

亮相亚宠展 企业展风采

8月19日至23日，第28届亚洲宠物展览会（简称亚宠展）在上海新国际博览中心举办。这是一场面向宠物行业与消费者的年度盛会，汇聚2600余家展商，设置了17个展馆、10个供应链专馆和1个户外专区，规模创历史新高。在本次亚宠展上，漯河本地宠物企业中誉宠食、华生维克、泰多乐等携创新产品集中参展，充分展现漯河宠物产业的发展实力，打响漯河宠物食品名片。

中誉宠食

“鲜肉专家”圈粉头部企业

■本报记者 杨会枝 李慧莹
8月19日至23日，上海新国际博览中心，宠物经济的热度比天气更火热。

亚宠展最后一天，中誉宠物食品（漯河）集团股份有限公司（以下简称中誉宠食）展台的商务洽谈区依然座无虚席。在这个展会上，17大展馆2600余家展商同台竞技，国内外头部企业却扎堆中誉宠食这个以“鲜肉专家”定位的展台。

“头部客户聚集”这六个字在中誉宠食市场部总监马若天看来，比任何展位设计都更有说服力。

“大企业来展台不是为了拿几包样品试吃，主要是来验证你的产能、品控、研发能力是否跟得上他们的迭代速度。”马若天说。

今年，中誉宠食的展台接待名单上，老朋友和新面孔交错排列：鲜朗、蓝氏、有鱼、网易严选、高爷家等国内头部品牌前来深化合作；盒马、1号会员店等新渠道伙伴现场选品交流。中誉宠食的外贸团队依托青岛国际营销中心和阿曼海外工厂，成功对接了欧美、中东及东南亚的多家采购商。

目前，中誉宠食海外营收占比已达38%，与沃尔玛、COSTCO、德国animonda等国际零售巨头保持长期稳定合作，服务网络覆盖全球45个国家和地区，合作品牌超过300家。

展会第二天，中誉宠食产品供应中心总监尹琳琳受邀出席PFA Supply亚洲宠物供应链大会，并围绕“柔性制造·全链提效”发表演讲。台下的听众，大多是那些正在寻找“靠谱供应链”的品牌决策者。

“鲜肉专家”这个定位是中誉宠食2024年确立的。但在展台上，它被拆解成了一组可量化、可验证的数据——

原料端：中誉宠食漯河的生产基地与双汇工业园相距仅2公里，鲜肉从屠宰

厂到厂区，全程保持0℃至4℃冷链运输，时间不超过10分钟，全程不需要冷冻。这是依赖进口原料的厂商难以复制的区位优势。

生产端：从鲜肉注浆到成品包装，全程仅需要2小时。分段低温慢焙、-35℃急冻锁鲜、HPP超高压杀菌，以及行业首创的酥化粮工艺，构建了一套完整的技术体系。

技术端：2020年至2026年，中誉宠食技术研发累计投入资金1.8亿元，每年将营收的5%用于技术创新；由60人组成的研发团队获得国家专利23项；与中国农业大学、江南大学等6所高校及中原食品实验室共建“宠物营养与健康联合实验室”；厂区内还有100多只猫咪担任新品“试吃官”——每款产品上市前，都要经过适口性与消化情况的真实验证。

中誉宠食主要在漯河、菏泽、潍坊及海外布局七大智能制造基地，产能底盘扎实——烘焙粮年产10万吨、膨化粮6万吨、湿粮5万吨、冻干粮及干燥零食各5000吨。

如果说“鲜”是中誉宠食的根基，那“功能化”和“处方粮”就是今年最受关注的新焦点。

产品矩阵的新亮点集中在这两个方向：中誉宠食与中原食品实验室合作研发的本草复配功能性产品，把天然植物添加进宠粮，以贴近宠物天性的方式实现温和调理。2026年1月，中誉宠食与海正药业控股子公司浙江海正动物保健品有限公司达成战略合作，共同出资设立合资公司，总投资约2.3亿元，标志着“医食同源”正从理念走向临床。

