



Кыргызстан: сертификат есть, покупатель не знает

Киргизия · Натуральные продукты питания

ОБЗОР СЕКТОРА

Первое издание | June 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



Brandmine



ОБЗОР СЕКТОРА

Кыргызстан: сертификат есть, покупатель не знает

Кооператив из 2 500 фермеров в Джалал-Абаде держит полный стек сертификатов, которые требует немецкий ритейлер — EU Organic, Fairtrade, FSSC 22000, Naturland, — на грецкие орехи, которые мир по-прежнему покупает как безымянное центральноазиатское сырьё. Ни одна база данных специализированного питания не знает ни бренда, ни фермеров, ни доказательств.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	Экспорт мёда достиг 540 тонн в 2025 году — на 101 тонну больше, чем годом ранее • ведущий покупатель — Китай.
Уникальное преимущество	Три горных терруара — южные орехи, восточный мёд, приграничные абрикосы — сертифицированы для полок ЕС и Залива.
Главная проблема	Нет холодной цепи и нет видимости бренда: премиальный товар пересекает границу как анонимное сырьё.
Фактор времени	Строительство железной дороги Китай–Кыргызстан–Узбекистан началось в 2024 году • в 2025-м подписано финансирование на \$4,7 млрд.

“Мы экспортируем орехи на крупнейшие рынки мира.”

Бекназар Асанов, Сооснователь и директор, Sun Planet Organic

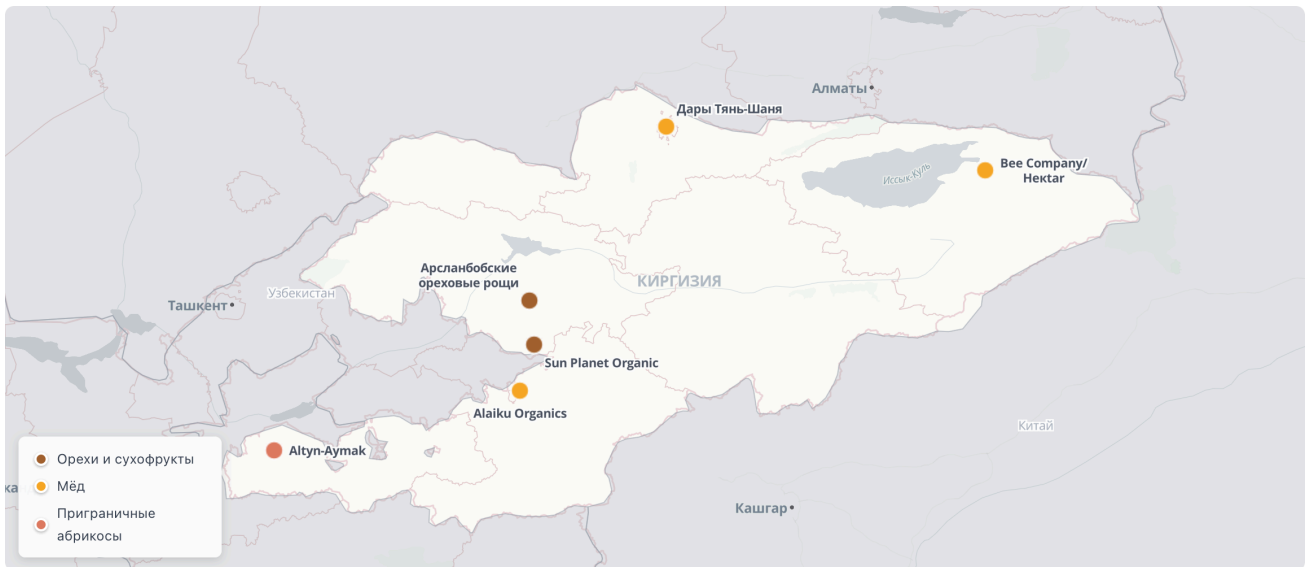
Economist.kg, 2022

РЫНКИ: Кыргызия

СЕКТОРЫ: Натуральные продукты питания

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Натуральные продукты Кыргызстана: три терруара, одна модель



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

Разбросаны по трём терруарам, а не собраны в кластер.

