



吉尔吉斯斯坦天然食品：认证在先，市场未见

吉尔吉斯斯坦·天然食品

行业聚焦

首版 | June 2026

中文版（亦提供英文和俄文版本）



Brandmine



行业聚焦

吉尔吉斯斯坦天然食品：认证在先，市场未见

贾拉拉巴德的 2500 户农民合作社，手握德国零售商视为入场券的全套认证——欧盟有机、公平贸易、FSSC 22000、Natruland——认证的产品是核桃。而这批核桃，在一河之隔的千年阿尔斯朗博布林间，仍以匿名中亚大宗商品的价格出境。没有一家特色食品数据库记录过这个品牌、这些农民，或这摞证书。

快速事实

| | |
|------|---|
| 市场规模 | 2025 年蜂蜜出口量达 540 吨，较前一年增加 101 吨•中国为最大买家 |
| 独特优势 | 三大山地风土——南部核桃、东部蜂蜜、边境杏干——均已获欧盟与海湾市场认证 |
| 最大挑战 | 冷链缺失、品牌知名度为零，优质产品仍以无名大宗商品价格过境 |
| 时机因素 | 中吉乌铁路 2024 年动工，2025 年签署 47 亿美元融资协议 |

“我们向全球最大的市场出口核桃。”

别克纳扎尔·阿萨诺夫，Sun Planet Organic 联合创始人兼总监

Economist.kg, 2022

市场： 吉尔吉斯斯坦

行业： 天然食品

地理背景

吉尔吉斯天然食品：三大风土，一种模式



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

散布于三大风土，而非聚于一处。

看似一个产业，实则是三个，彼此唯一的纽带只是认证模式与共同的边境难题。核桃之南——贾拉拉巴德一带与千年阿尔斯朗博林——是特色出口的试验场，全套欧洲认证体系与农民合作社模式都在此率先跑通；蜂蜜之带沿北部与东部山脉延展，自比什凯克经伊塞克湖盆地直至卡拉科尔，老牌家族的高海拔苜蓿草甸出产着那款屡获奖牌的白蜂蜜；杏干之疆则是巴特肯，那道楔入争议边界的西南突出部，这个行业最严酷的危机以炮火、而非市场冲击的形式在此降临。

* * *

行业纪事

贾拉拉巴德，一个 2500 户农民组成的合作社，手中握着欧洲食品进口商视为硬性门槛的全套认证：欧盟有机、公平贸易、FSSC 22000，以及德国 *Naturland* 标准。认证的对象是核桃——同样的核桃，在一河之隔的千年阿尔斯朗博布林间，以匿名中亚大宗商品的价格出境，由最近的商品经纪人开价。

这道裂缝——品牌已经证明的与愿意为证明付钱的买家所能看到的之间的裂缝——正是吉尔吉斯天然食品的全部故事。这个行业并非没有记录。它几乎全用俄语记录：行业媒体、企业注册库，没有一位西方分析师会打开这些来源。一批经过认证、荣获大奖、历经考验的出口商，只差一道语言壁垒，便与他们已有资格争取的机构资本断了联系。

苏联解体留下了什么

养蜂传统随十九世纪末来自俄罗斯和乌克兰的移居家庭扎根天山山麓。苏联鼎盛时期，吉尔吉斯共和国年产蜂蜜约 1.2 万吨，居全苏第三，仅次于俄罗斯与乌克兰本身。收购、分级、出口这批蜂蜜的体制，随着运转它的国家一起消失。整个 1990 年代的大部分时间，这个行业只剩记忆和一排排闲置的蜂箱。

重建它的不是政策，而是创业者。2010 年至 2017 年间，现代吉尔吉斯天然食品行业几乎全凭个人之力搭建：艾玛·萨维茨卡娅的 Dary Tien-Shan 与 Medovaya Artel 在 2010 年先后创立，别克纳扎尔·阿萨诺夫的 Sun Planet Organic 于 2016 年起步，库尔班别克·奥博佐夫的 Altyn-Aymak 于 2017 年落地。没有人继承现成的销售渠道。每一家都从零开始，在一个没有出海口、四条陆路边界中有两条随时可能无预警关闭的内陆国摸索前行。

