



中式辣味零食“乘风”破局

■本报记者 何文英

当下,无论是看球追剧还是充饥解馋,消费者都倾向于选择更低脂低卡的鹌鹑蛋、素毛肚、卤味海鲜等零食。当健康食材邂逅独特风味,当工艺革新赋能渠道升级,当供应链本土化联袂战略“出海”,新消费的风已悄然吹遍中式辣味零食行业。

弗若斯特沙利文调研数据显示,我国辣味休闲食品的零售额预计在2026年达到2737亿元。《2025年辣味休闲食品行业报告》显示,预计到2033年底全球零食销售额达到8358亿美元,其中中式辣味零食凭借独特口味,正通过社交平台分享的形式在海外流行。

近日,《证券日报》记者深入产业一线,从消费升级、渠道变革、全产业链布局等多重维度,探寻新消费形势下中式辣味零食如何“乘风”破局。

“原料+风味”重塑产业基因

为更好契合人们对健康生活的向往,中式辣味零食“撕掉”高油高脂的标签,从原料端重塑产业基因。

其中,魔芋在零食行业掀起的健康风潮引发资本关注。截至6月20日,湖北一致魔芋生物科技股份有限公司(以下简称“一致魔芋”)年内股价累计涨幅达159%。一致魔芋2024年年报显示,公司魔芋粉收入4.3亿元,同比增长近20%;魔芋食品收入1.7亿元,同比增长63%,其快速增长源于休闲食品与茶饮小料放量。另据欧睿国际数据,2024年中国魔芋零食市场规模已突破300亿元,预计未来五年将以年均28%的速度扩张,2030年有望冲击千亿元规模。

对此,方正证券所长助理、首席分析师王泽华在接受《证券日报》记者采访时表示:“一致魔芋为魔芋原料的上游加工企业,其股价大涨也表明市场对整个魔芋产业链的高度关注和认可。”

盐津铺子食品股份有限公司(以下简称“盐津铺子”)董事长张学武在接受《证券日报》记者采访时表示:“魔芋突出的健康属性与中式零食的调味高度契合,我们在休闲魔芋赛道持续创新研发,未来发展前景广阔。以公司旗下现象级单品‘大魔王’魔芋素毛肚为例,2024年营业收入实现同比76.09%的强劲增长,已成为极具市场影响力的产品。”

除了探索突破原料的热量桎梏,如何将独特风味与健康食材有机结合,也给中式辣味零食企业提出了新的挑战。

盐津铺子董秘张杨对《证券日报》记者表示,公司将周黑鸭经典卤味等与魔芋素毛肚创意融合,南北口味与健康食材的碰撞进一步激发中式辣味零食市场需求。

劲仔食品集团股份有限公司(以下简称“劲仔食品”)则是将富含DHA、高钙高蛋白的深海鲷鱼与差异化口味相结合,打造出风靡海内外的明星产品。公司董秘丰文姬对《证券日报》记者表示:“我们针对不同地区消费者对口味偏好进行了精准调整,例如为喜食辣味的地区专门推出‘经典香辣’口味,让消费者体验‘一秒上头’的畅快感。”

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时认为,零食企业以健康食材与中式辣味作为切入点,精准捕捉到新消费形势下的需求风口,奠定了中式辣味



图①麻辣王子辣条智能工厂
图②盐津铺子零食展示区

图③麻辣王子工作人员穿着防护服分拣辣条

公司供图
何文英/摄

零食快速增长的底层逻辑。

“规范+渠道”构建产业新生态

在新消费浪潮助推下,中式辣味零食行业逐渐解除过去与家庭作坊的深度捆绑,以规范化生产与渠道变革为核心,全面构建产业新生态。

近日,《证券日报》记者来到湖南麻辣王子食品有限公司(以下简称“麻辣王子”)的零食生产车间,目睹了从面粉蜕变为辣条的全过程。进入车间前,记者被要求严格穿戴头盔、口罩、手套、鞋套,并换上防护服。车间内,智能化生产线与信息技术无缝衔接,从和面、挤压膨化、调味拌料到包装检测,每一道工艺流程都严格贯彻标准化与规范化要求。

