



CHINESE GOJI BERRY REGIONS DYNAMICS

中国枸杞 产区动态

(2025年9月第1期)

中国枸杞产区动态

(2025年9月 第1期)

CHINESE GOJI BERRY REGIONS DYNAMICS
(Issue 1, September 2025)

研究出品 中国经济信息社

目 录

一、数据分析：宁夏枸杞产区及区域公用品牌以明显优势领跑	1
二、媒体动态：重点媒体报道聚焦宁夏、新疆、青海三大产区	4
三、焦点信息：行业突破和产业推介会关注度较高	10
四、小结：优势产区领跑升级 弱势产区亟待突围	16

9月中国枸杞产区及区域公用品牌动态

一、数据分析：宁夏枸杞产区及区域公用品牌以明显优势领跑

2025年9月1日至9月30日（下称“监测周期”），新华指数研究院对全国五个省份枸杞产区及八个区域公用品牌网络信息进行了监测和分析，共监测到70211条信息。9月19日出现3508条信息，达到信息传播峰值。当日，流量明星田栩宁粉丝在甘肃、宁夏一同种下1106棵优质枸杞树受到较多关注。

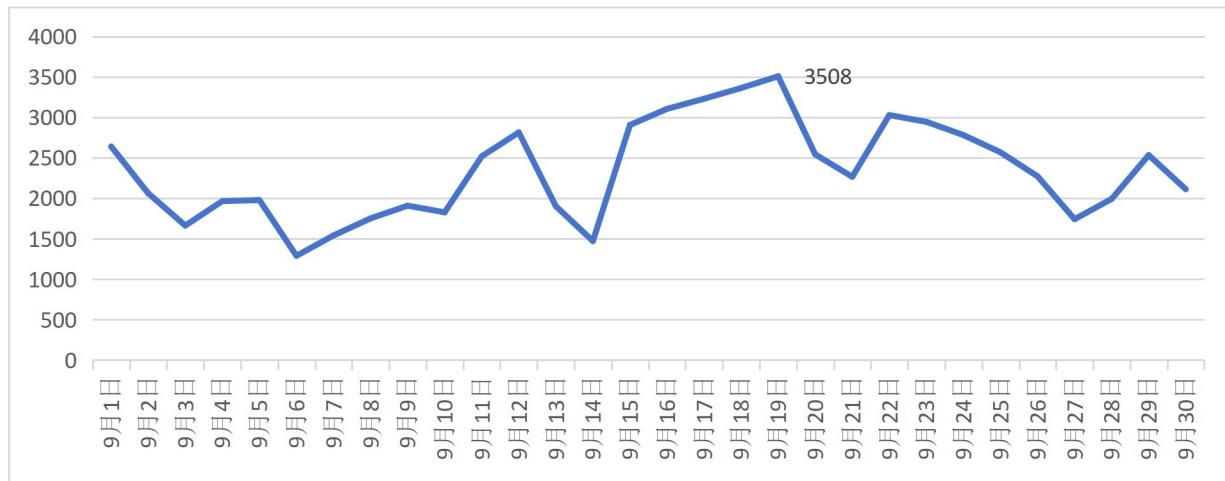


图1 全国枸杞产区及区域公用品牌网络信息数量（单位：条）

（数据来源：新华指数研究院）

监测数据显示，全国五个省份枸杞产区传播数量排名差距较大。宁夏产区传播数量处于高位，有35235条信息，占总数的38.99%，传播数量位于主要产区第一梯队；其次是青海产区17013条、新疆产区16644条、甘肃产区13027条，传播数量位于第二梯队；内蒙古产区传播数量相对较低，有8451条，位于第三梯队。

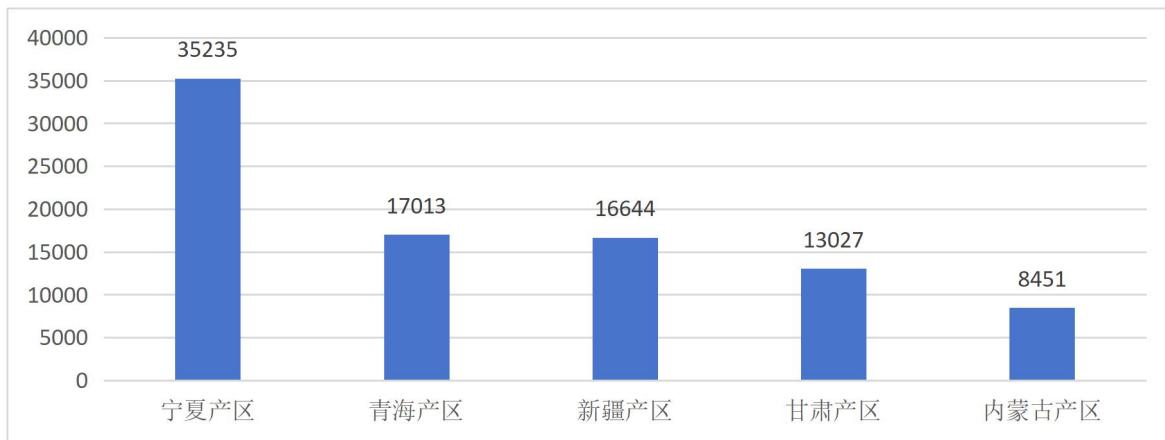


图 2 枸杞主产区传播数量（单位：条）

（数据来源：新华指数研究院）

在全国八个区域公用品牌中，宁夏枸杞传播数量以明显优势位居第一梯队，共计9992条；其次为中宁枸杞6027条，位于第二梯队；柴达木枸杞2201条、精河枸杞2065条，位于第三梯队；靖远枸杞260条、瓜州枸杞190条、玉门枸杞126条，位于第四梯队；巴彦淖尔河套枸杞5条，位于第五梯队。

