

DOI: 10.16861/j.cnki.zggc.2026.0103

我国大蒜产业高质量发展现状及建议

邱秀翠¹, 亓瑞彤², 于晶³, 王付彬⁴, 王玉贵³, 任艳云⁴

(1. 德州市德城区农牧渔业发展中心 山东德州 253000; 2. 泗水县农业农村局 山东泗水 273200;
3. 武城县农业农村局 山东武城 253300; 4. 济宁市农业科学研究院 山东济宁 272031)

摘要: 我国是世界上最大的大蒜生产国,也是消费和出口大国,出口额占世界出口总额的一半以上,出口创汇对我国农业强国建设居功至伟。本文在总结我国农业高质量发展现状的前提下,分析我国大蒜产业发展存在大蒜种性退化、优良品种缺乏、大蒜栽培机械化程度低、配套农艺技术体系不完善、大蒜市场价格波动大、加剧生产和经营风险、大蒜产品附加值低、品牌影响力较弱等问题,提出了加大种质资源创新、培育绿色优质品种、推进大蒜全程机械化与智能化、提高生产效率、延伸产业价值链、完善仓储物流体系建设、降低产后损失和流通成本、强化品牌建设、提升产品附加值与国际竞争力、健全风险保障体系,稳定大蒜产业发展预期等对策建议,以期为我国大蒜产业高质量发展提供借鉴。

关键词: 大蒜产业; 发展现状; 出口贸易; 对策建议

中图分类号: S633.4 **文献标志码:** A **文章编号:** 1673-2871(2026)05-265-10

Current situation and suggestions for high quality development of garlic industry in China

QIU Xiucui¹, QI Ruitong², YU Jing³, WANG Fubin⁴, WANG Yugui³, REN Yanyun⁴

(1. Dezhou Decheng District Agriculture, Animal Husbandry and Fisheries Development Center, Dezhou 253000, Shandong, China; 2. Sishui County Agriculture and Rural Affairs Bureau, Sishui 273200, Shandong, China; 3. Wucheng County Agriculture and Rural Affairs Bureau, Wucheng 253300, Shandong, China; 4. Jining Institute of Agricultural Science, Jining 272031, Shandong, China)

Abstract: China is the world's largest producer, consumer, and exporter of garlic, accounting for more than half of the globe total export volume. Its export earnings have made a significant contribution to building China's agricultural strength. Based on the high-quality development of China's agriculture, this paper analyzes the problems existing in the development of China's garlic industry, including germplasm degradation, shortage of high-quality varieties, low mechanization level, incomplete supporting agronomic technical system, sharp fluctuations in garlic market prices that aggravate production and operation risks, low added value of garlic products, and weak brand influence. Corresponding countermeasures and suggestions are proposed, such as intensifying innovation in germplasm resources, breeding green and high-quality varieties, promoting full-process mechanization and intelligent production of garlic to improve production efficiency and extend the industrial value chain, perfecting the construction of storage and logistics systems to reduce post-harvest losses and circulation costs, strengthening brand building to enhance product added value and international competitiveness, and improving the risk guarantee system to stabilize the development expectation of the garlic industry, so as to provide a reference for the high-quality development of China's garlic industry.

Key words: Garlic industry; Development status; Export trade; Countermeasures and suggestions

大蒜(*Allium sativum* L.)原产于亚洲地区,后扩散到非洲、美洲、大洋洲,全球约有100个国家和地区种植大蒜,其中亚洲为主要产区^[1]。我国大蒜种植有2000多年的历史,种植面积和产量均居世界首位。据联合国粮食及农业组织(FAO)数据,

2024年我国大蒜收获面积(2023年大蒜种植面积)约83.83万hm²,约占全球总收获面积的50%,2024年大蒜产量约2169.71万t,占全球总产量的72.95%左右。2024年我国大蒜出口在国际市场结构中辐射125个国家与地区,出口量和出口额分别

收稿日期: 2026-01-30; 修回日期: 2026-03-13

基金项目: 国家特色蔬菜产业技术体系(CARS-24); 济宁市重点研发计划(2024NYNS016)

