

盼盼食品自主创新提升品牌效应——

## 尝尝食品“智造”新味道

本报记者 薛志伟

2023年  
营业收入超 80亿元公司投入 1200万元  
对生产车间进行智能化改造

麦香鸡味块、法式小面包、梅尼耶蛋糕……这些零食是不少“90后”“00后”消费者的美好记忆，它们都来自于福建晋江市的福建盼盼食品集团有限公司（以下简称“盼盼食品”）。

1996年创立的盼盼食品从薯片起家，多年来深耕休闲食品产业，开发生产营养、健康的高品质休闲食品。“盼盼食品一路走来，始终专注行业创新发展，咬紧实体经济不放松，形成较强的品牌竞争力。”盼盼食品董事长蔡金坡介绍，作为行业头部企业之一，公司率先布局5G智能工厂、绿色工厂，从食品制造转向“智造”，盼盼食品凭借卓越的研发创新能力和优秀的产品品质，2023年营业收入超80亿元。

## 探索数智转型

和面、成型、醒发、烘烤、冷却、包装、装箱入库，生产烘焙产品的7道关键工序已基本实现无人操作，仅需少量员工完成产品的检查和装箱；车间外墙的数据看板上，生产进度、能耗统计、品控异常统计等数据实时呈现在大屏幕上……这是记者在晋江市五里工业园区盼盼5G智慧工厂内看到的场景。

自2015年起，盼盼食品开始探索数智化转型路径。“我们目前已完成车间全域5G网络覆盖，通过5G专网搭载工业数据采集应用及AI缺陷检测，逐步实现对自动化设备的数据采集。”盼盼食品运营管理部副总监蔡春林告诉记者。

2023年，公司投入1200万元对生产车间进行智能化改造，引入人工智能、机器人、物联网等技术，升级食品加工方式。例如，在醒发工序，成型后的面胚进入醒发室，通过安装射频芯片，利用5G+物联网技术，由系统准确记录发酵时间，实现90分钟标准发酵；烘烤工序采用隧道式烤炉实现全自动化运行，出口安装5G+AI视觉检测，对产品色泽进行检测，并将残废品自动剔除。蔡春林告诉记者：“产品包装前，有6个摄像头对其进行全方位识别，不合格产品不带到下一工序。公司通过提升自动化设备，不但减少了人工成



盼盼食品集团生产车间内，工人正在制作鳕鱼肠。

(资料图片)

本，还提高了生产质量和效率。”

休闲零食是当下发展迅速的产业，健康化、个性化、差异化正成为休闲零食发展的新趋势。这样的变化，考验着休闲零食品牌的研发与创新能力。

盼盼食品的展厅里有一款供应北京冬奥会的番茄鸡蛋面。盼盼食品品牌副总监宋长镇介绍，这款泡面使用FD冻干技术，将新鲜食材在零下30摄氏度的真空环境进行97%的脱水处理，既能锁住原味，又保留了番茄的鲜味和色泽。

“我们不止于应用创新，还在技术方面发力，通过建立国际化的研发团队，与供应商合作成立研发实验室、建立消费者数据库，开发利用健康食材，整合全球资源参与研发等，着力提升科技创新能力。”盼盼食品总经理蔡裕骏介绍，公司从产品力、品牌力、渠道力、消费者认同穿透力等多个方面入手，通过与智能制造技术、信息技术等深度融合，不断催生新的产品、服务模式和生产工艺。

近年来，盼盼食品在产品创新研发上不断加大投入，每年有50多种新产品问世，其中不乏梅尼耶蛋糕、牛奶吐司小方、粗粮饼干等多款深得市场认可的食品。截至目前，企业拥有31项发明专利，109项实用新型专利和266项外观专利。

## 强化源头把控

吉林松原的玉米、河南焦作的山药、福建长汀

的槟榔芋、安徽小岗的黑豆……精选原料实现源头把控，这是盼盼食品与消费者的“双向奔赴”。企业优选全球质量过硬、营养丰富的农副产品，给消费者带来绿色、健康、营养、放心的食品。

“公司对所有的食品材料都制定了严格的准入条件。”蔡裕骏告诉记者，公司采用故障智能分析系统，实现了“全员、全过程、全方位”的质量管理体系；公司总部成立了检验检测技术中心，加大化验设施硬件投入，持续提升食品安全检验检测能力，目前已经通过国家CNAS实验室管理体系认可的项目达180余项。

质量法规和监察部经理李阿璋告诉记者：“我们制定了一套‘产业链各环节风险控制大纲’，从产品设计、产品研发、原料采购、生产过程控制、产品运输到销售，实现了产品全生命周期的风险管理。”