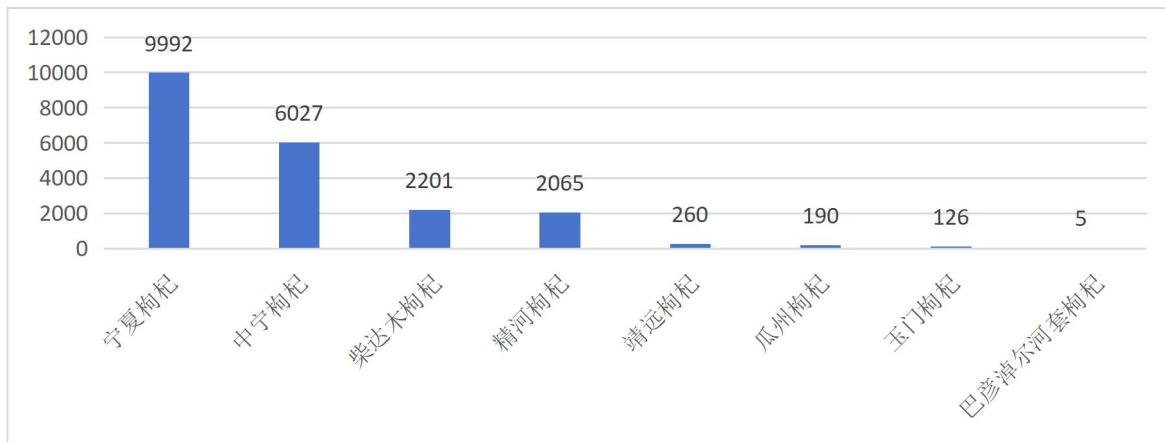


图 3 枸杞主要区域公用品牌传播数量（单位：条）

（数据来源：新华指数研究院）

2025年9月，全国枸杞产区及区域公用品牌网络信息中，非敏感信息55899条，占比约79.62%；敏感信息14312条，占比约20.38%。正面信息占

比较大，相关舆论氛围良好。

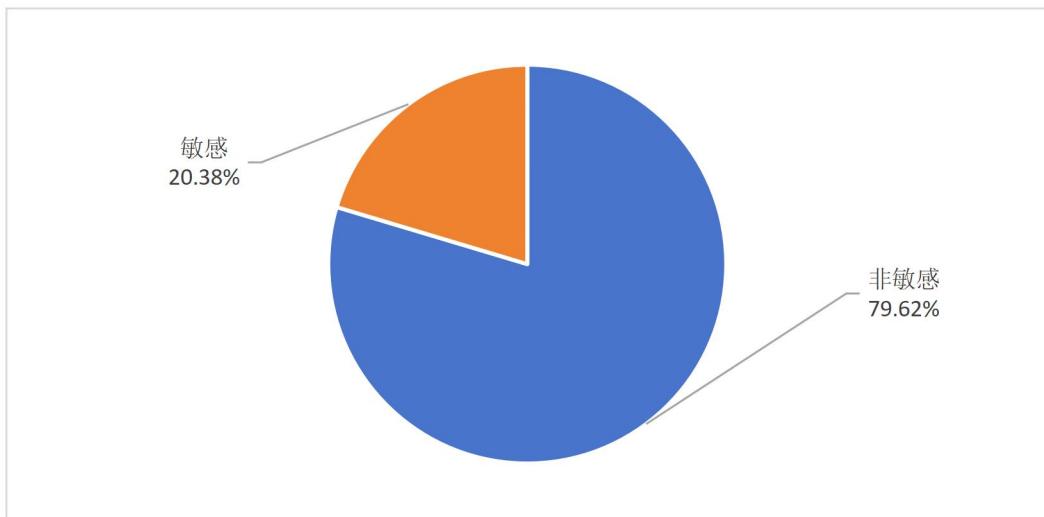


图4 枸杞主产区及区域公用品牌正负面之比（单位：条）

（数据来源：新华指数研究院）

负面信息主要涉及枸杞销售、质量安全等。其中，抖音网民“宁夏中宁大枸杞”（抖音号：dysv2z18hfe8；IP属地：四川；全国来主播Suk运营12345商务888）多次发布有关枸杞滞销网帖，相关信息吸引较多网民关注评论，如“枸杞价格突破底线，上万斤滞销，只见果农不见客商”“枸杞市场饱和行情暴跌，导致大量滞销，毛毛钱也没人要”“枸杞市场需求低迷导致大量堆积，价格一降再降农民该何去何从”“万万没想到，枸杞市场空无一人，农民欲哭无泪”等。目前上述网帖链接均已被删除，该网民主页暂无作品。

