

宁夏本土特色奶酪产业规模化发展路径与 对策研究

胡 涛¹，李彩虹^{2*}，葛 谦²，张 静²

(1.宁夏农产品质量安全中心，宁夏银川 750002；2.宁夏农产品质量标准与检测技术研究所，宁夏银川 750002)

摘 要：针对宁夏奶业面临的市场竞争加剧、供需阶段性失衡等发展挑战，本研究通过实地调研、文献梳理与大数据分析，系统分析国内外及宁夏生鲜乳市场现状、奶酪产业发展态势，运用SWOT分析法探讨宁夏奶酪产业发展的制约因素与发展前景，探讨乳制品多元化发展战略，提出重点发展奶酪产业的路径以及推动宁夏奶酪产业规模发展的对策建议，以期促进宁夏乳制品供给结构优化，推动乳业高质量发展。

关键词：宁夏奶业；奶酪产业；乳制品多元化；精深加工；发展对策

文章编号：1671-4393（2026）02-0002-08

DOI:10.12377/1671-4393.26.02.01

Pathways and Strategies for the Scalable Development of Ningxia's Local Specialty Cheese Industry

HU Tao¹，LI Caihong^{2*}，GE Qian²，ZHANG Jing²

(1. Ningxia Center for Quality and Safety of Agricultural Products, Yinchuan Ningxia 750002；

2. Ningxia Research Institute of Quality Standards and Testing Technology of Agricultural Products,
Yinchuan Ningxia 750002)

Abstract: In response to the development challenges faced by the dairy industry in Ningxia, such as intensified market competition and periodic imbalance between supply and demand, this study conducted a systematic analysis of the current situation of the domestic and international as well as Ningxia's raw milk market and the development trend of the cheese industry through on-site investigation, literature review and big data analysis. By applying the SWOT analysis method, it explored the constraints and development prospects of the cheese industry in Ningxia,

基金项目：宁夏回族自治区中央引导地方科技发展专项项目（2024FRD05071）

作者简介：胡 涛（1990-），男，宁夏吴忠人，硕士，农业工程师，研究方向为乳制品加工；

葛 谦（1988-），女，宁夏吴忠人，博士，副研究员，研究方向为农产品加工与营养品质调控；

张 静（1985-），女，宁夏银川人，硕士，助理研究员，研究方向为农产品加工与营养品质调控。

通信作者：李彩虹（1979-），女，宁夏隆德人，本科，高级实验师，研究方向为乳制品加工。

discussed the diversified development strategy of dairy products, and proposed the path for focusing on the development of the cheese industry and countermeasures to promote the scale development of the cheese industry in Ningxia, with the aim of optimizing the supply structure of dairy products in Ningxia and promoting the high-quality development of the dairy industry.

Keywords: Ningxia Dairy Industry; cheese industry; dairy product diversification; deep processing; development strategy

宁夏是中国十大奶业主产省份之一，地处国际公认的黄金奶源带，具备独特的生态气候与水土资源禀赋，为生产高品质生鲜乳提供优越的自然条件，被农业农村部认定为全国牛奶优势产区。牛奶产业亦被列为宁夏农业“六特”产业之一，其产品以口感细腻醇厚、品质优良而广受消费者青睐。然而，近年来受饲养成本上升、市场竞争激烈、生鲜乳收购价格持续下行等因素影响，乳品企业与奶农经营压力增大。为纾解奶业困境，创新产业发展模式，本研究以发展奶酪产业作为突破乳制品精深加工瓶颈的关键支点，为积极培育新的产业增长极，发展具有本土特色的奶酪产业提供新思路与新途径。

