

内蒙古传统乳制品产业发展优势、问题与路径

刘浩

摘要：传统乳制品产业作为内蒙古民族产业经济的重要组成部分，在提高农牧民收入水平，推动乡村振兴、奶业振兴的进程中始终发挥着重要作用。蒙古族传统乳制品不仅营养丰富、风味口感独特，具有良好的食疗作用，而且在长期的发展中形成了别具一格的民族文化内涵。“十三五”以来，随着旅游业的发展以及居民对传统乳制品的市场需求增加，内蒙古传统乳制品产业发展迅速，产品供不应求，消费群体向全国拓展。但是，奶源供应不稳定、资金扶持不到位、市场监管跟不上等问题从根本上制约了内蒙古传统乳制品产业的长远发展。本文在明确内蒙古传统乳制品产业发展优势的基础上，探究传统乳制品产业存在的问题，提出促进其发展的优化路径，推动产业可持续发展。

关键词：内蒙古 传统乳制品 民族特色

一、内蒙古传统乳制品产业发展优势

（一）自然资源优势

内蒙古位于我国北部边疆，地形开阔且地势较高，属于典型的温带大陆性气候，降水多集中于夏季，夏季炎热、冬季寒冷，全年温差较大，日照充足；境内水文资源较为丰富，共有大小河流千余条，其中流域面积超过1000平方千米的河流达百余条之多，我国第二大河——黄河呈马蹄形环绕鄂尔多斯。气候、地形、水文等自然资源禀赋为发展奶牛养殖业提供了必要支持，造就了内蒙古世界黄金奶源带的地位，为传统乳制品产业发展提供了坚实的基础。内蒙古奶牛存栏量、牛奶产量常年稳居全国第一。2020年，奶牛存栏129.3万头，同比增长5.6%，牛奶总产量611.5万吨，同比增长5.9%。

（二）历史文化优势

千百年的游牧生活形成了蒙古族喜食奶制品的饮食习惯，奶

食品不仅为蒙古族人民提供了身体必要的营养要素，而且在维系民族情感、表达民族个性特征、增强民族凝聚力等方面具有重要意义。奶食品的蒙古语意为“白食”，白色在蒙古族文化中象征吉祥、纯洁、崇高，因而“白食”是蒙古族食品中的上品。在那达慕、祭敖包等民族传统文化活动中，以及招待远方的尊贵客人时都离不开乳制品。同时，围绕传统乳制品，蒙古族形成了一系列传统礼仪、民歌、谚语、祝词等令人神往的民族文化，例如，祭酒食品、茶酒，感恩天地诸神赐予的萨察礼；老者在晚辈额头涂抹奶油，祝愿吉祥如意的迷拉礼；饮食过程中赞美食物的同时表达对主人的美好祝愿，表达客人感谢之情的祝福礼等等。

（三）产业基础优势

乳业产业向来是内蒙古最具代表性、最有竞争力的支柱产业，内蒙古的奶牛存栏数、牛奶产量、奶业竞争力常年稳居全国首位，是我国名副其实的“奶罐

子”。近几年，在自治区政府的大力扶持下，内蒙古传统乳制品产业发展迅速，逐步形成以大型传统乳制品企业引领，家庭式手工作坊生产为主的发展格局。截至2020年底，内蒙古共有19家传统乳制品生产企业、1012户登记的家庭手工作坊，日均加工鲜奶量393.3吨，年产值超6亿元。

（四）政策扶持优势

2019年以来，为进一步推动民族传统乳制品产业高质量发展，打造奶业发展新增长点，国家和自治区政府出台了一系列政策支持传统乳制品产业发展，大大提升了民族传统乳制品产业的竞争力。围绕规范民族传统乳制品生产，提高传统乳制品产业质量和效益，政府在市场准入、技术设备、品牌营销、资金支持等方面提供支持，积极培育小而精、小而优、小而强的工厂化生产企业。同时，积极组织开展民族传统乳制品产业园区建设，鼓励传统乳制品手工作坊集约化生产加工，以创新驱动传统乳制品



