

探究马产业高质量发展的途径 ——以内蒙古锡林郭勒为例

萨仁图亚

锡林郭勒职业学院, 中国·内蒙古 锡林浩特市 026000

【摘要】内蒙古锡林郭勒盟有悠久的马文化历史,如今马产业与传统马文化有衔接的需求日益增长。本文立足于锡林郭勒盟马产业的基本情况,分析和探究马产业发展的新途径。

【关键词】马产业;发展;马文化

1 马产业发展现状

1.1 马养殖规模及发展情况

锡林郭勒盟草原上现有的马品种,主要以蒙古马和锡林郭勒马为主,还有改良马。改良马主要是蒙古马与引进马品种杂交改良的。速度、耐力、体格各方面更适合当今市场经济需求的一种品种。近几年从国外引进的马品种主要有顿河马、纯血马和阿哈一捷金马等。根据2022年牧业年度统计数据,全盟马匹存栏数量26万匹,占全区马匹数量的30%,主要集中分布于北部旗市。其中:西乌珠穆沁旗5.4万匹、东乌珠穆沁旗5.2万匹、苏尼特左旗3.1万匹、锡林浩特市2.3万匹、阿巴嘎旗2.2万匹。

蒙古马作为世界著名马种,2000年被列入国家级畜禽品种资源保护名录,主要分布于锡林郭勒盟西乌珠穆沁旗、东乌珠穆沁旗、苏尼特左旗、苏尼特右旗和阿巴嘎旗,存栏13.5万余匹;蒙古马更适合锡林郭勒草原干旱气候情况。另外一种主要品种为锡林郭勒马。锡林郭勒马是蒙古马与卡巴金马杂交育种的培育品种,于1987年正式命名为“锡林郭勒马”,主要分布于锡林浩特市巴音锡勒牧场,存栏500余匹;锡林郭勒马速度、耐力突出,适合速度赛马产业的新品种。阿哈一捷金马主要分布于太仆寺旗,存栏520匹;顿河马127匹、纯血马41匹,分别分布于锡林浩特市和二连浩特市;其他马12.38万匹。总体上来看,近几年锡盟马匹数量逐年增加。

1.2 马品种保种与育种情况

1. 保种方面:近年来,锡林郭勒盟以保护、发展利用蒙古马资源为重要切入点,推动现代马产业发展。2018年以来,锡林郭勒盟在蒙古马主要分布旗县实施蒙古马保护和保种场建设工程,积极开展蒙古马品种资源普查、鉴定、登记工作,分别在东乌珠穆沁旗、西乌珠穆沁旗、阿巴嘎旗等蒙古马主产区实施保护补贴政策,对蒙古马饲养规模较大的养殖专业户、核心群,每匹母马连续5年每年补贴

1000元,补贴母马共3040匹。

保护蒙古马资源建设,推动保种场建设工程,同时抓好蒙古马家系保护工作,是更好保护和发展的蒙古马资源的重要措施。于是锡林郭勒盟在东乌珠穆沁旗建立蒙古马保种场的同时,在东乌珠穆沁旗和西乌珠穆沁旗开展乌珠穆沁马家系保护工作,初步建立起以保种场为主、保护区为辅的蒙古马遗传资源保种体系。目前,以养马家庭牧场为载体培育国家级蒙古马保护区和自治区级保种场。

2. 育种方面:锡林浩特市白音锡勒良种马培育基地、草原马场(竞技型锡林郭勒马新品系培育基地)、蒙古马保护基地(东乌旗、西乌旗、阿旗等地)和太仆寺旗皇家御马苑是我盟主要马匹育种基地。推进马品种改良作业,全面优化和升级地方马生产性能水平。现已初步形成“种畜场+种公马调剂(马人工授精站)+马匹养殖户”的马良种繁育生产体系。目前改良马匹存栏数额达到2.3万匹,年均增长10.5%。初步接近于现代化马产业生产体系的要求。改良马匹最典型案例载体,是以锡林郭勒马为母本,是以英国纯血马为父本,进行杂交导血培育的锡林郭勒马的新种群—速度型锡林郭勒马(太阳花马)。目前主要分布在锡林浩特市巴音锡勒牧场内蒙古草原纯血马培育有限公司,饲养规模为500匹。为了提高现代马产业国际化发展水平,在锡林浩特、二连浩特等地区建设进口马纯种繁育场,进口卡巴金马、顿河马、英纯血马等品种。