风土却完好无损地留了下来。阿尔斯朗博布核桃林核心区约 1.1 万公顷，年产约 1500 吨，是地球上历史最悠久的人工栽培核桃林之一，世代由同一批家庭手工采摘。阿特巴什一带的高海拔苜蓿草甸产出的白蜂蜜，结晶色浅质细。南部边境巴特肯的杏园，产出一种与产地融为一体的果实——“巴特肯杏干”在中亚内部已是一个原产地标志，效力类似葡萄酒的产区命名。原材料从来不是问题。难的是将它变成外国买家能够信任的东西。

三大风土，散落四角

吉尔吉斯天然食品的地图，不是一个产业集群，而是三片各异的地带，钉在这个小小山国的四个角落——各做各的产品，彼此之间除了认证模式和边境困境，什么都不共享。

核桃产区在南，以贾拉拉巴德和阿尔斯朗博布林为中心，Sun Planet Organic 在这里建起了合作社。这里是全国特色出口的实验室——欧洲全套认证体系首次在此集齐，将数千户小农整合为单一可审计供应基地的合作社模式，也在此得到验证。

蜂蜜带沿北部和东部山脉延伸，从比什凯克经伊塞克湖盆地直至卡拉科尔。这里的品牌历史更长，家族根基更深：Dary Tien-Shan 守在首都，Bee Company/Nektar 在卡拉科尔附近，Alaiku 的合同蜂农遍布奥什周边。蜂蜜的故事是关于声誉与改革的：奖牌拿到了，市场几乎失去了，市场又重新赢回来了。伊塞克湖盆地四面环绕着雪融之河与高山草甸，赋予蜂蜜以立足之本——一种海拔与植被的组合，低地蜂场无从复制，而品牌也学会了把它写在标签上，而不是留作言下之意。

干果产区是巴特肯——西南角一块楔入塔吉克斯坦与乌兹别克斯坦的突出地带，边境线从未完全划定。Altyn-Aymak 的太阳能烘干厂坐落在卡拉巴克，距争议线之近，让这个行业最惨烈的危机不是以市场冲击的形式抵达，而是以炮击的形式抵达。烘干厂投产之前，当地杏干大多经由塔吉克中间商出境，利润和署名权一并拱手相让；有了烘干厂，巴特肯得以在自己的产品上留下自己的名字。这里的地理不是营销注脚，它是经营风险，也是品牌本身。

数据库里看不见的

对伦敦或新加坡的分析师来说，吉尔吉斯斯坦顶多是黄金或纺织品出口表里的一行数字。认证天然食品行业在那里不存在，而这种不存在是结构性的，不是偶然的。

第一道壁垒是语言。本文背后十八个主要信息来源中，十七个是俄语——Economist.kg 和 VB.kg 的专访、出口机构名录、可以查阅创始人姓名与企业注册信息的 osoo.kg 企业库。只用英语做研究的人，几乎无法触及这些内容。品牌不是在躲藏；它们只是站在绝大多数机构研究从未越过的那堵墙的另一侧。

第二道壁垒是公开披露的缺失。西方数据库摄取的是财务申报类文件，这些企业是私人公司和家族作坊。它们的认证是真实且可审计的，但只出现在认证机构档案和贸易展览名录里，不在分析师抓取的金融披露

流中。一个品牌可以持有 Naturland 认证、拥有千户农民的供应基地，却在 Euromonitor 分析师会想到查询的任何来源里留不下一丝痕迹。

第三道壁垒是分类。这个行业被归入“中亚农业”，一个意味着大宗原料与非正规性的标签——而事实上，其顶端是认证特色食品，正在争夺与任何人都会认真对待的生产商同台竞技的德国和海湾货架。从未打开这个文件夹的分析师，永远不会检验这个标签，而标签是错的。文件夹与事实之间的落差，就是套利空间。填补这个落差所需的信息完整存在——创始人专访、企业注册记录、审计证书、出口机构名录——只是从未有人以买家能读懂的语言，把它们汇集成册。

谁活下来了，代价几何

2022 年 9 月，巴特肯的吉塔边境燃起战火。人权观察记录了约 51 名平民死亡、逾百人受伤、约 13.7 万人撤离。库尔班别克·奥博佐夫 Altyn-Aymak 在卡拉巴克的 USAID 支持太阳能烘干厂，就在战区之内。对一家整个生产基地都坐落在争议边境上的加工商来说，合理的选择是搬迁或关闭。奥博佐夫让工厂留在卡拉巴克。三年后，2025 年，Altyn-Aymak 向美国发出 75 吨干果——从一片曾是战场的产区，实现了高端出口突破。留下来的决定是资产，货运清单是证明。