此外，9月10日，今日头条网民“卖生态枸杞的小袁（良心枸杞）”发布视频称，“像这样加工的枸杞，种植户一粒都不吃，全是卖给你们的，可怕不。”视频内容提及2024年9月，央视财经曝光了甘肃省靖远县部分商户使用工业硫磺熏制枸杞的行为。截至目前该网帖点赞6189次，评论1643条，网评如“3年没有买枸杞子了，等他们种植户自己吃吧”等。

二、媒体动态：重点媒体报道聚焦宁夏、新疆、青海三大产区

2025年9月，《人民日报海外版》、新华财经、新华社客户端、央视新闻、央广网、中国新闻网、人民网、《农民日报》《经济日报》、宁夏新闻网、《宁夏日报》、青海新闻网等在内的众多媒体对全国五个省份枸杞产区及八个枸杞区域公用品牌关联信息进行了报道。报道形式丰富多样，宣传效果显著。

监测数据显示，五个省份枸杞产区及八个枸杞区域公用品牌的网络信息中，省级媒体5722篇、央级媒体5633篇、地市媒体3700篇。其他参与报道的媒体还有商业媒体、企业资讯、中小媒体等。提醒注意的是，小红书、今日头条、抖音等用户发文暂未统计入媒体级别，相关信息多以提及产区定位、转发产区相关信息、分享枸杞品质、销售情况等为主，信息参考价值有限。

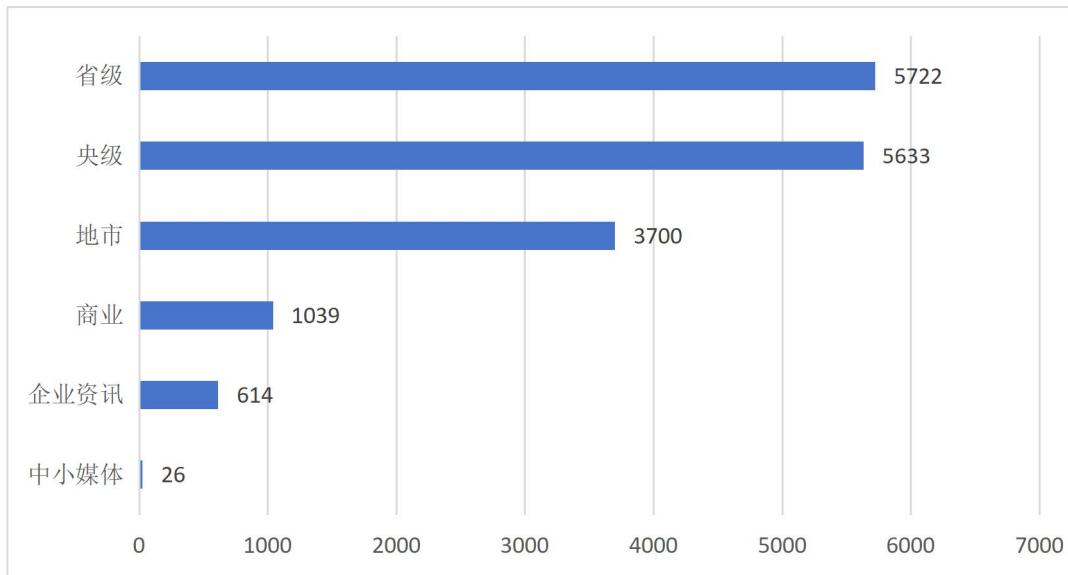


图5 枸杞主产区及区域公用品牌媒体发文传播数量（单位：条）

（数据来源：新华指数研究院）

通过重点媒体报道梳理发现，2025年9月全国枸杞产区及区域公用品牌

重点媒体报道聚焦宁夏、新疆、青海三大产区，报道来源涵盖《人民日报》、新华财经、新华社、《经济日报》、中国青年报客户端、《新疆日报》《青海日报》、宁夏日报客户端等官方媒体与权威机构，内容围绕产业发展、产业加工、产业融合等多维度展开，且部分报道存在较高转载量，其中新华社关于精河枸杞产业发展的报道转载量最高，达94次。

从各产区报道数量看，宁夏产区（含宁夏枸杞及中宁枸杞）占据绝对主导地位，共有7篇相关报道；新疆产区（含精河枸杞）次之，有6篇报道；青海产区有1篇报道。

表1 重点媒体报道梳理（单位：条）

来源	标题	产区/区域公用品牌	转载
新华社	巨变 70 年 天山南北“丰”景如画	新疆产区/精河枸杞	94
《新疆日报》	砥砺奋进七十载 天山南北谱华章 活力新疆 奔涌向前	新疆产区	93
人民网	人民财评：“丰景”无限，农村大市场节节高	宁夏产区	79
中国青年报客户端	看这边风景	新疆产区/精河枸杞	53
《人民日报》	一杯奶茶背后的助农故事（神州看点）	宁夏产区/宁夏枸杞/中宁枸杞	40
《青海日报》	青海推进“三北”工程六期建设任务实现总量过半	青海产区	29
宁夏日报客户端	宁夏 23 项举措全面优化知识产权领域营商环境	宁夏产区	26
《新疆日报》	砥砺奋进七十载 天山南北谱华章 “红果果”变身记——一颗精河枸杞的自述	新疆产区/精河枸杞	25

