责编 刘洋 美编 张彬 责校 池红云 电话:64101673 syzx10@126.com

进博会观察

科研驱动转型 乳企竞速细分赛道

11月的上海“四叶草”再次成为全球乳业的聚光点。第九届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)乳业板块的热闹亮相背后,是中国乳业正处在整体承压的行业周期中,传统大众乳品赛道存量博弈加剧,行业从规模扩张的旧路径中逐步转向,开启一场向细分赛道深耕的深刻变革。商务部对外贸易司二级巡视员常晖披露,2026年前三季度我国进口乳制品96.9亿美元。高端乳品进口增长较快,乳酪、乳清、乳白蛋白等品类进口额均有不同程度增长。数据背后,进口结构明显分化,同时精准营养、特医食品等细分赛道需求快速释放,正成为乳业突围的核心新方向。

进博会走到第九个年头,早已不是简单的“进口商品展销会”,而是折射整个行业格局变迁的一面镜子。结合海关数据与企业参展动作来看,乳品进出口结构正在加速分化,乳企的竞争逻辑也已从“讲奶源故事”转向“拼科研硬实力”,内外资品牌在同一市场中既同台竞技又深度融合,一幅全新的乳业生态图正徐徐展开。



2026年前三季度主要乳制品进口情况一览

品类	进口量(万吨)	同比	进口额(亿美元)	同比
奶酪	17.03	▲19%	9.16	▲15.9%
蛋白	4.31	▲6.9%	7.44	▲30.2%
包装牛奶	26.23	▼6%	2.79	▼4.1%
大包粉	48.22	▼5.3%	18.79	▼11%

HMO竞赛成风向标

走进进博会的乳品展区,最直观的感受是,曾经铺天盖地的“奶源地故事”少了,取而代之的是配方表、临床数据、专利证书和科研合作签约。母乳低聚糖(HMO)从一个陌生的专业术语,变成几乎所有婴配粉品牌展台的核心关键词,成分竞赛的激烈程度,折射出行业竞争逻辑的根本性切换。

HMO竞赛成为最显眼的风向标。本届进博会上,雀巢“启赋未来pro”系列奶粉采用10种不同HMO组合配方;澳优旗下佳贝艾特“铂御”系列添加9种HMO,含量达2.17g/100g,处于行业领先水平,同时首次添加自研专利益生菌CP-9;a2牛奶公司升级版“a2紫白金系列”含有3种HMO,同时升级顶配含量DHA和8倍叶黄素。

截至目前,我国正式批准可用于婴配粉的HMO原料仅3种,利用跨境电商渠道,含有更多HMO种类的产品得以提前落地中国市场,进博会成为这些新品触达消费者的“快通道”。

HMO竞赛之外,特医食品成为各大乳企重兵布局的新赛道。达能展出无锡工厂生产的特配水奶以及多款罕见病特医产品,全球首发的纽荃星HMO特殊医学用途高能量全营养配方产品,为0—18个月存在营养不良或生长减缓的婴幼儿提供精准营养支持;雀巢集中展示了儿童医学营养系列和成人医学营养系列;澳优与南昌大学食物过敏创新团队联合成立“国际过敏营养与安全防控研发中心”,围绕乳蛋白致敏因子鉴定、低敏原料开发等方向持续攻关。

“新生儿数量减少给婴配粉带来增长压力,但新生儿肠道问题、过敏问题、早产儿营养解决方案等刚需客观存在,特医食品是确定性的增量赛道。”雀巢营养品中国大陆地区首席医务官杨燕涛在进博会现场表示。

高端品类逆势增长

HMO军备竞赛的背后,高端原料品类涨势凌厉,基础品类进口则持续承压。

据中国奶业协会发布的《中国奶业贸易月报》(2026年10月)统计,2026年1—9月,我国进口奶酪类17.03万吨,同比增长19%,进口额9.16亿美元,同比增长15.9%;奶油类进口13.16万吨,同比增长18.1%;蛋白类进口4.31万吨,同比增长6.9%,进口额7.44亿美元,同比大幅增长30.2%;乳清类虽然进口量同比下降8.7%,但进口额反而同比增长8.9%,均价上涨19.2%,显示高品质乳清蛋白需求旺盛。乳白蛋白进口额同比增长31.9%,成为增速最快的细分品类之一。

与之形成鲜明对比的是,基础品类进口持续承压。2026年1—9月,包装牛奶累计进口26.23万吨,同比下降6%,进口额2.79亿美元,同比下降4.1%;大包粉进口48.22万吨,同比下降5.3%,进口额18.79亿美元,同比下降11%;酸奶类进口同比降幅最为显著,达18.1%;婴幼儿配方奶粉进口量同比减少2.3%。

出口方面,尽管体量仍然较小,但结构性亮点正在涌现。2026年1—9月,我国共计出口各类乳制品8.9万吨,同比减少11%,出口额2.63亿美元,同比下降13.7%。但从细分品类看,鲜奶出口1—6月同比增长32.6%,干酪出口同比增长24.4%,炼乳出口同比增长70.7%,蛋白类出口同比激增271.8%,部分高附加值产品出口实现突破性增长。