1.3 马产品开发利用情况

1. 马奶加工:近年来,依托自治区现代马产业项目,推进马奶加工建设工作,积极开发马奶产品,提高附加值,带动马产业发展。目前,全盟挤奶马匹约1.6万匹,年产鲜马奶0.5万余吨,常年生产马奶产品大型企业3家,季节性马奶加工户262家,其中小作坊31家。3家大型马奶产品生产企业日处理鲜马奶能力11吨,3家企业与周边牧区养马散户签订送鲜马奶协议,辐射带动牧区养马散户马奶市场。

内蒙古伊渐格生物科技公司在酸马奶中筛选出益生菌,加工生产醍醐酸乳粉、醍醐酸乳片等产品,创造了马奶产

品的升级版，定位中高端市场，产品销往北京、天津、上海等地，打造出品牌销售模式。

充分利用酸马奶的医疗疗效，将临床医学与酸马奶市场相结合的方法，进一步扩大了酸马奶的市场定位。盟蒙医学院研究酸马奶中的营养成分，通过研究认定出酸马奶中含各种菌群、PH值的控制，在临床中获取准确科学的数据，应用酸马奶对高血压、高血脂和慢性萎缩性胃炎患者进行临床治疗，获得良好的效果。每年接诊患者1.5万余人次。

2. 孕马血清：苏尼特左旗乌蓝善都千马科技有限责任公司是全盟唯一一家常年生产孕马血清、孕马尿的企业，现有320匹母马，可以采孕马血清的母马占80%—90%，平均每匹马一个采血季可以采集50公斤左右的血浆，产值1.2万元左右。主要生产方式是完成血液提取、分离和冷冻保存后以原料形式提供给生物制剂公司。立足于锡盟马产业优势，通过产业链延伸将牧区养马与生物原辅材料生产深度融合，最大化挖掘和发挥“马匹价值”，致力于马匹养殖与健康医疗应用转化的高新技术企业。

3. 马匹销售方面：养马资源较丰富的旗县，依托本地区畜牧业资源优势，鼓励养马的合作社、家庭牧场建立大型的活畜交易市场，为周边的牧户提供畜禽出栏平台服务。东乌珠穆沁旗额吉淖尔镇哈日阿图嘎查“额吉音高毕”活畜交易市场从2016年建立以来，线上线下相结合的模式，将外地的客商与当地牧民直接联络进行交易。2021年来该交易市场每周一、周三、周五集中交易牲畜，改变了以往的单季出栏方式，可以常年持续出栏，2023年截止到目前交易次数7200余次，大畜（主要以牛、马为主）26500头，小畜25000头。形成了东乌珠穆沁旗乃至全盟规模最大的交易市场。

1.4 马旅游项目建设情况

着力寻求马产业与旅游业融合发展渠道，是推动我盟马产业结构转型升级，着力打造“中国马都”品牌的关键环节。因此我盟近几年在马业资源与旅游业态较优势的地区开展马产业与旅游业融合发展的项目。这些项目主要分布在锡林浩特市、阿巴嘎旗、太仆寺旗、正蓝旗、多伦县等地区。现已形成马产业与旅游业融合发展的核心区域。具体来说有锡林浩特建成中国马都核心区文化生态旅游景区、“黄金草原巴音锡勒”马奶疗养基地、太仆寺旗建成太仆寺御马苑旅游区、国家马匹性能测定中心，西乌珠穆沁旗建成白马文化园。为了延伸产业链、弥补我盟马产业与旅游业融合的高端骑乘项目空白，投资1.37亿元资金，实施锡林浩特市“百里马道”项目、多伦县300公里最美风景大环线马术穿越项目，优化马产业与旅游业融合发展格局，为马产业可持续发展奠定了基础。

