

中国乳业的起源与历史

中华民族饲养奶畜、食用乳和制作乳制品的历史悠久。据考古材料证实，在我国各地的新石器时代遗址中，都发现了大量的牛、羊、猪、狗的骨骼。据商朝(公元前 16 世纪—11 世纪)的甲骨文考证，当时已普遍开始圈养牛、羊、猪等家畜。有了牲畜的饲养，就有了乳的利用。

战国末年的儒家经典《礼记》的《礼运》篇中详细描述了制作奶酪的过程：“以炮以蟠以炙为醴酪”。公元前 170 年，西汉文帝时，已有乳汁酿制奶酒的记载。北魏贾思勰的《齐民要术》中已录有符合现代微生物学原理的奶酪、酸奶生产方法。在《魏书》、《汉武内传》等古籍中有“常饮中乳，色如处子”的记载，说明古人对牛奶营养价值的认识。

在唐朝以前，牛奶被人们认为是一种珍稀、高贵、圣洁的食品，主要用于祭祀、供奉佛家弟子、药用以及进贡皇家。从唐朝开始，乳制品成为较普遍的贵族食品。宋朝(960-1279 年)官府中为了加强乳品制造的管理，设立了乳制品的加工部门——“牛羊司乳酪院”。1123 年时丰州城(今呼和浩特)内就有一条街叫“酪巷”，是专门制作和经营奶食品的街道。在《马可·波罗游记》中，有元朝时期军中以干制奶品充作军粮的记载，书中说成吉思汗的铁骑之所以能进军神速，有赖于乳制品这样的轻便、高营养的军粮。

明朝时期对乳类的认识有了新的飞跃，乳制品已开始进入寻常百姓家。李时珍在《本草纲目》中对各种乳的特点与医药效果有详细阐述，如“牛乳，甘、微寒，补虚羸，止渴，养心肺，解热毒，润皮肤，治气痢、润大肠，除疸黄”。

我国少数民族利用黄牛、牦牛挤奶食用的历史，可追溯到 5000 多年前。历史上，各少数民族在乳制品的开发上做出很多贡献，如蒙古族的奶茶、奶豆腐、奶酪，藏族的酥油茶、奶疙瘩，维吾尔族的酸奶，白族的乳扇等，都很有特色。可见，乳制品是各民族智慧和劳动的结晶，堪称中华饮食文化的瑰宝。

世界乳业的发展现状和前景

2003 年世界乳品市场概况

- ◆全球乳品市场零售额健康成长
- ◆发展中国家乳品市场迅速增长
- ◆中国仍是潜力最大的市场，尤其是超高温灭菌乳市场
- ◆消费者对功能性产品的需求是带动乳品零售额增长的主要因素
- ◆含益生原的饮用型酸奶是另一飞速发展的产品品类
- ◆消费者对乳品方便性需求的不断提高也是推动乳品发展的动力之一
- ◆消费者对食品安全及生产方面的考虑，成为有机乳品发展的一大契机

世界乳业发展的经验及启示

社会化生产服务体系健全

- ◆在西欧，奶农在自愿的基础上组成各种形式的合作社，按合作社的章程实行统一经营、统一核算、利润分成

- ◆在日本，通过农业协同组织对奶农进行产前、产中、产后的服务

奶业一体化发展程度高

- ◆在各种农牧业生产和加工运销产业中，乳业的一体化程度最高

◆产业链的整合与协调，减少或消除了产加销各方利益冲突，可以提高整个乳业的效率和效益，增强市场竞争力

政府采取各种形式的优惠政策

- ◆政府投资，提供低息或无息贷款
- ◆对生产者实行价格补贴、价格保护
- ◆国家参与市场调控，乳品过剩时，政府收购储备或免费提供中 / J、学生营养餐

- ◆促进对外贸易

世界乳业长期发展趋势

发展中国家：

- ◆产量增加
- ◆液体乳品的消费量增加
- ◆价格提高

发达国家：

- ◆给奶农的收购价降低
- ◆零售业发展壮大，出现更多液体乳品自有品牌
- ◆乳品出现更多新品类
- ◆户外消费——乳品减少
- ◆奶牛单产提高，奶牛数量减少
- ◆消费者将开始饮用新鲜奶

中国乳业的发展前景

中国已进入全面建设小康，加快社会主义现代化建设的新的历史阶段。经济的繁荣、改革的深化、开放的扩大、科技的振兴以及人民生活水平的提高，为我国乳业的发展开辟了广阔的前景，使中国乳业进入了高速成长期。世界乳业看东方，中国乳业当自强！