产业提质增效，不断提升制作工艺、技术装备水平；延长、畅通传统乳制品产业链，加强第一、二、三产业融合。在销售端，政府鼓励并推动传统乳制品进入商超、直供餐饮单位、成立连锁店，同时，由政府牵头与美团、淘宝等电商平台开展销售战略合作，扩大了产品销路。

二、内蒙古传统乳制品产业发展存在的问题

（一）奶源供应不稳定、品质不高

奶源供应是否稳定、充足是影响传统乳制品产业发展的关键性、根本性因素。长期以来，内蒙古乳业实行“公司+农户”生产模式，奶牛养殖组织化程度较低，大型乳企依托其资金、规模优势垄断奶源，其压价行为严重伤害了奶农的生产积极性，导致原料奶产量不稳定、价格波动幅度较大。内蒙古传统乳制品以家庭式手工作坊生产为主，绝大部分手工作坊既没有奶源基地，也缺乏相应的检测检验设备，只能凭经验收购散奶进行生产，因

而原料奶来源复杂、品质把控不足。传统乳制品产业生产规模严重受奶源制约，产品质量无法得到切实保障。

（二）品牌营销、宣传力度不足

近年来，随着内蒙古对传统乳制品行业的重视，通过申请国家地理标志保护产品，开展“蒙”字标认证，民族传统乳制品的影响力逐渐提高，但仍存在品牌建设、宣传力度不足的问题。具体来看，一是传统乳制品品牌数量较多，但普遍社会认可度不足，由于缺乏品牌保护意识，市面上各种打着草原传统乳制品旗号的零售商不胜枚举，导致消费者难以形成消费依赖性；二是产品设计投入不足，目前传统乳制品在产品包装设计方面同质化严重，产品包装千篇一律，没有很好地挖掘民族文化的深刻内涵，民族特色体现不足，对消费者吸引力不足；三是宣传力度不足，品牌知名度不高，不利于民族传统乳制品走向全国。

（三）农牧民贷款难、贷款贵

内蒙古传统乳制品以家庭式手工作坊生产为主，一方面，由于其生产规模小、资金缺乏，

因而抵抗市场经营风险的能力较弱，在原料奶价格波动频繁的情况下，时常需借贷资金进行周转；另一方面，为增加收入并符合标准化生产的规定，生产者在对手工作坊进行改造升级的过程中，需要购买检验、包装设备，培养生产技术人员等，急需资金支持。然而，由于银行借贷资金的审核门槛较高，绝大多数手工作坊缺少抵押担保，面临发展资金不足的窘境，严重制约了传统乳制品产业的更新改造。

（四）工艺传承方式单一、标准不一

长期以来，传统乳制品制作工艺保持着口口相传、师傅带徒弟、代代相传的传承方式，极易出现工艺失传，品质口味依赖个人感官的问题。家庭式手工作坊面临生产效率低、产品质量难以保证、缺乏统一生产工艺规范的现实问题，因此只能满足较为有限的消费需求；产品商品化程度较低，不仅难以使农牧民的收入得到进一步提高，而且阻碍了民族传统乳制品“走出去”的步伐。

三、保障内蒙古传统乳制品产业发展的路径

（一）保障奶源供应安全、稳定

奶源是制约传统乳制品产业发展的根本性问题，政府应从保证奶源供应充足，加大原料奶检验检测力度两端持续发力。

首先,奶牛存栏量是决定牛奶产量的关键性因素,由于部分乳企的压价行为导致奶牛养殖收益下降,奶农生产随之积极性下降,奶牛存栏量总体上连年下滑。因此,政府应加强市场规范建设,打击不正当的市场行为,努力保障奶农利益不受损;通过培育奶农专业合作社,提高奶农抵御市场风险的能力;逐步探索建立奶农与乳企风险共担、利益共享机制,协调平衡双方利益,努力维护社会公平正义。其次,针对原料奶来源复杂、品质不高的问题,政府应建立专项经费支出项目,通过提供检测检验设备、培养专业检测人员,提高原料奶的检测检验力度,从源头确保传统乳制品质量过关。

