



08

内蒙古法制报

2026/09/01

前沿视界

责任编辑:钱虹 制版编辑:包聪颖

关于加快布局奶酪产业推动内蒙古奶业迭代升级的战略思考

●吴喜春

当前,我国奶产业正处于转型升级的关键期、攻坚期,内蒙古自治区作为“中国奶罐”,既承担着保障国家乳品供给安全的重大责任,也面临着产业结构调整紧迫任务。本文从发展全局和战略视角出发,深入分析奶酪产业对推动内蒙古奶业迭代升级的重要意义,以期为自治区实现从“一杯奶”向“一块酪”的产业跨越提供决策参考。

一、立足“国之大者”,深刻认识奶业转型升级的战略意义

党的二十大报告强调要“树立大食物观,构建多元化食物供给体系”,为奶业高质量发展指明了新方向。奶酪作为乳制品精深加工的顶端产品,正是践行大食物观、拓展优质蛋白供给的重要路径。党的二十届三中全会进一步强调要“健全提升产业链供应链韧性和安全水平制度”。当前,全球供应链加速重构,我国奶业在种源、菌种、设备等关键领域面临的“卡脖子”风险日益凸显。大力发展奶酪产业,带动乳清粉、乳蛋白等关键基料国产化,有助于补齐奶业产业链短板,提升产业自主可控能力。

内蒙古地处北纬45度黄金奶源带,奶牛存栏、牛奶产量连续多年位居全国首位,是全国名副其实的“奶罐子”。进入新时代以来,自治区党委、政府大力推进奶业振兴,为保障国家乳品供给安全作出了重要贡献。然而,长期以来,内蒙古奶产业以液态奶为主导,产品结构单一、精深加工能力不足、附加值偏低,“大而不强、多而不优”的结构性矛盾日益突出。当前,液态奶市场已由增量竞争全面转入存量竞争阶段,利润率持续走低,而奶酪正成为重塑行业格局的战略风口。加快布局奶酪产业,既是推动内蒙古奶业从“一杯奶”向“一块酪”跨越的关键之举,更是建设国家重要农畜产品生产基地的内在要求。

从宏观层面看,奶业振兴事关国家食物安全 and 健康中国战略。奶酪产业的高质量发展,能够有效降低对进口乳清粉、乳蛋白等关键原料的依赖,筑牢国家乳品供给安全防线;从战略全局看,大力发展奶酪产业是推进奶业供给侧结构性改革、满足人民群众多元化消费需求的必然选择;从内蒙古实际看,抢抓奶酪产业风口,是推动奶业由规模扩张向质量效益转变、实现从奶业大区向奶业强区跨越的根本

路径。

二、直面问题挑战,准确把握奶业高质量发展面临的瓶颈制约

(一)产业格局失衡,“一条腿走路”风险突出

当前,我国乳制品消费仍以液态奶为主,消费占比高达70%以上,而奶业发达国家干乳制品与液态奶消费比例约为7:3。其中,内蒙古奶业格局失衡问题尤为突出:伊利液态奶营收占比近七成,蒙牛液态奶营收占比约八成,奶酪加工领域存在明显短板。欧美等奶业发达国家50%以上的原奶用于奶酪生产。奶酪耗奶比高、保质期长、附加值高,是平抑生鲜乳季节性过剩的天然“稳定器”。产品结构单一不仅压缩了利润空间,更削弱了产业整体抗风险能力。

(二)关键环节受制于人,产业安全面临现实挑战

我国奶业在优质种源、饲草料、菌种、设备等关键领域对外依存度较高。优质奶牛冻精和胚胎长期依赖进口,价格高出国内约20%;优质苜蓿、豆粕等饲料大量进口,成本占养殖总成本60%以上;90%的益生菌菌株需要进口,杜邦、科汉森等跨国企业掌控核心菌粉定价权。“卡脖子”隐患对产业链供应链安全构成现实威胁,发展奶酪产业能够带动乳清粉、乳蛋白等关键基料国产化,是破解“卡脖子”难题的重要突破口。

(三)行业利润普遍偏低,价值创造能力有待提升

从行业整体看,我国乳制品利润率仅为6%,而国外乳品板块利润率普遍在15%以上。液态奶利润率仅为10%~20%,扣除营销费用后净利润仅剩2%~4%,而奶酪利润率在30%~50%之间。具体到内蒙古自治区,由于地处边疆、远离主销区,液态奶运输成本高、保质期短,物流成本远高于干乳制品,进一步挤压了产业利润空间。基于此,推动以奶酪为代表的精深加工转型迫在眉睫。