То, что выглядит одной отраслью, на деле три, и объединяют их лишь модель сертификации да общая приграничная проблема. Ореховый юг – Джалал-Абад и тысячелетние арсланбобские рощи – стал лабораторией специализированного экспорта, где впервые собрали полный европейский стек сертификатов и обкатали кооперативную модель; медовый пояс тянется вдоль северных и восточных хребтов от Бишкека через котловину Иссык-Куля до Каракола, где у старых семей высокогорные эспарцетовые луга дают тот самый белый мёд, что брал медали; а абрикосовый фронт – это Баткен, юго-западный выступ, врезающийся в спорную границу, где тяжелейший кризис отрасли пришёл артиллерией, а не падением рынка.

* * *

ПОРТРЕТ СЕКТОРА

Кооператив из 2 500 фермеров в Джалал-Абаде держит стек сертификатов, который большинство европейских импортёров еды считает обязательным условием: EU Organic, Fairtrade, FSSC 22000 и немецкий стандарт Naturland. Продукт, который они сертифицируют, – грецкие орехи. Те самые, что, собранные в тысячелетних рощах Арсланбоба в соседней долине, покидают страну как безымянное сырьё по ценам ближайшего товарного брокера.

Этот разрыв – между тем, что эти бренды доказали, и тем, что видит покупатель, готовый за доказательство платить, – и есть суть кыргызского рынка натуральных продуктов.

Сектор не лишён документации. Он задокументирован почти исключительно по-русски: в торговой прессе и реестре компаний, которые ни один западный аналитик не читает. Кластер сертифицированных, отмеченных наградами, прошедших испытания экспортёров отделён от институционального капитала, который они уже вправе привлекать, только одним языковым барьером.

Что осталось от советского распада

Пчеловодство пришло в предгорья Тянь-Шаня вместе с семьями переселенцев из России и Украины в конце девятнадцатого века. К советскому пику Кыргызская республика производила около 12 000 тонн мёда в год – третье место в Союзе после России и Украины. Затем аппарат, который закупал, сортировал и экспортировал этот мёд, растворился вместе с государством, которое его обеспечивало. На протяжении большей части 1990-х отрасль существовала лишь как воспоминание и набор простаивающих ульев.

Восстановила её не политика – основатели. Между 2010 и 2017 годами современный кыргызский сектор натуральных продуктов был собран почти исключительно усилиями частных предпринимателей: «Дары Тянь-Шаня» Эммы Савицкой и дом «Медовая Артель» в 2010-м, Sun Planet Organic Бекназара Асанова в 2016-м, Altyn-Аумак Курбанбека Обозова в 2017-м. Никто из них не унаследовал готовых каналов сбыта. Каждый строил их с нуля – в стране без выхода к морю, где из четырёх границ две склоны закрываются без предупреждения.

Терруар, впрочем, уцелел. Ореховый лес Арсланбоба – основной массив площадью около 11 000 гектаров с урожаем около 1 500 тонн в год – входит в число древнейших культивируемых ореховых угодий на земле: его собирают вручную, поколение за поколением. Высокогорные эспарцетовые луга вокруг Ат-Баши дают белый мёд, который кристаллизуется нежно и светло. Абрикосовые сады Баткена, на южной границе, производят плод настолько идентифицированный с регионом, что «Баткенская курага» внутри Центральной Азии работает как марочное обозначение – на манер винного апелласона. Исходный материал никогда не был проблемой. Проблемой было превратить его во что-то, чему доверяет иностранный покупатель.

Три терруара, раскиданные по углам

На карте кыргызские натуральные продукты – не кластер. Три отдельные зоны закреплены в разных углах небольшой горной страны, каждая делает свой продукт, и ничего общего, кроме модели сертификации и проблемы с границами.

Ореховый юг сосредоточен вокруг Джалал-Абада и рощ Арсланбоба, где Sun Planet Organic построил свой кооператив. Это экспериментальная лаборатория специализированного экспорта страны – место, где был впервые собран полный европейский сертификационный стек и доказана кооперативная модель, объединившая тысячи мелких хозяйств в единую проверяемую сырьевую базу.

Медовый пояс тянется вдоль северных и восточных хребтов – от Бишкека через Иссык-Кульский бассейн до Каракола. Здесь бренды старше и семьи глубже укоренились: «Дары Тянь-Шаня» в столице, Bee Company/Нектар под Караколом, пчеловоды Alaiku в сторону Оша. История мёда – о репутации и реформе: медали завоёваны, рынок едва не потерян, рынок восстановлен. Иссык-Кульский бассейн, окольцованный реками снеготаяния и высокогорными лугами, обеспечивает мёду его аргумент: высота и флора, которые равнинным пасакам не воспроизвести, и которые бренды научились называть на этикетке, а не оставлять подразумевающимися.

