

龍眼罐頭佔全國出口72.2%、荔枝罐頭54.7%、蘑菇罐頭70%、花生米罐頭30.9%……福建漳州，這座被譽為「中國罐頭之都」「世界食用菌罐頭之都」的小城，就地取「鮮」，成就了其「萬物皆可罐」的產業格局，各品類罐頭出口常年霸榜，近40年罐頭出口量全國第一。「我們不能老是躺在舒適圈裏。」面對常年高佔比的出口份額，漳州市罐頭食品商會會長、紫山集團副總裁洪亞鴻告訴香港文匯報記者。從傳統的玻璃罐、馬口鐵罐到輕便時尚的利樂紙盒，從人類餐桌到寵物食盆，從代工出口到品牌突圍，一群「罐二代」正用他們的創新思維，重新定義這個「永遠的朝陽產業」。

●香港文匯報
記者 蔣焯基 漳州報道



「中國罐頭之都」漳州就地取「鮮」，成就了其「萬物皆可罐」的產業格局。香港文匯報漳州傳真

位於閩南金三角的漳州，地上瓜果不斷，林下菌菇生金，海裏漁獲豐富，當地1,300多家企業用極致品質、全鏈閉環、全球渠道和持續創新的優勢，將產品遠銷156個國家和地區，讓全球每年約有30億人次品嘗到「漳州味」。作為當地罐頭產業領軍企業，紫山集團曾經出口業務佔比高達70%，罐頭類產品更是超過90%銷往海外，甚至佔據了日本蘑菇罐頭市場約六成份額。

洪亞鴻，這位從計件工人一路成長起來的「罐二代」，與香港文匯報記者交流的語氣裏帶着一種清醒的決絕。2009年公司股改後，新的領導班子做出了一個關鍵判斷：國際形勢變化加快，技術壁壘、貿易壁壘不斷增多，如果只守着出口一條腿走路，「肯定最後是等死」。於是，他們下大決心，在鞏固出口優勢的同時，加大對內銷市場的布局，走出一條「內外兼修」的路子。

針對不同海外市場優化

紫山集團的布局調整，成了全行業的縮影。紫山集團總工林東告訴香港文匯報記者，他們針對不同海外市場的需求，持續優化產品。比如出口荷蘭的竹筍罐頭，以清新爽脆的口感和零添加低鹽配方的健康品質，與當地消費需求高度適配，長期維持着良好的合作關係。蘑菇罐頭也在積極開拓秘魯、阿聯酋等新市場。

這種創新在港昌罐頭食品有限公司得到了另一種詮釋。在港昌，香港文匯報記者見到了一條全國首條利樂包裝罐頭生產線。一個個方方正正的紙盒，在機械臂的精準操作下完成灌裝、封口，看起來像飲料，實則是蘑菇、玉米等果蔬罐頭。

「利樂包裝通常應用於牛奶等飲品的生產，在國內應用於罐頭食品包裝並不多見。」港昌公司董事長黃偉清2023年正式接手父親的工作，掌舵港昌。「當前消費者對罐頭產品的需求，已從長期保存向易於開啟、便於握持等方向擴展，輕便、防銹且不易產生金屬異味的利樂包裝成為理想選擇。」黃偉清說。

2025年11月，港昌首批約4.5萬個利樂包裝蘑菇罐頭出口到了利樂包裝的發明所在國瑞典，這也是福建產罐頭首次以利樂包裝形式出口海外。

拓內銷學會「以變應變」

如果說鞏固出口是穩住基本盤，那麼開拓內需則是開闢新戰場。而對習慣了出口「大單、大批量、慢節奏」的漳州罐頭企業來說，轉向內銷市場，不亞於一場自我革命。

洪亞鴻坦言，最初轉做內銷、做自主品牌時，她和團隊都充滿了不適應。出口一個訂單下來都是幾十個櫃、幾百個櫃，而內銷客戶可能只要幾百箱、幾千件。每個客戶需要的產品，哪怕是同樣一個東西，口味、形態、包裝規格都不一樣。她回憶道，團隊一度非常「叛逆」，覺得這種活不是他們幹的，「這個不可能實現」。

但正是這股被逼出來的韌勁，讓他們學會了「以變應變」。如今，紫山集團的產品矩陣中，不僅有傳統果蔬、肉類罐頭，更多了為連鎖餐廳、奶茶店供應的小料，還有瞄準年輕人的「到飯點」自熱米飯、意大利麵等方便食品。這些產品看起來不像傳統罐頭，但核心工藝還是罐頭工藝。「年輕人忙，罐頭是最方便的。」洪亞鴻觀察到，新一代消費者對罐頭沒有根深蒂固的誤解，他們更看重方便、營養和安全。這讓她堅信，「罐頭是永遠的朝陽產業」。

