



沪市“中华老字号”企业守正出新焕生机

■本报记者 毛艺融

位于广东的海天调味食品股份有限公司(以下简称“海天味业”)佛山高明基地内,酱油正在60万平方米的晒场上酝酿醇香;产线深处,AI(人工智能)系统正逐粒甄别每一颗黄豆。在广州酒家集团股份有限公司(以下简称“广州酒家”)利口福工厂,广式点心的传统配料工艺仍在延续,成型、检测、包装等工序自动化衔接,构成可追溯的智能化生产体系。传统与科技的交汇,正是两家沪市消费公司穿越周期的密码。

9月9日至10日,《证券日报》记者先后走进海天味业与广州酒家,这两家均为“中华老字号”品牌的沪市公司,正依托产品结构升级推动老字号品牌焕新,借助数字化改造提升效率与品质稳定性,并通过“出海”推进全球化布局。

产品结构升级

“中华老字号”品牌如何穿越周期?上述两家沪市消费公司的答案,指向产品结构的升级,用更丰富的品类、更健康的配方、更贴近消费者新需求的场景,把品牌势能转化为实实在在的业绩。

从岭南一隅的古老酱园起步,海天味业如今已成长为调味品行业标杆企业,也是商务部2006年首批认定的“中华老字号”。该公司数智化总工程师黄树亮对《证券日报》记者表示,公司SKU(单品)已从2020年的400个至500个扩张至目前的1400个以上。截至2026年6月末,公司已拥有7个十亿元以上产品系列,超30个亿级以上产品系列。

产品矩阵的扩张,建立在扎实的制造底座之上。在海天味业佛山高明生产基地,酱油生产仍延续精选大豆、制曲、天然晾晒等工序,发酵周期一般为3个月至9个月。

记者一踏入海天味业的工厂,便闻到扑面而来的酱香,这里每年可生产近300万吨酱油。酱油生产过程已大规模加入在线检测与智能控制设备,仅在高明生产基地,全自动包装生产线就有几十条,该基地2025年获评全球酱油行业首个“灯塔工厂”。

产品升级的另一面,是对消费者需求的敏锐捕捉。“调味品属于刚需,但消费者更倾向于谁的产品

更值、更好、更放心。”海天味业董秘柯莹介绍,公司结合消费者对便捷等需求的反馈,开发了凉拌汁等快手菜调味产品,一种调料搞定一道菜。

广州酒家的焕新路径,是打造“餐饮强品牌、食品创规模”双主业协同路径。广州酒家前身可追溯至20世纪30年代的西关酒楼,当前已手握广州酒家、陶陶居、利口福三大“中华老字号”品牌。广州酒家董秘卢加介绍:“我们是餐饮研发与食品量产的协同模式,将餐饮端的爆款产品向食品工业化转化,也是我们区别于纯食品制造企业的核心竞争优势。”

“品牌年轻化不是抛弃传统,而是将深厚的粤式饮食文化底蕴,转化为年轻消费者愿意体验、乐于传播的产品。”卢加介绍,公司在产品端持续创新,例如,陶陶居曾先后推出了养生鸡煲、樱花小笼包等年轻化爆品;同时,在体验端进行文化赋能,开展非遗体验与粤菜博物馆研学活动。

数智化改造

产品结构升级为上述两家“中华老字号”企业打开了市场空间,而支撑产品品质稳定与规模化供给的,是企业制造能力的持续提升。

在效率与品质稳定性上,两家公司将数字化作为共同抓手,借力AI技术,将工艺经验标准化,提升“中华老字号”企业的规模化供给能力。

AI对企业生产方式的改造,已深入到从原料到终端的每一个环节。在海天味业佛山高明基地,AI技术已嵌入原料检测、发酵控制和香气识别全流程;发酵罐监测频率由约两周一次提升至约两小时一次;AI电子鼻系统可解析170多种香气成分,确保每批酱油风味毫厘不差。

