西藏昌都酸奶行业发展现状与前景

郭洋洋[1]，卓　嘎[2]，李志明[1*]

1 西藏昌都市畜牧总站，西藏昌都 854000
2 西藏昌都市农业技术推广总站，西藏昌都 854000

摘　要：昌都市是青藏高原的传统牧区，产奶牲畜存栏量大，居民饮食结构中奶制品占比较高，制作及食用酸奶制品的历史悠久。但近年来随着市场需求的增加和奶制品加工厂的短缺制约了行业的发展，无法满足现阶段本地居民对酸奶产品的消费需求。本文通过调查昌都市多家大型综合性商超与便利店所销售的酸奶产品，对昌都市酸奶行业的发展现状进行探讨，以期对昌都市酸奶行业的原材料质量、产品种类、品牌建设等方面提供参考。

关键词：昌都市；牦牛；酸奶；养殖；品牌化

文章编号：1671–4393（2025）09–0058–05　　DOI:10.12377/1671–4393.25.09.08

中国乳业线上阅读

0 引言

昌都市位于西藏东部，独特的地理位置和高原气候孕育了大量抗逆性优良的牲畜品种如牦牛、犏牛等，同时也深刻影响着当地居民的饮食习惯。奶制品是重要的蛋白质摄入来源，由于鲜奶的保质期较短，食用和制作酸奶成为当地居民必不可少的日常。伴随着经济社会发展和产业结构的调整，传统的家庭式手工作坊生产的老酸奶产品质量和规模化已无法满足消费市场的需要，本文对昌都市多家大型综合性商超、小型超市、便利店等所销售的酸奶产品进行实地走访，结果显示市售奶制品中并无昌都本地企业生产的酸奶产品。相较于外地加工运输的奶企而言，本地奶企在原材料采购、交通运输和市场接受度等方面存在天然优势，因此虽然当下本地酸奶行业市场占有率较低，但特色化、品牌化产品发展前景仍然可观。

1 昌都市酸奶行业基本情况

1.1 品牌效应

昌都市商超销售的酸奶产品呈现明显的知名品牌效应，以蒙牛、伊利、新希望、雪顿等品牌为主，西藏自治区内的企业所生产的酸奶产品仅占极小部分，且大部分商超未销售西藏本地品牌的酸奶

作者简介：郭洋洋（1996–），女，吉林洮北人，蒙古族，本科，助理畜牧师，研究方向为动物饲养与管理、畜产品加工与检测；
卓　嘎（1996–），女，西藏江孜人，藏族，本科，助理农艺师，研究方向为农产品种植与加工技术指导、农产品改良与推广。
*通信作者：李志明（1997–），男，内蒙古突泉人，本科，助理兽医师，研究方向为动物疫病防控与监测。

产品。销售知名品牌与购买知名品牌产品已成为商户与消费者的共同认知。而昌都市类乌齐县的多个农牧专业合作社所生产的酸奶产品仅在类乌齐县内销售，市区内无销售点，仅在商品展销会期间居民才能购买到本地品牌的酸奶产品，宣传力度较小，导致本地品牌的知名度较差。

1.2 产品类型

走访调查范围内所销售的酸奶产品中，膜封杯装低温凝固型酸奶、纸盒装常温搅拌型酸奶占比较大，但其他产品类型同样极其丰富。口味多以原味酸奶为主，各种风味酸奶种类也比较丰富。例如菊乐生产的塑料袋装低温搅拌型水果风味酸奶、雪顿生产的塑料盒装低温凝固型牦牛酸奶等，地方特色品牌中的青海小西牛的青稞黑米青海老酸奶、青海阿咪仙巴牦牛酸奶等在便利店中也占据部分份额。现阶段昌都市市场上所销售的酸奶产品类型已趋近饱和，发展存在较大困难，只能在产品包装、产品口味、产品配料等方面研发创新型产品。

1.3 产地分析

低温酸奶因其运输与保存条件限制，市面上的低温酸奶产品产地多环绕在昌都市周围，以甘肃省兰州市、四川省成都市、云南省大理白族自治州为主。由于大部分低温酸奶保质期仅有21 天，这些产地到达昌都市路程仅需17～27 h，既能保证酸奶产品质量，同时也使商户拥有更多展示和销售产品的时间，但较远的运输距离导致产品污染损坏概率增加。在昌都市范围内建立酸奶企业，可极大缩短产品运输时间，更可以保障全市消费者买到生产日期新鲜、口味更佳、包装完整无损坏的酸奶产品。

