



黄桃罐头站上“C位”，日销量激增十多倍

“桃风”凶猛，生产厂家却在担忧对产业平稳发展不利



清甜糖水裹着黄色果肉，被一同密封在玻璃罐中做成的黄桃罐头，是东北孩子心尖上的“白月光”。在许多东北人眼中，用料朴实的黄桃罐头如同一位“保护神”，守护着几代人的记忆与情怀。

如今，“黄桃罐头神”登上各大平台热榜，线上订单量暴增、线下店铺销售一空。当“桃风”席卷而来，刮向“中国水果罐头之都”平邑，这里的企业主并没有狂喜，而是更多考虑产业的平稳发展问题，担心“黄桃罐头热销”导致其他水果罐头滞销，造成市场混乱。

记者 高松

线上爆单 销售旺季提前

有罐头的地方，就有地方的罐头。后一个“地方”，正是素有“中国水果罐头之都”美誉的平邑县地方镇。这个面积不足150平方千米的小镇，可年产各类罐头近90万吨，占全国水果罐头生产总量的三分之一，年产值高达100多亿元。

在平邑县地方工业园“中国国际罐头城”，记者发现，大众耳熟能详的玉泉蒙水罐头、奇伟罐头都产自这里。“桃风”热潮袭来，这些罐头食品企业主，敏锐捕捉到行业风向动态。

“从线上销量来看，与去年同期相比订单暴增了20多倍，线下销售增加则主要集中在一些一二线的大城市。”山东玉泉食品有限公司副总经理汪会国表示，受南北消费习惯差异，黄桃罐头市场主要集中在北方，但随着物流商贸的发达，也逐渐攻占南方市场。在此次“黄桃罐头热”中，南方市场销量也有明显增加。

同样感受到“桃风”热浪的还有临沂奇伟罐头。据公司总经理武政介绍，近日期销量从一千多单激增到了上万单，涨了十多倍，尤以华北、东北地区居多。黄桃罐头的热销也令一些罐头行业以外的经销商心动，纷纷入局，想要从中分得一杯羹。

黄桃罐头订单量的暴涨，在一些生产厂家看来是既出乎意料，又在情理之中。“原本就正值春节期间正常备货，往年这个时候订单量也很大，只不过在这波热潮带动下，销售旺季提前了一段时间。”

水果罐头季产年销 提前售空也无法增产

面对此番火热景象，地方镇的不少厂家却显得格外冷静与克制。

此次“桃风”热潮，的确让越来越多的人熟知这座县城孕育起来的“中国水果罐头之都”，但对处于旋涡中心的生产厂家来说，未必是十全皆美的事情。

“黄桃罐头属于季产年销，基本在9月底到10月初就已生产出全年的销售量，如果提前卖完，也就没有办法再进行增产。”看到自家罐头备受欢迎，汪会国欣喜的同时也有些隐忧。“我们也不希望这股热风刮下去，销售

暴增，手里头没有货了，经销商会寻找其他厂家，这不利于双方关系的持续维护。而且大量黄桃罐头销售一空，热潮过去后，可能会造成大批其他种类的水果罐头滞销，这些对于企业的平稳发展都是不利的。”

在汪会国看来，此次黄桃罐头的火热，是因为唤起一代人的记忆与情怀。逢年过节家人团聚，热炕头上吃一口凉爽的黄桃，或者生病时来上一碗甜蜜果肉，小小的玻璃罐头中储存着这些人儿时的回忆，并在这个特定时机被触发。

“但是罐头不止黄桃一种，购买还需理性科学。另外，目前各类水果罐头供应充足，消费者无须担心涨价，也不用大量囤购。”汪会国说。

不只是甜蜜“安慰剂” 营养和安全性也有保障

即使众多厂家纷纷呼吁理性消费，却依旧难以抵挡消费者的热情。对于汪会国来讲，做了14年罐头，他最期望看到的便是水果罐头贴近消费者，并逐步消除他们对罐头的误区。如今，这一期望也在步步成真。

“过去提到水果罐头，消费者会下意识地担心里面添加了防腐剂，或是担心时间久了，罐头里的水果会不新鲜，导致营养成分流失。”汪会国介绍，水果罐头的营养，仅次于现摘水果，罐头生产采用的是从田间地头到加工车间的模式，水果从地里摘完2到4个小时就被运进车间，通过巴氏杀菌和密封技术将营养成分锁进罐中，而且大部分水果罐头厂商还建立了可追溯的食品安全体系，与流通水果相比，其营养程度和安全性更高。此外，成熟的加工工艺，在水果罐头行业，完全不需要防腐剂。所以，部分消费者担心的防腐剂问题完全是多虑。

消费误区的存在，也让汪会国等众多罐头人反向思考，看到了未来努力的方向。当地企业从健康角度出发，开发低糖等产品，兴起的“互联网+罐头”，改变了罐头食品商超流通的单一传统销售模式，线上平台扩大了罐头市场的覆盖面，也有阵地展示罐头食品的健康、安全属性。