Приграничная зона сухофруктов — Баткен: юго-западный выступ, вдающийся в Таджикистан и Узбекистан вдоль границы, которая так и не проведена окончательно. Завод солнечной сушки Altyn-Аумак стоит в Кара-Баке — достаточно близко к спорной линии, чтобы жесточайший кризис в истории сектора обернулся не рыночным шоком, а артиллерийским огнём. До открытия завода региональные абрикосы в основном уходили через таджикских посредников, которые забирали и маржу, и авторство; завод позволил Баткену сохранить своё имя на своём плоде. Здесь география — не маркетинговая заметка. Это операционный риск и — всё в большей мере — сам бренд.

Что упускают базы данных

Для аналитика в Лондоне или Сингапуре Кыргызстан — в лучшем случае строчка в таблице экспорта золота или текстиля. Сертифицированный сектор натуральных продуктов — белое пятно на карте, и причины этого структурные, а не случайные.

Первый барьер — язык. Из восемнадцати первичных источников этой статьи семнадцать написаны по-русски: интервью в [Economist.kg](#) и [VB.kg](#), записи экспортных агентств, реестр юридических лиц [osoo.kg](#), где можно найти имя основателя и номер регистрации компании. Исследователь, работающий только с английским, до них почти не добирается. Бренды не прячутся — они просто стоят по ту сторону стены, которую большинство институциональных исследований не пересекает никогда.

Второй — отсутствие публичной отчётности того рода, который поглощают западные базы данных. Это частные компании и семейные предприятия. Их сертификаты реальны и проверяемы, но они всплывают в документах аудиторских органов и списках торговых ярмарок — не в потоках финансовых раскрытий, которые скрепят аналитики. Бренд может держать сертификат Naturland и базу поставщиков из тысячи фермеров — и при этом не оставить следа ни в одном источнике, который аналитик Euromonitor догадается проверить.

Третий барьер — категориальный. Сектор попадает в рубрику «центральноазиатское сельское хозяйство», которая подразумевает оптовое сырьё и неформальность, — хотя на верхнем конце это сертифицированные специализированные продукты питания, конкурирующие за те же немецкие и залИвские полки, что и производители с безупречной репутацией. Аналитик, никогда не открывавший папку, не проверяет ярлык, а ярлык неверен. Несовпадение между папкой и фактом — это и есть арбитраж. Аналитика, чтобы его закрыть, существует в полном объёме — интервью с основателями, реестровые записи, аудиторские сертификаты, списки экспортных агентств, — она просто никогда не была собрана на языке, который читают покупатели, и никем, у кого был бы повод её собирать.

Кто выстоял и какой ценой

В сентябре 2022 года кыргызско-таджикская граница в Баткене вспыхнула. Human Rights Watch зафиксировала около 51 убитого мирного жителя, более ста раненых и порядка 137 000 эвакуированных. Кара-Бак — посёлок, где стоит построенный при поддержке USAID завод солнечной сушки Altyn-Аумак Курбанбека Обозова, — оказался в зоне боёв. Для переработчика, чьё производство целиком находилось на спорном пограничье, логичным шагом было эвакуироваться или закрыться. Обозов оставил завод в Кара-Баке. Три года спустя, в 2025-м, Altyn-Аумак отгрузил 75 тонн сухофруктов в Соединённые Штаты — прорыв в премиальный экспорт, совершённый с производственной площадки, которая ещё недавно была зоной боёв. Решение остаться — это актив; экспортный манифест — доказательство.

Бекназар Асанов столкнулся с более медленным, тихим испытанием: безвестностью. Кыргызские орехи, проданные как биржевой товар, получают биржевую цену — и никакое качество само по себе этот разрыв не закрывает. Закрывает его сертификация: конкретное, дорогое, многолетнее испытание по удовлетворению требований аудиторов EU Organic, Fairtrade, FSSC 22000 и Naturland в базе

поставщиков из тысяч мелких хозяйств. Sun Planet Organic Асанова — кооперативная структура под его руководством — собрал полный стек и с ним — право напрямую обращаться к покупателям из ЕС и стран Залива. «Мы экспортируем орехи на крупнейшие рынки мира», — сказал он Economist.kg в 2022 году. Фраза ничем не примечательна, пока не вспомнишь: у страны нет ни одного морского порта, а у бренда не было ни одного образца для подражания.

