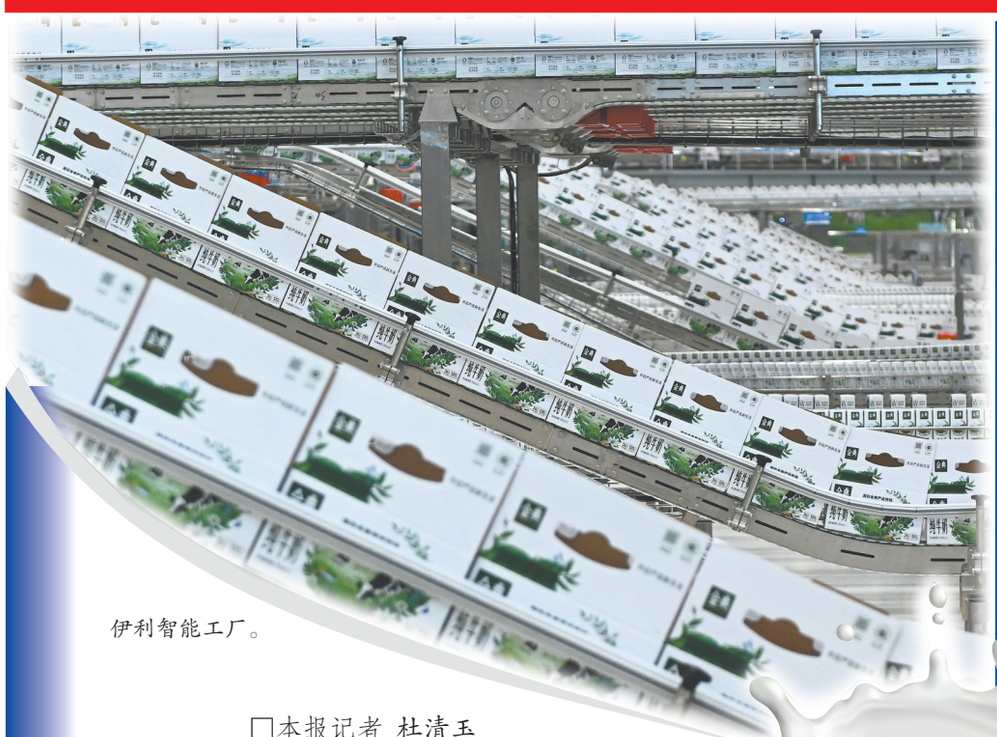
从『大锅饭』到『自助餐』

中国乳业进入精准营养时代



伊利智能工厂。



“乳源钙包埋稳态递送技术创新”入选“2026中国食品科技十大进展”。

□本报记者 杜清玉

走进国内主流商超乳品区，货架格局正在发生肉眼可见的变化。

曾经占据绝大多数货架的基础白奶位置趋于稳定，而面向骨骼健康、控糖、肠道养护、乳糖不耐、运动恢复等细分需求的功能乳品，正在悄然抢占黄金陈列位。

货架变迁背后，是中国乳业正在经历的变化。

过去以规模扩张为主的路子，正在让位于对价值的深挖；过去提供的是基础营养，现在越来越多的要回答“谁该喝什么”“为什么喝”。

“精准营养”带动的乳深加工和跨品类创新，正在成为乳企寻找新空间、调整业务结构的重要方向。

乳业为什么要转向“精准营养”

在2026年10月30日至11月1日举行的中国食品科学技术学会第二十三届年会上，“精准营养”成为热词。理解“精准营养”为什么会成为热词，需要先看乳业当前面对的现实。

从消费端看，人们对乳品的需求确实在变。过去关心的是“喝没喝”，现在关心的是“喝了有没有用”。伊利集团董事长潘刚提出，消费者对乳品的需求已从基础的“营养补充”转向“功能细分”与“体验升级”。

国民的营养需求在悄然转变，“精准营养”成为推动产品迭代和品类创新的食品产业发展趋势。中国乳业也从单纯追求增速的“量增”阶段，逐步迈进以多元化、精细化需求为导向的“质升”阶段。“结构性增长”正在替代“普适性增长”，成为乳业新趋势。

这场转变并非偶然。一方面，行业规模扩张的空间在收窄，只靠铺货、促销拉动的同质化增长难以为继，乳企需要在存量市场里找到新的增长来源。另一方面，消费人群在加速分化，从母婴、青少年到银发群体，从肠道健康、骨骼强健到睡眠改善，健康诉求越来越细，人们开始关心“一杯奶能解决什么具体问题”。

政策层面和全球乳业的动向也在同频共振。

国家层面，《“健康中国2030”规划纲要》《国民营养计划(2017-2030年)》《健康中国行动(2019-2030年)》先后出台，明确以人民健康为中心、对重点人群实施营养干预；2024年《促进合理膳食行动方案》更将推动“加奶”列为重点任务。

放眼全球，“精准营养”同样是国际乳业在探索的方向。Innova Market Insights发布的《Global Dairy Trends 2025》将“Precision Wellness”(精准健康)列为年度乳业趋势之一。“精准营养”并不是中国市场的个案，而是全球乳业在基础营养需求趋于饱和之后共同面对的方向。

乳品价值的基础正在改变

“精准营养”的需求带来的是乳业价值创造方式的变化。

过去，牛奶的价值主要体现在“有”和“多”，奶源规模和渠道覆盖是核心变量。而在“精准营养”的思路下，价值的来源更多取决于“准”和“深”。乳清蛋白乃至更细分的乳铁蛋白、免疫球蛋白等深加工产品把牛奶从基础原料变成高价值成分；益生菌和功能成分递送技术让乳品可以针对肠道、免疫等具体需求实现差异化；烘焙、茶饮专用乳原料以及药食同源、代脂技术，则把乳业的市场边界往更广的食品领域延伸。