今年1月，盼盼食品推出一款卷心吐司。烘焙研发一部研发技术经理王瑞华回忆参与研发过程时说，当时他正在做一款山楂馅料，但供应商提供的馅料在中试时发生变质，导致产品不能脱模。为此，公司立即重新寻找供应商，并对馅料进行筛选。为了让消费者买得安心、吃得放心，公司自主研发编程系统、产品生产追溯系统，打通设计、采购、制造、仓储、物流等环节，在行业率先实现产品可追溯。从今年1月上市至3月初，卷心吐司销售额已突破1000万元。目前，公司先后在晋江、长汀、沈阳等地建立了17个大型现代化生产基地。

“盼盼食品晋江五里工厂已经实现所有产品可追溯，消费者只需要通过产品

上的标识码，就可以查询到产品设备、环境、投料等相关信息。”蔡春林告诉记者。

## 创新营销举措

当前，休闲食品市场的特点是容量足够大，但一方面头部企业较为分散，另一方面难以满足消费者日渐多元化的需求。如何化解挑战、把握机遇成为盼盼食品关注的焦点。

“虽然我们的产品品类比较多，但是产品体系不够聚焦，现在我们要重点发展烘焙类食品。”蔡裕骏说，烘焙行业市场规模庞大，且稳步增长，今年盼盼食品提出“国民烘焙大品牌”全新战略，重点拓展中短保质期市场。

盼盼食品深耕销售渠道。公司在全国拥有超100万个终端，覆盖上百个城市。除传统零售渠道外，公司提前布局线上渠道，先后与各类电商平台合作，持续加大营销力度。同时，公司全面开启“百城万店打标杆”行动，促进终端渠道销售，2024年盼盼食品将投入3亿元加大品牌营销。

盼盼食品不断升级迭代营销模式，通过赞助热门综艺、开展抖音达人挑战赛以及跨界合作等一系列营销活动，扩大品牌影响力。

“经过几年的转型升级，我相信盼盼食品会迎来更大的跨越发展。”蔡裕骏说，盼盼食品将着重打造“烘焙品牌”，重视多品类生产，走出一条高质量发展之路。



截至目前  
集团拥有  
31项 发明专利  
109项 实用新型  
266项 外观设计

目前

公司先后在福建晋江、福建长汀、辽宁沈阳等地建立了 17个 大型现代化生产基地

今年端午假期，大众出游热情高涨，热门城市民宿成为不少游客的出游选择，附带划龙舟、制香囊、包粽子等端午民俗体验的特色精品民宿套餐热度飙升。

近年来，随着旅游业迅速发展，消费者需求变得更加多元化、个性化、精细化。相较于普通酒店而言，民宿更像是一个“窗口”，可以让游客充分体验当地生活方式和文化特色。作为一种独具特色的旅游新业态，民宿发展势头强劲，吸引了不少企业投资运营。当前，一些大型文旅企业正在积极进入民宿行业，其专业的管理团队、优质的运营经验，推动了民宿业的发展。

然而，民宿经营企业在快速发展过程中也面临不少问题。比如，推出的民宿同质化严重，缺乏个性；企业经营管理不力，服务质量不高；生态意识不强，环境治理欠佳；科学规划不足，基础设施滞后；等等。如何在众多民宿中脱颖而出，打造自身特色，塑造核心竞争力，成为民宿经营企业必须面对的问题。

打造高品质民宿需要凸显地域文化特色。当前，探索了解地方文化特色正成为不少游客选择深度游的初衷。民宿经营企业要挖掘本土文化，提炼地域要素，将地域文化融入民宿规划设计及经营服务中。比如，立足村庄的文化特色和产业特色，创新培育一些小而精、小而美、小而特的文化项目，帮助游客深入体验当地文化。还可以深入挖掘地域物产优势，将民宿建成长村物产原生态空间，给游客丰富的感官体验。

打造高品质民宿需要提供更加优质的服务。无论民宿的特色如何，如果缺乏优质的服务，给客户带来不好的旅游体验，都很难把人留住。民宿经营企业应努力改进住宿环境、设施设备、服务流程等，并借助数字化和科技化手段提高管理效率和服务水平，积极走精品化路线，提升民宿整体品质。

打造高品质民宿还需要着眼绿色发展，放大生态价值。民宿经营企业在推进民宿项目开发时，应重点考虑环境承载能力，杜绝大拆大建，保护乡村原始风貌和人文景观，减少生态破坏与环境污染。在民宿设计建设过程中，要避免移植、嫁接外来文化和异域建筑，力求做到自然、生态、人文相统一。