麻辣王子董事长张玉东向记者介绍,公司的生产车间采用初、中、高效三级过滤系统,有效滤除空气中的尘埃粒子,维持车间空气洁净度,同时通过臭氧自动定时定量对空气、设备及工具进行消毒,确保辣条生产的卫生安全。生产车间的洁净度与温湿度指标均严格符合10万级GMP标准。

为撕掉辣条“垃圾食品”的标签,2013年麻辣王子从“零”出发打造了辣条行业首个制药级GMP车间。“同时,我们围绕减油、减糖、减盐、减添加剂不断进行技术研发和工艺改进,目前已取得减糖50%、减脂23%、减盐32%的阶段性成果。”张玉东说。

从麻辣王子的主动求变可见零食行业规范化生产已成趋势。然而,如何让优质产品依托渠道矩阵精准触达市场,则深刻考验着企业把握新消费形势的敏锐度。

2017年,盐津铺子在直营商超渠道的营收占比高达53.57%。彼时,张学武便意识到,随着年轻人消费习惯

的改变,零食量贩渠道以及电商渠道将成为行业的必争之地。对此,盐津铺子主动调整渠道占比,截至2024年底,商超渠道的营收占比已下降至3.55%,经销及其他新渠道占比达到74.59%,电商渠道占比21.86%。

“主动拥抱渠道变革的企业将率先分享新消费时代的红利。”王泽华说,“与传统渠道相比,零食量贩、抖音平台等新渠道能显著提升效率。零食店通过缩短商品流通环节降低加价率,配合散称形式有效降低消费门槛;抖音平台则依托高效流量分发机制,精准触达海量潜在消费者。”

“线上+线下”全渠道矩阵的战略打法,让中式辣味零食企业“吃”到了市场规模增长和渠道占比提升的双重红利,供应链生态系统的构建更助推其拓展全球市场。

“出海+适配”剑指全球市场

供应链范围局限、品质参差不齐以及饮食文化差异等因素曾一度掣肘中式零食的规模化出口,但随着社交平台 and 线上渠道的广泛连通,全球年轻一代对中式零食的新鲜感与接纳度正迅速攀升,中式辣味零食企业纷纷加速供应链本土化进程。

今年2月份,盐津铺子发布的公告显示,公司拟在泰国设立全资子公司并投资建设泰国生产基地,项目投资金额约为2.2亿元。同时盐津铺子以106.38万元出资设立全资子公司盐津食品(泰国)有限公司作为项目的实施主体,重点打造以魔芋、薯片等为核心产品的智能化生产基地。张学武表示,2025年公司将以魔芋、鹌鹑蛋品类为核心,精耕东南亚市场,开拓日韩、欧美市场,将Mowon品牌中式辣味零食推向全球。

劲仔食品的战略打法与盐津铺子

有异曲同工之处。2018年,公司在肯尼亚投资建设水产品初加工基地,使肯尼亚野生鳀鱼首次实现对华出口。此外,公司通过东南亚、非洲等地的原料采购网络,年进口鳀鱼数万吨,通过“海外初加工+国内精加工”的双轨模式完成成品生产再实现外销,不仅降低了运输损耗,更通过规模化采购增强了议价能力。据丰文姬介绍,目前公司产品已出口海外近40个国家和地区,2024年境外营收同比增长达90.05%。

在推进供应链本土化的同时,风味的地域性适配也是中式辣味零食“出海”的关键。“此前零食‘出海’多为贸易型,主要客户仍集中在华人群体。”张学武介绍说,对此盐津铺子的解决方案是,与当地客户共创,攻克产品适应性难关,“如今我们要让产品真正扎根当地,用魔芋制成的辣味零食能融合多元地域风味,如韩式火鸡面味、泰式咖喱味等。”