國內市場變化快，產品迭代迅速，企業也練就了「敏捷供應」的本事。前兩年紫山推出的水果燕窩罐頭，100多克正好是一次食用的分量，很快就火了，但「火了一陣子就很快停了」。為了應對這種「快變」，紫山的新廠區智能化程度很高，一條生產線只需幾個人，通過更換食材、調整工藝，就能快速切換不同產品的生產。

切入寵物罐頭市場

如果說鞏固出口、開拓內需是「守正」，那麼開闢新賽道就是「出奇」。在福建泰迪寵物食品有限公司展示廳內，各種甜美風的罐頭，若非印着寵物圖案，完全會被當成小朋友的零食。「乾濕寵物糧我們都有做，包裝都是偏風格系，年輕化、動畫類。」泰迪公司的負責人陳玲一口氣列舉了十幾種產品類型和包裝說道，因為寵物食物女性購買者佔比高，為了視覺刺激，設計都年輕化、顏值化。

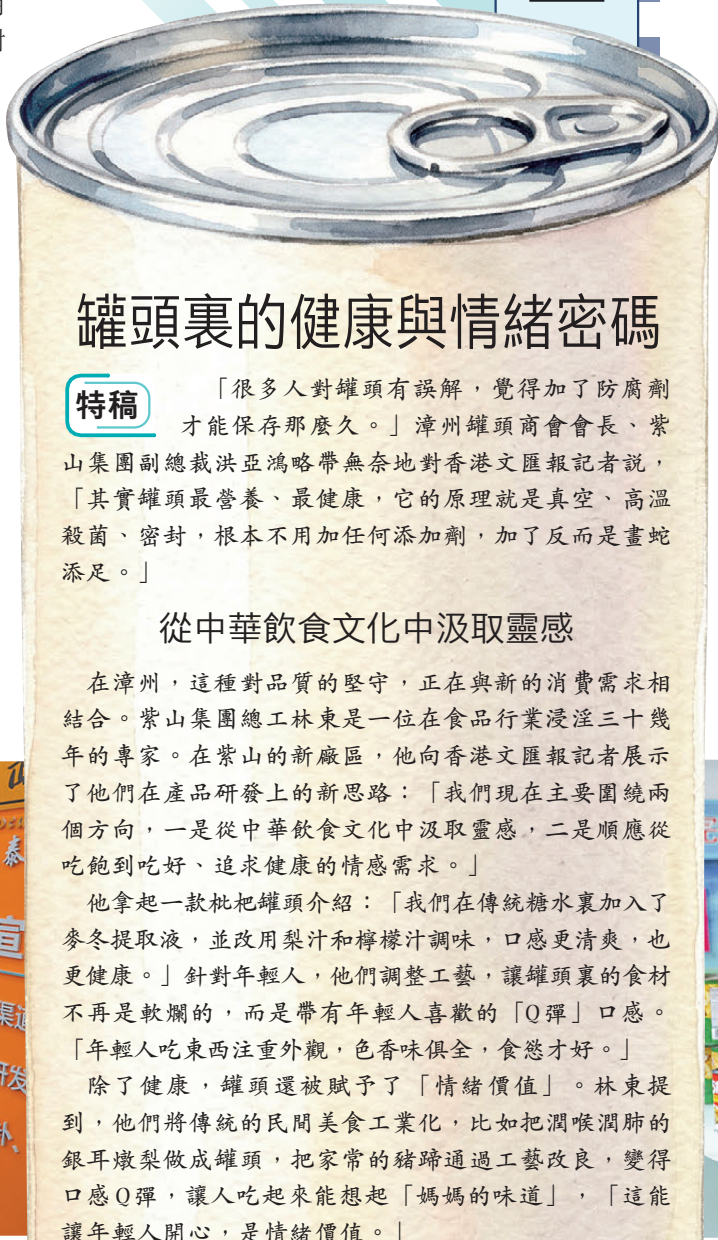
她表示，目前養寵物存在多貓家庭、多狗家庭，寵物食物需求正逐年上升。公司的另一名負責人黃毅，有着英國留學的背景。「在英國超市，寵物食品擺滿了貨架，比人吃的罐頭多，品類也更豐富。」於是，黃毅的父親黃勇平——這位從事罐頭產業超40年的「罐二代」，2019年開啟了「二次創業」。「國內養寵物的人越來越多，堅定了我們的信心。」黃勇平說。



●陳玲向香港文匯報記者解釋，因為寵物食物女性購買者佔比高，為了視覺刺激，設計都年輕化、顏值化。
香港文匯報記者蔣焯基攝

內外兼修 拓新賽道 漳州罐頭多招突圍

智造賦能產品快速迭代 重新定義「永遠的朝陽產業」



罐頭裏的健康與情緒密碼

特稿

「很多人對罐頭有誤解，覺得加了防腐劑才能保存那麼久。」漳州罐頭商會會長、紫山集團副總裁洪亞鴻略帶無奈地對香港文匯報記者說，「其實罐頭最營養、最健康，它的原理就是真空、高溫殺菌、密封，根本不用加任何添加劑，加了反而是畫蛇添足。」