——乳类消费总量将继续增加。我国拥有世界上最具成长性的乳类消费市场，提高我国目前人均乳类占有量的潜力很大。有资料显示，乳和乳制品正在逐渐成为我国城市人民每天的生活必需品，已经成为当前新的消费热点；在未来10年内，乳类市场消费由奶粉转向以液态奶为主，我国经济良好的发展势头、人民生活水平的提高和保健意识的增强、国家学生饮用奶计划的实施，将迅速拉动液体奶消费市场。

——乳业成为新的投资热点。乳业的迅速发展和它的可观的效益，吸引着投资者的广泛兴趣。越来越多的有远见的企业家和农民，看好乳业的市场前景和投资回报率，纷纷斥资创办奶牛饲养、乳制品加工、饮料生产和草产业。农民饲养奶牛成为当前农村养殖业的首选项目，这正是畜牧业发展战略调整的重点内容。

——乳业资源配置正在趋向合理。由于市场对乳制品的需求旺盛，原料奶的收购价总体趋势不断走高。奶源基地规模化的步伐进一步加快，“企业+农产”、“企业+基地+农产”的组合方式和“分散饲养，集中挤奶”的经验得到广泛推广。国内乳品产业结构逐渐完善、成熟，一批龙头企业脱颖而出，众多中小企业迅速崛起。以光明、三鹿、伊利、三元、蒙牛等品牌为代表的一批优秀乳品企业，以资金、技术、管理、区位优势，以跨地区联营、参股、控股、上市的方式，奠定了企业集团的雄厚的实力。这些民族品牌产品，在质量、品种、包装、价格、服务方面比“洋货”毫不逊色。他们以产业报国的思想带动农民、服务农民，实现了经济效益和社会效益的双丰收，推动了中国乳业的整体发展，催生了中国乳业成长的黄金时代。

新中国乳业的发展历程

1949年新中国成立时，全国只有奶牛12万头，奶山羊17万只，分别年产奶20万吨和1.7万吨，年人均牛奶占有量不足0.5千克。

解放初期，一些城市将接管过来的奶牛场改建为国有奶牛场，一批机关自给性奶牛场改建为国有农场，奶牛数量迅速增加。到1957年，全国良种及改良种奶牛发展到15.98万头，乳晶产量达到600多吨。

1958年秋，乳品产量达19688吨。同年，轻工业部颁发了第一部乳制品部颁标准。

1959年末，全国奶牛总数达到19万头，牛奶产量27万吨，并生产干奶制品1.9万吨。到1966年“文化大革命”前夕，北京、天津、上海、沈阳、哈尔滨等市的国有农场供应奶量占全市上市量的80%以上。

党的十一届三中全会为我国奶业发展开创了新的局面。1978年到1992年的14年间，全国奶牛从48万头增加到314万头，牛奶产量从88.3万吨增加到503.1万吨，年递增率分别为14.4%和13.2%。全年人均消费液体奶的数量从6.5千克提高到9.5千克。1978年共生产奶制品4.7万吨，1991年增加到37.7万吨。

1995年以后出现新的增长高峰。1995年奶牛头数达417.2万头，牛奶总产量576.4万吨。1996年全国有奶牛447万头，大的基地如黑龙江存栏97.3万头、内蒙古80.4万头、山西11.4万头、河北48.3万头、甘肃22.9万头、新疆78.3万头、吉林10.2万头，奶牛拥有量占全国的比重分别为21.8%、18%、2.5%、10.8%、5.1%、17.5%、2.3%。

80年代初我国开始以进口脱盐乳清粉配制成功婴儿配方奶粉，填补了我国婴儿配方奶粉的空白。1995年6月经国家民政部批准成立了中国乳制品工业协会。1996年协会代表中国乳品企业界正式加入国际乳联，成为第38个会员国。

近代中国乳业的艰难跋涉

中华民族饲养奶畜、食用乳和乳制品的历史虽然已很久远，但作为商品生产的乳业也不过一百多年的历史。

1840年鸦片战争后，帝国主义列强入侵我国，开始在沿海城市输入奶牛并开办小型乳晶加工厂。1845年在上海租界内开始养育奶牛；1900年法国侨民在上海开设克弟牛奶棚(牧场)；1920年龙皋在上海开办自由农场并从美国进口低温巴错杀菌设备生产瓶装消毒奶。1917年俄国十月革命后，逃亡到我国哈尔滨的俄国人带来奶牛并开办了瓶装鲜奶加工人作坊。1924年浙江瑞安县两位牧师开设了中国人独自创办的第一家字康炼乳厂。1931年，杭州建成西湖炼乳厂股份有限公司。40年代上海康尔素乳品厂用滚筒法生产奶粉，同一时期外商和洋行开始彩用喷雾法生产奶粉，这在我国是第一座机械化乳品厂。据海关统计，仅1946-1948年间旧中国就从23个国家进口奶粉、炼乳、奶油1.26万吨，耗外汇740多万美元。国内仅有的百好炼乳厂、西湖炼乳公司在外国资本和日本帝国主义战火的破坏以及进口乳品的打击下，到1949年解放前夕都被迫停产。