数智化的深层意义,在于把“只可意会”的老师傅经验变成可复制的标准。黄树亮表示,过去,发酵环节高度依赖老师傅的个人经验,何时翻曲、何种温度最适宜,全凭手感判断。如今,这些经验被拆解成了494道检测、近2000项指标,沉淀为可稳定复用的数据资产。

这种“经验数据化”正在转化为实实在在的产能与效率。海天



图①海天味业阳光晒场

图②海天味业产品货架

图③广州酒家展厅

图④海天味业工厂内部

公司供图
毛艺融/摄

味业的AI技术主要用于沉淀和放大工艺经验,人均产能超过行业平均水平;通过“AI圆盘制曲”等技术,黄豆蛋白利用率不断提升。如今,“灯塔工厂”的经验正向该公司位于宿迁、南宁、武汉、嘉兴等地的基地复制,用数智化助力产品品质和生产效率再上一个台阶。

广州酒家同样在推进智能化改造。9月10日,该公司公告称拟发行可转债不超过7.74亿元,募投资金用于食品制造产能升级、集团数字化转型、省外市场拓展及健康食品研发等。

卢加表示:“在食品生产环节,广州利口福食品生产基地正推进4号厂房建设,持续打造智能化生产车间。同时,引进并落地高速成型机、智能配料平台、自动光学检测系统等先进智能化装备,推动关键工位‘机器人换人’。在智慧餐厅建设方面,广州酒家已引入送餐机器人、智能订单系统,为消费者提供便捷高效的用餐体验。”

东方证券社会服务行业团队认为,在“涨上游、不涨下游”的利润压力下,能够通过数智化实现降本增效、维持价格的企业,大多具备穿越行业周期的韧性。

全球化布局

产品升级与制造能力的提

升,为企业“出海”提供了底气。当国内市场的产品力、供应链与效率优势足够扎实,走向全球便水到渠成。

海天味业的国际化,已由单纯的产品出口转向海外产能、子公司与品牌协同,产品已销往全球80多个国家和地区。“国际化是海天味业面向未来十年的重要战略,不同市场需要差异化打法,包括本土化产品研发与供应链配套。”公司方面表示。

并购,成为了海天味业快速补齐海外渠道短板的重要一步。近日,该公司正式收购香港老牌调味品企业淘大食品全部股权,成为其新控股股东。

华创证券食品饮料首席分析师欧阳予认为:“本次收购有助于海天味业快速获取淘大食品海外渠道资源;通过生产效率赋能,增加其SKU、加速其自身业务拓展。”

与海天味业通过并购快速获取海外渠道不同,广州酒家的海外业务仍处于起步阶段,但增速可观,该公司2026年上半年境外收入同比增长近40%。目前,该公司的黄油蛋卷和月饼产品已成功入驻美国、加拿大、澳大利亚、新西兰等多国的开市客(Costco)体系。

对于“出海”,广州酒家的策略

是“稳步推进、绝不盲目铺摊子”。卢加介绍,全球化是长远战略,需循序渐进、深耕细作,依托实地调研、本土合作与长期运维,才能筑牢国际化发展的根基。

传统消费企业转型升级的成果,如何在资本市场中有所体现?柯莹表示:“海天味业正用确定的经营节奏去应对不确定的市场。长远看,调味品行业仍有持续增长空间,集中度提升、渗透率提升、产品和渠道多元化发展、国际市场逐步打开,均为公司带来持续增长机会。”

除了股份回购、持续稳定开展现金分红外,广州酒家还组织投资者走进利口福工厂,让投资者更直观地了解企业经营。针对市值管理和估值提升等问题,卢加表示:“最好的市值管理就是业绩,公司将不断夯实长期发展根基,致力于通过持续提升公司的内在价值推动公司的投资价值提升。”

当前,食品饮料板块估值仍处于低位。广发证券食品饮料资深分析师胡慧对《证券日报》记者表示:“优质消费公司获得估值溢价的时代仍未过去。2026年是消费企业从周期压力向常态化经营过渡的一年,预计随着宏观经济面筑底向上以及龙头企业自身实力的强化,有望迎来消费新周期的开启。”