针对海外市场的定制化产品同样吸睛，出口韩国的“参鸡汤”餐包就是其中代表，展会期间被海外采购商反复咨询。

展台上，八大类、数百个品种的产品一字排开：鲜肉烘焙粮、鲜肉酥化



在亚宠展上，工作人员为客商介绍产品。

中誉宠食供图

粮、鲜肉膨化粮、鲜肉冻干粮、HPP超高压鲜食、全价湿粮，以及冻干零食和烘干零食。鲜肉含量超90%的烘焙粮和全价冻干主粮系列，依然是咨询量较大的明星产品。

在展会上，马若天感受最深的不是热闹，是变化。“以前客户来谈的是订量、单价，现在问的是你能不能做美毛护肠配方、能不能三个月迭代一款新品、能不能接小批量试单。”他说。

《2026年中国宠物行业白皮书》显示，2025年中国城镇犬猫消费市场规模已达3126亿元，预计2028年将突破4050亿元；宠物食品市场规模2025年为1084亿元，2026年预计增至1177亿元。增长的引擎，正在从“更多人在养宠”转向“每只宠物吃得更好、更健康”。

全生命周期的分阶喂养成为共识，

美毛、护肠、体重管理、关节养护等功能性配方正加速落地。今年供应链大会上“柔性制造·全链提效”的主题，更是释放了一个明确信号：小批量、多品类、快迭代的订单趋势，正在重新定义工厂的价值——谁能敏捷响应、稳定交付、全程可追溯，谁才能真正赢得品牌的长期信任。

2600余家展商同台，中誉宠食凭什么被记住？中誉宠食的答案是把“鲜肉专家”这个定位做成竞争壁垒，把“方案提供者”这个角色做成品牌依赖。

“行业增长已经从量的扩张转向质的深耕。”马若天说，中誉宠食将会持续加码智能制造，加快处方粮和功能性宠食布局，以七大基地为支点，从中国供应链走向全球供应链，用供应链赋能品牌，为宠物食品行业高质量发展贡献力量。

华生维克

宠物健康的“守护神”

以扎实的技术推演赢得现场客商的认可。8月20日，《2026年河南省鹦鹉产业发展报告》正式对外发布。河南省宠物产业协会会长、华生维克董事长范智杰从市场规模、养殖结构、消费趋势等维度剖析行业现状与发展趋势，受到媒体与从业者高度关注。

在合规资质建设方面，华生维克2026年上半年顺利完成美国USDA APHIS官方BSE疯牛病风险审核及工厂设施备案，成为业内少数拥有全套美标合规资质的宠物保健品生产企业。该资质严格贴合美国进口检疫最新要求，并同步搭建完整合规矩阵，全面适配亚马逊、Chewy等主流平台的上架审核，为合作品牌开拓海外市场提供坚实后盾。

展会期间，华生维克展位始终保持高密度、高质量的洽谈节奏。老客户带

着明确合作意向而来，双方围绕软胶囊与冻干系列的配方定制、剂型改良、包装设计等展开深入交流，当场达成合作意向；新客户在体验产品后主动留下联系方式，希望进一步了解OEM/ODM合作模式与交付能力。

“每年亚宠展都来华生维克展位逛一逛。今年，华生维克推出的焕活软胶囊方向很对。现在很多养宠人开始关注宠物的关节健康。”一位品牌方负责人的反馈，道出了合作伙伴年复一年信任华生维克的原因。密集的洽谈节奏和实实在在的签约成果，让这里成为展馆内人气与实力兼具的焦点之一。

华生维克有关负责人表示，从配方研发到剂型工艺，从国内标准到国际合规，华生维克将为合作伙伴提供可信赖的支撑，助力宠物健康产业高质量发展。



客商在展位前咨询泰多乐产品。

泰多乐供图

初心。短期营销噱头或许能博取一时热度，但过硬的产品，才能收获市场的长期认可。”

此次亚宠展之行，是泰多乐对外展

示漯河宠物产业实力的窗口。未来，企业以产品为桥梁，拓宽海内外市场渠道，持续打磨原创宠物零食，为国产宠物食品高质量发展贡献力量。

中大恒源从源头种植到终端应用,打造全产业链绿色循环体系——一棵甜菜的“链”式生长

■本报记者 杨会枝

初秋，临颍县瓦店镇叶庄村，地里甜菜长势喜人。41岁的村民魏小柯站在田埂上笑着告诉记者，再等两个月，她种植的300亩甜菜根茎就能采收了。这可是一笔不小的收入。“三年前，我种小麦、玉米，现在改种甜菜，每亩地净收入1000元左右。”