1 生鲜乳市场发展现状

1.1 国内外生鲜乳价格持续低位运行

受国内乳制品消费增速放缓、奶牛养殖成本高、市场供过于求及产能过剩等多重因素影响^[1-4]，自2021年起，我国生鲜乳市场即呈现产能过剩态势，全国主产区生鲜乳平均收购价格整体步入下行通道^[5, 6]。农业农村部监测数据显示，内蒙古、黑龙江等10个主产省份生鲜乳平均价格由2023年1月的4.11元/kg持续回落，至12月降至3.67元/kg^[7, 8]。2024年，国内生鲜乳价格延续跌势，截至10月，主产省份均价已跌至3.13元/kg，同比下跌16.1%，环比下跌0.3%，创近年来新低^[9, 10]。国际市场亦不容乐观，2023年底，欧盟、美国、新西兰奶价较2022年高点分别回落21%、27%和19%，折合人民币约

为3.6元/kg、3.2元/kg和2.5元/kg，其中新西兰奶价已回落至3年前水平^[11]。

受此影响，2024年宁夏多地主动实施产能调控。宁夏生鲜乳收购价格走势与全国基本一致。2022年全区平均收购价为3.9元/kg，2023年降至3.7元/kg^[11]。截至2024年5月，蒙牛、伊利等大型乳品企业在宁收购价为3.0~3.5元/kg，其他乳品企业收购价为3.1元/kg左右，散奶均价仅为2.0元/kg（图1）。同期，进口产品如新西兰安佳、澳大利亚德运、德国牧牌1kg盒装牛奶在宁夏市场售价约18元/kg，临期奶价格更低至约10元/kg。而宁夏本地庄园、雪泉品牌1kg盒装牛奶批发价约为4.5元/kg。尽管经包装加工后市场零售价格不高，但整体市场销量不足。

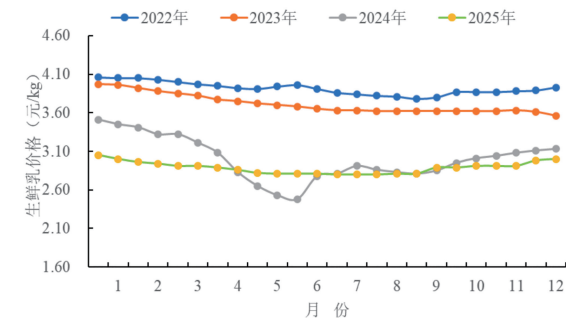


图1 2022—2025年宁夏生鲜乳收购价格走势
Figure 1 The Trend of Raw Milk Purchase Prices in Ningxia from 2022 to 2025

1.2 宁夏乳制品精深加工能力薄弱

从加工能力看，宁夏日产生鲜乳约1.17万吨，日销售量约1.15万吨，与区内22家乳品企业日均加工能力基本持平。然而，区内实际日均加工量仅约7 850吨，另有3 650吨生鲜乳需外调加工，

同比增幅达12%。在产品结构方面，美国、新西兰、德国等奶业发达国家加工乳制品中，液态奶占比为15%~70%，干酪、黄油等干乳制品占比达30%~85%。相比之下，我国加工乳制品中液态奶占比高达93.2%，奶粉及干乳制品仅占6.8%。宁夏加工乳制品结构更单一，液态奶占89.6%，酸奶及乳饮料占6.8%，而婴幼儿配方奶粉、奶酪、稀奶油等高附加值精深加工干乳制品占比不足4.0%，这种结构导致产品附加值不高，宁夏牛奶的品质优势未能有效转化为经济价值优势。

为助力宁夏牧场与乳品企业摆脱发展困境，亟需加速乳制品加工业转型升级，鼓励中小型乳品企业改扩建生产线、引进先进设备，重点加强低温乳制品、奶酪、黄油、婴幼儿配方奶粉等高端乳制品的研发与生产，提升产品附加值及综合效益。其中，奶酪产业在宁夏尚处于发展初期，其生产与消费水平远低于世界平均水平。中国奶酪市场潜力巨大，通过发展奶酪产业，可有效延伸产业链条，缓解生鲜乳产能过剩压力。