国有控股上市公司

年内披露1239单并购计划

■本报记者 杜雨萌

今年以来,央企、地方国企加快推进国有经济布局优化和结构调整。9月14日晚间,广州汽车集团股份有限公司(以下简称“广汽集团”)发布公告称,公司已与中国第一汽车股份有限公司(以下简称“一汽股份”)签署《意向协议》,筹划以发行股份方式购买一汽股份持有的某整车合资公司部分股权,并募集配套资金。经初步测算,本次交易完成后,一汽股份将成为广汽集团第二大和具有战略影响力的股东。

“从交易结构看,上述公告内容更接近汽车主业内部的横向整合,同时带有比较明显的央地协同特征。”中泰证券首席策略分析师徐驰在接受《证券日报》记者采访时表示。

此次广汽集团与一汽股份的跨层级“牵手”,也是今年国企加快推进国有经济布局优化和结构调整的缩影。纵观年内国企的重组整合案例,其不再追求数量的减少,而是进一步转向专业化整合,推动同类业务横向归并、产业链纵向贯通,以减少同业竞争与资源内耗。

同花顺iFinD数据显示,以首次公告日计,剔除交易失败案例,今年以来截至9月16日,A股国有控股上市公司(包括央企国资控股、省属国资控股、地市国资控股及其他国有企业)已披露1239单并购计划。其中,18单涉及重大资产收购/出让/置换。

“今年国企重组整合的一个明显变化是产业逻辑更强,且资本市场在这一轮国有经济布局优化和结构调整过程中,作用愈发突出。”在徐驰看来,今年国企重组的主线比较清晰:传统行业里,能源、汽车、化工等领域更强调同类资产集中,通过专业化整合提高行业集中度和运营效率;战略性新兴产业领域,半导体、新材料、高端装备、新能源等方向的并购更多围绕技术、产能和产业链短板展开。

比如,在横向整合方面,广西能源股份有限公司拟收购工银金融资产投资有限公司、交银金融资产投资有限公司分别持有的广西广投桥巩能源发展有限公司25.6962%股权、8.0240%股权。本次收购有利于增厚上市公司业绩,增强上市公司盈利能力;纵向整合方面,宁夏建材计划收购中建材石灵100%股权,布局新材料赛道。此外,锚定发展新质生产力方向,埃夫特智能机器人股份有限公司拟购买上海盛普流体设备股份有限公司100%股权。

中共中央党校(国家行政学院)研究员张春晓在接受《证券日报》记者采访时表示,过去,国企的重组整合多以做大资产规模为导向,但从今年披露的案例来看,本轮重组思路正全面转向“功能导向的价值重构”。此外,在国企主业边界的刚性约束下,重组整合也呈现出“有进有退”的双向选择。总的来看,2026年国企重组整合可概括为:以“三个集中”为总纲,以专业化整合为主路径,以战略性重组为补充,以央地协同为新亮点,最终服务于新质生产力培育与产业链安全。而与上一轮改革相比,本轮重组不再是简单的“合并同类项”或“做大资产规模”,而是一场精准、系统性的结构性升级,即将国有资本从低效分散的“撒胡椒面”状态,集中到国家安全底座、民生保障防线和战略性新兴产业三大核心赛道,为“十五五”时期打造新兴支柱产业、掌握新兴产业发展主动权奠定基础。

网络消费繁荣发展

支持政策仍有发力空间

■本报记者 寇佳丽

9月15日,国家统计局发布的数据显示,今年1月份至8月份,全国网上商品和服务零售额134766亿元,同比增长4.6%。其中,网上商品零售额84195亿元,同比增长4.3%;网上服务零售额50571亿元,同比增长5.1%。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员余丰慧在接受《证券日报》记者采访时表示,网络消费繁荣发展的背后,是政策支持精准有力、多元化消费需求持续释放、优质快递服务供给不断丰富、数字技术重塑消费体验和效率等多重因素的协同作用。

