

饮料市场夏日“争夺战”打响 泉州食企抢滩“养生水”市场份额

进入7月,气温持续走高,我市饮品市场也迎来了年度销售旺季。连日来,记者走访泉州部分商超、便利店发现,今年夏天的饮品区刮起了一股“养生风”,以红豆薏米水、枸杞水、陈皮水为代表的中式养生水,正悄然抢占饮料货架上的黄金“C位”,成为市民手中的解暑“新宠”。
□融媒体记者 魏晓芳 文/图



消费者选购中式养生水

中式养生水占领饮料区“C位”

“自从有了中式养生水,‘冰中式’成了我们打工人的‘真香’之选。”昨日,在市区一家便利店里,“00后”女孩刘田田的目光掠过花花绿绿的饮料瓶,最终抓起一瓶“红豆薏米水”。过去一周,这已是她第三次购买。

红豆薏米水、桂圆红枣汤、陈皮茯苓饮……近年来,养生水正以“药食同源”为卖点,快速抢占传统饮料品类消费份额。据了解,所谓中式养生水通常指基于中医传统养生原理,选红豆、薏米、红枣、桂圆、枸杞等“药食同源”的天然食材,经过煮制或萃取等工艺制作而成的即饮型植物饮品。

连日来,记者走访我市多家商超发现,中式养生水已从饮料货架角落走向核心“C位”,部分超市还专门开辟了养生饮品专区。在市区永辉超市,记者看到,饮料货架上的养生水品牌众多,口味涵盖薏米七白水、新会陈皮水、金银甘菊、紫苏薄荷等多个品类,单价多在4至10元区间。而沃尔玛超市则深耕自有品牌“沃集鲜”,推出黄芪西洋参饮、人参玫瑰饮、竹蔗茅根饮等产品,并标注“药食同源”等字眼,售价均为15.99元。

“以前夏天爱喝冰可乐,现在年纪大了开始注重养生,红豆薏米水、红枣枸杞水等产品成了家中常备饮品。”正在选购

的市民郭女士表示,自己平时就喜欢喝些养生茶饮,现在瓶装养生水很方便,上班出门随手带一瓶,比喝碳酸饮料健康,也比奶茶划算。

在洛江区双阳街道经营便利店的魏先生也表示,近期天热,饮料销量回升明显。虽然绿茶、冰红茶等传统品类有所下滑,但养生水、无糖茶等增长势头强劲,年轻消费者复购率尤其高。他还注意到,今年饮料企业业务员频繁登门推荐新品,草本凉茶、营养水、电解质水等功能性饮料也层出不穷。

本土食企布局中式养生水赛道

“有清淡的红豆味,夏天补水太棒了”“好不容易抢到了,性价比高,正适合炎炎夏日”……在山姆会员商店,一款“有机茯苓红豆薏米水”收获超5000条好评,生产企业正是泉州的盼盼饮料。

在饮料健康化浪潮推动下,泉州多家食品企业纷纷布局中式养生水赛道。盼盼饮料以“药食同源”为主线,

构建了多元化的养生产品矩阵。2024年10月推出子品牌“三方四季”,该品牌凭借雪梨枇杷露在市场上的热销而走红。随后,盼盼饮料又推出“神农很忙”子品牌,上线枇杷炖梨、九制陈皮水等产品,并定制化布局永辉渠道,推出薏米七白水和茉莉五花茶,精准切入年轻群体对“轻养生”的诉求。2025年,盼盼饮料产品线年销售额已经突破10亿元大关,其中养生系列饮品成为核心增长引擎。

达利食品则通过旗下和其正品牌切入养生水赛道,推出“宜己水”系列,包含主打“温补”的红枣枸杞水、主打“祛湿”的红豆薏米水和主打“理气”的甘草陈皮水三款产品,工艺上突出“熬、煮、萃”三大特点。

喜多多则升级椰果王、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,品牌选用桃胶、银耳、桂花等原料,推出新品鲜炖

桃胶银耳,精准满足熬夜党、健身人群对“轻养生”的需求。

行业步入品质竞争新阶段

在公众健康意识增强、“健康中国”等政策红利释放的背景下,快节奏生活使消费者难以保持规律作息与均衡饮食,转而通过消费寻求“养生仪式感”。“中式养生水受青睐,关键在于其成分兼具养生功效。”业内人士指出,如今消费者早已不满足于简单“去糖”,更追求精准的“功能性滋养”。而“药食同源”概念,恰好击中消费者规避添加剂、拒绝多余糖分、追求温和食补的核心诉求,给人以天然可靠的心理暗示。

市场数据印证了这一趋势。今年4月,前瞻研究院发布《中国中式养生水行业发展趋势洞察报告(2026)》显示,中式养生水赛道已从概念萌芽期迈入2.0品质竞争阶段,市场规模较2022年跃升35倍,预计未来五年还将实现超6倍增长。

