起步,字节跳动凭借持续创新的企业文化、灵活高效的运营机制、与时俱进的管理模式,实现跨越式发展,逐步构建起涵盖内容生态、数字算法、产品迭代、全球化运营、年轻化品牌打造、现代化组织管理的完整产业体系,成为数字经济时代持续领跑的标杆。其从0到1的创业突破、从1到N的全域迭代、从单一产品到多元生态的布局历程,以及适配新时代的发展理念,正是实体企业转型升级最具参考价值的核心范本。

参访期间,世晋青一行实地探访字节跳动及飞书展厅,在专业讲解下系统了解抖音、今日头条、飞书、豆包、火山引擎等核心产品的技术内核与多元应用场景,近距离感受企业现代化办公模式、年轻化组织氛围与高效化协作机制,直观体悟头部科创企业的创新活力。



交流环节中,来自飞书和抖音的专家带来精彩的分享。王伟纯解读“All in AI, Alin All的AI原生组织建设”理念,杰森剖析“AI开启数字员工新时代”的行业趋势,张畅分享红人商家全域增长实战方法论。一系列前沿理念、真实案例与落地方法,为在场青年企业家打开了数字化升级、创新化发展、现代化经营的全新思路。

此次所学经验,为晋江企业数字化转型提供了有力借鉴。事实上,多家晋江企业早已率先入局、尝到变革红利。2025年,恒安集团全面落地AI应用软件,将AI技术深度融入产品研发、市场调研、人事招聘等全业务流程。世晋青永远荣誉会长、恒安集团总裁许清流表示,恒安自上而下推进AI落地任务,年终各部门进行评比复盘;同时,自下而上开展“效率先锋”评选,挖掘基层AI创新实践。“AI浪潮不可逆,企业唯有主动颠覆固有认知,拥抱数字变革,才能抢占发展先机。”许

清流深有感触。

信泰集团同样在2025年实现AI赋能,让传统制造焕发新活力。世晋青名誉会长、信泰集团总裁许金升介绍,AI技术落地后,企业的制鞋设计周期从数天压缩至一小时以内,还可快速匹配生产参数、调取制造方案,完成性能检测,大幅提升生产效能。未来,信泰将持续深化AI在生产、管理领域的应用。

此次交流学习让不少企业家明晰了转型方向。世晋青常务理事、香港福瑞集团总经理林景坛表示,目前,企业AI应用仅局限于设计、资讯查询等基础环节,后续将借鉴所学经验,推动AI深度融入组织管理,破解人力成本高、管理难度大等发展痛点。世晋青理事、彭博香港高级数据分析师赖佳灵则对字节跳动“每一天都是第一天(Always Day 1)”的标语印象深刻。她期待借助AI工具提升工作效率,以便腾出更多时间与世晋青的伙伴抱团成长、互助赋能。

拥抱AI 焕新思维

此次“一路绽Fun”学习交流为企业家带来了一场思维革新。在与晋江青年企业家的深度交流中,飞书相关负责人付雪冬提出,数字化工具的核心价值不仅是提升工作效率,更在于激发组织活力、挖掘人才潜能,让基层优秀人才被看见、被认可。他分享的“效率先锋”案例中,一名传统企业一线员工凭借数字化创新实践脱颖而出,充分印证了数字化转型既是企业升级之路,也是人才成长之路,让每一缕微光都能绽放价值。

“真正的体验,往往来自第一次下载、试用。”在付雪冬看来,使用新产品、新工具获得的体验,比任何理论交流更真实有效。

这种思维让不少企业家打破固有认知。世晋青副监事长、厦门

中奥游艇俱乐部有限公司执行董事苏升坦言,此前,他以为AI技术仅适用于大型企业,此次交流让其深刻认识到,中小企业乃至个人都可主动尝试、落地实践。“学习不能停留在概念上,而在于躬身入局,体感与实践才是最好的答案。”他表示,字节跳动始终创业、持续迭代的企业文化令人深受触动,期待世晋青持续搭建学习平台,带领广大青年企业家在对标学习中开阔眼界、突破自我。

字节跳动是一个生动鲜活的样本。引导企业家秉持持续创新、永远创业的热忱,正是世晋青开展“一路绽Fun”学习交流活动的初心所在。世晋青会长、福建盼盼食品集团副总裁蔡谔骏表示,活动旨在带领海内外晋江青年企业家走进不同城市、不同企业、不同场景,近距离接触行业新风、吸纳先进理念,在每个人心中种下创新思考的种子,沉淀成长、孕育新机。

从品类拓荒到行业立标 晋江企业改写天然提鲜产业格局

本报记者 蔡明宣 陈巧玲

近日,国内首份《天然提鲜调味料发展白皮书》(以下简称《白皮书》)在郑州正式发布。该白皮书由鲜之惠牵头,联合多个院校、行业协会共同编制,填补了天然提鲜赛道的行业标准空白,为行业规范化、健康化转型提供权威指引。

近两年来,“天然”“零添加”概念正成为调味品行业的主流消费趋势,以菌菇、松茸等天然食材为卖点的提鲜产品加速抢占商超、家庭及餐饮市场,赛道迎来爆发式增长。然而,长期缺乏统一标准,也导致“伪天然”营销、概念性添加、过度依赖人工合成鲜味剂等乱象频现。

早在行业风口来临前,鲜之惠、优滋美、妙客等晋江企业便已前瞻布局,以技术创新重新定义天然提鲜的产品逻辑。

品类引领 卡位天然提鲜新赛道

天然提鲜赛道的崛起并非偶然。鲜之惠旗下“山海鲜”系列产品能够在市场中脱颖而出,源于企业五年前的战略预判与持续深耕。

“五年前,我们就开始筹划在传统鸡精基础上,研发更天然、更健康的新一代提鲜产品。”鲜之惠董事长李永钟介绍,公司新推出的“山海鲜”实质上是调味品中的全新品类,既非复合调味品,亦非鸡精或味精的简单升级。