《经济日报》	开拓农产品跨界融合新业态	宁夏产区/宁夏枸杞/ 中宁枸杞	23
新华财经	致敬中国农民丰收节发布会召开 农行书写“金融为农”新答卷	宁夏产区	23
《新疆日报》	走进美丽新疆 精深加工和锁鲜技术为精河枸杞产业赋值	新疆产区/精河枸杞	21
证券日报网	企业“牵手”高校 宁夏枸杞产业快步跑	宁夏产区/宁夏枸杞	21
《新疆日报》	走进美丽新疆 “我们要让更多人看到新疆的巨大变”	新疆产区/精河枸杞	21
环球网	中宁携“红色名片”走进北京 邀客共赴康养之约	宁夏产区/中宁枸杞	18
《青海日报》	“青海家宴”饗在中秋月圆暨“食与链”供应链对接活动举办	青海产区	18

(数据来源：新华指数研究院)

全国 5 个省份（宁夏、青海、新疆、甘肃、内蒙古）的枸杞产区媒体报道重点分析：

➤ 宁夏产区

2025 年 9 月，宁夏枸杞产区受到央视网、《中国质量报》、中国新闻网、《宁夏日报》《中卫日报》等媒体关注报道，媒体报道多元且深入，聚焦多维度，亮点突出。媒体围绕宁夏枸杞产区的报道聚焦产业发展多维度，涵盖市场拓展、品牌建设、品质管控、产业升级、产业融合及政策支持等核心领域。媒体对宁夏枸杞的报道呈现“质量筑基、市场破局、品牌升维”的鲜明主线。

一是市场拓展，本月，中宁枸杞 2025 年广州推介会成为核心事件，推

介会以“中宁枸杞‘粤’越来越好”为主题，吸引逾百家企业和机构参与，最终达成5.93亿元产销对接合作，签约10个项目，涵盖华南地区经销商、大型商超、电商平台等渠道合作。

二是品牌建设，本月，中宁枸杞2025年广州推介会以及“中华杞乡 康养中宁”2025年文旅暨特色产业宣介活动等品牌推介活动相继举办，有效提升了宁夏枸杞的品牌影响力。

三是产品质量，本月，百瑞源枸杞凭借全产业链建设与卓越质量管理，获第五届中国质量奖提名奖，实现中国枸杞行业该奖项“零的突破”，凸显宁夏枸杞企业在品质管控上的标杆地位，为行业树立“以质取胜”典范。

四是产业升级，9月3日，《证券日报》消息提到，近年来，宁夏依托东西部科技合作机制，引进集聚诸多知名高等学府及科研机构的专家团队，着力开发枸杞药用、食用、保健等深加工产品，并通过枸杞博览会、中阿博览会等多平台，多举措助力宁夏枸杞产业高质量发展。

五是产业融合，本月，中卫新闻网报道宁夏全通枸杞五千年文化产业园揭牌投运，成为中宁文旅新地标，融合枸杞历史文化展示与旅游体验。

六是政策支持，本月，厦航农庄宁夏枸杞生态基地揭牌，是闽宁协作在枸杞产业的新成果，通过东部企业（厦航）与宁夏本地资源结合，推动枸杞种植规模化、生态化，为产业注入资金与渠道资源。

► 青海产区

2025年9月，媒体对青海枸杞产区的报道聚焦于产业升级、科技赋能、市场拓展及品牌建设等核心领域。9月30日，《青海日报》报道，都兰县作为青海枸杞主产区之一，种植面积达21万亩，占全国14.04%，2025年干果产量5.26万吨，全产业链产值突破50亿元。

科技应用方面，9月5日，《科技日报》报道，格尔木特色生物产业园



采用低温真空脉动式锁鲜技术，产出的锁鲜枸杞颜色接近鲜品，营养成分保留率高，容易泡发、口感软糯，且保质期更长。通过线上线下销售，锁鲜枸杞卖到大江南北，甚至供不应求。

政策支持层面，国家税务总局大柴旦行委税务局党员志愿服务队以主题党日活动为契机，前往马海村开展“用政策助力‘红色产业’颗粒归仓让税惠与秋收同频共振”乡村振兴活动，带着政策、带着服务、带着热忱，把“办税服务厅”搬到田间地头，用税务人的实干担当，为马海村的枸杞产业注入强劲动能，添上一抹“为民办实事”的鲜亮色彩。

这些报道全面展现了青海枸杞产业从生态种植到科技加工、从国内市场到国际出口的全链条发展全景，凸显其在乡村振兴与绿色经济中的示范作用。

➤ 新疆产区

2025年9月，媒体全面呈现了新疆枸杞产区及精河枸杞产业从传统种植向“科技+品牌+国际化”转型的路径。

一是产业升级与深加工突破，9月18日，《新疆日报》报道，精河县已开发枸杞原浆、枸杞啤酒、酵素等40余种深加工产品，创建“果生康”“精杞神”等27个品牌。其中，国有全资企业杞明星公司建成4条现代化生产线，年销售额预计突破3000万元，产品通过线上线下销往全国。精河枸杞作为中欧互认地理标志产品，已出口至印尼、巴西、意大利等国。精河县推行“六统一分”管理模式，从种植端到加工端实现标准化生产。