值得关注的是,2023—2025年,中式养生水行业公开原料产地的品牌占比由47%提升至55%,公开产地的品牌数量从9个增长至23个。报告指出,随着行业进入2.0时代,原料溯源、生产工艺和企业标准成为竞争的核心维度。

记者在走访中看到,越来越多品牌开始主动披露原料产地信息,以此强化消费者信任,为产品品质提供可验证背书。例如盼盼推出的“茯苓红豆薏米水”就明确披露了有机红豆、薏米、茯苓等核心品类原料来自黑龙江、安徽六安等产区,正是这一行业趋势的具体体现。

不过,业内专家也提醒,在赛道火热的同时,消费者仍需理性看待中式养生水的实际功效。中式养生水并非药品,单瓶饮用难以实现祛湿补气等功效。但作为日常饮水的升级选择,仍有明确价值。消费者选购时,建议仔细查看配料表,优先选择原料排序靠前、有明确含量标注、执行更高品控标准的产品,理性饮用即可。

产业投资在线

主办单位:晋江产业集团

港股“物理AI第一股” Momenta上市

为晋江产业集团参投基金投资企业

本报讯(融媒体记者陈云青 通讯员谢颖)7月8日,晋江产业集团参投的中金启辰贰期基金所投资企业——全球领先的物理AI公司Momenta Global Limited(以下简称“Momenta”)正式在香港联交所挂牌上市,股票代码06880.HK,被业内称为港股“物理AI第一股”。上市发行价为295.6港币,开盘价301港币,涨幅超6%,开盘市值突破700亿港元。

Momenta成立于2016年,以自研R7世界模型为技术核心,提供L2+至L4级别全栈智驾解决方案,覆盖城市NOA、高速NOA及泊车等主流场景。全球市占率达65%,在全球第三方城市NOA解决方案供应商中位列第一,客户涵盖梅赛德斯-奔驰、丰田、比亚迪等头部车企,累计搭载已突破100万台。2023—2025年营收由7.4亿元增至24.1亿元,复合增长率超80%。

本次IPO由中金公司与德意志银行联席保荐,引入新加坡政府投资公司(GIC)、富达国际、贝莱德、梅赛德斯-奔驰集团、比亚迪等14家基石投资者,合计认购约3.76亿美元。香港公开发售超额认购41363倍,国际发售超额认购20.31倍,市场反响热烈。

近年来,晋江产业集团紧扣市委、市政府“1+6”专项行动部署,聚焦本地产业培育,持续优化国有资本布局。截至目前,集团累计参投基金18只,总规模达204亿元。近期,多只参投基金所投资企业接连取得IPO受理进展,包括:中金启辰贰期基金已投资企业维嘉科技、鲁汶仪器获科创板受理;冯源晟芯基金已投资企业法特迪获创业板受理;齐鲁前海基金已投资企业长鑫科技获科创板受理,华晟智能获北交所受理等,基金市场化投资成效持续显现。

金融向善 普惠致远

晋江农商银行“晋善晋美贷” 书写“金融+公益”交融新篇

精准滴灌注活水

金融赋能兴实业

坐落于本地经济开发区的福建省某建设工程有限公司,是深耕省内市政基建行业四十余年的标杆民营企业。公司专注于城市道路改造、乡村基础设施提升、民生配套工程建设等业务板块,施工经验丰富,项目履约能力强,市场信誉稳固。然而,由于基建施工行业项目施工周期长、工程款结算按进度支付、尾款回笼滞后等行业共性问题,该公司部分流动资金长期沉淀于在建项目之中,日常材料采购、一线施工人员薪酬发放、新项目投标及前期筹备,有时会面临不小的周转压力。

了解到这一问题后,晋江农商银行金融助理员第一时间主动走进该公司,与企业负责人一道详细梳理在手项目运营进展、上下游结算周期、应收应付账款结构以及近期资金缺口等核

心情况,精准测算阶段性流动性需求。经过评估,晋江农商银行为企业匹配“晋善晋美贷”,结合企业经营规模、历年与农商银行的结算合作记录及社会贡献情况,量身定制了低息专项综合融资方案,成功为企业落地500万元纯信用信贷资金。这笔贷款精准注入公司资金周转的关键节点,在建民生项目得以全速推进,省内市政道路改造、桥梁建设等多项基建项目稳步落地,城乡面貌焕新提速,金融力量以一种无声却有力的方式护航着城市品质升级和居民生活改善。

在提升工程建设综合实力的同时,该公司始终将践行社会责任视为与工程质量同等重要的立身之本,近期,公司主动向地方慈善总会捐赠公益善款500万元,用实际行动将企业发展成果回馈家乡、温暖群众。