李永钟向记者对比了两代产品的核心差异:传统鸡精,味精的鲜味多依赖“I+G”等工业增鲜成分勾兑提鲜,配料表复杂,鲜味口感单一,长期食用不仅口感发腻、容易口干,还会无形中增加人体盐分负担。而“山海鲜”从原料端实现全面升级——精选9种优质菌菇搭配2种海藻复配萃取,天然菌菇含量占比超过50%,全程不添加味精、“I+G”等任何人工合成增鲜剂,依托酶解工艺,温和释放食材本身氨



基酸,还原食材本真的鲜香风味。

在晋江,布局者不只鲜之惠。优滋美推出松茸鲜、蔬鲜鲜,妙客开发立鲜珍菇鲜、立鲜蔬味鲜……晋江食品产业带惯有“一家探路,同行跟进、区域集聚”的生态效应,集群优势逐渐显现。

但入局早并不等于收获早。优滋美总经理林建峰坦言:“我们是第一批吃螃蟹的人。

渠道要重建,消费者要教育,最难的不是产品,而是让市场理解‘不同’的价值。”天然调味品售价是鸡精的2至3倍,消费者接受需要时间——这一等,便是五年。

据艾媒咨询数据,松茸调味料赛道2023年至2025年的复合增长率达134.6%,2025年市场规模预计突破15亿元。鲜之惠“山海鲜”恰在节点发力,自去年5月上市以来,线

在购买调味品时会查阅配料表,“零添加”“天然”“无味精”等关键词搜索量五年增长近三倍。

不少终端消费者表示,即便天然提鲜产品定价高于传统鸡精,也愿意为干净的配料和纯粹天然的风味买单。同时,不少消费者期待品牌能够针对幼儿、中老年等特殊群体推出更贴合其饮食需求的功能性提鲜调味品。

然而,赛道当前仍存在明显的结构性矛盾:消费端健康需求快速释放,产业端高品质供给却相对滞后。大量产品打着“菌菇提鲜”

上线下销量持续攀升,在永辉超市等核心商超渠道实现口碑与销量双丰收,并斩获“2026调味品线上人气王”“行业十大潜力产品”两项殊荣。

从被动跟风到主动开拓,晋江食品企业在天然提鲜赛道完成了角色转换。这一次,晋企不再是依附头部品牌的模仿者,而是提前瞄准细分赛道,前置布局、自主研发。

旗号,实际添加量微乎其微,鲜味仍依赖谷氨酸钠和酵母抽提物支撑。

一名中小调味品企业负责人算过一笔账:2024年跟风推出松茸鲜产品,投入50万元营销费用,复购率不足8%,“消费者首单冲着‘零添加’购买,使用后发现与普通鸡精没什么不一样,就不会再复购,利润率已压至10%以下。”

概念先行、营销先跑,研发与品质滞后,“伪天然”是天然提鲜赛道最突出的结构性问题,也是行业亟待破解的命题。

行业分化

真技术真供应链才是真护城河

赛道越做越大,问题也越堆越多。粗放式跟风留不住人,行业开始分化。

消费认知升级倒逼行业提质洗牌。李永钟在发布会现场的一席话引起共鸣:“产品可以被模仿,但技术和品质守不住,留不下人。”

天然提鲜赛道已走出“概念驱动”阶段。《白皮书》回溯了调味品三代迭代路径:第一代味精实现鲜味工业化,但风味单一;第二代鸡精丰富中式烹饪,但仍依赖人工合成增鲜剂;第三代天然提鲜时代,以菌菇、水产、植物等天然食材为原料,搭配酶解萃取技术,契合健康消费趋势。

三次迭代,指向同一个方向:告别人工合成,回归食材本身。而回归本味,靠的不是包装上的宣传语,而是依赖两项硬实力——技术和供应链。

技术,是第一道门槛。

天然提鲜和传统鸡精之间,隔着一道技术鸿沟。传统鸡精靠的是味精,I+G等人工合成增鲜剂勾兑,技术门槛低,谁都能做。真正的天然提鲜,要靠酶解萃取等物理工艺,从食材内部激活鲜味物质。

鲜之惠的“九菇两藻”配方,背后是近五年上千次试验。从菌种筛选到配方定型,从实验室小试到中试放大,最终落地低温酶解破壁工艺,靠纯物理方式释放食材内部的氨基酸,全程不用味精、“I+G”及任何人工增鲜剂,菌菇含量超50%。

闽南科技学院教授、食品研究所所长谢三都表示,粉料混合与低温酶解属于两代完全不同的技术体系,在风味层次、食用安全性、品质稳定性上天然差别。

供应链,是第二道护城河。

有了技术还不够,原料不稳,产品就做不到。

中国调味品协会数据显示,全产业链布局的企业复购率比贴牌代工品牌高出47个百分点。原因在于外购原料难以保证品质稳定、供应连续,成本亦不可控,产品波动直接影响用户留存。

“调味品的护城河在源头。原料靠买,永远被人卡脖子。”李永钟强调。去年,鲜之惠在福建上杭自建菌菇深加工基地,联合高校开展菌种标准化培育,实现育种、种植、加工、灌装全链条自主可控。

《白皮书》的落地,为天然提鲜调味品的长远发展提供了标准参照与方向引领。依托多年调味产业积淀与成熟供应链优势,晋江企业提前布局天然提鲜赛道,熬过市场培育阵痛期,完成了从跟风代工到技术自研、参与行业定标的产业升级。未来,晋江调味品产业有望在新赛道上实现产能与品牌的双重跃升。