(二) 实施品牌文化经营战略

商业品牌是传统乳制品企业生存和发展的基石,应积极采取品牌推广、产品设计、市场开拓的品牌文化经营战略,提高传统乳制品品牌知名度、认可度。首先,应充分利用内蒙古丰富的民族特色旅游资源,组织开办那达慕旅游节、传统奶食节等项目形式,通过线上线下广泛宣传,吸引全国各地的游客,让游客充分体会到传统乳制品中蕴含着的民族文化气息,借此扩大民族传统乳制品的品牌影响力。二是产品设计应该具有鲜明的民族文化特色,可以将蒙古包、蒙古袍等元素融入到产品包装设计中,提升产品档次,迎合消费对高端产品

的需求。三是积极开拓市场,采取“线上+线下”的经营方式,通过开设连锁店、搭建线上销售平台、畅通销售渠道提高产品影响力。

(三) 继续加强资金支持力度

随着我国经济社会进一步发展,人民生活水平日益提高,对食品品质的要求也在不断提高,消费升级倒逼传统乳制品生产端提质增效;另一方面,越来越多的生产经营者为提高经济收益,其扩大生产规模、进行标准化生产的意愿不断增强。因此,政府应加快出台相关金融政策,制订合理的扶持标准,对符合帮扶标准且具有发展潜力的家庭手工作坊给予补助或者资金支持,帮助传统乳制品手工作坊进行标准化升级改造。同时,应努力提高生产困难手工作坊的精准识别效率,简化生产者贷款手续,严格规定生产者资金用途,提高政策效率。

(四) 推动生产工艺标准化

内蒙古传统乳制品种类繁多,生产工艺传承方式单一,生产标准不尽相同,探索推动乳制品生产工艺标准化建设迫在眉睫。首先,政府应通过宣传保护传统优秀文化,提高家庭手工作坊对传统工艺的保护意识;对区内各地传统乳制品制作工艺进行调查,并且登记造册,避免出现传统工艺失去传承的局面。其次,在市场化程度越来越高的今天,能否进行标准化生产、生产模式能否复制推广,决定着传

统乳制品能否走出内蒙古,被更多消费者所接受。因此,政府应积极推动手工作坊之间的合作交流,加强对生产经营者的技术培训,通过政策帮扶带动手工作坊进行标准化升级,从而提高传统乳制品的商品化程度。■

参考文献:

- [1] 鲍青山. 关于阿鲁科尔沁旗传统奶食品加工工业发展的研究 [J]. 现代商业, 2015,(31).
- [2] 张和平. 建立传统乳制品加工标准化技术操作规程和产品质量标准 [J]. 前进论坛, 2017,(1).
- [3] 敖其. 蒙古族传统奶食品的制作技艺与相关民俗探析 [J]. 西北民族研究, 2012,(3).
- [4] 崔丽娟. 蒙古族民族乳制品加工现状的理性思考 [J]. 农民致富之友, 2018,(23).
- [5] 珠乐. 蒙古族奶食品加工工业发展研究——以正蓝旗为例 [J]. 现代商业, 2017,(10).
- [6] 雅梅, 哈斯其木格, 陈永福, 等. 内蒙古传统乳制品产业发展现状调研报告 [J]. 中国乳品工业, 2016,(7).
- [7] 素梅, 嘎尔迪, 张凤梅等. 内蒙古锡盟地区传统乳制品营养价值的分析与评价 [J]. 内蒙古农牧学院学报, 1997,(4).
- [8] 刘诗妍. 文化旅游背景下特色旅游食品发展路径研究 [J]. 食品研究与开发, 2021,(4).

(作者单位:南京农业大学经济管理学院)

责任编辑:康伟