二是科技赋能与产量提升，10月10日，中新网新疆频道报道，精河县通过“包连种植户”模式，推广水肥一体化、生物防治等技术，带动枸杞产量同比增长20%。种植户何际荣算了一笔账，目前秋枸杞已收获2吨，仅这部分收益就有1万多元，今年产量比去年好很多，大概增加30%。

三是质量管控与品牌保护，精河县政府9月3日启动枸杞市场专项检查，覆盖生产、销售全链条，重点排查农药残留、标识规范等问题。截至9月中旬，累计抽检22批次，未发现违法违规行为，市场秩序总体良好。通过强化法律宣传与主体责任意识，进一步巩固“精河枸杞”区域品牌公信力。

四是政策支持与产业规划，精河县政府9月24日召开枸杞产业发展专题询问会，围绕产业链关键环节问题展开讨论，强调构建“部门联动、全链发力”工作格局。会议提出依托“四通道”资源优势搭建产销平台，计划2026年实现产业综合产值突破20亿元，带动5万人就业。

➤ 甘肃产区

2025年9月，多家媒体对甘肃枸杞产区进行了报道。9月23日，2025年甘肃省乡村文化活动年暨“庆农业丰收 享美好生活”中国农民丰收节活动在白银靖远举行，在“甘味”农产品展示展销区，靖远枸杞等特色农产品琳琅满目，吸引了众多游客品尝购买。

9月24日，宁夏农林科学院秦垦教授一行，在瓜州县自然资源局林果中心工作人员的陪同下，深入瓜州县双塔镇绿色枸杞基地，开展枸杞种植技术现场培训工作，为当地枸杞产业高质量发展注入专业动能。

同时，瓜州市市场监管部门加大抽检力度，完成16批次枸杞产品检测，对不合格产品采取下架召回措施，并通过溯源调查严惩违规主体，强化“来源可查、去向可追”的责任链。

在产业发展方面，下一步，玉门下西号镇将继续深耕枸杞产业，在科技赋能、品牌打造和市场拓展上再发力，让枸杞红遍田野、香飘全国，为乡村振兴注入更强劲、更持续的澎湃动力。

➤ 内蒙古产区

2025年9月，媒体对内蒙古产区的关注度相对有限，主要关注枸杞产品销售。其中，9月9日，微信公众号“掌上巴彦淖尔”刊文《明晚7点，多款河套好物等你来抢！》提到，9月10日晚7点，由巴彦淖尔市融媒体中心与巴彦淖尔市贸促会联合打造的“河套云展”线上直播活动第三场中推广了昭君红有机枸杞等产品。

三、焦点信息：行业突破和产业推介会关注度较高

➤ 百瑞源荣获中国质量奖提名奖有助宁夏枸杞产业高质量发展

2025年9月16日，第六届中国质量大会在南京隆重召开，中国质量领域最高荣誉——第五届中国质量奖正式揭晓，此次共有9家组织荣获第五届中国质量奖，78家组织、6名个人获得第五届中国质量奖提名奖。百瑞源枸杞股份有限公司（简称“百瑞源”）凭借以顾客为核心的枸杞全产业链质量管理模式，与伊利集团、五粮液集团等78家企业共同荣获中国质量奖提名奖，实现枸杞行业历史性零的突破。

新华指数研究院舆情监测平台监测数据显示，9月16日至9月30日，公开网络中监测到“百瑞源荣获中国质量奖提名奖”有关信息累计281条，客户端是主要传播平台，共164条（占比58.36%），其次是视频58条（占比20.64%）、网站25条（占比8.9%）、微信21条（占比7.47%）、数字报9条（占比3.2%）、微博4条（占比1.43%）。9月16日出现62条信息，达到传播峰值。

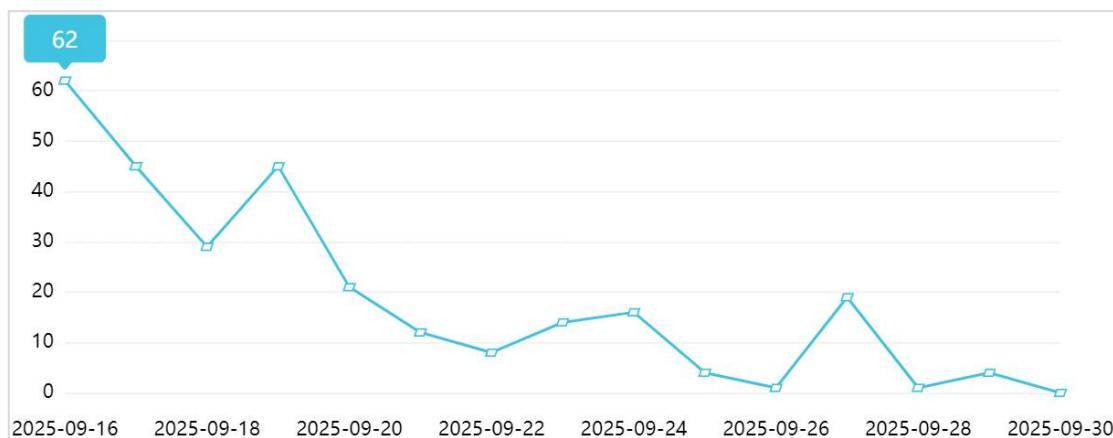


图6：传播趋势（单位：条）

(数据来源：新华指数研究院)