别克纳扎尔·阿萨诺夫面对的是一种更慢、更安静的困境：无人知晓。吉尔吉斯核桃以大宗商品出售，拿到的就是大宗商品价格，再好的品质也无法自行填平这道价差。能填平它的是认证——一个具体的、昂贵的、耗时数年的过程，要让数千户小农组成的供应基地同时通过欧盟有机、公平贸易、FSSC 22000 和 Naturland 的审计。阿萨诺夫主导的 Sun Planet Organic 合作社集齐了这套认证，随之获得了直接面向欧盟和海湾买家的资格。他在 2022 年告诉 Economist.kg：“我们向全球最大的市场出口核桃。”这句话平淡无奇——这个国家没有港口，这个品牌当年没有任何模板可循。

蜂蜜行业的危机是集体性的。2015 年，中国检验人员在托鲁加特口岸的吉尔吉斯蜂蜜中检出氯霉素——一种被禁抗生素——并拒绝了所有货物。中国接纳了吉尔吉斯蜂蜜出口量的约三分之一；这次检出威胁着整条通道的关闭。行业的选择是改革还是退出，蜂农联合会选择了改革：检测制度、可溯源性、重建买家信任的漫长过程。证明有效的是十年后的数字——2025 年出口回升至 540 吨，较前一年的 439 吨增加，中国重回主要市场。

围绕这些幸存者，还有一批支撑起行业纹理的品牌。比什凯克的 Dary Tien-Shan 将 2013 年阿特巴什白蜂蜜的国际大会奖牌，积累成 43 个奖项与三十余国市场的在场。卡拉科尔附近的 Bee Company/Nektar——马拉特·加利耶夫父亲一手建起的蜂场，传至第二代——借助联合国开发计划署资助转型奶油蜂蜜，进入五个出口市场。奥什的 Alaiku Organics 与 200 名合同蜂农合作。这些故事——在边境工厂坚守的决定、数年认证拉锯、抗生素危机后联合会主导的行业改革——没有一件存在于行业数据库之中。这正是它们成为护城河的原因。

超越大宗商品标签

在外人眼中，中亚食品意味着大宗原料与千篇一律——这是一个出口原材料、进口品牌的地区。在吉尔吉斯斯坦内部，人们与这些产品的关系，与匿名恰恰相反。阿尔斯朗博布的核桃林是公共遗产，各家族以代际而非地契来衡量对树的权利，世代在同一片林间采摘。蜂蜜不是大宗商品，而是一门有自己竞赛文化的手艺——有奖牌得主，有关于哪片山地草甸能产出最细腻白色结晶的风土之争。

正因如此，这里出现的是创始人，而不仅仅是贸易商。一个从小就把阿特巴什蜂蜜视为地区荣耀、把巴特肯杏干视为值得守护的产区标志的人，与一个只是移动可互换吨位的人，所建造的品牌截然不同。这也解释了蜂蜜带反复出现的第二代模式：企业是传承而非出售的，继承人的任务是将手艺现代化，而非将资产变现。认证体系与奖牌陈列室，是某种更古老之物的正式表达——对这些产品具有特殊性的信念，对它们来自某个具体地方的确信，以及对那个“某处”值得被命名的坚持。机构买家付款买的正是这种特殊性。吉

尔吉斯创始人已经活在其中一个世纪，这正是当文字记录终于到来时，它描述的将是真实之物，而非制造之物。

铁路启动的倒计时

这个行业整个现代生命中，核心制约始终是物流。一个没有出海口的内陆国，运输易腐货物代价高昂、速度迟缓。无法向外国买家保证冷链的品牌，无论认证多么完备，都无法要求溢价。欧洲优惠政策有所帮助——吉尔吉斯斯坦于 2016 年获得 GSP+免关税准入，是中亚首国，覆盖逾 6600 个税目。但没有货物通量的优惠政策，是一张无从兑现的优惠券。24.kg 援引的贸易部自身警告指出，若 GSP+长期闲置，该资格可能被取消。