(四)抗风险能力不足,可持续发展面临隐忧

液态奶消费增长已接近天花板,同质化竞争日趋激烈。由于缺少奶酪等跨周期调节产品,生鲜乳季节性过剩和价格周期性波动难以有效缓冲。发展奶酪产业能够有效增强产业抗风险能力:奶酪耗奶量大、保质期长,可灵活调节原奶供需平

衡;产品差异化明显,品牌溢价能力强;同时可带动稀奶油、黄油、乳清粉等副产品综合利用,补齐产业链短板。

三、借鉴先进经验,科学研判奶酪产业发展的趋势与机遇

(一)全球格局:奶酪市场增长,“西酪东传”趋势明显

目前全球奶酪年产量约2,225万吨,零售规模达2,000亿美元,近5年复合增长率约4%。欧美是奶酪主产区 and 主销区,美国奶酪年产量超过600万吨。在消费升级推动下,奶酪消费正从西方国家向东方国家加速渗透。我国目前人均奶酪消费量仅为0.3千克/年,约为日韩的十分之一,中长期市场规模有望突破两千亿元,是全球奶酪市场最具潜力的增长极。

(二)日韩经验:政策驱动与市场培育并重

日本通过实施“学生奶酪配餐计划”“农村奶酪普及计划”等一系列政策,有力推动奶酪消费普及,2021年人均奶酪消费量达2.6千克。在居民各类乳制品消费中,奶酪折算原奶消耗量居于首位。

日本奶酪市场由本土企业主导,雪印、六甲、明治三大品牌市场占有率达53%,原制奶酪与再制奶酪消费比例达5.5:4.5,市场已进入成熟期。这些经验表明:产业发展初期政府政策引导和消费培育至关重要,本土品牌通过持续创新完全可以主导国内市场。

(三)国内态势:蓝海市场加速开启,区域竞争激烈

2018年至2022年,我国奶酪产业年均复合增速达30%,2022年市场规模达200亿元,但原制奶酪与再制奶酪之比约为1:9,与成熟市场差距明显。我国奶酪进口量占消费总量50%以上,国产品牌替代空间巨大。上海、河北、黑龙江、山东等地已开始抢先布局。内蒙古自治区作为“中国乳都”乃至“世界乳都”,拥有优质原奶资源、良好产业基础、重点龙头企业和千年游牧奶酪文化积淀,具备抢占奶酪产业发展制高点核心条件。

四、强化使命担当,系统谋划奶酪产业高质量发展实施路径

(一)强化顶层设计,以政策集成凝聚发展合力

一是编制奶酪产业发展专项规划,立足区域资源优势和产业基础,科学设定发展目标、细化重点任务。

二是出台精准扶持政策,借鉴日韩奶酪产业发展经验,将奶酪纳入“学生饮用奶计划”推广范围,设立专项扶持资金,重点支持生产线建设和技术改造。

三是组建奶酪产业技术创新战略联盟,整合龙头企业、高校院所和社会资本力量,设立产业发展引导基金。

四是推动乳制品营养相关地方立法,为奶酪产业健康发展提供制度支撑和法治保障。

(二)坚持创新驱动,以本土化战略构筑竞争优势

一是强化关键技术攻关,鼓励龙头企业围绕菌种筛选、发酵工艺、产品研发等开展原创性研究,突破“卡脖子”瓶颈,推出更多适合中国人口味的优质奶酪产品。

二是深化国际合作,支持企业主动走出去学习先进经验,同时精准引进高端人才和技术资源。

三是推动全产业链协同,支持头部企业与中小奶企深度合作,培育“三河牛”等本土奶牛品种,打造大而专、小而美协同发展的产业生态。

(三)优化产业生态,以集群化发展提升整体效能

一是推进标准化体系建设,率先建立奶酪生产标准和质量安全规范,推动地方标准上升为行业标准乃至国家标准。

二是培育壮大产业集群,设立奶酪产业科研专项资金引导技术创新,支持补链延链强链,带动乳清粉、黄油等副产品加工。

三是加强品牌建设和消费引导,开展原制奶酪地理标志认证,加强营养价值科普宣传,充分彰显产品的“绿色、天然、有机”核心优势,抢占品牌认知和渠道布局先机,持续提升“蒙字号”奶酪市场影响力。

结语:

奶业振兴是内蒙古推动高质量发展、建设国家重要农畜产品生产基地的关键支撑。加快布局奶酪产业,推动奶业实现从“一杯奶”向“一块酪”迭代升级,既是产业发展的必然选择,也是补齐奶业产业链短板、优化产品供给结构的重要途径。因此,内蒙古自治区应锚定发展目标、坚持真抓实干,持续完善现代奶业体系,奋力书写奶业振兴崭新篇章。

[作者单位:内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司]

普百业 惠小微

工商银行内蒙古分行服务赋能实体经济高质量发展

工商银行内蒙古分行深入贯彻落实《国家金融监督管理总局办公厅关于做好2026年小微企业金融服务工作的通知》精神,紧扣“稳投放、优结构、提质量、可持续”目标,将支持小微企业发展作为重中之重,通过创新产品、优化服务、深化数字化转型等举措,为自治区实体经济高质量发展注入强劲金融动能。

一、稳投放,普惠融资覆盖面持续拓展

工商银行内蒙古分行坚持把稳步扩大信贷投放作为服务实体经济的首要任务,持续加大对小微市场主体的融资支持力度。截至目前,累计为超过12万户小微企业及个体工商户提供融资1200亿元以上,有力支撑了市场主体稳经营、保就业。同时,充分发挥小微企业融资协调机制作用,该行已累计为近5.6万户协调机制清单客户投放贷款超410亿元,推动普惠金融活水精准滴灌更多小微市场主体。其中,工商银行鄂尔多斯分行相关业务“首单”落地案例,作为先进典型呈报国务院。

二、优服务,多渠道纾解企业融资难题

工商银行内蒙古分行把纾解小微客户融资难题作为重要着力点,持续加大信用贷款和首贷户的覆盖面,推动小微客户综合融资成本稳中有降;积极落实续贷政策,累计为14000余户小微客户办理续贷业务近16亿元,有效缓解了小微客户资金周转压力;严格落实收费减免政策,主动承担抵(质)押登记费、评估费等费用,近三年累计为小微客户减费让利超5亿元。

三、活渠道,数字服务效能加速释放

以数字化转型提升小微客户融资便利度,工商银行内蒙古分行持续优化“数字供应链、经营快贷、网贷通”三大线上产品线。截至目前,线上产品余额达400亿元,占全部普惠贷款88%,小微客户通过手机银行即可实现“一键申请、随借随还”,大幅缩短了融资时间,客户满意度显著提升。数字供应链融资将核心企业信用延伸至上下游环节,近三年共投放超120亿元,带动乳业、生物制药等特

色产业链上的中小微企业协同发展;携手中企云链,落地全区同业首单“链数”数字供应链融资业务,规模达1亿元以上,开辟了数字供应链金融新路径。

四、精产品,特色场景融资精准对接

围绕自治区产业禀赋和客户差异化融资需求,工商银行内蒙古分行打造“兴农、强科、惠商”三大产品谱系,为不同类型民营企业量身定制融资方案。目前,全行累计落地47个“区域e贷”特色方案,贷款余额超90亿元。“兴农”领域推出“兴农快贷”、通辽“辣椒贷”、巴彦淖尔“葵花贷”、鄂尔多斯“羊绒贷”等特色产品,特色农业经营主体凭产业数据即可获贷;“强科”领域创新推出“专精特新贷”“科创贷”等产品,着力破解科技型小微企业轻资产、缺抵押难题,累计提供融资超50亿元;“惠商”领域升级推出“商户快贷”“烟商快贷”,为广大家庭工商户提供便捷融资支持。

五、深服务,乡村振兴支撑不断强化

持续推动金融服务向乡村下沉延伸,截

至2026年上半年,工商银行内蒙古分行涉农贷款余额1300亿元以上,积极为乡村产业发展提供充足资金保障,助力农牧民增收致富。手机银行“兴农通”专区服务县域线上客户280万户,聘任“金融副村长”3056名,切实打通农村金融服务“最后一公里”。

六、实风控,可持续发展根基更加稳固

工商银行内蒙古分行始终坚持把风险防控贯穿于服务实体经济全过程,推动数字风控与专家治贷深度融合,构建“人口端—闸口端—出口端”全流程闭环式风险管控体系,坚决防止资金“脱实向虚”,持续为广大民营企业提供稳定可靠的信贷支持,着力构建金融服务与实体经济共生共荣的良性循环。

(工商银行内蒙古分行供稿)