妙可蓝多在本届进博会上与泰国正大集团签署出口战略合作协议,助力国产奶酪登陆泰国主流渠道、布局东南亚市场,正是国产奶酪出海的典型缩影。澳优旗下佳贝艾特2025年海外销售额对比2018年首届进博会时增长273%,产品销往近60个国家和地区。达能无锡工厂今年9月生产的Compact Protein专业医学营养品开始出口波兰,服务欧盟消费者,开创了“在华生产、反哺全球”的新范式。

贸易伙伴结构也在持续多元化。截至目前,我国乳制品贸易伙伴已涵盖100多个国家和地区。

精准营养内核所在

在进博会上,除HMO和特医食品之外,精准营养是另一个清晰的共识方向。

达能大中华区公共事务与可持续发展副总裁杨子婷在“2026乳业政策宣讲会”上分享的数据显示,在老龄化、少子化人口结构下,面对特定人群的精准品类保持双位数增长,包括中老年奶粉、运动营养、奶酪零售等,婴配粉也从普适走向精准高端与功能配方。

当0—3岁婴配粉市场进入存量博弈,向前后两端延伸成为必选项。澳优本届进博会首发的五款新品覆盖了婴幼儿、6岁以上学生群体、成年人以及肠胃养护需求:高才升成长配方羊奶粉是全球首款添加水解羊乳酪蛋白的学生奶粉,搭配PS(磷脂酰丝氨酸)、CBP(初乳碱性蛋白)、赖氨酸等营养组合,支持脑部发育与骨骼成长;营嘉高钙富硒羊奶粉打造骨关肌三维养护方案;NC金标养胃粉打通舒缓、修护、防护链路。财报显示,澳优上半年营养品业务收入同比增长52.7%,验证了全家营养战略的商业可行性。

a2牛奶公司同样在加速全家庭布局。本届进博会推出的至初启润是a2首款双专利产品,围绕A2型蛋白质、脂质和低聚糖三大“母源同型”营养维度创新;至初至淳则是a2首款获得中国、新西兰双重有机认证的婴配奶粉。其聚焦“自护力+眼脑力”的a2臻智护儿童奶粉,已成为“母婴店进口品牌儿童粉销售No.1”和“山姆会员店销售No.1”;中老年奶粉拿下“进口品牌超高端中老年粉网购市场No.1”。

a2牛奶公司董事总经理兼首席执行官David Bortolussi表示,“中国市场始终是a2牛奶公司全球发展战略的重要组成部分,婴幼儿配方奶粉是我们在中国市场长期发展的核心品类之一。未来将继续围绕中国家庭不断变化的需求,丰富产品选择,推动品牌在全生命阶段的营养产品领域持续发展”。

达能的动作更具标志性。本届进博会首发9款新品创历史新高,其中纽荃星优沛加水奶是首款专为中国宝宝研发并在中国实现本土化生产的产品,而两年前它还是通过跨境电商进入中国的“网红展品”,两年后已升级为贴合本土需求的“中国智造”。进博会前夕,达能全新上海研发与创新中心正式启用;纽迪希亚无锡工厂扩建投产后,不仅满足本土需求,还实现了对欧盟市场的出口。

“精准营养的内核,就是以科研为根基。”澳优(中国)执行总裁魏燕青的这句话,道出了全行业的共同心声。

纵观五家头部乳企在第九届进博会上的表现,可以勾勒出中国乳业未来发展的三条主线:一是贸易结构高端化,进口从大包装原料、常温白奶转向奶酪、乳清蛋白、特医食品等高附加值品类,出口从大包粉向鲜奶、奶酪、功能性产品升级;二是竞争内核科研化,成分竞赛、临床验证、专利布局成为核心竞争力,精准营养和全生命周期覆盖成为确定性增长方向;三是产业格局双向化,内外资企业从简单的进口和国产竞争,转向深度融合,中国市场既是全球乳品的消费终端,也是研发创新和反向输出的枢纽节点。

北京商报记者 孔文燮

图片来源:视觉中国

拓斯达不甘于“供应商”

拓斯达近日在TOPS DAY 2026全球开放日上发布全尺寸工业双足人形机器人Star,可完成物料搬运、分拣等作业。这是公司首款公开的双足形态人形机器人,补全了整机版图的最后一环。拓斯达以工业机器人及自动化装备见长,在人形机器人产业链上既做本体,也为零部件加工企业提供机床与产线。在轮式、四足之外再推双足整机,意味着这家聚焦工业场景的企业向具身智能浪潮腹地再进一步,也为增长打开新空间。

Star整机身高172厘米、重72公斤,双臂负载10公斤,手臂为7轴仿人结构,配十字轴手腕,可复刻人工作业姿态。拓斯达的整机布局由此前的轮式、四足延伸至双足:其官网具身智能栏目下,机器人类产品原本仅有轮式人形、人形双臂、机械臂与四足机器人四款,未见双足形态。今年初,公司在回应投资者提问时曾表示,将根据下游需求开发双足人形机器人,Star由此成为公司公开双足形态的首个落点。