2 奶酪产业发展现状

2.1 国内奶酪产业发展概况

奶酪又称干酪，是以牛乳、奶油、部分脱脂乳、酪乳等为原料，经凝乳并分离乳清而制得新鲜或发酵成熟的乳制品^[12]，素有“乳制品之王”“奶中黄金”之称，营养价值丰富^[13-16]，是奶业发展成熟阶段的标志性产品^[17]。发展奶酪能够缓解目前国内生鲜乳周期性过剩难题，生产1 kg奶酪需要使用10 kg生鲜乳，且奶酪可以长期保存，对于生鲜乳季节性供应不平衡、调整奶业周期有很大帮助。我国市场对奶酪产业需求的增长势头较强劲，除对奶酪本身需求外，奶酪生产时产生乳清粉、黄油等也无法满足消费者需求，主要依赖进口^[18, 19]。2018年《国务院办公厅关于推进奶业振兴保障乳制品质量安全的意见》提到，要优化乳制品产品结构，支持奶酪、乳清粉、黄油等干乳制品的生产发展。2022年农业农村部印发的《“十四五”奶业竞争力提升

行动方案》指出，要提高国产奶酪产出率，研发适合中国消费者口味的奶酪产品。因此，加快发展奶酪产业，是提升乳制品供给能力、优化供给结构、拉动乳制品消费升级的必然要求。

近5年，我国奶酪进口量总体呈增长趋势。2021年进口量达17.6 万吨，同比增长36.3%。2022年受新冠肺炎疫情及外贸环境影响，进口量有所下滑，但2023年迅速反弹，反映国内奶酪消费的强劲需求。进口来源地中，新西兰稳居首位，占比超50%，其次为澳大利亚、丹麦、法国、美国、荷兰等国。进口品种主要包括切达奶酪、马苏里拉奶酪、奶油奶酪等，按用途可分为餐饮用和零售用两大类^[20]。目前国内基本不生产原制奶酪，主要依赖进口。进口品种中，用于加工再制奶酪的切达奶酪及奶酪粉（碎）增速最快，其次为新鲜奶酪和再制奶酪^[21, 22]。近5年，我国奶酪表观消费量逐年攀升，2023年约67.5 万吨，较2019年增长41.0%，年均增幅8.2%；国内奶酪零售市场规模达153.23 亿元，较2019年增长112.6%；市场价格小幅增长，基本稳定在约40 000 元/吨。国内奶酪年产量增长缓慢，基本维持在37 万吨左右，生产主体以规模以上加工企业和民族特色奶酪食品加工为主，产品以再制奶酪和鲜奶酪为主，主要企业包括妙可蓝多、蒙牛、光明等^[19]。民族特色奶酪加工主要分布在内蒙古、新疆、西藏等地，代表性产品有奶豆腐、奶疙瘩、曲拉、乳扇、乳饼等^[23]。

2.2 宁夏奶酪产业发展现状

鼓励支持本土奶酪产业发展壮大，对于降低奶制品对外依存度，丰富国内乳制品消费品种，促进奶业振兴具有重要意义。宁夏作为中国重要的奶源基地，近年来在高端乳制品领域的发展逐步加速，市场规模不断扩大，但奶酪市场仍处于起步阶段，具有巨大的发展潜力，成为乳制品行业发展新引擎^[24]。2023年，全区22 家乳制品加工企业仍以生鲜乳初加工为主导，其液态奶、酸奶产品占比高达90.4%，乳饮料、全脂乳粉占6.7%，而婴幼儿配方奶粉、奶油、蛋白粉等精深加工产品仅占2.9%（表1），精深加工比例低，产品结构单一，附加值不

高^[25, 26]。目前，宁夏仅有1家奶酪加工企业，产品主要面向工业原料市场（如厚乳、奶酪基料），而面向终端消费者的直接食用型产品（如夸克干酪、奶油干酪）因口味接受度较低，消费市场疲软。虽然儿童奶酪市场潜力被关注，但宁夏本土品牌尚未在该领域形成显著竞争力，市场仍由妙可蓝多等全国性品牌主导，宁夏缺乏具有全国影响力的奶酪消费品牌。