改变这道算术题的，是中国—吉尔吉斯斯坦—乌兹别克斯坦铁路。2024 年 12 月，贾拉拉巴德举行开工典礼；2025 年 12 月，47 亿美元融资协议在比什凯克签署，悬了十年的承诺变成了有建设进度表的工程项目。一旦走廊贯通，吉尔吉斯易腐货物东向中国、西向欧洲的运输成本将大幅压缩——这正是迄今将认证产品压在大宗商品价格上的瓶颈所在。

这是时机论点，指向一个具体方向。铁路将为所有人降低运费，不论是否经过认证。一旦开通，吉尔吉斯原产地运输成本降低，商品属性随之增强，优势将从拥有最佳风土的品牌，向拥有最佳物流与最高知名度的品牌转移。认证在今天所能指挥的溢价，恰恰在走廊仍在施工之际、高质量经营的门槛仍高到足以保持竞争者稀少之时，达到峰值。

早来者得到什么，迟到者失去什么

这里的价值，不在于发现吉尔吉斯斯坦能种出好核桃这个事实。价值在于一道裂缝：一个行业已经完成了艰苦、不光鲜的工作——认证、联合会主导的改革、战时坚守工厂的决定——而能看见这些的市场尚未形成，因为证据写在了错误的语言里，存放在错误的文件夹中。

这道裂缝有尽头。吉尔吉斯天然食品中，同时具备完整认证体系、有据可查的危机经历和现成出口能力的品牌，大概只有四五家：Sun Planet、Altyn-Aymak、Dary Tien-Shan、卡拉科尔蜂场群。这不是可再生资源，建立它们的创始人也是运营它们的人。现在锁定供应和品牌关系的买家，是在运费成本仍将竞争者拦在门外之际完成的。等铁路通车再来谈判的买家，面对的是同一批品牌——但走廊已经压低了门槛，把路线教给了后来者，把稀薄的认证先行者阵营变成了拥挤的市场。这批品牌的护城河，在这条尚未运过一吨货物的铁路上，今天最深。