监测时段内，《中国质量报》、新华网、学习强国、《宁夏日报》、宁夏卫视等中央及省级主流媒体，有效扩大了舆情传播影响力。

媒体普遍将此次获奖定位为枸杞行业的标志性事件，重点强调其“零的突破”的稀缺价值。全国党媒信息公共平台、中国质量新闻等权威媒体均明确指出，中国质量奖每两年评选一次，是中国质量领域的最高荣誉，评选涵盖质量管理方法、客户满意度、社会责任等严苛标准度，代表中国质量管理的最高水平。百瑞源作为“中国枸杞行业唯一获得该提名奖的品牌”，其突破打破了传统农产品在国家级质量评选中的弱势局面，让“宁夏枸杞”这张地理标志名片首次闪耀全国质量最高舞台。宁夏市场监管部门官网特别提及，这一荣誉是宁夏质量强区战略的“生动缩影和丰硕成果”，凸显了特色优势产业的质量升级成效。

媒体对百瑞源获奖背后的核心竞争力，全产业链质量管理模式展开深度拆解，形成“源头种植的标准化升级”“科研与加工的创新突破”“客户导向的质量管控机制”三大聚焦点。同时，还关注获奖对宁夏枸杞产业的辐射价值，新华网宁夏频道等平台报道了百瑞源在获奖后举办的产业发展发布会，重点提及《质量白皮书》发布、发起行业质量联盟等举措，认

为其将为行业提供可复制的质量管理范例。

综合来看，“百瑞源荣获中国质量奖提名奖”关联信息以正面导向为主，形成“荣誉突破、模式解码、价值延伸”的传播逻辑，党媒与行业媒体联动发声，权威信源保障了信息的专业性与可信度；舆情焦点从企业个体荣誉延伸至产业发展路径，体现了对宁夏枸杞高质量发展的深度关注。舆论普遍预期，在百瑞源的示范带动下，宁夏枸杞产业将进入“质量标准统一化、加工技术高端化、品牌运营专业化”的新阶段。需警惕“单点突破”与“全域提升”的落差，建议通过行业联盟、标准共享等机制，推动质量理念向中小企业渗透，真正实现“一企获奖、全业升级”的产业效应。

➤ 2025 年中宁枸杞广州推介会举行，签约成果引聚焦

9月21日，2025年中宁枸杞广州推介会在广州健康方舟会展中心隆重举行。本次推介会由中共中宁县委、中宁县人民政府、宁夏枸杞产业发展中心联合主办，中宁县枸杞产业发展服务中心、中宁枸杞产业协会、广东省广州国际医药港有限公司共同承办，以“中宁枸杞·‘粤’来越好”为主题，旨在展示中宁枸杞作为“道地药材”和“富硒有机”产品的核心优势，拓展华南市场，推动产业链深度融合。

中国经济信息社舆情监测综合服务平台监测数据显示，9月21日至9月30日，公开网络中监测到“2025年中宁枸杞广州推介会”有关信息累计201条，客户端是主要传播平台，共135条（占比67.17%），其次是网站23条（占比11.44%）、视频20条（占比9.95%）、微信19条（占比9.45%）、数字报3条（占比1.49%）、微博1条（占比0.5%）。9月21日出现76条信息，达到传播峰值。

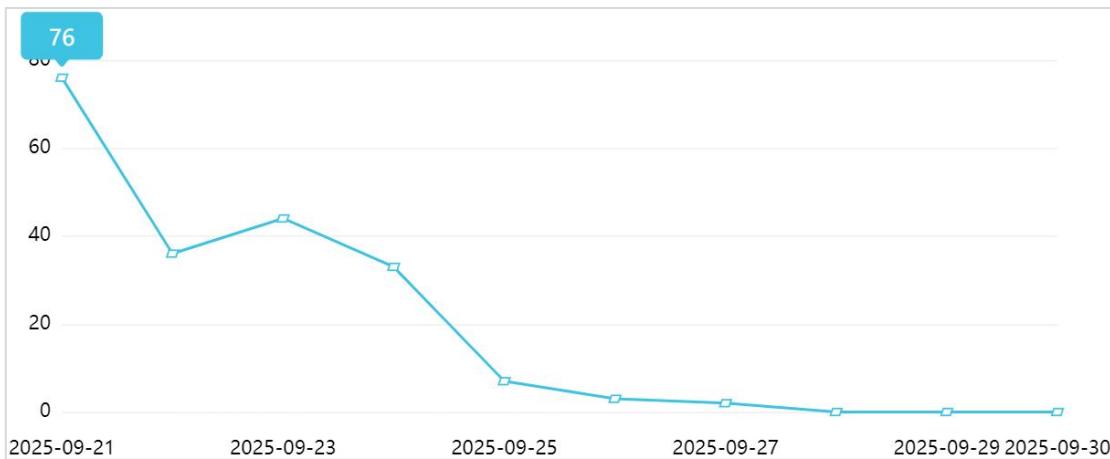


图7：传播趋势（单位：条）

(数据来源：新华指数研究院)