1月份,国务院办公厅印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》,强调“促进超高清视频、微短剧等网络视听服务市场有序竞争、创新发展,强化网络视听生态治理,丰富优质内容供给”;4月份,商务部、文化和旅游部等多部门联合发布《关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》,要求“积极发展智慧商圈、智慧商店,推进连锁商超数智化转型”;6月份,商务部、国家发展改革委等八部门联合发布《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》,提出“推进人工智能+电子商务”。一系列政策举措相辅相成,为创新网络消费场景、优化供给提供了制度保障。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇在接受《证券日报》记者采访时表示,现阶段,线上消费习惯已高度渗透各年龄段,无论银发群体还是年轻群体,都追求“线上一键下单、线下准时享受”。伴随不同种类消费券的持续发放,品质化、个性化、体验化消费需求不断转化为现实购买力。

今年以来,快递业运行平稳,综合能力持续增强,服务供给不断优化升级,为网络商品消费扩容助力良多。快遞物流专家、暨大资本CEO赵小敏对《证券日报》记者表示,今年前8个月,诸多快递企业创新推出生鲜餐前达、企业件早十点送达等多款时效产品,紧扣消费节点,加大运力与服务资源投入,以精细化管理推动寄递服务体系向好发展,全力保障海产品、鲜桃等特色产品线上流通,有效激活了城乡消费市场潜能。

为进一步推动网络消费扩容升级,政策还有哪些发力空间?受访专家普遍表示,相关部门需要继续谋划出台务实管用的增量政策,引导网络交易经营者依法合规经营,营造安全放心的网络消费环境,切实维护好广大消费者的合法权益;补齐下沉市场商品流通短板,鼓励并支持快递企业夯实县域硬件基础设施,提升末端配送效率;提高线上服务供给质量,推动服务内容、收费项目、退订条件以及服务人员资质等清晰展示,增强线上承诺与线下履约的一致性。

(上接A1版)

“从独居老人家中一台陪伴机器人,到成体系的具身智能服务矩阵,智慧养老早已不是遥远的未来叙事。”陕西巨丰投资资讯有限责任公司首席投资顾问张翠霞对《证券日报》记者表示,随着人工智能技术的突破,服务机器人精细作业与服务能力提升成为可能,有望助推产业从初期迈入快速发展期。

政策铺路 破解入户壁垒

国内智慧养老产业步入高速增长长期,但落地现实痛点依旧突出。以程天科技UGO系列为例,其医疗级外骨骼机器人已获二类医疗器械认证,但产品售价动辄十几万元,客户多为康复养老机构。在助老机器人领域,高昂成本形成“机构用得起、百姓用不起”的断层,成为产品入户普及的核心堵点。

为打破这一僵局,行业正加速向家用场景突破。相比工业场景,家用外骨骼机器人更加小型化、轻量化、低成本化,并搭载AI大模型实时“学习”用户习惯,实现姿态最优适配。据记者了解,部分企业已将相关助老产品价格下探至千元区间。

为打通养老机器人入户的“最后一公里”,顶层政策持续发力。2024年国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》,作为我国首个银发经济国家级顶层文件,将智能轮椅等智能助行产品、康复辅助器具智能设备以及养老服务机器人纳入银发经济重

点发展方向,为后续各省市出台养老机器人、康复辅具相关补贴政策提供了顶层制度支撑。

今年7月,国务院印发的《国民健康“十五五”规划》明确提出,促进慢性病管理、生活照护等方面智慧养老服务产品研发应用,发展康复辅助器具产业,提升康复疗养服务水平。8月,国家医疗保障局对外发布《全民医疗保障“十五五”规划》,在长期照护领域,将智能外骨骼等智能化设备纳入规划。