锡林浩特市中国马都核心区完成自治区级旅游休闲街区初审和实地验收，太仆寺旗御马苑建成具备国际赛事标准的专业赛马场2个。进一步优化马产业营商环境。

1.5 重点活动及赛事情况

以旅游、民族赛马、竞技赛马为龙头，持续打造品牌赛马赛事。培育打造西乌珠穆沁旗“白马文化节”、阿巴嘎旗“黑马文化节”、草原那达慕等多个知名马文化旅游节庆品牌，连续多年举办白马文化节、黑马文化节、中国草原皇家御马文化节、贡宝拉格草原马奶节等节事活动，成功举办10届中国马术大赛、8届中国马都大赛马、1届中华民族大赛马等拳头赛事，十年来累计吸引参赛和观赛游客超1200万人次，带动旅游综合收入超300亿元。借鉴香港、澳门等地区赛马活动经验，赛马团队、裁判团队及骑手队伍日益成熟，各项赛事规则日益完善，观赏性和娱乐性日益增强，在旅游高峰时期全盟每年用于旅游休闲骑乘和马术运动的马匹近千匹，从事旅游相关的马业就业人员近万人，间接带动就业5万人，就业人员年均增收2.4万元，每年带动就业增收超14亿元。“中国马都”的马赛事品牌越发响亮，正逐步成长为知名全国、出圈海外的锡林郭勒赛马名片。

1.6 马文化旅游业态情况

培育马主题俱乐部10家，开发骑乘、研学、摄影、马奶疗养、马术表演等以马文化为载体的旅游业多元项目，调整马旅活动内容，推出马文化+旅游研学项目。深入挖掘马文化衍生产品，依托“锡林郭勒印象”“锡林好礼”等锡盟特色文创品牌，设计生产马玩具、马工艺品、小马鞍摆件等文创产品。优化马旅游产品结构，为马产业与文旅融合发展提供新发展机遇。

养马牧户充分利用马头琴文化，生产制作马头琴，开拓马头琴产品市场。

1.7 马文化内涵挖掘情况

为了深层挖掘马文化潜力，提高“中国马都”知名度，创造了《蒙古马》《远望镜》等一系列马文化优秀作品。2020年7月，《蒙古马》实景剧被列为“2020年度内蒙古自治区重点文化产业项目”已经成为向国内外观众宣传、展示马文化魅力的一张靓丽的名片。

1.8 赛马业升级发展情况

为了带动养马牧户的生产经营效益，牧区养马牧户联合，带动牧户利用“赛马+信息化直播平台”，改变牧民销售马匹的渠道。成功举办2022年首届“百匹马赛马”活动，用“闪拍”平台宣传比赛活动，成功销售马匹，并与外地的商家订单销售，带动了牧民经济收入。

2 存在的问题与不足之处

2.1 经营方式粗放，养殖效益提升不够。

目前，全盟饲养马匹主要以自然放牧为主，虽然部分牧户用以机械挤马奶、机械搅拌“策格”（酸马奶），但这种机械化生产模式范围不广阔，只出现在个别养马牧户马奶生产中，多数养马牧户加工马奶生产环节基础设施建设落后、劳动力效率，经营方式粗放、产业化、组织化生产程度和饲养水平比较低。由于常年自然放牧为主，养马牧

户需要大批量租赁草场、随着自然灾害延续,来回走“奥特尔”,增加了养马牧户的生产成本,严重影响了养马经济效益。

马奶受季节影响,产量不足、市场化程度较低。马匹选育育种手段落后,现有马匹中乳用和竞技马匹数量比例较低,只占全盟马匹总数的1%左右,导致了马匹畜群结构不平衡、经济用途单一的局面。

2.2精深加工能力不够,产业链条短而不强

目前,盟内马产品基本以马奶、酸马奶等初端加工为主,层次低、链条短。对马身上的其他类型产品开发利用较少,对马肉、马脂、马鬃、马尾、孕马血清和孕马尿等生产利用率不高。只有部分地区(苏尼特左旗马杜拉图镇乌兰商都嘎查牧民)才开始利用孕马尿和孕马血清传送外地的生物制品企业,开发马身上潜在资源经济价值。

现有主要产品马奶市场上也存在不少问题。比如马匹产奶量不高,产奶旺季短,专业化从业人员紧缺,马奶供给不均衡等问题非常突出。无法深入大市场消费领域。马奶生产加工环节需要进一步完善。鲜马奶收集、运输、储藏技术有待突破。马产业其他科技产品的产业化比重低、产值小,资源优势和产业潜力未充分发掘。目前,盟内暂无开工的马肉加工企业,东乌珠穆沁旗蒙德源马肉屠宰加工厂建厂以来始终未能投入使用。全盟每年盟外主要销售活体销售马匹,销售规模为10万余匹左右。