9月21日活动启动当日，南方网、《羊城晚报》等广东本地媒体率先发布快讯，聚焦活动主题与组织架构；9月22日闭幕后，《宁夏日报》、中宁网披露签约成果与领导致辞核心内容；9月24日至25日，央视网、《广州日报》等权威平台跟进报道，深化解读产业意义与平台价值，形成传播高峰。

舆论传播呈现“政企联动、跨区域呼应”特征。中宁政府以《宁夏日报》、中宁网为核心发声，广东则依托南方网、《羊城晚报》等区域权威媒体；企业端通过广州国际医药港官方宣传强化平台定位，同时借助直播带货专区实现线上传播延伸。渠道覆盖党媒平台、地方新闻网站、财经媒体，形成“政策解读、成果展示、文化传播”的立体矩阵。

观察发现，签约数据成为报道核心锚点，5.93亿元合作金额与10个项目签约情况被所有主流媒体突出呈现，同时强调30余家参展企业、上百家华南经销商对接等实效数据，印证市场认可度。其次，媒体集中围绕中宁枸杞的“道地属性”与“产业基础”展开，追溯4000余年文字记载史、2000余年入药史，凸显黄河灌溉、富硒土壤等自然禀赋；详解“六大工程”“四大体系”建设成果，披露126亿元综合产值、超205亿元品牌价值等关键指标，强化产业标杆形象。广东本地媒体重点解读广州国际医药港的承载作

用，强调其“粤港澳大湾区健康产业核心平台”定位，通过“精准对接渠道+文化赋能+品控溯源”的全链条服务，助力中宁枸杞实现“从初级农产品到高附加值产品”的转型。最后，多家媒体关注“宁粤文化对话”细节，粤式醒狮、英歌舞与中宁剪纸、枸杞宴的同台展示成为报道亮点，被解读为“以文化赋能品牌价值”的创新实践。

综合来看，本次推介会通过权威媒体矩阵实现“成果清晰、优势突出、价值共识”的传播目标，5.93亿元签约成果与“道地枸杞”品牌形象得到有效传递，为华南市场渗透奠定认知基础。传播中“宁粤联动”特征显著，既强化了中宁枸杞的产业标杆地位，也凸显了大湾区平台的资源聚合作用。舆论期待双方以本次签约为起点，加快研发中心建设与深加工产品落地，同时建议依托广州国际医药港的溯源体系与品牌授权机制，进一步规范市场秩序，持续释放“道地枸杞”的品牌溢价。

➤ “昆仑圣果·沪上鎏金”——2025海西州绿色有机农畜产品推介暨柴达木枸杞鲜果品鉴会举行

2025年9月17日晚，上海环球港星光璀璨。由青海省海西州农牧局主办、海西州特色农牧产业指导服务中心承办的“昆仑圣果·沪上鎏金”——2025海西州绿色有机农畜产品推介暨柴达木枸杞鲜果品鉴会在此盛大启幕。

中国经济信息社舆情监测综合服务平台监测数据显示，9月17日至9月30日，公开网络中监测到“‘昆仑圣果·沪上鎏金’——2025海西州绿色有机农畜产品推介暨柴达木枸杞鲜果品鉴会”有关信息累计180条，网站是主要传播平台，共117条（占比65%），其次是客户端24条（占比13.33%）、视频23条（占比12.78%）、微信12条（占比6.67%）、互动论坛2条（占比1.11%）、数字报2条（占比1.11%）。9月18日出现156条信息，达到传播峰值。

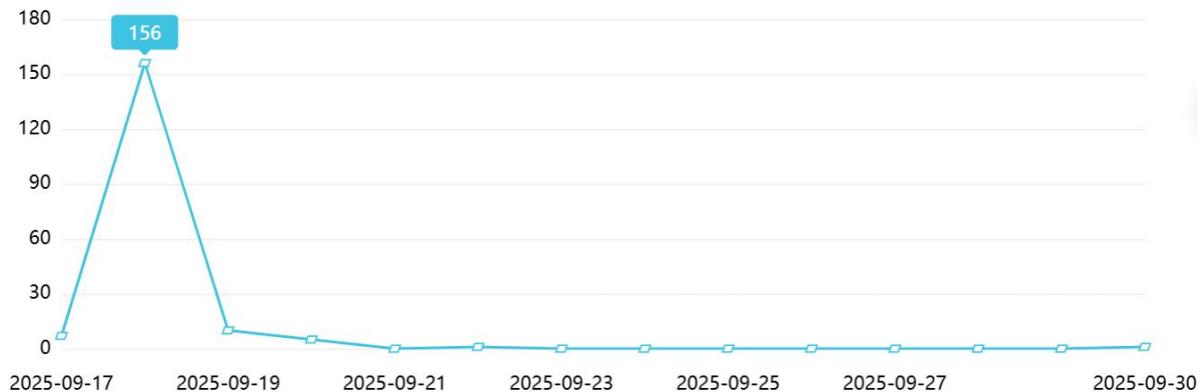


图8：传播趋势（单位：条）

(数据来源：新华指数研究院)