作者简介: 邱秀翠,女,高级农艺师,主要从事农业技术推广工作。E-mail: xiucuiq0512@163.com

通信作者: 任艳云,女,研究员,主要从事特色蔬菜育种与绿色高效栽培技术研究工作。E-mail: jnnkysc@163.com

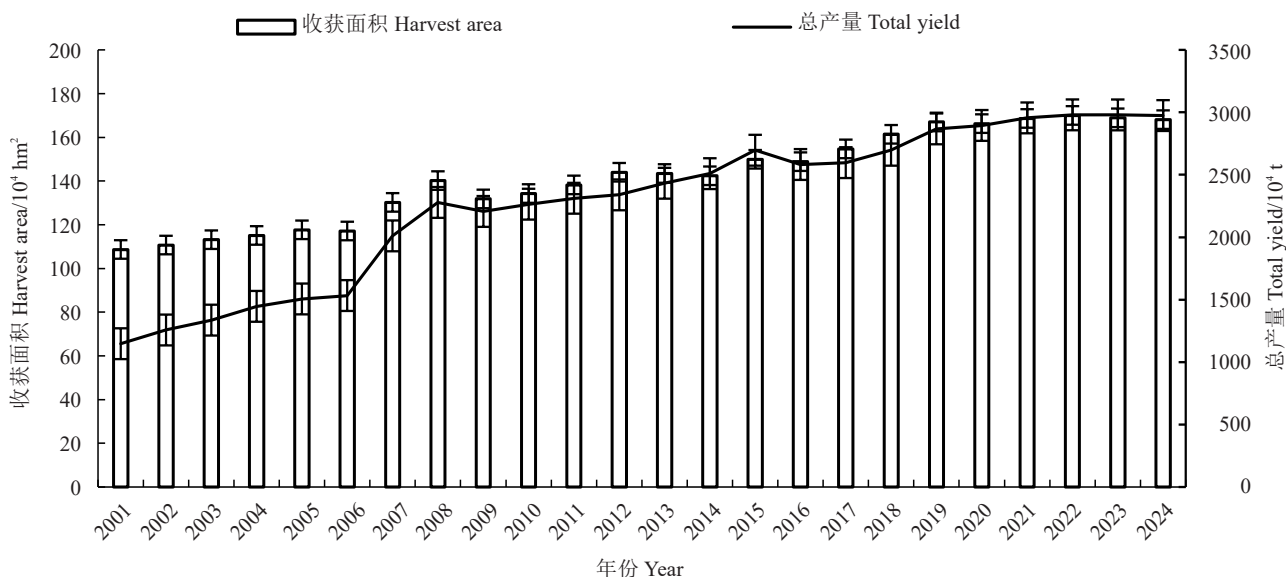
为 235.39 万 t 和 31.51 亿美元,分别占世界比重的 79.38%和 70.95%,大蒜作为中国最具出口竞争优势的蔬菜品种之一^[2],在乡村产业振兴、农民增收、出口创汇等方面发挥着重要作用^[3]。然而,我国大蒜产业仍面临着许多矛盾和挑战:价格周期性大幅波动,组织化不健全,品牌培育不完善,机械化、智能化、信息化程度低,高品质多功能大蒜加工产品研发不能满足多元化的市场需求等等。本文通过分析我国大蒜产业现状、趋势以及存在的问题,并据此提出了相应的对策建议,以期推动我国大蒜产业的高质量发展。

1 国内外发展现状

1.1 国外发展现状

1.1.1 全球产业生产情况 据联合国粮农组织

(FAO)数据,2024 年世界大蒜收获面积为 168.09 万 hm^2 ,产量 2 974.15 万 t,分布在 105 个国家和地区,产量前五位的国家分别是中国、印度、埃及、孟加拉国和韩国。2001—2024 年,世界大蒜种植面积呈现波动上涨趋势,2024 年收获面积比 2001 年增加 59.41 万 hm^2 ,增长率为 54.67%。2001—2008 年大蒜面积由 108.68 万 hm^2 增至 140.21 万 hm^2 ,受 2008 年世界金融危机影响,2009 年种植面积短暂下滑,随后又继续增长。2019 年后大蒜面积增至 160 万~170 万 hm^2 区间。随着种植技术水平和防灾减灾能力的提升,世界大蒜产量水平也呈现增加趋势。2024 年世界大蒜产量为 2 974.15 万 t,比 2001 年增长 1 826.58 万 t,增长率达 159.17%(图 1)。上述数据表明,近 24 年来世界大蒜生产规模不断扩大、产量不断增加,产



注:数据来源于 FAO。表 1~2、图 2 同。

Note: Data from the Food and Agriculture Organization (FAO). The same as table 1-2, figure 2.