从一开始试着种几亩，到现在放心大胆承包300亩土地种甜菜，魏小柯的底气来自哪儿？这份底气来自跟河南中大恒源生物科技股份有限公司（以下简称中大恒源）签的一份合同。企业提供、教技术、保价收。市场行情涨跌与种植户无关。种植户只管把地种好。如今，像魏小柯这样放心大胆种植甜菜的农户越来越多。

这就是中大恒源推出的

“公司+基地+农户”模式。这种模式实行“六统一”管理：统一种苗、统一施肥、统一打药、统一采收、统一加工、统一运输。技术员定期下田，从播种到收获全程跟踪，确保原料品质稳定可靠。企业建有全流程可追溯体系，每一批原料都能追溯到具体地块和农户。

目前，中大恒源在全国18个省份布局了二十余万亩标准化原料基地。其中，临颍及周边地区的甜菜、红心萝卜、紫薯订单种植规模持续扩大。

仅原料收购一项，企业每年为种植户带来的总收益达数亿元，累计带动3.86万农户增收。

“现在我们正加快扩大原料基地规模，计划带动农户增至5万户，还要探索‘原料入股+分红’机制——让农民当股东。”中大恒源董事长文雁君说。

从田间到车间，甜菜开启价值跃升之旅。甜菜根茎能干嘛？榨取甜菜汁、做成甜菜根汁粉、提取甜菜红色素。

在中大恒源智能化工厂，24条全自动生产线年处理原料10万吨，原料经过提取、浓缩、干燥……生产出的天然色素产品广泛应用于饮料、烘焙、糖果、保健品等领域，产品畅销欧美日韩等30余个国家

和地区。

在天然色素行业，中大恒源有着硬核实力——是国家级专精特新“小巨人”企业、国家制造业单项冠军、全球唯一实现全色系天然色素量产的企业。公司建有国家级企业技术中心、CNAS认证实验室，累计获得专利128项，主导参与制定、修订48项食品安全国家标准。除甜菜外，企业还构建起涵盖紫薯、红心萝卜等花青素类原料矩阵，产能规模稳居同行前列。

中大恒源自主研发的“多维稳态化”等组合技术，相当于给天然色素穿了一件防护服，有效解决了天然色素在光照、高温、不同酸碱度环境下易褪色、不稳定的行业共性难题，为食品工业提供天然色素替代合成色素的可靠方案。

值得一提的是，绿色智造贯穿全过程。公司提取加工后的植物渣料，通过微生物发酵或昆虫工厂转化，被制成绿色饲料和有机肥，反哺农业、改良土壤；提取工厂同步建成能源智能调配和多级中水回用系统，有效降低了资源消耗。说白了，就是工厂里没有废料，能回田的回田，能回用的回用。全链条清洁生产确保产品绿色安全。从源头种植到终端应用，中大恒源将可持续发展理念贯穿始终，建立起一套绿色循环体系，让产业链既有“含金量”，更有“含绿量”。文雁君说：“公司既赚今天的钱，也留明天的田。”

这条产业链，让漯河“主粮产区”的地里长出了高附加值的健康功能产品，让农户从“卖原料”变成链上的稳定参与者，共享增值收益。

眼下，中大恒源以甜菜、红心萝卜、紫薯等为原料的系列产品生产线正在扩建，一个更加多元的天然色素产业版图正在漯河大地上加速形成。一条天然色素产业链正在重新定义种地的价值。中大恒源以订单农业为纽带，以科技创新为支撑，以绿色发展为导向，走出了一条扎根漯河、链动全球的企业增效、农户增收、产业升级的可持续发展之路。

经济时评

面包店纷纷“退场”为哪般

巴黎贝甜、面包新语、85℃……这些熟悉的面包店正在悄然消失。行业数据显示，过去一年，全国超8万家面包店注销停业，平均每天关门200多家。

然而，面包作为早餐的需求并未减少。随着人们生活节奏加快和西式饮食习惯的渗透，面包市场规模仍在稳步增长。亿欧智库发布的数据显示，2020年烘焙市场规模为1285亿元，2026年预计增长至1544亿元。一边是市场扩容，一边却是实体面包店纷纷“退场”，这一热一冷之间，究竟发生了什么？