监测时段内，中国日报网、中国经济新闻网、《柴达木日报》等媒体参与关注。

报道一是聚焦活动内容：品鉴会以一场寓意深远的“红动黄埔”启动仪式拉开帷幕。沪青两地领导共同注入昆仑雪水与黄浦江水，水流交融触发机械装置——象征柴达木枸杞产业的“生命之树”瞬间绽放。二是柴达木枸杞战略布局：海西州农牧局副局长马骞在现场解读战略蓝图时指出，“依托‘政府+科研+企业+渠道’四维联动，柴达木枸杞已构建从种植到消费的全产业链价值体系。”三是柴达木枸杞渠道赋能：上海连锁经营协会副会长乔斌在现场分享了商超渠道对高原生鲜类产品的准入标准和支持措施。带有“神奇柴达木”区域公用品牌标识的海西州绿色有机农畜产品将逐步进驻上海核心商超。四是文化交融：上海望庭阁餐饮文化有限责任公司唐宇先生表示，未来将在深入调研了解海西州绿色有机农畜产品的基础上，深入研究，创新开发更多具有“柴杞风味”的本帮菜系，在传统与时尚的融合上，打造更多海西州绿色有机农畜产品在魔都的消费场景，让海西的特色农产品，走上更多上海市民的餐桌。

综合来看，“昆仑圣果·沪上鎏金”品鉴会借助上海国际消费中心城市的辐射力，既通过展示鲜果及高营养优势强化了柴达木枸杞“高原有机”

的品质标签，又打通了48小时冷链直达沪上货架的通道，推动其进驻核心商超并从“节令礼品”转型为日常健康消费品；同时促成与上海渠道商及国际采购商的合作，依托中欧地标互认优势拓宽全球市场，进一步提升品牌价值，加速其从区域特色产品向全国知名有机构杞品牌的升级。

四、小结：优势产区领跑升级 弱势产区亟待突围

观察来看，2025年9月，全国五大枸杞产区及八大区域公用品牌呈现“头部领跑、梯队分化、尾部滞后”的发展格局，产业升级与品牌价值提升成为核心主线，同时区域发展不均衡、局部舆情风险、国际曝光集中等问题逐步显现，整体处于“优势产区加速升级、弱势产区亟待破局”的关键阶段。

从产业影响力与传播热度来看，分层特征极为显著。宁夏产区以3万+条传播信息优势领跑，宁夏枸杞、中宁枸杞两大区域公用品牌分别稳居品牌第一、二梯队，凭借全产业链建设、质量认证突破、大型推介活动构建核心竞争力；青海、新疆、甘肃产区构成第二梯队，依托科技加工、区域品牌建设实现稳步发展；内蒙古产区传播量处于第三梯队，巴彦淖尔河套枸杞仅5条品牌传播信息，发展相对滞后。品牌层面，柴达木枸杞、精河枸杞处于第三梯队，靖远、瓜州、玉门枸杞及巴彦淖尔河套枸杞位列第四、五梯队，受限于宣传力度薄弱、品牌辨识度低，难以传递产业核心价值，市场竞争力长期处于低位。

舆论环境方面，全国非敏感信息占比达79.62%，整体氛围良好，但局部风险不容忽视。甘肃靖远枸杞硫磺熏制问题引发的质量安全质疑再遭提及、宁夏枸杞滞销网帖等敏感信息，可能削弱公众对产区品质的信任；境外关注仅集中于中宁枸杞，其他产区缺乏国际曝光，不利于全国枸杞产业

整体国际竞争力的提升。

综上，2025年9月中国枸杞产区发展呈现“头部产区以质量与品牌巩固优势、中部产区凭科技与特色寻求突破、弱势产区因资源挖掘不足发展滞后”的态势，未来需在均衡区域发展、化解局部风险、强化国际传播等方面持续发力，推动产业整体高质量发展。首先，推动产区协同发展，助力弱势产区突围。由行业协会或政府部门牵头，建立宁夏等头部产区与内蒙古、甘肃弱势区域的帮扶机制，分享品牌运营、活动策划经验；通过全国性农产品展会、产销对接会，为巴彦淖尔、玉门等产区提供展示平台；设立专项宣传基金，支持弱势产区与主流媒体合作，提升曝光度，缩小产区发展差距。此外，挖掘弱势产区特色，打造差异化发展路径。内蒙古可依托河套生态资源，开发“枸杞+生态研学”旅游产品；甘肃靖远可聚焦质量管控重塑品牌，推出“绿色认证+溯源体系”特色产品；巴彦淖尔河套枸杞可结合地域文化，打造“黄河灌溉有机枸杞”差异化标签，通过精准定位吸引细分市场消费者，减少与头部产区的直接竞争。

中国枸杞产区动态



扫描上方二维码，关注新华指数研究院！