图 1 2001—2024 年全球大蒜生产状况

Fig. 1 Global garlic production status from 2001 to 2024

业整体发展态势良好。

1.1.2 全球大蒜贸易情况 中国、阿根廷、西班牙是世界大蒜主要出口国。据联合国粮农组织(FAO)数据,2024 年 3 个国家总出口量和出口额分别达到 264.88 万 t 和 38.25 亿美元,占世界的 89.32%和 86.13%(表 1~2)。中国常年位居世界大蒜出口第一,在世界贸易竞争中占据绝对优势地位。2020—2024 年,中国大蒜出口额和出口量占世界的比重都处于 64%和 76%以上,2024 年出口量和出口额分别为 235.39 万 t 和 31.51 亿美元,分别占世界比重的

79.38%和 70.95%。

1.2 国内发展现状

1.2.1 生产规模 2001 年以来,我国大蒜的生产规模呈现出波动扩大的情况,种植面积和总产量都有不同程度的增加,为大蒜产业发展提供了坚实的基础。据联合国粮农组织(FAO)数据,2001—2024 年,我国大蒜收获面积(因统计口径收获面积为前一年的种植面积)从 58.49 万 hm^2 增长到 83.83 万 hm^2 ,增长了 43.32%;总产量从 789.41 万 t 增长到 2 169.713 万 t,增长了 174.85%(图 2)。其

表1 2020—2024年全球大蒜主要出口国家出口额及占比

Table 1 Export value and share of major global garlic exporting countries from 2001 to 2024

国家 Country	2020		2021		2022		2023		2024	
	出口额 Export value/ 10 ⁸ USD	占比 Proportion/ %	出口额 Export value/ 10 ⁸ USD	占比 Proportion/ %	出口额 Export value/ 10 ⁸ USD	占比 Proportion/ %	出口额 Export value/ 10 ⁸ USD	占比 Proportion/ %	出口额 Export value/ 10 ⁸ USD	占比 Proportion/ %
中国 China	20.64	64.46	20.34	65.05	17.96	64.58	23.68	69.02	31.51	70.95
西班牙 Spain	4.79	14.96	4.78	15.29	4.02	14.46	4.24	12.36	4.94	11.12
阿根廷 Argentina	1.73	5.40	1.45	4.64	1.33	4.78	1.13	3.29	1.80	4.05
荷兰 Netherlands	0.99	3.09	1.06	3.39	1.00	3.60	1.23	3.58	1.86	4.19
世界 World	32.02		31.27		27.81		34.31		44.41	

表2 2020—2024年全球大蒜主要出口国家出口量及占比

Table 2 Export volume and share of major global garlic exporting countries from 2001 to 2024

国家 Country	2020		2021		2022		2023		2024	
	出口量 Export volume/ 10 ⁴ t	占比 Proportion/ %	出口量 Export volume/ 10 ⁴ t	占比 Proportion/ %	出口量 Export volume/ 10 ⁴ t	占比 Proportion/ %	出口量 Export volume/ 10 ⁴ t	占比 Proportion/ %	出口量 Export volume/ 10 ⁴ t	占比 Proportion/ %
中国 China	225.42	79.41	190.9	77.60	203.59	77.06	203.22	76.63	235.39	79.38
西班牙 Spain	19.04	6.71	17.45	7.09	16.48	6.24	15.06	5.68	14.23	4.80
阿根廷 Argentina	9.78	3.45	10.86	4.41	11.91	4.51	12.11	4.57	15.26	5.15
阿联酋 United Arab Emirates	4.68	1.65	4.43	1.80	5.87	2.22	5.87	2.21	3.61	1.22
世界 World	283.88		246.01		264.21		265.20		296.55	