表 1 2023 年宁夏主要乳制品产量

Table 1 Main Dairy Product Output in Ningxia in 2023

产品类别	产量（万吨）
生鲜乳	430.60
乳制品	251.42
其中：液态奶	223.90
酸奶、乳饮料	13.4
奶油	3.56
配方奶粉	0.12
大包奶粉	7.90
蛋白粉	0.27
稀奶油、酪蛋白酸盐等	2.27

2.3 国际奶酪产业发展概况

历经数千年发展与演变，奶酪已成为全球饮食文化的重要组成部分。在欧洲，尤其是法国、瑞士、意大利等国，奶酪被赋予深厚的文化内涵与鲜明的地域特色^[27]。近年来，全球奶酪市场规模增长较快。美国农业部数据显示，全球奶酪产量从2013年的1 800 万吨增至2017年的2 000 万吨，增幅7.2%。根据联合国粮食及农业组织和美国农业部数据，美国是全球最大的奶酪生产国，2015年产量占全球总产量的28%。在消费方面，欧洲国家人均奶酪消费量远高于其他国家，这与其悠久的奶酪饮食文化和对品质的追求密切相关^[28]。澳大利亚、巴西等国亦是重要的奶酪消费市场。不同地区拥有独特的奶酪品种与工艺：北部农牧区水草丰美，以高乳脂的牛奶奶酪闻名；内陆牧草稀少山区生产风味浓郁的山羊奶奶酪。在法国，奶酪发酵技术成熟，工坊式生产普及度高。除大型品牌（如总统、艾米、

瑞士慕、卡蒙贝尔、利瓦若）外，家庭作坊也能生产各具特色的奶酪。同时，工业化量产奶酪作为西餐、烘焙、糕点的重要配料，满足多元需求，市场空间广阔。

3 宁夏奶酪产业发展的制约因素与前景

3.1 宁夏奶酪产业发展面临的主要问题

尽管国内奶酪消费量呈增长趋势，但受年龄、收入水平、海外经历、地域文化等因素影响，当前消费仍集中于高端人群和少数民族聚居区^[29, 30]。零售市场主要面向儿童群体，产品多为再制干酪，面向其他年龄段成人的奶酪产品相对匮乏，市场尚未充分发育。整体而言，奶酪消费量仅占乳制品消费总量的1.4%，与日韩（日本人均约2.3 kg、韩国2.9 kg）及欧美国家（如美国17 kg、澳大利亚11 kg、加拿大11 kg）相比差距显著，市场存在巨大的发展空间与潜力。聚焦宁夏，区内22家乳品企业虽发展迅速、品类较多，但普遍规模较小，产品结构单一，消费集中于酸奶和纯奶。区内仅有一家奶酪生产企业，年产量约50吨，品种单一、口味接受度低，市场表现疲软。宁夏乳制品行业亟待开发适应不同消费群体的功能性产品，促进市场均衡发展。

3.2 宁夏发展奶酪产业的 SWOT 分析

3.2.1 优势

（1）奶源质量卓越。宁夏地处“黄金奶源带”，生鲜乳平均乳脂率3.9%、乳蛋白率3.3%、体细胞数低于20 万个/mL，抽检合格率连续14年保持100%。吴忠牛乳“乳铁蛋白”和“ ω -6/ ω -3脂肪酸比值”等关键指标优于全国其他产区，具备生产高端奶酪的优质原料基础。

（2）产业集聚度高。已形成以银川市、吴忠市为核心，石嘴山市、中卫市为两翼的奶业产业带，奶牛存栏量和生鲜乳产量分别占全区的97.6%和98.5%，有利于推广奶酪生产并形成集群效应。

（3）成本转换优势明显。在生鲜乳阶段性过剩、价格低迷时期（低于综合生产成本3.7元/kg，据调研2023年牧场亏损面超60%），将过剩生鲜乳用

于生产奶酪（按国内均价4 万元/吨计算，每千克盈利约0.3 元），具有相对成本优势，奶农接受度较高。

3.2.2 劣势

（1）原料成本高。与国际主要产区相比，宁夏生鲜乳生产成本较高，加之运输成本等因素，使得本地奶酪在与进口产品竞争时缺乏成本优势。

（2）市场基础薄弱。宁夏本土品牌缺位，现有产品口味接受度低，市场开拓难度大。与国际市场丰富的产品种类相比，满足多元化需求的能力不足。

（3）技术设备与经验缺乏。区内具备奶酪生产经验的企业极少，缺乏龙头引领和技术示范。生产设备（如杀菌、分离、均质、过滤、发酵系统）投入需求大，在消费前景不明朗情况下，企业投资意愿不足。创新研发能力薄弱，难以满足市场变化需求。