晋江农商银行工作人员走进生产企业,送上普惠信贷支持



晋江农商银行工作人员走访夜市,送上便民金融服务

中央金融工作会议明确提出做好普惠金融等“五篇大文章”,为新时代金融工作锚定了航向,持续引导金融资源下沉实体经济,着力破解小微企业“融资难、融资贵、担保弱”等结构性痛点。在民营经济活跃的晋江,作为深耕县域本土的金融机构,晋江农商银行正与一批扎根乡土、诚信经营的实体经济,携手探索一条“金融赋能实体、实业反哺公益”的可持续发展新路。这不仅是普惠金融的深度实践,更是金融温度与城市文明的交相辉映。
(苏世深 李振育 文/图)

晋江民营经济占比长期保持在95%以上,小微企业如繁星般散落在各个产业链条之中。他们是吸纳就业的主力军,是技术创新的生力军,更是城市经济活力的“毛细血管”。然而,与生俱来的“轻资产、长周期”特性,让小微企业在传统信贷模式下屡屡碰壁,资金瓶颈一度成为制约其做优做强的“拦路虎”。

作为地方法人银行,晋江农商银行始终

“晋善晋美贷”最大的突破,在于其创新“经营信用+公益美德”双重利率优惠机制,将企业金融服务获得感与社会责任履行度深度融合,构筑起差异化的信贷评价体系。

传统信贷逻辑中,银行关注的是抵押物、财报利润、担保能力;而“晋善晋美贷”在此基础上,向前一步、向深一层,将企业“做了什么好事”也作为金融定价的重要权重因子。具体而言,贷款利率优惠来自两个维度:

第一重激励:经营合作黏性转化红利。凡与晋江农商银行建立稳定结算往来、代发工资、场景合作等综合业务关系的小微企业,可依据结算流水活跃度、合作年限、业务覆盖广度等量化经营数据,享受第一档阶梯式利率下调。合作越深、往来越密,优惠力度越大,让长期诚信经营、与银行共同成长

立本土初心不改 守本源定位不移

坚守“地方金融主力军”的战略定位,牢牢把握金融为民的核心宗旨。在深入调研辖区小微企业融资痛点后,晋江农商银行敏锐意识到:若能设计推出一款信贷产品,既破解担保

难题,又将企业发展与社会责任挂钩,就可以形成正向激励闭环。基于这一思考,“晋善晋美贷”应运而生——这既是信贷产品的匠心打磨,更是普惠金融理念的一次跨越式升级。

产品创新破难题

双向激励见匠心

企业直接分享金融红利。

第二重激励:公益善行量化叠加优惠。这是“晋善晋美贷”最具温情的一笔。凡积极参与慈善捐赠、乡村帮扶、助学助老、未成年人关爱、社区共建等公益实践的企业,经核实认定后,可在首重优惠之上再次享受利率减免。善行义举以可量化、可核的方式融入授信定价模型,诚信经营与热心公益并重,成为利率红利最大获益者。双重优惠叠加,大幅降低综合融资成本,让政策红

利以最直接、最快捷的方式精准投送至企业手中,实现“做实业有激励,行善举有回响”。

从产品设计到落地服务,“晋善晋美贷”还配套了全链条流程优化。晋江农商银行针对该产品开通了授信审批绿色通道,推行“金融助理员上门走访、线上线下协同授信”的服务模式,精简信贷调查、资料审核、授信审批、放款落地各环节,实现“让数据多跑路、让企业少跑腿”,产品创新与服务提质双轮驱动,让普惠金融真正接地气、暖人心。

金融向善行致远

普惠蓝图再铺展

一边是晋江农商银行坚守普惠本源,以“晋善晋美贷”特色产品将金融让利机制与城市公益文明深度绑定,以差异化信贷激励政策引导企业在经营向好的同时心向善、行向美;一边是扎根地方的实体经济深耕主业、诚信经营,在获得金融活水精准扶持后心怀感恩、主动作为,扛起公益责任、反哺家乡发展。金融机构不做简单的资金提供者,而是做企业成长路上的伙伴与引路人;企业不做被动的受惠者,而是做善意传导的接力手与扩音器。

这种双向奔赴、彼此成就的关系,构建起“金融赋能实业、实业回馈社会”的良性循环生态圈。在这个生态圈

中,金融资源因善而聚、因信而通,实体经济因扶而强、因善而荣,社会事业因爱而兴、因和而美。地方法人金融机构与优质实体经济企业同心共建、共善共美,生动展现了新时代普惠金融的深厚内涵。

金融向善,不止于一步;普惠致远,不止于一时。站在新的起点上,晋江农商银行将继续扎实做好普惠金融这篇大文章,以有温度、有力度、有广度的普惠金融服务,助力辖区民营企业纾困发展、转型升级,将晋江“乐善好施、守望相助”的城市品格继续发扬光大,让普惠金融与城市文明在双向奔赴中绽放更加夺目的光彩。