草原乳文化

“蒙古”这一名称较早记载于《引日唐书》和《契丹国志》，其意为“永恒之火”。蒙古族又称“马背民族”，畜牧业是蒙古族人民长期赖以生存发展的主要经济形态。

蒙古族的饮食主要分白食和红食两大类，红食指肉类，白食主要指奶食品。奶食品主要以牛、羊、马、驼的奶为原料。在牧区，以牛奶为上品，产用量较大，羊奶次之。

在长期的游牧生活中，蒙古族创造了一套制作和保存奶食品的方法。鲜牛奶经酵、蒸、煮、晒等工序后，可以制成奶油、白油、卓克、奶皮、奶酪、奶粉、奶干、奶酒等几十种奶食品。因使用的原料不同、发酵的程度不同、食用的要求不同、制作方法不同，这些食品的口味不同、硬度不同、颜色不同、食用方法也不同。

将鲜奶倒入洗净的容器，夏季放在阴凉处，冬季放在暖炕上，过一段时间便发酵凝结，形成凝结乳。其味酸甜爽口，可泡炒米、米饭而食。

凝结乳分上下两层，上层呈淡黄色，奶香扑鼻，蒙古语称“朱和”，汉语称“嚼口”，拌炒米、米饭极香，还可提炼奶油；下层呈白色块状，蛋白质丰富，称“疙疸奶子”，可直接食用，也可制奶豆腐。

将“朱和”倒入白布袋，挂在阴凉处将水控干，倒入锅内，慢火加热，并用勺子缓缓搅动，清亮的油便浮在上层，蒙古语叫“希日套苏”，即黄油、奶油。乘下的油渣称“初曲圭”，油香适口，具有祛火、消痰之功效。

奶豆腐，就是乳酪，蒙古语称“胡如塔”。其制法是将提取“朱和”剩下的凝结乳倒入锅内煮沸，再加入少量酸奶，像卤水点豆腐一样析出乳水，用箬篱把奶块捞出，放在白布巾中包好，再用木板挤压，直到把水挤尽，再用模子成型，半天后取出晾干，即是奶豆腐。它是牧民一年四季不可缺少的奶食品。

蒙古族人酷爱喝茶，也形成了极具蒙古族特色的茶文化。其他地区的人“一日三餐”是不可少的，但蒙古族往往是“一日三次茶”，却只习惯于“一日一顿饭”。每日清晨起来，主妇们先煮上一锅咸奶茶，供全家整天喝。熬奶茶的时候，先把水和砖茶放入专用锅中熬成紫红色，然后将鲜奶放入茶水中熬开，再加适量的盐，就可制成奶茶。奶茶营养丰富，具有提神、开胃等作用。平时请客，一般说“请到我家喝茶”而不说“请到我家吃饭”，客人来了先喝茶，然后才进餐。

蒙古族人喜欢喝热茶，早上一边和奶茶，一边吃炒米。早茶后，将剩余的奶茶放在微火上暖着，以便随取随用。通常一家人只在晚上放牧回家后才正式用一餐，如果晚餐吃的是牛羊肉，那么，睡觉前全家还会喝一次茶。至于中、老年男子，喝茶的次数就更多了。所以，蒙古族人平均茶年消费量高达 8 公斤左右，多在 15 公斤以上。

蒙古族人民如此重饮(茶)轻吃(食)，却又身强力壮，这固然与牧区气候、劳动条件有关，但还由于咸奶茶营养丰富、成分完全，加之蒙古族人喝茶时常吃些炒米、油炸果之类充饥的缘故。

奶酒，蒙古语称“阿日里”，其特点是澄澈醇香，沁人心脾，酒性柔软，口感酸甜。初饮时觉得酒力不大，可是酒劲很足。一顿能喝一瓶啤酒的人，喝奶酒一公斤便会醉倒。奶酒有驱寒、活血、补肾、健胃、养脾、强骨等功效。蒙古族人常把奶酒当药品饮用，能治疗胃病、腰腿痛、肺结核等疾病。

草原上的牧民常用奶酒招待尊贵的客人，把奶食品和羊乌查(?)一摆，边吃边喝边谈，兴致所至，拉起马头琴，唱起长调民歌，着实是件雅事、乐事。