（4）标准体系不完善。宁夏地方特色奶酪相关法规与标准尚未系统建立，对生产规范化和品质保障构成挑战。

（5）市场培育周期长。改变消费者习惯、建立品牌认知、拓展销售渠道需要较长时间和持续投入。

3.2.3 机会

（1）国家政策红利持续释放，为产业发展提供顶层支撑。近年来，国家层面密集出台了一系列支持干乳制品发展的政策文件，2018年《国务院办公厅关于推进奶业振兴保障乳制品质量安全的意见》明确提出，要优化乳制品产品结构，支持奶酪、乳清粉、黄油等干乳制品的生产发展。2022年农业农村部印发的《“十四五”奶业竞争力提升行动方案》进一步强调，要提高国产奶酪产出率，研发适合中国消费者口味的奶酪产品。这些政策为宁夏发展奶酪产业提供了明确的方向指引和潜在的项目资金支持。

（2）国内市场需求潜力巨大，消费升级趋势明显。从市场规模看，我国奶酪表观消费量已从2019年的约25 万吨增至2023年的35 万吨，年均增幅

8.2%，零售市场规模达153.23 亿元，较2019年增长112.6%。然而，当前我国人年均奶酪消费量仅为0.25 kg，与日本、韩国相比差距显著，更远低于欧美国家，市场增长空间广阔。从消费结构看，儿童奶酪市场已初具规模，餐饮渠道（披萨、汉堡、烘焙）对马苏里拉、切达等奶酪的需求持续增长，成人消费市场尚待开发，呈现出多层次、多元化的增长潜力。

（3）进口替代空间巨大，国产奶酪迎来发展机遇。2023年我国奶酪进口量达17.82 万吨，占消费总量的50%以上，进口均价约5.4 万元/吨。新西兰、澳大利亚、欧盟等传统出口国虽具有成本优势，但运输周期长、新鲜度受限，为国产品牌提供了差异化竞争空间。若能充分发挥本土奶源新鲜、可定制化生产的优势，国产奶酪有望在中高端市场实现进口替代。

（4）国际技术可获取性增强，降低了产业进入门槛。奶酪生产技术在国际上已相当成熟，杀菌、分离、发酵、熟化等关键设备均可引进，生产工艺可通过技术合作、引进专家等方式获得。国内妙可蓝多等企业已积累了一定的市场推广经验，其发展路径可供借鉴，降低了宁夏发展奶酪产业的技术风险和市场不确定性。

3.2.4 威胁

（1）国际竞争压力显著，成本劣势突出。国际主要奶酪生产国的原料成本优势明显。数据显示，2023年末新西兰奶价折合人民币约2.5 元/kg，远低于宁夏同期生鲜乳收购价（3.0~3.5 元/kg）。加之新西兰、澳大利亚等国与中国签订自贸协定，进口关税逐步降低，进一步削弱了国产奶酪的价格竞争力。同时，进口品牌（如总统、安佳、卡夫）已在中国市场深耕多年，建立了完善的渠道网络和较强的品牌认知，新进入者面临较高的市场壁垒。

（2）国内市场竞争格局初定，头部企业优势明显。目前国内奶酪市场已形成以妙可蓝多、蒙牛、光明等为代表的头部企业主导的竞争格局。这些企业在儿童奶酪、再制奶酪领域占据主要市场份额，