2 限制本地酸奶行业发展的因素

2.1 奶源供应方面因素

昌都市产奶牲畜多以散养为主，由于不注重补饲与驱虫，导致经常出现“夏肥、秋壮、冬瘦、春死”等问题[1]，且规模化养殖场与养殖合作社较少，无法保证奶源的持续供给。牦牛泌乳期短，每日平均产奶量仅为普通奶牛的1/10，且散养户日常多以酥油等奶制品为食，牲畜产奶多以自食为主，在饲喂幼畜后剩余售奶量较少，导致奶源的收购数量较少。昌都市总面积10.983 万km^2，地域辽阔，山路崎岖，各个乡镇与村居之间距离较远，不能及时收集鲜奶，且养殖户多以人工挤奶的方式获取牛奶，收集与存放鲜奶容器复杂多样，无法有效保证奶源的质量。村兽医与养殖户普遍文化水平不高，在牲畜感染疾病后，会优先使用抗生素治疗，无法保证奶源安全。

2.2 生产加工方面因素

昌都市内缺少龙头企业带动行业发展，仅存在部分生产乳制品的农民专业合作社，且生产规模相对较小，仅有1～2 条完整生产线，生产能力有限。在与知名品牌竞争过程中，无法通过大范围铺货来抢占市场份额。相较于知名品牌拥有完整的冷链运输体系，本地企业运输体系尚不完善，导致销售范围较窄，部分企业仅局限于所在县域内，无法开拓其他县区的市场。昌都市市售酸奶品种丰富，几乎涵盖全部酸奶产品品类，但昌都本地企业相关专业的技术人员与研发人员欠缺，导致产品创新能力不足，生产的酸奶产品与其他品牌同质化严重，无法与知名品牌竞争。

2.3 品牌创建与推广方面因素

与知名品牌多年的品牌建设与推广相比，本地品牌创建较晚、在宣传上取得效果较差、市区消费者与游客对本地酸奶品牌的了解较少。本地品牌的宣传方式还是以传统方法为主（如运输车辆上张贴产品广告、展销会上海报与摊位宣传产品等），产品辨识度不高，宣传范围较窄、宣传效果较差。不注重互联网宣传方式，在多个电商平台搜索“昌都酸奶”，显示结果均为无相关产品。现阶段生产的酸奶产品仍是以原味或老酸奶为主，产品包装

中国乳业线上阅读

与其他品牌类似，产品差异化不明显。主要推广牦牛酸奶产品的企业较少，未全力挖掘本地优秀种畜资源潜力，在品牌建设与推广方面与知名品牌差距较大。

3 发展建议

3.1 发展规模化养殖

鼓励企业建立正规化的规模养殖场，或采取“企业+散养户”模式，规范化管理产奶牲畜。改良优秀的牲畜品种、提升个体质量、科学合理饲喂、增加牲畜营养，提高鲜奶产量。保证鲜奶来源稳定、持续供给。政府相关部门要对养殖场和散养户进行长期监督与技术指导，养殖场和散养户养殖区域要符合环保要求，卫生检查合格。同时制定合理的疫苗免疫、牲畜驱虫、疾病治疗流程与方案，及时治疗或淘汰病畜。尽量减少使用广谱抗生素治疗，对于使用抗生素治疗的产奶牲畜所生产的鲜奶要进行无害化处理。制定严格的收奶标准与流程，拒绝收购蛋白质含量异常、受环境污染、腐败变质的鲜奶，从源头上保证生产企业奶源可靠。

3.2 引进先进技术

3.2.1 培养行业优秀人才

依托援藏省市的帮助，派昌都市优秀企业家、市场监督管理部门、农牧服务部门人员前往内地现代化养殖基地、优秀生产企业及研究酸奶的相关高校与研究院所参观学习，培养一批养殖、生产、检测方面的人才队伍，提升酸奶行业从养殖、生产、销售到监督的全流程水平，促进昌都市酸奶行业高质量发展。

3.2.2 加大政府扶持力度

政府可以通过制定有利于本地酸奶行业发展的扶持和优惠政策措施，在财政补贴、税收优惠、金融支持上对本地企业进行帮助，降低企业研发和经营成本，激发企业生产与研发产品热情。帮助企业引进国内先进生产设备与生产技术，扩大生产规模，降低生产成本，提高生产效率与产品合格率[2]。帮助企业与昌都市的运输企业联合，大力发展昌都市冷链运输体系，扩大产品销售范围，提高产品覆盖率。