“精准营养”是这条路上确定性相对较强的方向。以老年群体为例，2025年末，我国60岁及以上人口达3.23亿，占全国人口23%。围绕骨骼、血糖、肌肉、睡眠等需求，这一庞大人群的营养需求正在从“补充营养”变成“解决具体问题”。

伊利认为，服务好消费者的“精准营养”需求，是中国乳业提档升级的关键。



伊利集团携手乳业国创中心和中国食品科学技术学会，发布《乳及乳成分与营养健康科学证据白皮书》。

从技术底座到业绩增量，伊利做对了什么

“精准营养”听起来像产品层面的创新，实际上考验的是从消费洞察到基础研究、从核心原料到规模制造的整套能力。这套能力能否形成闭环，决定了一家企业能否持续产出。

伊利的优势，首先是“看得准”。依托覆盖广大消费者的智能洞察系统，分散的健康需求能够被及时早发现，并转化为研发方向。

接着，伊利又做到了“研得深”。伊利在全球拥有15个创新中心，并牵头建设了中国食品行业唯一的国家技术创新中心——乳业国家技术创新中心。截至2025年末，伊利全球专利申请总量和发明专利申请量位居世界乳业十强第二、中国乳业第一。对实现“精准营养”来说，这些长期积累的科研资源正是不可或缺的最基础条件。

而技术底座的价值，最终要靠产品来兑现，有助于提升免疫力的乳铁蛋白正是其中的典型案例。这种被称为“奶黄金”的活性蛋白，约10吨原奶才能提取1公斤。经过多年技术攻关，伊利实现了高纯度、高得率、高活性乳铁蛋白的规模化生产，活性回收率超过95%；同时通过定向提取和活性保护技术，将常温奶中的乳铁蛋白保留率由国际通行的10%提升至90%以上，打通了从关键原料到终端产品的产业链条，让“奶黄金”从小众走向普惠，这一技术在2026年10月31日获得中国食品科学技术学会科技进步奖一等奖。搭载这一成果的金典活性乳铁蛋白有机纯牛奶，更是在国内外屡获行业奖项。

在免疫赛道上，伊利健康科学免疫球蛋白蛋白粉同样拿下多项大奖：摘得FFC2026产品创新奖，并在2026亚太营养配料奖中斩获年度免疫支持产品大奖——这是该奖项设立以来，中国成人营养品牌首次登顶免疫支持赛道品类冠军。

还有围绕补钙难吸收展开的创新。伊利携手乳业国创中心开发的微乳化包埋钙技术，通过“固体—油—水”三层复合体系，使钙的吸收率和留存率提高近20%。该技术推动高钙产品行业从“添加量竞争”向“留存率竞争”跃迁，引领功能性乳制品价值升级，凭借这一巨大价值，入选“2026中国食品科技十大进展”。

伊利的“精准营养”产品矩阵涵盖了从婴幼儿到中老年的全生命周期，同时立足国人体质，从骨骼、免疫、消化、睡眠、血糖等多维健康痛点切入，开发个性化功能乳品，并与益生菌等成分协同，更好地满足不同人群的消费需求。

从经营结果看，这些产品在整体承压的市场中表现出不俗的结构性韧性。2025年，在千亿规模基础上，伊利“精准营养”产品增长喜人：功能奶第一品牌“舒化”实现营收逆势增长；成人奶粉市场份额扩大至25%，高价值及功能性产品贡献了过半增长；“欣活”品牌在“药食同源”方向上实现双位数增长。

当乳业发展趋缓的时候，伊利“精准营养”产品线带来的经营增量，恰恰说明了其前瞻性。



科研人员深入研究乳品营养，为消费者提供更精准的营养服务。

行业启示：“精准营养”正在改写乳业未来

伊利走的这条路，给行业带来的启发不在于某个系列产品的崛起，而在于它印证了竞争方式的改变。

在“精准营养”框架下，乳业的竞争不再仅仅是奶源和渠道的比拼，而是营养科学体系能力的综合比拼，从而在细分赛道上占据优势。

同时，随着数字化技术持续渗透，“精准营养”的边界还在延伸，数字化营养评估和个性化膳食方案服务，更可能在中期以后逐步出现，业务形态也不再仅仅拘泥于乳产品本身。

目前，作为亚洲第一的乳企，伊利已携手乳业国创中心和中国食品科学技术学会，发布了《乳及乳成分与营养健康科学证据白皮书》，为行业迈向“精准营养”提供科学支撑。

放在行业层面，“精准营养”的长期意义，不是某一家乳企的业绩增量，而是带动整个乳业完成从“基础营养补充”向高附加值的“营养解决方案”的集体跃迁。这场跃迁或许不会一蹴而就，但方向已经清晰：谁先构筑起从消费洞察、基础研究到核心原料、规模制造的完整能力闭环，谁就将在“精准营养”时代占得先机。

↑伊利生产线。

↓伊利部分“精准营养”产品在中国食品科学技术学会第二十三届年会亮相。

本版图片均由受访单位提供





本报地址:哈尔滨市道里区地段街1号 邮编:150010 总编室:(0451)84616715 广告部:(0451)84655043 发行部:(0451)84671553 定价每月45元 零售每份1.7元 黑龙江龙江传媒有限责任公司印刷