通过大规模广告投放、渠道下沉构筑了品牌护城河。价格战可能挤压新进入者的利润空间，而消费者对现有品牌的认知惯性也增加了市场开拓难度。

(3) 消费习惯培育周期长，口味接受度存在不确定性。尽管奶酪消费呈增长趋势，但当前消费仍集中于儿童群体和部分高收入人群，产品以再制奶酪为主。与欧美国家悠久的奶酪饮食文化不同，中国消费者对原制奶酪的接受度有限，尤其是宁夏本地企业生产的奶酪产品因口味单一而市场表现疲软。从儿童奶酪向成人餐桌奶酪、烹饪奶酪的消费升级需要长期的市场教育，短期内难以形成规模化需求。

(4) 贸易政策与替代品构成潜在风险。中国与新西兰、澳大利亚等国自贸协定的深化可能进一步扩大进口奶酪的关税优势。同时，国际市场上植物基奶酪等替代品快速发展，可能分流部分消费需求。此外，奶酪生产过程中的副产品（如乳清）目前仍依赖进口，国际贸易摩擦可能影响产业链配套。

3.3 基于SWOT分析的产业发展战略建议

综合内外部因素分析，宁夏奶酪产业发展应实施“差异化切入、借力发展、本土化创新、稳健培育”的复合战略。

3.3.1 发挥奶源优势，实施高端差异化战略（SO战略）

充分利用宁夏地处“黄金奶源带”的生态优势和吴忠牛乳“乳铁蛋白高”“ ω -6/ ω -3脂肪酸比值优”的特色指标，开发高端功能性奶酪产品。可重点研发儿童营养强化奶酪、中老年高钙奶酪、运动恢复蛋白奶酪等细分产品，以“优质奶源、纯净工艺”为核心卖点，打造“宁夏黄金奶源带奶酪”区域公用品牌，抢占中高端市场。同时，积极对接国家奶酪产业扶持政策，争取专项资金建设奶酪加工示范基地。

3.3.2 借力外部资源，实施技术引进与代工结合战略（WO战略）

针对技术设备缺乏、经验不足的劣势，可采取

“引进来”与“借船出海”相结合的策略。一方面，引进国际先进奶酪生产线，与法国、意大利等奶酪强国开展技术合作，聘请外籍专家指导生产工艺；另一方面，与妙可蓝多等头部企业开展代工合作，为其生产原制奶酪基料，在学习先进管理经验和市场运作模式的同时，积累生产能力。同时，联合科研院所尽快制定宁夏特色奶酪地方标准，抢占行业话语权。

3.3.3 立足本土市场，实施特色化与错位竞争战略（ST战略）

针对国际品牌的成本优势和国内头部企业的市场优势，应避开儿童奶酪等红海市场，主攻餐饮奶酪（披萨、烘焙渠道）和工业原料奶酪领域。同时，积极开发适合中国人口味的奶酪产品，如降低盐度、脂肪含量，添加枸杞、红枣等宁夏特色食材，研制“中式奶酪”，降低消费接受门槛。在成本控制方面，可利用生鲜乳阶段性过剩时期低价收奶生产，平抑原料成本波动。

3.3.4 夯实产业基础，实施梯度培育与市场教育战略（WT战略）

在产业培育初期，应聚焦扶持现有奶酪企业扩产提质，通过设备补贴、贷款贴息降低企业投资风险。在产品策略上，可采取梯度发展路径：先发展技术门槛较低的新鲜奶酪、夸克干酪，逐步向半硬质、硬质成熟奶酪延伸。在市场培育方面，积极开展奶酪进校园、进社区科普活动，与餐饮企业合作开发宁夏特色奶酪菜品，逐步培育消费习惯。同时，争取地方政府采购、学生奶计划等政策倾斜，为本土产品创造初期市场空间。