总之，民宿经营企业要想“出圈”，需要打造具有突出特色、提供优质服务、实现生态环保的民宿产品，并根据市场需求持续改进升级，为游客带来更“有温度”的丰富旅游体验。

蒋波

民宿业漫谈

本版编辑 向萌 钟子琦 美编 倪婷婷

顺丰控股持续提高服务能力——

## 跑出物流配送加速度

本报记者 吉蕾蕾

顺丰控股股份有限公司（以下简称“顺丰控股”）最新业绩显示，2023年，公司业务量近120亿票，营业收入约2584亿元；2024年第一季度，公司营业收入超653亿元，同比增长7%以上。

顺丰控股实现稳健发展，是企业不断顺应新需求、探索新科技，与新平台合作推进转型升级的成果。

半日达、当日达、次日达……去年以来，“顺丰城市服务”持续拓深多层次、快时效的履约服务能力。针对格外考验运输时效的生鲜产品，顺丰控股开辟专机运输服务，尽可能缩短生鲜产品从产地到消费者手中的时间。

“一日色变，二日香变，三日味变，四五日外，色香味尽去矣。”每到荔枝上市季，果农就得与时间赛跑。为补齐农产品出村的“最初一公里”，让海南荔枝“鲜”达全国，今年，顺丰速运海南公司将揽收点设在各大合作社、田间地头。荔枝经过分拣后，送往顺丰的“荔枝专机”，大部分新鲜荔枝当日便能送到消

费者手中。据了解，今年，顺丰航空将根据季节开通更多水果专线（机），提供更方便快捷的运输服务。

公司协同电商平台和商家推出“鲜花选日达”服务。消费者指定日期，顺丰控股会在确保鲜花品质的前提下，在客户指定的日期送达。目前，“鲜花选日达”服务已覆盖200多个城市。

近年来，随着公众出游热情高涨，“网红”城市特产等产品寄递业务快速发展，人们对寄递的要求也在不断提高。此外，短视频、直播间等新平台的兴起，也推动快递业务量大幅增长。顺丰控股精准判断市场需求，改进运输方式，保障运输质量。

“罐装的油泼辣子在运输过程中易破损，花椒需要保持干燥避免受潮。”顺丰速运甘肃片区负责人赵峰介绍，顺丰控股针对甘肃天水网红街设置专人揽收，并运用大数据分析，实现运力精准投放，通过增设防潮、防撞的专属定

制包装，确保特产的品质时效。

顺丰速运经济南区综合部负责人王岭岭介绍，为最大限度满足商家需求，为消费者提供更好的快递服务体验，顺丰控股不设置最晚收件时间，只要能赶上最晚发车时间都能发货。公司结合山东省曹县汉服产业集群分布特点，设立近30个汉服固定揽收点，同时投入上百名工作人员实现揽收全覆盖，打造便捷的寄递服务。据统计，从3月份开始，曹县汉服通过顺丰快递寄出的每日寄件量较去年实现翻倍。

为进一步提升配送效率，顺丰控股不断升级迭代运输技术，探索应用“无人系列”。在今年春茶寄递高峰期，浙江省杭州市西湖区龙井村的茶园上空，无人机忙碌地来回穿梭，运送西湖龙井茶。“从山上茶农家到山下接驳点，以往需要20多分钟。如今，有了无人机助力，全程只需8分钟。”顺丰速运浙江区龙井网点快递员王玺说，春茶对时效的要求很高，为进一步提升配送效率，无

人机将茶叶送到山下接驳点后直发机场，半天可达江浙沪，次日可达北京、广州。顺丰控股投入无人机进行春茶寄递服务，节省了运输和中转时间，帮助茶农实现效益提升。

当前，我国快递业面临着从追求数量向高质量发展全面迈进的阶段，顺丰控股精细化布局产品矩阵，持续提升服务体验，为商家和消费者提供更切合其需求的综合物流服务。

顺丰控股董事长兼总经理王卫表示，当前，快递行业和场景的物流需求更加多元化，单一标准产品无法满足客户需求。顺丰控股将围绕行业发展情况及细分场景，结合完整的产品矩阵，形成可快速复制的解决方案和组合套餐服务，提高销售协同能力，扩大在不同行业客户的物流份额和业务增量。同时，公司将通过整合科技系统、智能化技术等助力业务发展，对推动增收降本的科技倾注更多资源，并且结合人工智能的应用进一步提升效率。



丰翼无人机正载着货物飞跃深圳人才公园。

(资料图片)