3.2.3 建设标准化检测实验室

在养殖场、农牧服务部门建设人员标准、设备完善、试剂齐全、流程规范、环境达标的高标准乳品检测实验室，既可以快速检测乳品常规指标，也可以规范使用国家标准方法开展检测工作，定期开展实验室能力比对，全面提升检测效率与准确率。鉴于昌都市山高谷深的交通条件，还应配备专门的乳品快速检测车或者便携式检测仪器设备，及时出具检测鉴定报告，方便散养户出售鲜奶，同时也保证流入市场的产品完全符合国家规定，全力以赴在产品质量上赶超知名品牌产品。

3.3 加大产品研发力度

3.3.1 深度开发牦牛酸奶

牦牛作为高原地区特有的畜种，其乳汁营养价值远高于普通牛奶，不仅富含蛋白质、多种氨基酸、维生素、不饱和脂肪酸等天然营养，还含有普通牛奶少有的共轭亚油酸，且更易消化、有更低的致敏性。牦牛酸奶更是一种理想的保健饮料，其含有丰富的游离脂肪酸、氨基酸、有机酸等小分子物质，还富含B族维生素和多种矿物质。其含有的益生乳酸菌不仅能助消化、增食欲，还对轻微腹泻的慢性病人有治疗作用，同时还能降低胆固醇浓度、预防动脉硬化、增强人体免疫力[3~5]。但牦牛酸奶生产企业较少，较知名的有甘肃雪顿、四川雅克、青藏祁莲等品牌，部分品牌产品仅以牦牛奶为主要原材料，添加部分普通牛奶。昌都市的牦牛酸奶产品多以餐馆内手工制作为主，产品质量与口味不稳定。本地生产企业可将牦牛酸奶作为主要产品，抢占小众产品市场，发展高端牦牛酸奶市场，挖掘牦牛酸奶的发展潜力。

3.3.2 挖掘本地畜种资源

昌都市拥有类乌齐牦牛、江达牦牛等优秀畜

中国乳业线上阅读

种，类乌齐牦牛更是全国农产品地理标志。但现阶段对其的产品研发多是以肉制品为主，类乌齐牦牛奶（尤其是类乌齐牦牛酸奶产品）有广阔研发与市场前景。研发类乌齐牦牛酸奶产品应与有研究牦牛奶相关经验的科研院所合作，研究类乌齐牦牛肠道或牛奶中特有的菌种、牧区牧民制作酸奶时保留的原始菌种，研制独特风味的类乌齐牦牛酸奶产品，以牦牛酸奶作为主推的商品，类乌齐牦牛酸奶作为高端产品与其他牦牛酸奶区分销售，冲击高端市场。

3.3.3 搭配本地特色农产品

昌都市农产品种类丰富，如察雅县的苹果、梨，八宿县的桃，洛隆县的青稞等。企业可以与各县合作，研发多种口味与类型的酸奶产品。将水果高温灭菌后加入酸奶中，制作成与蒙牛大果粒类似的水果酸奶，或将水果制作成冻干、果脯、脱水水果干等产品，附与酸奶外包装，消费者可依据个人口味适量添加到酸奶中，增加酸奶口感、丰富酸奶口味、同时补充多种维生素与纤维素。现代年轻人多以酸奶作为代餐食品，在酸奶产品中附带熟制的颗粒青稞或研磨后的粉状青稞，在丰富酸奶口感的同时，也摄入碳水化合物，满足年轻人的能量摄入需求[6]。可以依托市内自产农产品价格低廉、风味特殊的优势，制作如玉米风味酸奶、青稞风味酸奶、芫根风味酸奶等，使得产品更加多元化，提高市场竞争力。

3.4 特色品牌创建与营销

3.4.1 突出包装特点

昌都市企业酸奶产品外包装依然以经典蓝白配色、塑料桶装为主，与市面上其他酸奶产品区分不大，在竞争严峻的市场中无法吸引消费者目光。在保证酸奶质量与口味的同时，研制具有地方特色的产品外包装。如以邦达草原为背景的绿色包装，配上牦牛图案，突出牦牛酸奶产品特点；以边坝县三色湖为背景的多彩包装，将3 种不同风味的酸奶分区装入包装内；以贡觉县碉楼为外形，设计独特塑料盒外包装。从独特且富有本地特色的外包装方面着手进行创新设计，区分本地品牌与其他品牌，以独特的外包装来增加产品辨识度，从而提高消费者购买欲望。