零食“出海”也是检验企业实力的一把“标尺”。王泽华表示:“各国对食品行业的监管政策法规存在差异,零食企业既要确保生产流程合规、配方符合当地要求,又要保持产品品质,并完成各项食品认证工作。在海外构建供应链时,必须严格遵守当地生产标准,保障原料供应的稳定性。此外,海外消费者的饮食习惯与国内存在差异,这要求零食企业在口味创新上做出针对性调整。因此,产品能够在海外落地生根也意味着这些企业已通过标准化与本地化的双重测试。”

在品质创新、技术突破与供应链布局的协同驱动下,中式辣味零食行业蓬勃发展势头强劲,正以扬帆“出海”的姿态展现其全球竞争力。朱丹蓬表示:“当前海外中式辣味零食的市场渗透仍处初期阶段,伴随企业‘出海’的深化推进,这片市场将孕育广阔的增量空间。”

华为宣布“鸿蒙6来了” 鸿蒙生态迈入新阶段

■本报记者 贾丽

“鸿蒙6来了!”6月20日,华为常务董事、终端BG董事长余承东在华为开发者大会2025(以下简称“HDC 2025”)上宣布鸿蒙6国产操作系统启动开发者公测,并首发鸿蒙智能体框架,带来全新的鸿蒙智能体。而这距离鸿蒙5公测版本的启动仅过了约8个月。

据介绍,较上一代鸿蒙,鸿蒙6全新的互联和智能体验将实现全场景体验更易用,时延抵达毫秒级,鸿蒙智能体再进化,AI能力更开放。

“鸿蒙6是华为在操作系统以及AI能力上的又一次技术突破,其亮点在于内核延续全栈自研架构,在方舟引擎加持下,系统流畅度提升30%,运行内存节省1.5GB,续航增加近1小时,时延抵达毫秒级。同时,在分布式能力上,将支持更高效多设备协同,实现手机、汽车与机器人的交互。”北京前沿金融监管科技研究院研究员马超对《证券日报》记者表示。

另外,在AI能力方面,此次华为正式发布鸿蒙智能体框架,具备智能体自主能力,并推动鸿蒙应用和元服务智能化升级,让人机交互更高效、协同。据了解,首批50余款鸿蒙智能体即将上线,覆盖多个场景的不同应用。华为此次也带来了全新的盘古大模型5.5,在自然语言处理、多模态等5大基础模型全面升级。

鸿蒙也在华为全场景生态上持续渗透。据悉,截至目前,已有超过40款华为终端产品搭载鸿蒙5,系统功能增加260多项。余承东透露,华为全生态终端,包括即将发布的智慧屏和智能座舱,均将全面搭载单框架鸿蒙操作系统,加速拥抱鸿蒙生态。

“鸿蒙6引入全新‘全场景互联架构’,有着强劲AI能力。同时,随之而来的智能体创新应用迸发,表明此框架已经真正面向产业落地。这也意味着开发者可以接入

智能体框架,展开智能创新。”工信部信息通信经济专家委员会委员刘兴亮在接受《证券日报》记者采访时表示。

随着鸿蒙系统的不断迭代,生态发展也日新月异。随着更多企业和开发者加入共建,鸿蒙生态正以开放姿态、更强生命力、吸纳新力量、持续壮大技术共同体,迈向全新发展阶段。

余承东表示,超30000个应用及元服务在加速开发中,覆盖政务、医疗、工业等近20个行业。

截至目前,鸿蒙开发者数量突破800万个,开源鸿蒙也成为发展最快的开源操作系统,代码已经超过1.3亿行,社区贡献者接近9000位,软硬件产品1200款,三方发行版已经达到69款,覆盖了政务、交通、金融等众多领域。

