

复合酱料包或重塑调味品行业

本报记者 蔡明宣 陈巧玲

近日,国内头部餐饮定制调味企业聚慧食品正式向港交所递交招股书,冲击港股主板上市。作为海底捞、老乡鸡等全国连锁餐饮的核心供应商,聚慧食品的上市冲刺,印证了B端商用酱料赛道的强劲增长韧性。

与此同时,晋江食品企业密集加码复合酱料赛道,释放清晰的战略升级信号:阿一波完成固态调味料企业标准备案修订,夯实产品规范化体系;鲜之惠更是将酱料业务独立设立事业部,作为核心赛道深耕……

从以往副业配套、顺带销货,到如今全员聚焦、战略主营,酱料包赛道正完成质的蜕变,全面渗透家庭消费与餐饮后厨两大核心场景。

从“顺便做做”到“深度聚焦”

过去,酱料包在晋江食品企业的产品线中,往往只是一个“顺便做做”的补充品类。阿一波、鲜之惠、优滋美等企业的主营业务是紫菜、调味品等品类,酱料包不过是产品线的延伸,是渠道铺货时的“搭售品”。

变化在近两年悄然发生。

去年,鲜之惠把酱料包单独成立一个事业部进行重点深耕,陆续推出一系列新品:原味牛肉沙茶酱、鲜果发酵红酸汤、精品红烧汁等,50克独立分装的牛肉沙茶酱一包便可烹制沙茶牛肉。

鲜之惠董事长李永钟表示,新品上市后反响不错,线上线下都在走量,年轻消费者买得特别多。“这块业务我们已经当作另一条核心战略来做,不是随便搞搞。除了渠道拓展,我们在产品端会持续围绕闽南风味、川渝风味做开发,后面陆续还有新品出来。”

鲜之惠已在深圳、长沙等核心城市布局体验式中央厨房,为连锁餐饮机构提供定制化的调料包配置服务。“以前给B端供货,就是发个样品、报个价。现在我们把厨师请进中央厨房,让他现场用我们的酱料做菜,好不好吃、好不好用,一上手就知道。”李永钟说。

阿一波同样在加码。公司采用“阿一波”“珍津”双品牌运作,“珍津”专注于调味料类开发。在此之前,阿一波已在甜辣酱、烧烤酱、咖喱酱等辅助酱料类产品上取得不错的市场反馈。

阿一波相关负责人白立章告诉记者,目前企业已经具备生产各类酱料包的设备条件,也看好这个赛道,但具体聚焦哪个品类,内部还在筹划中。“设备不是问题,关键是选对方向。酱料包品类太宽了,是做川味、闽味还是针对B端的定制化产品,我们还在评估。”

白立章坦言,阿一波在调味料领域不算新玩家,但此前更多是“顺带做做”,现在要把它当作一个独立的业务板块来规划。“这两年市场变化很快,消费端的需求越来越细分,不是随便上一个产品就能卖得动。我们先想清楚再动手,不急着铺开。”

另一家本土企业相关负责人告诉记者,其实前几年企业就已切入酱料包赛道,但线下渠道动销一直不太理想,销量主要靠线上在走。“现在整体在收缩,基本上只保留了一两个还能跑量的单品,其他的先放一放。后续方向还在看,不着急补太多。”

从全国视角看,这种转型正在整个调味品行业上演。

去年,中国调味品行业100多个新增建设项目中,复合调味料与酱类新建项目占比超60%,酱油、食醋等传统基础品类新建产能同比减少。

供给端的转向,印证了行业重心的迁移。



“一酱成菜”从“配角”到“主角”

酱料包从“配角”成长为“主角”,背后是三股力量的共同作用。

第一重推力是懒人经济与家庭小型化。

晋江青阳的王小姐是两个孩子的母亲,她给记者算了一笔账:家里每月花在酱料包上的开销约150元,卤味包、酸菜鱼料、小龙虾酱轮着买,基础调味品更换频率反而越来越低。

王小姐的消费习惯并非个例,从麻婆豆腐酱到卤肉汁,这些“傻瓜式”调料正在重塑中国人的烹饪方式。专业研究机构勘策消费研究近日发布的《2026年中国复合调味品行业研究报告》(以下简称《报告》)显示,复合调味品正从“小众补充”升级为“增长主引擎”,今年市场规模有望突破3500亿元。

此外,家庭小型化是重要推手,当前,独居青年、双职工家庭不再愿意为一顿饭购置七八种调料,他们要的是一包搞定、一料成菜。

优滋美总经理林建峰表示,终端消费者对综合调味品的需求增长明显,旗下咖

喱牛肉、奥尔良烤翅粉等复合调料包持续热销。“复合调味品把风味预先调配好,大大降低了烹饪门槛,年轻消费者尤其愿意为这种便捷买单。”

第二重推力是全国美食大融合。

小龙虾酱料包来自湖北,酸菜鱼料包源自川渝,卤味包脱胎于潮汕……地域风味通过工业化生产被打包成标准化的酱料包,借助电商物流抵达全国各地。

《报告》显示,贵州酸汤调料2025年同比增长78%、云南菌菇调料增长62%、川味复合调味品增长35%、粤式复合调味品增长28%。82%的新增消费者表示首次购买决策来自短视频等内容推荐。