寻找工业落地路径

据介绍,过去一年,拓斯达团队完成30余个场景与任务验证,最终收敛为三类落地方向:多品种小批量分拣、多工序集成作业、智能搬运。

与之对应的并非单一机器人,而是以AI工作站、人形双臂机器人、轮式人形机器人与双足Star等产品组合落地的多套方案。

2026年半年报显示,公司数控机床板块的增量即归因于人形机器人相关零部件加工需求明显增多。助力整机落地与行业规模化量产的,是装备与核心零部件的精密加工能力。会上,控股子公司埃弗米发布人形机器人五轴加工专机S400,面向关节、臂杆、壳体的复杂曲面批量加工。公司方面介绍,其客户乐维自2023年起累计采购埃弗米五轴设备100台,用于人形机器人零部件制造。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜向北京商报记者分析称,仅就形态而言,轮式在平整产线上更稳、成本更低、回本更快;双足的优势则集中在诸如攀登台阶、跨越门槛、躲避地坑,以及适应老旧多层厂房、非结构化地形与人类工作空间。工业之外,电力巡检、应急、商用服务等需要双腿通行的场景具备扩展潜力,但短期内仍处于验证阶段。

同时柏文喜也指出,从装备供应商到补齐双足本体矩阵,拓斯达正在完成一次纵向的公司定位“升维”。

商业与科研层面,凯航科技与拓斯达签署人形机器人采购协议,交付对象为公司人形机器人“小拓”;浙江雷旺与埃弗米签署五轴机床采购协议。公司同时聘任中国香港理工大学教授David Navarro出任具身智能首席科学家,与大湾区大学、南昌大学共建联合实验室,并与飞捷科思、无问智科分别在工业物理仿真引擎、物理AI数据基建方面展开合作。

北京商报记者就Star的价格、应用场景及公司业务问题向拓斯达方面发去采访函,但截至发稿未获回复。

行业位置并不突出

拓斯达半年报援引弗若斯特沙利文数据显示,中国工业机器人解决方案市场规模由2021年的509亿元增至2025年的924亿元,年均复合增速16.1%;预计2030年达到2007亿元,2025年至2030年复合增速16.8%。

同期,中国工业机器人出货量由31.75万台增至38.22万台,复合增速4.7%;预计2030年达到65.77万台,2025年至2030年复合增速11.5%。

而在全球具身智能机器人市场,其规模预计由2025年的949亿元增至2030年的4084亿元,复合增速33.9%;其中中国市场2030年将达1511亿元,占全球37%,2025年至2030年复合增速34.5%,约为工业机器人解决方案市场的两倍。

但拓斯达在行业中的位置并不突出:以2025年工业机器人解决方案收入(中国市场)计,公司在全球品牌中仅位列第十。报表上,公司工业机器人及自动化应用系统上半年收入约7.07亿元,占营业收入比例约为54.9%,为第一大板块;签单约6800台、出货约5500台,其中自产多关节机器人收入同比增长22.21%、签单增长42.29%。

对于具身智能直接相关的整机业务,公司口径也仍为“小批量”:持续推进具身智能机器人在下游制造场景的落地,目前联合不同行业客户针对多元化场景进行小批量验证中。

对标同行找参照系

2026年前三季度,拓斯达营业收入约19.69亿元,同比增长16.68%;归母净利润约1.46亿元,同比大涨196.38%;扣非净利润1.17亿元,增长227.6%。A股“人形机器人第一股”宇树科技同期营业收入约18.17亿元,增长55.71%;归母净利润约3.87亿元,增长270.54%;扣非净利润约3.49亿元,同比下降18.78%。东吴证券分析称,其归母净利润高增与上年同期股份支付形成的一次性因素有关。

港股“人形机器人第一股”优必选尚未披露三季报,只能与半年报对照:拓斯达上半年营业收入约12.88亿元,同比增长18.61%;归母净利润约1.04亿元,同比增长262.99%;优必选营业收入约12.69亿元,同比大涨104.2%,但期内亏损3.39亿元。

估值方面,据雪球统计,截至11月6日收盘,拓斯达市值137.8亿元,滚动市盈率80.7倍,市净率4.58倍;宇树科技市值2655.79亿元,滚动市盈率473.79倍,市净率29.8倍;优必选市值325.96亿港元,因亏损市盈率不可比,市净率4.01倍。

屿策智库秘书长侯文杰向北京商报记者表示,估值潜力取决于整机收入能否从“期权”变为“兑现”;双足形态通常被认为比装备业务拥有更高的叙事弹性与PS估值空间,前提是概念叙事兑现为商业化收入。就Star而言,目前仍处于发布与场景验证阶段,短期内估值锚仍应以装备基本盘的PE为压舱石,Star提供的是向上弹性而非基准切换。

简言之,双足人形机器人产品的落地抬高了拓斯达的天花板,但尚未改变其基本盘。

北京商报记者 王天逸