鸿蒙开发者规模发展迅猛,应用也在不断进化。其中,钉钉、飞书等100多个通用办公平台已“鸿蒙化”,覆盖约3800万家企业。基于鸿蒙的小红书播放器,启播耗时降低并且具备高扩展性;飞书的鸿蒙文本渲染器,支持20多种样式。

在鸿蒙生态中,上市公司亦是主力军。根据东方财富Choice数据,鸿蒙概念企业约120家。软通动力信息技术(集团)股份有限公司、拓维信息系统股份有限公司、万兴科技集团股份有限公司等企业代表均在HDC 2025现身,展现合作创新成果。

余承东表示,伙伴与开发者正在鸿蒙的沃土上不断创新,并将自己的技术沉淀惠及更多开发者,实现从接入鸿蒙,适配鸿蒙,到生态共建的正向循环。

“鸿蒙系统一直以来坚持分布式架构、全场景协同,鸿蒙的不断迭代将引领行业发展,加速生态繁荣、提升全球竞争力,也将为智能万物互联时代产业发展奠定技术基石。”湖南大学现代工程训练中心主任兼教务处副处长胡玉鹏对《证券日报》记者表示。

多家机场上市公司披露5月份运营数据 国际航线旅客增长亮眼

■本报记者 陈潇

近期,上海、深圳、广州的多家机场上市公司陆续披露了2025年5月份运输生产情况。从已公布的数据来看,多数机场的旅客吞吐量延续增长态势,其国际航线增速尤为亮眼,成为推动业绩复苏的重要动力。

广外南国商学院教授郭佳向《证券日报》记者表示,5月份“劳动节”与“端午节”两个假期叠加,带动了旅客出行热情集中释放。文旅消费的热潮叠加较为稳定的航班保障能力,共同营造了良好的出行环境。尤其在国际上,中国与多国陆续实行单向免签或互免签证政策,加之落地后的支付便利、出口退税等措施,为入境旅客提供了更高的便利性和吸引力。

国际客流增速高于平均水平

具体来看,上海国际机场股份有限公司(以下简称“上海机场”)5月份运输生产情况简报显示,公司旗下的浦东机场5月份旅客吞吐量达707.42万人次,同比增长13.03%,其中,国际航线旅客吞吐量达271.33万人次,同比增长25.8%。

深圳市机场股份有限公司(以下简称“深圳机场”)5月份生产经营快报显示,5月份旅客吞吐量为553.87万人次,同比增长15.67%,其中,国际航线旅客吞吐量大幅增长,达30.99%。

广州白云国际机场股份有限公司(以下简称“白云机场”)方面,5月份旅客吞吐量为686.36万人次,同比增长14.27%,其中,国际航线同样增长最为亮眼,运输旅客达132.13万人次,同比增长19.87%。

“近期,不少境外游客通过线上平台对中国有了更多了解,互联网和社交媒体的传播效应也显著提升了中国作为旅游目的地的热度。与此同时,国际航班恢复进度不断加快,航司新开及加密多条热门航线,进一步丰富了旅客选择。这些因素共同构成了国际航线旅客增长的多重驱动力,使得多个机场5月份国际客流增速远高于整体平均水平。”郭

佳表示。

多管齐下提升盈利水平

在客流持续回暖、国际航线恢复的带动下,2024年以来多家上市公司业绩明显改善。以上海机场为例,2024年全年营收近124亿元,同比增长约12%;归属于上市公司股东的净利润近20亿元,同比实现翻倍增长。2025年第一季度营收超30亿元,净利润超5亿元,同比增长近35%。公司表示,业绩增长主要是因为2024年上海浦东和虹桥两大机场年旅客吞吐量超1.24亿人次,创下历史新高,两历年年货邮吞吐量超420万吨,超过2019年水平。

不过,尽管旅客吞吐量大幅恢复,但国际航线旅客吞吐量以及免税品销售分成这一传统高毛利收入来源均未完全恢复至过去水平,导致上市公司业绩仍然距离2019年有一定的差距。