4 推动宁夏奶酪产业发展的对策建议

4.1 丰富产品体系，打造特色优势

4.1.1 深化技术引进与合作

重点加强与法国、澳大利亚、新西兰等奶酪传统生产国中小微企业的技术合作，引进特色奶酪发酵与加工技术及专家资源。探索建立“一牧场一特色”的差异化发展模式。

4.1.2 强化产学研协同创新

深化与科研院所、高校等机构合作，研发适合大规模量产且符合国人口味偏好（尤其成人市场）的普适性奶酪产品。

4.1.3 鼓励小微特色工坊发展

支持以家庭牧场为单位的小型奶酪工坊、工作室等新业态。在现有牧场中选择3~4个试点，开展不同类型牧场特色奶酪加工生产，并同步构建线上营销渠道，生产具有明确市场定位的特色奶酪。

4.2 创新营销模式，拓展市场空间

4.2.1 借力数字化营销平台

充分利用新媒体（如抖音、淘宝、京东）强大的引流获客能力。加强政府与平台合作，争取流量扶持政策，扩大全国范围内目标人群覆盖。精准细分奶酪消费人群（如儿童、烘焙爱好者、西餐消费者、健康人群），实施精准营销。

4.2.2 支持线上营销主体

制定专项扶持政策，鼓励企业和个人开展奶酪制品线上营销，重点支持优质短视频内容创作、广告推广等关键环节，提升产品曝光度和转化率。

4.2.3 培育专业运营团队

着力培养本土新媒体运营人才，支持专业化奶酪产品线上营销团队建设。积极与国内成功线上运营团队合作，集中资源打造具有辨识度的宁夏奶酪区域公用品牌或企业品牌，最终形成线上营销的规模效应。

4.3 建立健全标准体系，规范产业发展

4.3.1 构建全产业链标准

制定涵盖菌种选育、生产工艺流程、品质指标、质量安全控制等环节的全产业链标准体系，实现“一品一标一规范”。

4.3.2 制定工厂化生产标准

建立适用于区内中小型奶牛场的奶酪工厂化生产标准，引导中小加工企业实现食品工业用奶酪的标准化、规模化生产。

4.3.3 完善特色奶酪标准

针对不同牧场和工坊的特色奶酪生产，制定涵

盖奶源选择、特色发酵工艺、储藏保鲜技术、卫生安全控制及风味特征要求等的操作规范和技术标准，降低技术门槛，使中小奶企和牧场易于掌握特色生产技术，实现“易生产、有特色、利营销”。

4.4 优化政策环境，激发产业活力

4.4.1 完善准入管理制度

在遵循国家《乳制品生产许可审查细则》基础上，研究制定符合宁夏地方特色奶酪生产实际的准入政策。政策应聚焦生产场所要求、原料奶标准、特定工艺规范、储存条件、卫生安全及营销模式等核心要素，形成既科学严谨又适度宽松、能保障安全并激励产业发展的准入规则。

4.4.2 制定专项营销支持政策

出台鼓励奶酪制品线上及线下营销的具体政策措施，调动乳品企业和奶农参与奶酪生产加工的积极性，发挥政策的引导与杠杆作用，推动形成涵盖规模加工、品牌营销的奶酪产业链条。

参考文献

[1] 王丽新, 李静.中国原奶产业现状调查: 供大于求致价格走低企业增收不增利[J].中国食品工业, 2023 (14): 6-7.

[2] 张琳琳.中国乳业外资并购的反垄断法律规制研究[J].中国乳业, 2025 (6): 135-139.

[3] 中国奶业统计年鉴编辑委员会.中国奶业统计年鉴[R].北京: 中国农业出版社, 2023.

[4] 宝音图.奶业经济的产业链协同发展与创新机制探索[J].中国集体经济, 2025 (18): 29-32.

[5] 农业农村部畜牧兽医局监测信息处, 全国畜牧总站统计信息处.2023年1月全国畜产品和饲料价格情况[J].中国畜牧业, 2023 (5): 23-25.

[6] 沈美.中国奶业的挑战与机遇: 振兴策略研究[J].林业科技情报, 2025, 57 (2): 257-259.

[7] 农业农村部畜牧兽医局监测信息处, 全国畜牧总站统计信息处.2023年12月全国畜产品和饲料价格情况[J].中国畜牧业, 2024 (3): 21-23.