Кризис медового сектора был коллективным. В 2015 году китайские инспекторы на пограничном переходе Торугарт обнаружили хлорамфеникол — запрещённый антибиотик — в кыргызском мёде и отвергли партии. Китай забирал около трети кыргызского медового экспорта; обнаружение грозило закрытием всего коридора. Выбор у сектора был: реформа или уход, — и через союз пчеловодов он выбрал реформу: режимы тестирования, прослеживаемость, медленное восстановление доверия покупателей. Спустя десятилетие доказательство — в цифрах: экспорт восстановился до 540 тонн в 2025 году с 439 тонн годом ранее, Китай снова ведущий рынок.

Вокруг этих выживших — бренды, создающие текстуру сектора. «Дары Тянь-Шаня» в Бишкеке превратили медали Апимондии 2013 года за белый мёд с Ат-Баши в каталог из 43 наград и присутствие в более чем тридцати странах. Вее Company/Нектар под Караколом — предприятие второго поколения Марата Галиева, выросшее из пасеки, которую поднял его отец, — использовало грант ПРООН, чтобы переориентироваться на кремовый мёд и выйти на пять экспортных рынков. Alaiku Organics в Оше работает с 200 контрактными пчеловодами. Ни одну из этих историй — решение удержать пограничный завод, многолетний сертификационный марафон, реформу отрасли после антибиотикового удара — не вычитаешь из отраслевой базы данных. Именно поэтому они — ров, защищающий позиции.

За пределами товарного ярлыка

Для внешнего наблюдателя центральноазиатская еда — это оптовое сырьё и однородность: регион, который экспортирует необработанное и импортирует бренды. Внутри Кыргызстана отношение к этим продуктам — противоположность безымянности. Ореховые рощи Арсланбоба — общее наследие, которое семьи собирают поколениями, мера право на деревья не документами, а временем. Мёд — не биржевой товар, а ремесло со своей соревновательной культурой: медалисты, споры о терруаре, о том, какой горный луг даёт лучший белый кристалл.

Именно поэтому здесь появились основатели, а не просто торговцы. Человек, выросший с пониманием ат-башинского мёда как предмета региональной гордости или баткенских абрикосов как апелласона, достойного защиты, строит бренд иначе, чем тот, кто перемещает взаимозаменяемые тонны. Это же объясняет повторяющийся в медовом поясе паттерн второго поколения: бизнес, который передают по наследству, а не продают, — где задача наследника не перевернуть актив, а модернизировать ремесло. Сертификационные стеки и медальные витрины — формальное выражение чего-то более давнего: убеждения, что эти продукты особенные, что они происходят откуда-то конкретного, и что это «откуда» стоит называть. Институциональные покупатели платят именно за эту конкретность. Кыргызские основатели живут ею уже столетие — поэтому документация, когда наконец появится, опишет нечто настоящее, а не произведёт его.

Часы, которые запустила железная дорога

Главным ограничением этого сектора на протяжении всей его современной истории была логистика. Страна без выхода к морю перемещает скоропортящиеся товары дорого и медленно. Бренд, неспособный гарантировать иностранному покупателю холодовую цепь, не может командовать премиальной ценой — как бы хороша ни была его сертификация. Европейские предпочтения помогают: Кыргызстан получил беспешлинный GSP+ доступ в 2016 году, первым среди центральноазиатских государств, открыв более 6 600 тарифных позиций. Но предпочтение без товарного потока — купон,

который не обналечить, и собственное предупреждение Министерства торговли, о котором сообщал 24.kg, состоит в том, что статус GSP+ может быть утрачен, если им не пользоваться.

Что меняет арифметику – железная дорога Китай–Кыргызстан–Узбекистан. Строительство началось в Джалал-Абаде в декабре 2024 года, а в декабре 2025-го в Бишкеке подписано соглашение о финансировании на \$4,7 млрд: обещание десятилетней давности превратилось в финансируемый проект с графиком строительства. Рабочий коридор обрушит стоимость перевозки кыргызских скоропортящихся товаров на восток – в Китай – и на запад – в Европу. Именно это бутылочное горлышко удерживало сертифицированную продукцию на уровне товарных цен.

Вот тайминг-аргумент – и он направлен в конкретную сторону. Железная дорога снизит стоимость фрахта для всех, сертифицированных и несертифицированных. После открытия кыргызское происхождение станет дешевле перевозить – а значит, более однородным товаром, – и преимущество переместится от брендов с лучшим терруаром к брендам с лучшей логистикой и самым узнаваемым именем. Момент созрел: именно сейчас, пока коридор ещё строится и стоимость безупречного позиционирования достаточно высока, чтобы поле оставалось тонким, премия за сертификацию максимальна.