從中華飲食文化中汲取靈感

在漳州，這種對品質的堅守，正在與新的消費需求相結合。紫山集團總工林東是一位在食品行業浸淫三十幾年的專家。在紫山的新廠區，他向香港文匯報記者展示了他們在產品研發上的新思路：「我們現在主要圍繞兩個方向，一是從中華飲食文化中汲取靈感，二是順應從吃飽到吃好、追求健康的情感需求。」

他拿起一款批把罐頭介紹：「我們在傳統糖水裏加入了參冬提取液，並改用梨汁和檸檬汁調味，口感更清爽，也更健康。」針對年輕人，他們調整工藝，讓罐頭裏的食材不再是軟爛的，而是帶有年輕人喜歡的「Q彈」口感。「年輕人吃東西注重外觀，色香味俱全，食慾才好。」

除了健康，罐頭還被賦予了「情緒價值」。林東提到，他們將傳統的民間美食工業化，比如把潤喉潤肺的銀耳燉梨做成罐頭，把家家的豬蹄通過工藝改良，變得口感Q彈，讓人吃起來能想起「媽媽的味道」，「這能讓年輕人開心，是情緒價值。」

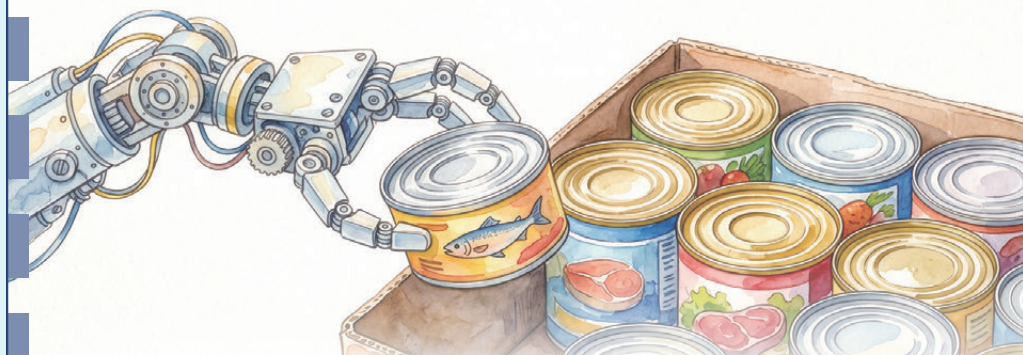


漳州罐頭產業分布

數看「中國罐頭之都」

常住人口約 506.3 萬 (2024年末)	擁有 1,300 多家罐頭產業鏈企業，年生產總量 120 萬噸以上，佔全國總量近 15%
2009年獲評全國唯一「中國罐頭之都」	2025年出口罐頭 14.2 億元人民幣，產品遠銷 150 多個國家和地區

每秒產出 115 罐，日均生產 1,000 萬罐，全球每年約 30 億人次食用「漳州味」



台灣博士為魚罐頭裝上「智慧大腦」

漳州與台灣一水之隔，不僅引進了台灣的優質水果品種，更承接了台灣在食品加工領域的精細化技術和管理經驗。近年來，越來越多台灣食品專家跨海而來，將先進技術落地漳州，台灣博士陳金在就是其中之一。

「選擇漳州，是因為這裏產業鏈完整，政策實在，企業家務實。」陳金在告訴香港文匯報記者，他帶領的團隊涵蓋了食品工程、機械設計、自動化、數據分析等多個領域的專家，專門為當地罐頭企業「把脈問診」。

裝罐不均 視覺識魚破局

針對東山魚罐頭企業長期存在的「裝罐不均」和「殺菌不徹底」兩大痛點，陳金在的團隊進行了一場艱難的技術攻關。「魚的大小、形狀都不規則，要實現精準稱重和連續化作業，難度很大。」他回憶道，最初嘗試多種方案，不是卡料，就是稱重誤差太大。為了解決這個問題，團隊和企業技術人員一起「泡」在車間，反覆試驗。最終，他們引入視覺識別技

●全球每年約有 30 億人次品嘗到「漳州味」罐頭。
香港文匯報記者蔣焯基攝



●台灣博士陳金在帶領的團隊專門為當地罐頭企業「把脈問診」。

香港文匯報記者蔣焯基 攝
術結合動態稱重系統，讓設備能自動識別魚的大小，實時調整裝罐量。

告別「一刀切」殺菌參數實時調

在殺菌環節，團隊在設備上安裝了高精度傳感器，實時採集溫度、時間等數據，並通過算法自動優化殺菌參數，徹底改變了過去「一刀切」的固定工藝。「這樣既保證了殺菌徹底，又避免了因過度加熱影響口感。」陳金在說，這套系統的成功落地，讓企業的產品合格率大幅提升，能耗也顯著降低。

陳金在認為，漳州罐頭產業潛力巨大，智能化升級空間廣闊，產品創新也大有可為。「最重要的是，兩岸在食品加工領域可以優勢互補，漳州作為融合陣地，大有可為。」他說。