地方层面,“购置补贴+租赁补贴”双轨模式逐步铺开。

购置端,多地把智能助行、适老化产品纳入消费补贴清单。例如,内蒙古启动了2026年智能家居及适老化家居购新补贴活动,将跌倒检测雷达、助听器等适老化家居类产品纳入补贴清单,按“扣除各类优惠后最终售价的15%”计算,每位消费者每类产品限补1件,单件最高补贴1500元。西安今年将智能家居和适老化产品首次纳入补贴品类,覆盖智能助行器(含电动轮椅、外骨骼助力机器人)、呼吸机(含制氧机)、适老化家居产品按最终销售价格的20%给予补贴,单件最高补贴2000元。

在租赁服务补贴方面,上海已将看护型机器人正式纳入《上海市康复辅助器具社区租赁服务目录(2025版)》(以下简称《目录》)。针对本市户籍75周岁(含)以上老年人、60—74周岁(含)二级及以上照护等级的老年人,补贴金额为《目录》中租赁服务价格的50%;低保、低收入老年人,补

贴金额为租赁服务价格的70%。补贴比例就高享受,每人每年补贴最高限额3000元。

《证券日报》记者据电商平台信息查询,某品牌专为老年人设计的外骨骼助力机器人原价6099元,在叠加地方适老化产品15%购置补贴后,价格为5184.15元。

“此前养老机器人、外骨骼机器人动辄数万元的终端售价,让绝大多数普通老年家庭望而却步,各地叠加推出的购置补贴、租赁补贴组合拳,打破了智慧养老长期存在的消费价格壁垒。”张翠霞说。

中国服务贸易协会可持续商业与创新工作委员会主任、北京工商大学教授洪涛认为,智能养老硬件正从展厅里的高端展品,转变为普通家庭可负担的养老工具。政策托举叠加成本下行,消费需求持续释放,反过来向产业传递明确信号。过去企业不敢大规模量产,核心顾虑是缺少稳定的大众市场;如今订单持续增长,企业愿意加大投入扩产,摊薄研发制造费用,形成“政策刺激需求扩容一需求带动产能爬坡一量产拉低终端价格一降价激活消费”的正向循环。

资本聚力 锚定真实价值

政策红利持续释放,终端需求加速升温,双重驱动下智慧养老赛道技术迭代提速。产业资本持续加注赋能,成为企业攻克技术瓶颈、实现产品升级的核心动力。

力之智能科技(广州)有限公司的技术进阶,正是资本赋能产业的缩影。公司总经理陈彦向《证券

日报》记者介绍,近年来,公司先后获得医疗器械头部上市企业的战略投资;脑控下肢机器人、脑控下肢机器人等产品已覆盖全国120余家医院、28个省市,累计服务超2万例临床患者;2026年6月发布意念可控AR脑机接口下肢外骨骼突破屏幕交互限制,融入真实训练场景;同时还积极拓展消费级智能终端下肢助力外骨骼、智能睡眠仪,将脑机接口技术从康复训练场景延伸至日常助行场景,实现了产品智能化、精准化、轻量化的跨越式升级。

近两年智慧养老赛道热度不减,资本布局节奏加快。据中研普华研究发布的《2026—2030年中国临床康复机器人行业深度调研与投资前景预测报告》显示,目前,涉足康复类机器人的A股上市公司已有约三十家,其中约十家以养老康复机器人或产业链环节为主营业务,聚焦下肢外骨骼机器人、智能康复设备、脑机接口康复系统等领域。

与此同时,一批深耕垂直场景的科创型创业企业,瞄准居家养老场景的安全监测与应急报警,全场景具身养老机器人研发及规模化落地,面向半失能/失能老年群体的专项养护机器人研发等方向持续攻坚,凭借清晰的商业化路径获得头部投资机构的青睐,顺利完成多轮融资融资。

张翠霞分析认为,资本市场对该赛道的估值定价逻辑正发生根本性切换。从2026年中报披露的数据来看,布局养老机器人业务的上市公司,该业务板块的营收平均同比增速高达47%,部分康复机器