Что получает ранний читатель и теряет поздний

Ценность здесь не в открытии того факта, что Кыргызстан выращивает хорошие орехи. Ценность – в разрыве между сектором, который уже сделал тяжёлую, негламурную работу – сертификации, реформы через союз, решения держать завод через пограничную войну, – и рынком, который пока этого не видит: потому что доказательства написаны не на том языке и лежат не в той папке.

Этот разрыв конечен. Кыргызских брендов натуральных продуктов с полным сертификационным стеком, задокументированной кризисной историей и установленными экспортными мощностями – четыре или пять: Sun Planet, Altyn-Aymak, «Дары Тянь-Шаня», Каракольские пасеки. Это не возобновляемый ресурс, и основатели, которые их строили, – те же люди, которые ими управляют. Покупатель, закрепляющий поставку и отношения с брендом прямо сейчас, делает это пока стоимость фрахта ещё удерживает конкурентов. Тот, кто дождётся открытия дороги, будет вести переговоры с теми же брендами – после того как коридор снизил барьер, обучил соперников маршруту и превратил тонкое поле сертифицированных первопроходцев в переполненное.

КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

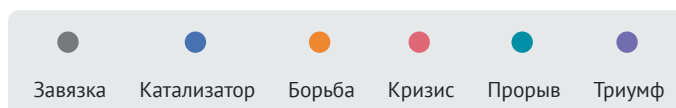
Сертификация несла сектор, пока коридор был обещанием. Кто выстроит холодовую цепь до открытия – тот возьмёт премию.

* * *

ХРОНОЛОГИЯ СЕКТОРА

Доказали качество до открытия коридора

От традиции пасечников-переселенцев 1898 года – через хлорамфениколовый кризис и пограничную войну – к финансированию коридора, который изменит экспортную математику.



ЗАВЯЗКА 1898

Пасечная традиция пускает корни

Семьи, переселившиеся из России и Украины, основывают пасеки в предгорьях Тянь-Шаня. Традиция станет фундаментом сектора, который переживёт все последующие потрясения.

ЗАВЯЗКА Советский период

Расцвет кыргызского пчеловодства

На пике республика производит около 12 000 тонн мёда в год – третье место в СССР после России и Украины. Этот показатель и сегодня остаётся ориентиром для отрасли.

ЗАВЯЗКА 2010

Волна основателей

«Дары Тянь-Шаня» и «Медовая Артель» открываются с разницей в несколько месяцев – в Бишкеке и северных предгорьях. Частные бренды приходят на место рухнувшей советской системы.

ПРОРЫВ 2013

Белый мёд берёт золото на Алимондии

Кыргызские пчеловоды завоёвывают пять медалей – три золотых, две серебряных – на конгрессе Алимондии в Киеве. Белый эспарцетовый мёд из Ат-Баши получает международную репутацию.

КРИЗИС 2015

Хлорамфеникол на Торугарте

Запрещённый антибиотик обнаруживают в кыргызском мёде на переходе Торугарт. Партии отвергнуты, и крупнейший рынок сбыта – около трети экспорта – оказывается под угрозой закрытия.

ПРОРЫВ 2016

Кыргызстан получает GSP+ доступ в ЕС

Кыргызстан становится первым центральноазиатским государством, получившим беспоплатный доступ GSP+ на рынок ЕС – свыше 6 600 тарифных позиций. Экспортная математика меняется для тех, кто может соответствовать стандартам ЕС.

ЗАВЯЗКА 2016

Запуск Sun Planet Organic

Кооперативная модель по орехам и сухофруктам Бекназара Асанова начинает работу в Джалал-Абаде. Компания соберёт самый плотный стек сертификатов в стране.

ЗАВЯЗКА 2017

Altyn-Aymak закрепляется в Баткене

Курбанбек Обозов основывает переработчика абрикосов в Кара-Баке, на таджикской границе, при поддержке USAID. Компания станет якорным предприятием баткенского кластера сухофруктов.

ПРОРЫВ 2018

Открытие завода солнечной сушки

Новый завод солнечной сушки при поддержке USAID открывается в июне – баткенские абрикосы теперь экспортируются напрямую, минуя таджикских посредников, забравших маржу.

КРИЗИС 2022

Баткенская пограничная война

Сентябрьский конфликт на кыргызско-таджикской границе унёс жизни около 51 мирного жителя и вынудил эвакуироваться порядка 137 000 человек (по данным Human Rights Watch). Кара-Бак – производственная площадка Altyn-Aymak – оказался в зоне боёв.