此次“桃风”热潮中，除了情怀渲染，不少消费者也知道黄桃罐头并没有药效，但在身体不适时吃上一口，确实提高了精气神，就像一种甜蜜的“安慰剂”，带来了心灵上的慰藉。



水果罐头是平邑地方镇的支柱产业。 受访者供图

国内前景广阔、国外不乏空间，产业瓶颈却清晰可见

中国罐头第一镇下一步该咋走

记者 邱明 高松

铁锅里“熬”出产业集群

有罐头的地方，就有地方的罐头。虽带有调侃，却是写实。在“中国水果罐头之都”平邑县地方镇，因年加工各种果蔬罐头90万吨，被誉为“中国罐头第一镇”。

鲜为人知的是，“中国罐头第一镇”的名号起源于草棚下的大铁锅。上世纪80年代中期，在富集水果资源的地方镇，如何把成堆的山楂、梨、桃子、苹果卖出更好价格，让不甘平庸的地方人苦苦思索。1986年前后，义兴庄部分村民用自家房屋改建，办起水果罐头加工作坊。大铁锅、蒸笼、封口机置办好，基本就能开工做罐头。

出生于1983年的谢本忠，是中海食品有限公司的总经理。他幼年最深刻的记忆就是父亲买来两间草房做罐头，支起的那口大铁锅以及围绕这口大铁锅制作罐头的35名工人。在物资紧俏的那个年代，尽管这些出自土作坊的罐头工艺原始，并不妨碍热销，甚至在很长一段时期内是走亲访友的“标准配置”。

彼时高达15%的纯利润让生产水果罐头的作坊主完成了原始资本累积。赚到钱后，他们办起食品厂，走上了扩张发展的行业道路。到2003年，谢本忠家里的罐头厂经历了第二次搬迁，从最初350平方米的草房发展到占地100亩的标准化厂房。

中海食品有限公司是当地罐头产业发展的缩影。与罐头加工密切相关的印铁制罐、玻璃制品等企业也同步壮大。

经过接近40年积累和发展，地方镇已经形成以果蔬罐头加工为主，集果品生产、印铁制罐、玻璃制品、彩印包装、冷藏储存、信息中介、物流配载等相关产业为辅的罐头产业集群。

“大树”倒下敲响警钟

2022年8月9日，一则临沂市康发食品饮料有限公司（下称康发）破产重整意向投资人招募公

当“桃风”刮到水果罐头之乡平邑县地方镇，在让公众知晓这个沂蒙山小镇的同时，也让这里的业内人乘风重新审视经过近40年发展后，面对国内外市场双重机遇和挑战，水果罐头这一当地支柱产业，如何走稳走快。



罐头展示区。 受访者供图

告，如一声闷雷，在罐头行业炸响。这家发端于地方镇的企业，具备年加工6万吨水果、蔬菜罐头的的能力，一度是山东省最大的果蔬罐头企业，在2016年被认定为中国罐头行业十强企业。

康发破产，在当地同行看来，既有内部管理不善因素，亦有产业布局失利的原因。“康发兼顾国内外市场，但以国外市场为主，易受全球经济波动的影响。”地方镇某罐头企业负责人介绍，康发在2000年左右拿到自营出口资格，从2005年开始连续多年出口额占全县出口总额近一半，成为当地罐头行业的标杆。

风浪出现在2008年，伴随全球金融危机海啸袭来，康发出口份额急剧下滑，迫使其转型兼顾国内市场。“转内销谈何容易？品牌、渠道、团队相当于从零起步。”上述受访者表示，转型后的康发一度比较顺利，甚至成绩表现不亚于专做出口，但隐患也在此时埋下。

2019年，康发逐渐呈现疲态。那一年正值罐头出口低谷，再加上出口多以贴牌为主，在国外终端市场没有话语权，康发逐渐无力支撑。

“国内年人均消费罐头量比欧美国家少一大截，国内消费需求的信号一直在释放。”上述受访者表示，2008年、2019年，对地方镇的罐头企业来说是两道分

水岭，单纯只做贴牌出口的企业逐渐倒下，主营国内市场则稳步增长，两者兼顾的企业如果管理和品牌跟上，也有不错的成绩。这些企业的经历，对现有企业来说是极具冲击力的实战课程。

力破瓶颈求出路

“国外市场有风险，但不是没有空间。”武政介绍，罐头食品在欧美国家是传统消费品类，其安全、营养、便捷等属性，不会像其他工业产品一样随着迭代而被淘汰。特别是新冠疫情期间，在主要的欧美国家，当地市场上的罐头产品销量均有大幅增长。

国内市场前景广阔，国际市场不乏空间，平邑县的罐头企业主和当地政府，并未盲目乐观。2022年12月中旬，记者在当地探访期间，从平邑县委获得的一份调研报告显示，产业布局不够合理，配套服务存在短板、部分生产要素受到制约、企业品牌意识不强、产品多样性不足，当地多方已经清晰看到罐头产业面临的瓶颈。

在2022年平邑县政府工作报告中，就明确提出“支持骨干企业改建扩建，技术改造，推动罐头产业扩总量，提质量”。根据产业发展实际，平邑县制定了“1+3+5”总体工作思路，把“预制食品”作为主攻方向，着力推动罐头食品向智能化、园区化发展，全面推动罐头食品产业转型升级。

8月中旬，平邑县罐头产业协会成立。“成立协会是平邑罐头食品行业适应新形势发展、大力实施产业转型升级道路上的一项重大举措。”平邑县罐头产业协会会长孟祥山表示，期待通过协会这个交流合作平台，引导企业提升品质、鼓励企业发展自主品牌，拉长产业链条，提升平邑罐头的品牌知名度和市场占有率，进而推动全县罐头食品产业高质量健康发展。



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:魏银科 美编:马秀霞 组版:侯波