鲜之惠的布局正是这一趋势的缩影。公司正围绕闽南、云贵、四川等风味美食,进行系列产品开发。在业内人士看来,调味品企业正扮演“地域风味翻译者”的角色——谁能率先将地方小众味型成功工业化,谁就能抢占先机。

第三重推力是餐饮连锁化催生的B端定制需求。

《报告》指出,线下渠道中B端占六

成,餐饮渠道仍是核心阵地。2025年调味品类目在即时零售渠道增速超40%,复合调味品即时配送订单占比已超过30%。

聚慧食品的崛起印证了这一趋势,这家为海底捞、呷哺呷哺、老乡鸡等提供定制调味料的企业,2025年营收达11.06亿元,定制品收入占95.4%,客户复购率增至72.1%,目前已向港交所递交招股书。

为了顺应行业发展趋势,鲜之惠重新调整组织架构,新增餐饮事业部和酱料事业部。

李永钟表示:“调整架构不是换个名字,而是把C端需求感知和B端定制服务真正打通。”餐饮事业部以自营终端门店为核心,聚焦前端消费者口碑与数据收集,为研发新口味提供方向。酱料事业部除持续开发C端风口酱料包外,同时协同中央厨房,为B端餐饮客户提供整套定制酱料解决方案。两个事业部形成闭环,餐饮事业部在前端验证风味方向,酱料事业部在后端转化为标准化产品并推向市场。

从“单点尝鲜”到“全员进化”

学以致用、用以促效,是晋江职工AI创新实践的核心要义。不同于流于表面的技术跟风,“场景强国 工创晋江”——AI赋能职工主题活动在每次集训结束后都会进行入企培训,进一步辅导晋江企业和职工聚焦真实岗位场景,产业痛点,将AI技术深度融入生产经营各环节,实现降本、提质、增效、创新全方位突破,让数字技术真正转化为产业发展新质生产力。

卡尔美体育用品集团有限公司电商事业部直播运营负责人林伟艺表示,经过上一次的集训,他落地了“豆包”AI智能体矩阵“开发——从思维共创到内容落地的全链式AI协同工具集”。他说,日常工作中需要高频次完成“业务方案构思、新品开播脚本撰写、短视频脚本创作”这三大类任务,通过学习,他利用AI思维拆解思考的步骤,针对这三项高频的工作内容,他在豆包中分别新建三个智能体。“通

过学习进而对智能体的搭建,我彻底改变了‘直接让AI给答案’的习惯,掌握了‘先想清楚再动手’的结构化思考方法,脚本创作效率从‘半小时东拼西凑’提升至‘5分钟人机共创’,效率提升600%以上。”林伟艺表示,通过AI智能体的搭建,将运营团队的“经验资产”标准化为三个AI可执行 SOP,降低了因人员流动导致的知识流失风险,同时,合规前置机制有效降低品牌平台违规成本,实现效率与安全双重收益。

来自七匹狼的杨旋通过使用“拆解思维教练”这一技能,她搭建了采购合同审批流程,实现合同自动抓取、条款风险校验、金额与资质智能校验,省去人工逐条核对。流程线上自动流转,按金额分级推送对应审批人,超时自动提醒。过程中留存全流程电子档案,一键追溯修改记录,大幅压缩审批周期,降低合同漏洞风险,提升采

购合规与办公效率。针对职工岗位创新,福建卓凡企业管理咨询有限公司AI授课老师小北分享了分层级AI应用技巧。对于普通职工,可依托AI工具完成文案撰写、数据汇总、问题排查、方案初稿制作等基础工作,大幅缩短工作耗时,提升基础工作效率;对于技术骨干、劳模工匠,可借助AI模拟工艺改良、优化生产参数、拆解创新难题,为技术攻关、工艺升级提供数据支撑和思路参考,让传统“五小”创新更具科学性、精准性;对于企业研发、营销人员,可利用AI实现趋势分析、创意生成、市场调研、竞品分析,精准对接市场需求,提升创新成果转化效率。

从一线职工到企业效率提升,到企业整体的经营提质增效,AI赋能的价值在晋江产业场景中持续落地。不少一线职工表示,AI不是替代人工,而是解放人工,通过智能工具替代重复性、机械性工作,让职工有更多时间深耕技术创新、工艺优化、场景攻坚,真正实现“人机协同、提质赋能”。

晋江市总工会党组书记、常务副主席吴再发表示,长期以来,晋江市总工会持续深化“四技”(技术革新、技术创新、技术攻关、技术创造)和“五小”(小发明、小创造、小革新、小设计、小建议)活动,鼓励引导广大职工立足岗位创新创造,涌现出众多有益成果。今年,晋江市总工会引导职工把“四技”“五小”创新聚焦到“场景创新”上,提高创新实效性、针对性。AI是当前最热门的智能技术,也是提效创优的实用工具,针对性开展AI培训辅导,旨在推动AI技术深度融入生产、运营、管理各环节,助力企业降本增效,实现“技术突破一场验证—产业应用—体系升级”的闭环,将带动晋江一批本土制造业企业完成从“工具应用”到“组织AI进化”的实质转型。

