

泉州食企深耕养生赛道

通过创新传统食材、简化配方组成、添加有益成分,泉州食品企业在健康养生领域走出一方新天地

□融媒体记者 林铨柔 文/图

近年来,大众的健康养生意识不断提高,对零食的需求也从“天然原生”向更高阶的“营养导向”升级。配方健康无负担、契合体重管理需求、具备明确功能功效等都成为消费者选择零食的重要考量标准。早早就布局健康赛道的泉州食品行业今年取得了更显著的成效,各品牌巧妙应用养生食材与现代零食的“乘法”、配料表的“减法”和营养微量元素的“加法”,开发出更健康的零食,并根据不同季节、消费场景、目标人群推出有针对性的产品,成功赢得消费者的青睐与认可,开启了新的增长曲线。

养生食补×现代形态: 药食同源成为流行

传统滋补品通过零食化转型成为创新趋势,许多消费者开始尝试将“药补”转化为“食补”

在健康意识增强与消费升级的双重驱动下,传统滋补品通过零食化转型成为创新趋势,许多消费者开始尝试将“药补”转化为“食补”,更加青睐药食同源食品。艾媒咨询发布的《2024年中国药食同源行业发展白皮书》显示,2024年我国药食同源行业规模突破2650亿元。其中,即食型产品增速高达23.8%;2025年市场规模预计将突破4000亿元,即食型产品占比超60%。

以药食同源食材为原料,经煮制、萃取等工艺加工而成的即饮型植物饮料“养生水”是近段时间的热销品类之一。近日,记者来到中心市区一家永辉超市,在饮料区的冷藏柜和货架上看到



不少人爱上“养生水”

数百款饮料,除了零添加茶饮、NFC果汁、乳酸菌饮料等市面上流行许久的产品,C位还摆放着多款“养生水”,原料涵盖山楂、乌梅、枸杞、桂圆、菊花、桑叶、黄芪、当归等,功能更是覆盖了熬夜补救、滋补温润、刮油祛湿等多种需求。

其中,泉企盼盼旗下子品牌“神农很忙”推出的永辉超市定制产品薏米七白水,被陈列在货架最上方,下排货架中还有茉莉五花茶、枇杷炖梨等几款联名饮品。包装和配料表显示,薏米七白水精选薏苡仁、杏仁、玉竹、茯苓、芡实、百合、莲子七种药食同源食材,聚焦大众“调理、轻负担”的核心需求;茉莉五花茶融汇“花养五脏、五行五色”的理念,适合女性与久坐办公的人群;枇杷炖梨则参照清代经典古方进行调配,选用赵县雪梨、砀山酥梨和早钟枇杷炖煮,且具有“国药老字号”的背书。据了解,除了与永辉超市联名以外,“神农很忙”还推出了九制陈皮水等产品。盼盼的另一子品牌“三方四季”也已推出苹果黄芪饮、无花果红参水、雪梨枇杷露等产品,另有和童涵春堂合作的养生型乳酸菌产品在售。“2025年养生系列合计销售额已接近2.3亿元。”盼盼方面表示,未来将锚定中式养生饮品领域持续发力,进一步丰富中式养生饮品矩阵,深化与餐饮企业、商超等各类渠道合作,拓展产品销售场景与覆盖范围。

喜多多亦从“喜宴必备”延伸出多款兼具“轻养生”与方便饮用功能的产品。一方面,喜多多升级椰果王、仙草丸子等经典产品,精选包括福建武夷仙草和夏枯草、罗汉果、金银花等天然草本在内的原料,实现解馋与养生的平衡,契合药食同源这一趋势;另一方面,喜多多选用桃胶、银耳、桂花等原料,推出新鲜炖桃胶银耳,精准满足熬夜党、健身人群对轻食养生的需求。“我们的产品布局更加多元,产品研发及包装形式也开发了许多新的应用场景,让消费者有更多选择。”喜多多食品副总裁助理许书翰表示。

不只是饮品,主营坚果炒货的旺旺食品也将养生食补作为创新方向。“这是我们今年推出的新品‘不火瓜子’,它有‘草本降火方,好吃不上火’和‘三小时隧道慢烘炒,香嫩不口干’两层内涵。”旺旺食品总经理翁柏鸿介绍,“不火瓜子”现有红豆薏米味和金银花柚子味两个口味,“我们将药食同源的理念融入产品,像红豆薏米味这款就添加了