“免税业务是大型机场的重要利润支撑,但近年来其增长放缓,主要在于消费行为和渠道的转变。一方面,跨境电商平台的快速发展,分流了部分本应在线下免税店完成的消费;另一方面,近年来国产品牌崛起,越来越多消费者开始选择性价比更高的‘国货’,进一步挤压了机场免税品销售的增长空间。”郭佳表示。

为恢复业绩水平,上市公司也在多管齐下。以白云机场为例,公司表示,机场将加强与国际枢纽间大通道高密度连接,深耕东南亚、中东、澳新、非洲等优势市场,推动与共建“一带一路”国家、RCEP成员国航线新开及加密,扩大欧洲、北美航线覆盖,争取国际旅客吞吐量恢复到2019年水平。

游戏产业景气度攀升 有望迎来新一轮发展周期

■本报记者 张晓玉

今年以来,中国游戏产业在多重利好支持下,呈现强劲增长态势。近期,北京、深圳、浙江等地相继出台专项扶持政策,叠加暑期档新品密集上线,行业景气度持续攀升。业内人士普遍认为,游戏板块估值修复与长期成长逻辑正逐步强化,产业有望迎来新一轮发展周期。

6月19日下午,中共北京市委宣传部等印发《关于促进北京市游戏电竞行业高质量发展的支持办法(暂行)》的通知,其中包括11项举措,旨在通过更有力的政策引导和支持,进一步激发市场活力,优化发展环境,提升北京在游戏电竞领域的竞争力。

此外,今年以来,多地政策持续加码。6月份,浙江省商务厅等17部门印

发《关于支持游戏出海的若干措施》,提出加大游戏出海资金扶持力度,探索建立和完善游戏出海统计机制等20条细则。5月份,深圳市宝安区也推出支持政策,对于优秀游戏企业给予一次性奖励,最高可达1000万元。为了扶持游戏公司,深圳甚至还推出了游戏版号申请高效通道。

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹对《证券日报》记者表示,多地近期推出支持游戏产业发展的政策,其核心意义在于将游戏电竞产业作为驱动科技创新(AI引擎等)、培育经济新增长点、促进文化“出海”的重要抓手。资金奖励等举措,有助于激发产业活力,助力企业抢占全球数字内容竞争高地。

政策支持下,游戏行业正在爆发出越来越大的潜力。

根据伽马数据发布的《2024年中国游戏出海研究报告》,2024年,全球游戏市场规模为12163.35亿元,同比增长3.31%。其中,国内游戏市场2024年收入规模创下新高,达到4550.6亿元,近二十年来,游戏行业复合增长率达26.8%。

同样,中国自主研发的游戏也在加速“出海”。2024年,中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入达到185.57亿美元,同比增长13.39%。

根据华夏基金数据,2025年1月份至4月份,国内游戏市场规模达1130亿元,同比增长18.9%,其中移动端增速达22%。巨人网络《超自然行动组》、吉比特《杖剑传说》等新品表现亮眼,分别进入免费榜前十和畅销榜前二十,验证优质内容驱动行业发展的逻辑。此外,全球手游发行商收入榜显示,33家中国厂

商5月份吸金20.2亿美元,占全球前100收入的36.6%,全球竞争力持续强化。

二级市场上,游戏板块开年以来整体呈现出稳步上升的态势。东方财富Choice数据显示,今年以来,截至6月19日,游戏板块整体涨幅达24.09%。此外,华泰柏瑞中证动漫游戏ETF年内涨幅达20.68%,国泰中证动漫游戏ETF和华夏中证动漫游戏ETF等产品年内涨幅接近20%。

清华大学战略新兴产业研究中心副主任胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示:“短期来看,游戏行业修复趋势显著。但长远而言,除少数长青产品外,多数爆款生命周期较短,企业需持续创新以维持竞争力。在AI赋能、文化‘出海’与消费升级的背景下,行业或将从周期性复苏转向结构性成长。”