仔细观察不难发现，消费者并非不买面包，只是换了个地方。有数据显示，51.4%的消费者会优先选择去大型超市、会员店选购烘焙产品。大型商超正在成为拉动烘焙行业扩容的核心力量。2020年，商超烘焙市场规模仅424亿元，2026年预计增至648亿元。

商超烘焙的面包为何变成人们的新选择？直接原因就藏在价签上。以最基础的吐司面包品类为例，面包店的售价普遍在15元上下，有些网红店飙至五六十元，甚至逼近百元；而盒马、小象超市的同品类多在10元左右，品质也并不逊色，山姆会员店的量贩式大包装折算单价后更是优势明显。这么一比，面包店的面包显然就没那么“香”了。今天的消费者越来越理性，即使以“悦己”为标签的Z世代也不再轻易为“高颜值”和“故事感”而冲动买单。

商超烘焙的面包为何如此物美价廉？核心原因还是中央

工厂体系带来的规模优势。从大宗采购、自动化生产到冷链配送，全链路标准化运作极大摊薄了单位产品的原料、人工和能耗成本。门店仅需最后烘烤或上架，租金与烘焙师配置远低于传统面包店“前店后厂”的重资产模式。反观实体面包店，既要承担商圈高租金、烘焙师高人工费，又要承受现制损耗，成本层层叠加，价格很难降下来。

不过，价格只是表象，真正症结还是面包店产品与消费者需求的脱节。随着面包从“解馋甜点”回归“日常早餐”，购买频次提高，消费者对这个高频刚需产品的价格敏感度自然水涨船高。随着健康营养理念深入人心，高糖高油的甜面包不再受追捧，全麦面包、恰巴塔、贝果等无添加、低GI品类成为健身控糖人群的新宠。然而，不少面包店仍以传统甜软产品为主力，新品研发周期长、迭代慢，难以跟上需求变化的节奏。需要注意的是，面包的消费场景也在变化。对于上班族来说，商超烘焙的面包除了线下现场买，还能线上半小时配送到家，更有夜间清仓大减价，便捷平价，性价比拉满。所以，当价格、健康、便利3张牌全部倒向商超自营烘焙，实体面包店的生存空间自然被急剧压缩。

面包店的批量“退场”与商超烘焙的逆势崛起，看似是一场渠道胜负之争，背后折射的却是消费市场始终如一的运行规律——消费者想买“更值的东西”。对经营者来说，只有跟上消费者需求的好产品，才会有市场。 据《经济日报》

泰多乐

“甜甜圈”“鲜肉冰激凌”……

新品出圈彰显国货宠食实力

■本报记者 齐国霞
第28届亚宠展上，漯河本土企业泰多乐宠物营养科技（漯河）有限公司（以下简称泰多乐）携百余款明星产品惊艳亮相，展位前人来人往，洽谈咨询的客商络绎不绝，成为现场极具人气与实力的国货宠物食品展台。

泰多乐是召陵区宠物经济园区的重点企业，成立于2021年，专注功能性宠物零食的研发生产，坚守“真材实料 良心制造”的生产理念，拥有十万级洁净生产车间与多条自动化生产线，手握数十项专利，产品通过多项国内外权威认证，是国内宠物零食赛道的新锐力量。

本次参展，泰多乐集中展出植物咬胶、烘焙零食、风干肉制品三大类百余款产品。新品“甜甜圈”“鲜肉冰激

凌”凭借新颖的造型与扎实原料，吸引大批采购商驻足。一位渠道商拿起“鲜肉冰激凌”样品说：“现在消费者越来越看重宠物零食的用料和创意。这两款新品很贴合当下市场需求，希望后续我们可以开展深度合作。”展会期间，泰多乐展位日均接待洽谈客户150人。

借助亚宠展这一行业顶级平台，泰多乐高效对接海内外渠道客商，完成多款新品首发，收获媒体流量与行业奖项。工作人员与到场的养宠消费者面对面沟通，收集一线市场反馈信息，近距离洞察行业发展风向，广泛链接上下游产业资源，寻找生态合作新机遇。

面对如今宠物行业新品层出不穷、概念营销盛行的市场环境，泰多乐相关负责人表示：“行业越是内卷，我们越要守住真材实料、良心制造的