ПРОРЫВ 2024

Начало строительства железной дороги ККУ

Церемония закладки первого камня в Джалал-Абаде в декабре запускает строительство железной дороги Китай–Кыргызстан–Узбекистан – коридора, который обрушит стоимость перевозки скоропортящихся товаров на восток и запад.

ТРИУМФ 2025

Экспорт мёда восстанавливается до 540 тонн

Экспорт вырастает до 540 тонн с 439 тонн годом ранее: Китай снова ведущий покупатель наряду со странами Залива. Спустя десятилетие после антибиотикового удара реформированная отрасль вернула свой рынок.

ТРИУМФ 2025

Altyn-Aumak отправляет 75 тонн в США

Баткенский переработчик, выстоявший в войне на своём пороге, экспортирует 75 тонн сухофруктов в Соединённые Штаты – подтверждение премиальной позиции, выстроенной на приграничной территории.

ПРОРЫВ 2025

Подписано финансирование ККУ

В Бишкеке в декабре подписывается кредитное соглашение на \$4,7 млрд, обеспечивающее коридор. Обещание, висевшее над отраслью десятилетие, превращается в финансируемый проект с конкретными сроками.

Справочник для контактов

Показатель	Справка
Телефон	+996
Валюта	Киргизский сом (с / KGS) – плавающий курс; данные: nbkr.kg (Нацбанк)
Часовой пояс	UTC+6 (единый часовой пояс по стране)
Рабочая неделя	Пн–Пт
Столица	Бишкек
Интернет	.kg (национальный домен); .com часто у экспортных брендов
Мессенджеры	WhatsApp доминирует; Telegram – значимый второй канал; Instagram для розницы
Платёжные системы	QR-кошельки растут (Balance.kg, O!Деньги, MBANK); карты работают в городах; наличные доминируют на базарах (Дордой, Ош)
Банковское дело	Подключена к SWIFT; работают карты и переводы; интеграция в ЕАЭС облегчает расчёты в RUB/KZT; корреспондентская сеть через российские и казахстанские банки
Языки	Киргизский (государственный); русский (официальный, деловой язык общения)
Въезд	Безвизовый въезд для ЕС/Великобритании/США (60 дней) и ЕАЭС/СНГ; для прочих – электронная виза (evisa.e-gov.kg). Уточняйте актуальные правила.



Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 18 верифицированных источниках на 2 языках – первичных документах, интервью с основателями и отраслевой прессе. Каждая цифра и каждое утверждение подтверждены независимыми источниками.

Полная методология на brandmine.ai.

О BRANDMINE

Выдающиеся бренды, основанные предпринимателями. Проверенная устойчивость. Готовы сегодня.

Brandmine предоставляет структурированную аналитику по брендам основателей на развивающихся рынках – исследования на языке оригинала, структурированные для принятия инвестиционных решений, в формате специализированных отчётов.

Контакт: hello@brandmine.ai Аналитические отчёты Brandmine: brandmine.ai/intelligence/

ТАКЖЕ ДОСТУПНО ОТ BRANDMINE

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДА

Полная дуга трансформации, географическая аналитика и бизнес-обзор одного бренда. 15 страниц верифицированной аналитики.

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ ОСНОВАТЕЛЯ

Личная дуга основателя от истоков до прорыва. Верифицировано через исследования на родном языке и первичные источники.

КАРТА РЫНКА

Профили всех верифицированных брендов в секторе – географическое распределение, хронология рынка и обзоры основателей. 25–40 страниц.

СЕКТОРАЛЬНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ

Аналитика по всему сектору. Все бренды – на уровне обзора, плюс полные дуги трансформации шести брендов, каждый из которых представляет отдельный архетип кризиса. 90–120 страниц.

Набор в PT Serif и PT Sans. Вёрстка в Typst. Цвета оптимизированы для профессиональной печати.

Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.

Исследование на русском и английском языках.

Первое издание · June 2026

Выдающиеся бренды,
основанные
предпринимателями.
Проверенная устойчивость.
Готовы сегодня.

**Выдающиеся бренды, основанные
предпринимателями.
Проверено 250+ в развивающихся
рынках.**

Профили устойчивости бренда · Профили устойчивости
основателя
Карты рынка · Секторальные аналитические отчёты

Структурированные исследования потребительских брендов
развивающихся рынков, основанных предпринимателями.
Издания на английском, русском и китайском языках.

brandmine.ai/intelligence/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine. Все права защищены.

v1.0.0