[8] 农业农村部畜牧兽医局监测信息处, 全国畜牧总站统计信息处.2024年5月全国畜产品和饲料价格情况[J].中国畜牧业, 2024 (13): 17-19.

[9] 付云双, 万鹏, 温国艳, 等.浅析我国奶酪行业的发展现状和标准体系[J].中国奶牛, 2022 (6): 48-51.

[10] 李胜利, 陈绍祜, 夏建民, 等.新形势下奶牛养殖转型升级研究报告[J].中国奶牛, 2025 (10): 1-11.

- [11] 何晶, 易华山, 黄祖国.中国奶产业现状及高质量发展对策研究[J/OL].中国奶牛, 1-7[2026-02-27].<https://link.cnki.net/urlid/11.3009.S.20250729.1408.002>.
- [12] 周俊清, 林亲录, 邓靖.奶酪的营养价值[J].中国食物与营养, 2005 (2): 52-54.
- [13] Ferreira M S, Pereira M B, Oliveira M J, et al.Enhancing cream cheese nutritional value and shelf life with the incorporation of free and microencapsulated onion peel extract[J].Waste and Biomass Valorization, 2025, 17 (1): 1-16.
- [14] Thippayajan S, Oupathumpanont O, Parnsakhorn S .Improving the nutritional value of natural cheese analog products using nam dok mai mango[J].Preventive Nutrition and Food Science, 2024, 29 (1): 63-69.
- [15] 武爱群.奶酪的营养价值及国内消费市场培育研究[J].食品安全导刊, 2018 (21): 166-167.
- [16] 苏木.渠道和产品创新或成我国奶酪市场竞争关键[J].农经, 2021 (5): 64-68.
- [17] 谭洪卓, 任永林, 方忠祥, 等.澳大利亚农业2022—2024年发展现状与未来趋势[J].粮油食品科技, 2025, 33 (1): 1-13, 17-18.
- [18] 栾立.行业突围瞄准干乳制品奶酪产业发展亟需转型[N].中国食品安全报, 2024-07-25 (B01) .
- [19] 仇俊杰, 李孝忠.中国奶酪产业发展现状与对策研究[J].乳品与人类, 2022 (6): 4-13.
- [20] 吕驰.中国奶酪市场分析研究[J].中国乳业, 2021 (5): 2-5.
- [21] 李竞前, 张书义, 闫奎友, 等.我国奶酪产业发展现状及对策研究[J].中国乳业, 2021 (2): 14-16.
- [22] 张春香, 张祉勤, 陈正军.后疫情时代乳制品结构的转变[J].中国乳业, 2021 (12): 18-23.
- [23] 郭红霞, 冯策.浅谈中国乳业市场规模前景与创新增量[J].乳制品与人类, 2020 (5): 21-26.
- [24] 杨祯妮, 程广燕.在消费升级下城镇居民家庭奶酪消费分析——基于全国6市奶类消费调查数据[J].中国乳业, 2021 (12): 24-29.
- [25] 杨小兰, 王琳瑛, 徐达.宁夏规模奶牛养殖场发展现状、问题及对策研究——以宁夏A乳业公司为例[J].中国乳业, 2022 (12): 11-15.
- [24] 傅成斌, 邓伟华, 侯晓洋.宁夏奶业发展风险及应对策略[J].中国乳业, 2021 (7): 8-12.
- [27] 刘佳佳, 张庆萍.中国奶酪市场引力效应与伙伴国贸易前景——以中欧为例[J].对外经贸实务, 2024, 42 (3): 11-18.
- [28] 王淼, 姜康巍.我国新鲜奶酪研究进展综述[J].中国乳业, 2020 (11): 73-74.
- [29] 刘瑶, 乔海军, 贾志龙, 等.气相色谱-离子迁移谱结合化学计量学分析成熟时间对牦牛乳干酪挥发性风味物质的影响[J].食品与发酵工业, 2022, 48 (17): 265-272.
- [30] 祝文琪, 杨祯妮, 张超, 等.2023年牛奶市场形势分析与2024年展望[J].中国畜牧杂志, 2024, 60 (4): 358-360.