2.3文化内涵挖掘不够,市场营销效果不理想

基于马文化创作的相关文艺作品较少,以马文化开发的文创商品种类有限,无爆款商品,没有形成规模,市场认可度低,且相关人才队伍短缺,直观反映出锡盟地区马文化氛围还不浓厚。对马主题节庆赛事策划不够细致入微,赛马比赛标准不完善,赛马还停留在比赛本身,旅游攻略、业态植入。利用赛马与互联网平台结合起来宣传当地特色品种,打开马业市场还有不少差距,活动造势、引流转化方面还有不少短板,如何将马主题赛事做大、做强、做出名气还需深入考虑。

2.4马都品牌不够亮,宣传策略需调整优化

“中国马都”作为锡林郭勒盟特色品牌,在全国范围内具有唯一性,是体现锡盟马文化、马产业的特别标识。但是新媒体时代,通过信息化平台宣传曝光量不高。大数据在“中国马都”品牌中的应用不高,虽然通过连续多年举办马主题赛事、文化节等活动,但核心品牌的“中国马都”出圈率不高,造成盟外不知情、区外不知名动态,宣传推广力度不够、方式传统、渠道不宽等不足之处。

3 促进马产业发展途径

3.1更新养马牧户经营管理理念

产业升级是经济持续发展的动力,高素质劳动力是产业升级的不可缺少的因素。定期开展养马牧户职

业技能培训,提高牧户饲养方式,提高经济效益。促进牧区合作经济形式,提高牧户劳动生产效率,提高土地使用效率,鼓励养马牧户互助合作,形成合作经济模式,为马产业可持续发展打好基础。引导养马牧户采取转包、出租等方式流转承包草场,解决承包草场细碎化问题、应对自然灾害对马产业发展的冲击。发展规模适度的养马家庭牧场,实质性解决养马中存在的草场资源不足问题。走向规模化、专业化、产业化发展路径,逐步实现“产加销”经营模式。抵御市场经济对马产业的风险。

3.2完善马产业链条,增强核心竞争能力

畜牧业产业化是人们议论的热点问题,因此推动马产业高质量发展,要提升马产业龙头企业的带头作用,加强马产业产品品牌创建,构建从牧场到餐桌、牧场到消费环节的完整产业链条。实施“互联网+现代马产业”规划。扩大电子商务、大数据、冷链物流等技术在马产业生产、流通、销售中的应用,提高全产业链智能化水平。缩短养马牧户生产周期、加快资金流转速度,增强牧区马产业经济实力。

3.3深层挖掘马文化潜力,改变马产品市场营销模式

目前牧区的酸马奶生产与销售缺乏体验性宣传不够全面。因此要打造体验型新业态,实现牧区马产业从生产向生态、养身、健康生活功能渗透。以马文化精髓影响消费者心理,以马文化、马背经济吸引市场消费群体,加快马产品的品牌销售力度。

3.4加快推进马都品牌建设,深度宣传马文化与马产业融合发展

强化职业教育科技创新驱动的引领作用,引导龙头企业、职业院校、科研机构、家庭牧场联合发展精深加工、精准畜牧业,扩大马产品类型,提高对马鬃、马尾、孕马血清和孕马尿等生产利用率,加快推进马产业品牌建设。

总而言之,深刻认识锡盟马产业发展现状,对发展中存在的问题进行深层剖析,了解和把握马产业发展前景,深入挖掘文化资源,推进马产业与马文化深度融合发展,是推进锡林郭勒盟现代化马产业发展的必由之路。

参考文献:

[1]黄育云.民族教育与民族经济社会发展关系研究[M]贵阳:贵州人民出版社,2005.

[2]包玉山.内蒙古草原畜牧业的历史与未来.[M]内蒙古教育出版社,2003.

作者简介:

萨仁图亚(1979.11—),女,蒙古族,籍贯内蒙古自治区锡林郭勒盟镶黄旗,学历:本科,职称:副教授,研究方向:畜牧业经济发展。