核心结论

铁路仍在建设之中，认证已然扛起整个行业。谁在走廊开通前掌握冷链，谁就拿下溢价。

* * *

行业时间线

认证既成，走廊犹筑

从 1898 年移民养蜂传统，经氯霉素危机与边境战争，到改写出口逻辑的铁路融资协议落地。



- 背景 1898

移民养蜂传统扎根

来自俄罗斯和乌克兰的移居家庭在天山山麓建立蜂场。这一传统成为此后历次动荡中屹立不倒的行业根基。
- 背景 Soviet era

吉尔吉斯苏维埃蜂蜜鼎盛期

全盛时期共和国年产蜂蜜约 1.2 万吨，居苏联第三位，仅次于俄罗斯和乌克兰。这一数字至今仍是现代行业的参照基准。
- 背景 2010

创始人浪潮兴起

Dary Tien-Shan 与 Medovaya Artel 相继于比什凯克及天山北麓创立。私人蜂蜜品牌填补了苏联体制崩解后留下的空白。
- 突破 2013

白蜂蜜勇夺国际大奖

吉尔吉斯养蜂人在基辅举办的国际养蜂大会上斩获五枚奖牌，其中三金两银。阿特巴什白苜蓿蜜一夜之间确立了国际身份。
- 危机 2015

托鲁加特口岸氯霉素危机

吉尔吉斯蜂蜜在托鲁加特口岸入境中国时被检出氯霉素——一种被禁抗生素。货物遭拒，占出口总量约三分之一的最大单一市场濒临关闭。
- 突破 2016

获得欧盟 GSP+免关税准入

吉尔吉斯斯坦成为中亚首个获得欧盟 GSP+免关税准入的国家，涵盖逾 6600 个税目。凡能达到欧盟标准的品牌，出口逻辑由此改变。
- 背景 2016

Sun Planet Organic 创立

别克纳扎尔·阿萨诺夫以合作社模式在贾拉拉巴德启动核桃与干果业务。这家企业将在全国拼齐认证密度最高的一套体系。
- 背景 2017

Altyn-Aymak 扎根巴特肯

库尔班别克·奥博佐夫在塔吉克边境附近的卡拉巴克创办杏干加工企业，获 USAID 支持。企业日后成为巴特肯干果产业集群的核心。
- 突破 2018

太阳能烘干厂落成投产

新建 USAID 支持的太阳能烘干加工设施于六月投入使用，巴特肯杏干得以直接出口，不再经过截取利润的塔吉克中间商。
- 危机 2022

巴特肯边境战争

九月份爆发的吉塔边境冲突造成约 51 名平民死亡，逾 13.7 万人转移撤离（据人权观察数据）。Altyn-Aymak 的生产基地卡拉巴克正处于战区之内。

突破 2024

中吉乌铁路正式开工

十二月，贾拉拉巴德举行开工典礼，中国—吉尔吉斯斯坦—乌兹别克斯坦铁路建设启动。这条走廊一旦贯通，将大幅降低易腐货物东西向运输成本。

胜利 2025

蜂蜜出口恢复至 540 吨

出口量从上一年的 439 吨回升至 540 吨，中国与海湾国家同为主要买家。抗生素危机十年之后，经历改革的行业重回市场。

胜利 2025

Altyn-Aymak 向美国发货 75 吨

曾在战区坚守的巴特肯加工商向美国出口 75 吨干果，以边境产区为跳板实现了高端出口突破。

突破 2025

中吉乌铁路融资协议签署

十二月，47 亿美元贷款协议在比什凯克签署，铁路走廊由此获得资金保障。悬在行业头顶十年的承诺，正式变成有建设进度表的工程项目。

外联快速参考

| 指标 | 参考 |
|------|--|
| 拨号 | +996 |
| 货币 | 吉尔吉斯斯坦索姆 (c / KGS) ——自由浮动；汇率：nbkr.kg (国家银行) |
| 时区 | UTC+6 (全国统一时区) |
| 工作周 | 周一至周五 |
| 首都 | 比什凯克 |
| 网络 | .kg (国家域名)；出口型品牌常用 .com |
| 即时通讯 | WhatsApp 为主；Telegram 为重要辅助；零售多用 Instagram |
| 支付方式 | QR 钱包快速增长 (Balance.kg、O!Dengi、MBANK)；城市可刷卡；巴扎 (多尔多伊、奥什) 仍以现金为主 |
| 银行 | 已接入 SWIFT；银行卡与电汇均可使用；欧亚经济联盟一体化便利卢布/坚戈结算；通过俄罗斯与哈萨克斯坦银行建立代理行网络 |
| 语言 | 吉尔吉斯语 (国语)；俄语 (官方语言，商务通用语) |
| 签证 | 欧盟/英国/美国 (60 天) 及欧亚经济联盟/独联体免签；其他国家可办电子签证 (evisa.e-gov.kg)。请核实最新规定。 |



关于本研究

本报告基于 18 个经验证的来源，涵盖 2 种语言——包括原始文件、创始人访谈与行业媒体报道。每一项数据与论断均经独立来源交叉验证。

完整方法论详见 brandmine.ai。

关于 BRANDMINE

卓越的创始人自有品牌。历经考验。即时可用。

Brandmine 提供关于新兴市场创始人品牌的结构化发现情报——基于本地语言研究，为投资决策而设计，以专项报告形式交付。

联系方式: hello@brandmine.ai 情报研究报告: brandmine.ai/intelligence/

BRANDMINE 更多产品

品牌韧性档案

单一品牌的完整转型弧线、位置情报与商业概况。15 页经验证的深度研究。

创始人韧性档案

创始人从起源到突破的完整个人历程。通过本地语言研究与一手资料来源验证。

市场地图

以快照深度呈现某一行业所有已验证品牌——地理分布、市场时间轴与创始人概述。25-40 页。

行业深度分析报告

全面的行业情报。所有品牌以快照深度呈现，另附六个品牌的完整转型弧线——每个品牌代表一种独特的危机原型。90-120 页。

字体：Noto Serif CJK SC 与 Noto Sans CJK SC。排版工具：Typst。色彩经专业印刷优化。
同时以英文、俄文及中文出版。
研究涵盖俄语、英语来源。
首版 · June 2026

卓越的创始人自有品牌。
历经考验。即时可用。

卓越的创始人自有品牌。
250+个新兴市场品牌已完成核实。

品牌韧性档案 · 创始人韧性档案
市场地图 · 行业深度分析报告

针对新兴市场创始人自有消费品牌结构化研究。英文、俄文、
中文版本同步出版。

brandmine.ai/intelligence/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine。保留所有权利。

v1.0.0