红豆、薏米、罗汉果、薄荷、甘草、茴香这六味,更加健康”。

复杂配料-多余成分: 清洁标签契合大众需求

“给配料表做减法”是泉州食品企业在健康领域探索中,贯彻时间更久的核心举措

相较于盛行不久的药食同源,“给配料表做减法”是泉州食品企业在健康领域探索中,贯彻时间更久的核心举措。

贝夫食品以广西水牛奶代替水和面,搭配50%比例的鲜鸡蛋,推出无糖水牛奶蛋糕,该产品通过了权威第三方机构的无糖认证,实现0糖(蔗糖+乳糖+果糖+葡萄糖+麦芽糖)、0反式脂肪酸,且每100克产品蛋白质含量达8.9克。这款蛋糕凭借干净的配料和出众的口感被许多消费者所青睐,还被尚普咨询集团认定为“2023—2024年度无糖包装蛋糕全国销量第一”。记者在贝夫食品淘宝官方旗舰店看到,除去爆款的无糖水牛奶蛋糕,店里还有无糖小米蒸蛋糕、无糖高钙水牛奶蛋糕、无糖芝士蛋糕等无糖产品,多款产品超万人加购,许多消费者也在购买后给出好评。

刚刚探索咖啡赛道不久的好来屋食品,同样以干净的配料表和较高的咖啡粉比例作为主要卖点,吸引了众多客商及消费者。“我们这款咖啡液有三大卖点。一是做到了4个零,就是零防腐剂、零添加剂、零脂、零糖,只有水、咖啡粉和碳酸氢钠;二是咖啡粉含量大于3%,这在业内是比较少见的;三是能够进行任意口味的DIY。”好来屋食品工作人员向记者介绍:“我们是在十万级生产车间里进行生产,卫生标准很高,产品有保障。”

“我们坚持清洁配方和真材实料的理念,加入了15%的发酵胡萝卜浆及9种果蔬汁,同时做到了0添加防腐剂、0添加色素、0添加香精、0脂肪。”顽皮兔食品公司负责人介绍今年的新品9种果蔬益生菌发酵胡萝卜饮料,该产品一经推出就获得大批订单。

“如何让蜜饯更好吃、更健康,一直是我们产品开发创新的初心。”泉利堂董事长陈清帅在年中举行的第九届海峡两岸食品交易会暨第十二届闽台(泉州)食品交易会上表示。当前,泉利堂传统工艺产品中的添加剂已精简至两

三种,更有十余款零添加产品组成的矩阵。以“爆汁杨梅”为例,该产品精选直径3公分以上的来自漳州的优质鲜果,收购后直接进入冻库冻藏,制作全程不添加防腐剂及人工调味剂,完整保留了杨梅酸甜可口、生津止渴、多汁肉厚的天然本味。

无独有偶,有零有食食品的应季冻干水果系列也利用新技术实现了配料干净与可口本味的平衡。“我们采用先进的FD冻干技术,最大程度锁住水果的天然鲜味与超过90%的营养成分。”该公司负责人表示:“纯天然没有任何添加的食品,精准适配健身人群、低糖饮食需求者等各类尤其关注健康的群体。”

基础原料+营养元素: 功能性零食热卖

创新性添加各类维生素、矿物质、益生菌等营养元素,让产品多一份健康

做乘法、做减法,也会做加法。当前,许多泉州食品企业在改良经典产品和研发新产品时,创新性添加各类维生素、矿物质、益生菌等营养元素,让产品在美味之余多一份健康。

功能性糖果是众多泉企发力的领域。例如,雅客将维生素软糖升级为V9维生素软糖,每颗软糖含9种维生素,酸甜口感弱化“补剂感”成为年轻消费者补充维生素的优选。其果冰棒棒糖和玫瑰花棒棒糖则分别添加含蛋白质、膳食纤维、OMEGA-3等多重营养的进口奇亚籽和每100g含110mg维生素C的配方,兼顾味觉享受与营养补充;金冠推出情绪测试糖,根据不同性格特质添加功能性成分——为敏感型人群加入茶氨酸舒缓情绪,为活力型人群加入维生素B提神,包装印有人格测试题,让零食成为情绪伴侣,上线3个月销量破百万颗;奇峰食品则针对不同人群需求,推出涵盖女性补气血的富铁软糖、保护眼睛的蓝莓叶黄素果汁软糖、助消化的儿童山楂鸡内金软糖等多款功能性软糖。“当健康成为大食品行业的主基调,新消费环境下,糖果在满足味蕾体验的基础上,更倾向于兼顾美味和健康功能性。”奇峰食品总经理林景昌说。

此外,许多专研儿童零食的泉企也为产品添加功能性营养元素。“我们根据儿童成长发育需求进行科学配比。”蜡笔小新方面表示,其新品果泥可吸果冻产品实现营养升级,像综合莓果味就富含维生素A、D及B族复合维生素,有助于视力保护和能量代谢;番石榴苹果味特别强化钙、铁、锌三种微量元素,能够促进骨骼发育和提高免疫力。力减食品则推出多款高钙高蛋白的海味零食,如鳕鱼肠富含各种氨基酸、不饱和脂肪酸以及人体所需维生素A、D、E,还添加了DHA藻油等营养成分,能够促进儿童视力、骨骼以及智力发育。“味道很好,用料也扎实,蛮好的。”“孩子爱吃,商品质量过关,小小一根也没有负担,买好几次了!”一些家长在购买后留言。