3.4.2 拓宽销售渠道

发展初期仍可以将线下销售作为主要方式，但不能局限于超市与便利店。依托G317线、G318线、G214线等进藏公路沿线的景区、网红打卡点、酒店、“洒咧”营地、特色餐饮店推销酸奶产品，既可以使自驾进藏的游客品尝昌都本地特色酸奶，又可以提高品牌知名度。当游客将酸奶产品作为本地特产带至内地后，更可以将产品推广至其他省份，提升品牌深度和广度。

3.5 加强质量监督管理

3.5.1 产品质量监督

产品质量是企业发展的“生命线”，要从多方面着手保证本地产品的质量，维护好昌都市本地酸奶品牌的良好形象。相关政府部门严格监督，在产品出厂时按比例抽检，保证流入市场的产品均为合格产品。同时定期对流入市场的产品开展质量检查，对保存条件不达标、超过保质期的产品立即下架，严格处罚商家，保证消费者购买到合格的产品[7]。

3.5.2 市场监督管理

政府要加大市场监督力度，建立地方酸奶产品标准，促进酸奶行业的监管和规范[8]。严查“三无”酸奶产品，对于商贩售卖养殖户自制酸奶产品，要教育劝导，引导其将鲜奶售卖给企业，扩充鲜奶来源。查处生产区域卫生条件不合格的小作坊或合作社并停产整顿，全力维护昌都市酸奶品牌质量过硬的品牌形象。对于冒充本地品牌进行销售的产品应当立即没收商品并对生产企业进行严格处罚，杜绝假冒伪劣产品对本地酸奶品牌形象的损害。

4 结语

昌都市优质的牲畜资源为本地的酸奶行业发展

中国乳业线上阅读

提供天然条件，但如今面临的奶源不稳定、生产规模较小、市场趋近饱和等诸多问题，导致本地企业发展陷入困境。本地企业要在养殖管理、人才培养、产品研发、质量监督、品牌营销等方面投入更多的资金与精力，研发本地特色品牌与产品，以昌都市场为基础，逐步向周边省市扩展，同时带动昌都市畜牧业发展，提高养殖户收入，为乡村振兴注入新活力。

参考文献

[1] 孙鹏飞.牦牛乳开发利用现状及产业化发展建议[J].中国畜牧业，2021（15）：48.

[2] 戴腾辉，谈元鹏.基于随机权网络模型的中国生产性服务业发展预测研究及政策建议[J].经济问题探索，2016（1）：94–100.

[3] 李双娇，代安娜，王慧，等.牦牛酸奶营养价值与健康功能的研究进展[J].中国奶牛，2021（6）：47–50.

[4] 雷有玲，俞树.青海特色牦牛酸乳加工工艺的研究[J].黑龙江畜牧兽医，2013（22）：67–68.

[5] 杨超，丁学智，龙瑞军.青藏高原地区牦牛鲜奶和酸奶营养价值及微生物组成[J].动物营养学报，2018，30（4）：1262–1270.

[6] 周雨，文华英.青藏高原地区牦牛酸奶的研究现状[J].中国乳品工业，2019，47（10）：34–36.

[7] 吴琳，孔慧芳，李晓姣，等.我国奶业发展现状及思考[J].农业技术与装备，2021（3）：128–129.

[8] 王金辉，加永曲措，林青.昌都市城镇居民乳制品消费现状及发展策略[J].新农民，2024（1）：30–32.

Discussion on the Current Development Status and Prospects of the Yogurt Industry in Changdu City of Xizang

GUO Yangyang[1]，ZHUO Ga[2]，LI Zhiming[1*]

[1]Xizang Changdu Animal Husbandry Station，Changdu Xizang 854000

[2]Xizang Changdu Station of Agricultural Technology Extension，Changdu Xizang 854000

Abstract：Changdu City，a traditional pastoral region on the Qinghai-Tibet Plateau，has a large population of dairy livestock，and dairy products feature prominently in the local diet. The region also boasts a long history of producing and consuming yogurt. However，the industry's development is constrained by a mismatch between growing market demand and a shortage of modern dairy processing facilities，leading to an unmet local consumer demand for yogurt products. This study investigated the current state of the yogurt industry in Changdu by analyzing products available in various large supermarkets and convenience stores.The findings aimed to provide insights for improving raw material quality，diversifying product varieties，and strengthening brand building within the local yogurt sector.

Keywords：Changdu City；Yak；Yogurt；rearing；branding

中国乳业线上阅读