从“拿来就用”到“场景深耕”

AI赋能产业、助力职场,核心在于“会用、善用、活用”。本次“场景强国 工创晋江”AI赋能职工创新活动中,AI授课老师小北结合晋江产业实际、职场工作场景,为广大职工带来实用性极强的AI应用干货,针对职场人普遍存在的“不会用、用不好、用不精”等问题,分享高效借力AI提质增效的实操方法,为晋江职工岗位创新、企业数字化转型提供清晰路径。

小北首先梳理了AI技术迭代历程,强调当前AI已进入场景化落地的成熟阶段,不再是单一的工具软件,而是适配各岗位、全场景的智能赋能体系。针对晋江多数职工对AI认知片面、应用碎片化的问题,他指出,职场AI增效的核心逻辑是“场景适配、精准落地”,无需盲目追求高端技术,而是结合自身岗位需求,找准AI应用切入点,实现低成本、高效率创新。

小北表示,AI能够助力企业优

当产业工人遇上AI

本报记者 曾小凤



近日,在晋江市工人文化宫的培训教室里,29支企业战队各自成团围坐在一起,电子屏幕上显示的是各类数据表格、豆包、扣子等AI工具的对话界面。有人紧锁眉头反复调试提示词,有人突然一拍桌子——“通了!这次跑出来的结果能直接用!”相邻的工友立刻凑过头去,小声讨论着刚才的指令逻辑。大家打破岗位、行业壁垒,相互交流AI应用心得,在沉浸式实训中解锁数字化办公、智能创新的全新技能,氛围热烈而务实。

近日,“场景强国 工创晋江”AI赋能职工创新活动正式启动,来自49家企业的222名职工代表齐聚一堂,立足岗位场景探索AI与产业创新的融合路径。活动紧扣《推进人工智能+行动,加快形成新质生产力实施方案(2026—2028年)》等政策导向,将传统“四技”“五小”职工创新活动与数字技术深度绑定,将通过长达三个月的系统化集训、企业实战辅导、案例评比展示,推动晋江职工创新从传统经验攻坚,迈向AI场景化、全员智能化的全新阶段,为培育民营经济新质生产力注入坚实工创力量。

从“怕学不会”到“拆解思维”

“说实话,刚接到培训通知的时候,我心里有点犯怵。”福建省兴泰物业管理有限公司行政文员敖佳琪坦言,自己每天打交道的就是采购对账、会议纪要、物资盘点这些琐碎事务,跟AI“智能体”这些词感觉隔了十万八千里,“第一反应是:这东西跟我工作有啥关系?我能学会吗?”敖佳琪说。

转变发生在第一次实操课上。敖佳琪试着把月度采购统计这个最令她头疼的任务拆解了一遍——七八个项目的采购数据散落在不同Excel表格里,光汇总就要折腾一整天,还经常因为漏项、错项被财务退回修改。培训老师让她先别急着打开AI,而是拿出一张白纸,把整个流程拆成六步:从各项目导出原始数据、统一格式字段、清洗重复和异常值、按品类分类汇总、逐项核对金额与单据、生成最终统计报表。她这才发现,以前之所以耗时耗力,是因为从第一步开始就在手动复制粘贴,中间但凡一个环节出错,整张表都要推翻重来。

思路清晰之后,她打开AI对话窗口,没有直接说“帮我做统计”,而是分步骤下达指令——“先帮我检查这七张表格的字段

是否统一,标出所有不一致的地方”“再把金额异常的条目单独列出来,按超过预算10%、20%两个档位分类”“最后按项目汇总各品类采购总额,用表格输出”。AI在几分钟内完成了数据清洗和初步筛查,敖佳琪只需要重点复核AI标出的异常项,逐一确认或修正。原本需要一整天埋头苦干的工作,压缩到了一个小时内完成——其中AI处理耗时不到十分钟,她自己的时间主要花在了最后的把关确认上。

更重要的是,这套“拆解思维”彻底改变了她面对任务时的处理方式。以前接到一个新任务,她不知道从哪下手,就硬着头皮干到算账。现在她养成了习惯:先拆目标、分步骤、厘清每个环节的输入输出,再判断哪些步骤交给AI提效、哪些环节必须人工把关。这套方法不光用在数据统计上,开会、写方案、盘物资,全都用得上。

在新质生产力加速培育、产业数字化深度转型的当下,AI不再是高端科技概念,而是扎根生产一线、赋能岗位实操,助力企业提质增效的实用工具。晋江企业和产业职工主动顺势而为,掀起全方位、多层次的AI学习热潮。从企业试水探索到全员主动学习,从单点技术应用到全场景创新落地,晋江正在上演使用AI的产业新风潮,为民营经济高质量发展注入源源不断的工创动能。