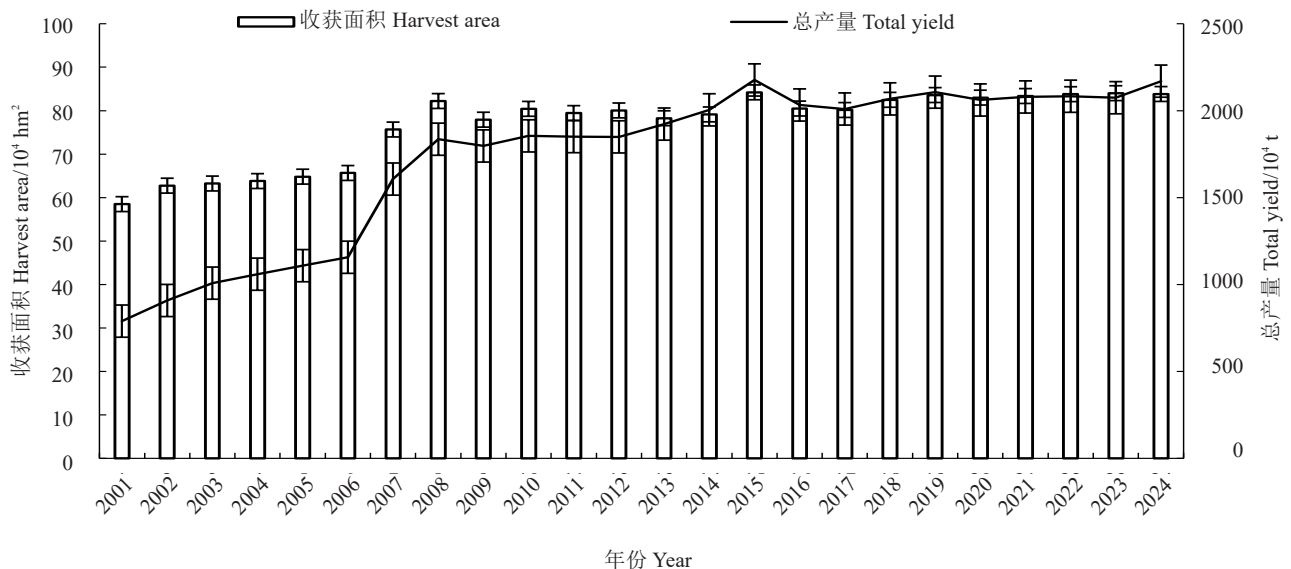


图2 2001—2024年我国大蒜生产情况
Fig. 2 Garlic production status in China from 2001 to 2024

中 2015 年大蒜总产量达到近 22 年以来最高,为 2 176.6 万 t,收获面积也达到最大,为 84.21 万 hm²,主要是由于 2014 年种植面积增加幅度较大,环境条件适宜。2020—2024 年 5 年的收获面积整体出现稍微波动增加的情况,但整体波动不明显,相

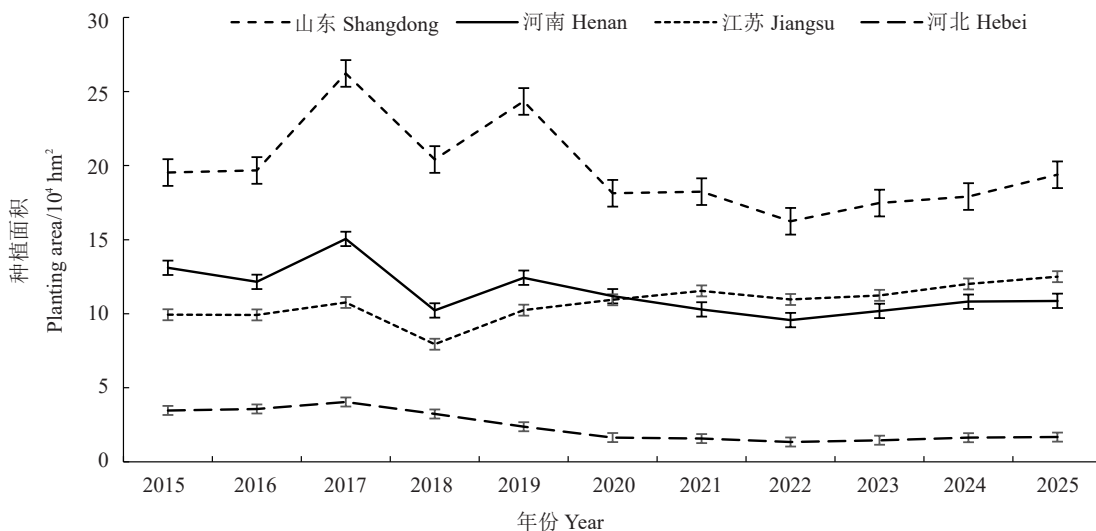
对稳定。

1.2.2 大蒜地域布局及演化 我国大蒜种植地域分布广泛,但大规模种植主要集中在山东、河南、江苏、河北四大主产省份。据全国大蒜产业链大数据平台数据,2025 年四大主产区数据仅查到山东省大

蒜种植面积为 19.38 万 hm^2 ，占全国大蒜种植面积的比重约为 24.33%；河南大蒜种植面积为 10.87 万 hm^2 ，占全国大蒜种植面积的比重约为 13.65%；江苏大蒜种植面积为 12.50 万 hm^2 ，所占的比重约为 15.69%；河北大蒜种植面积为 1.67 万 hm^2 ，所占的比重约为 2.09%；山东、河南、江苏、河北 4 省合计占到了全国 55%以上的大蒜生产比例(图 3)。

2015—2025 年我国大蒜四大主产省份种植面

积有增有减,2022—2025 年山东、河南、江苏和河北种植面积几乎都呈现逐年增加态势。与 2015 年相比,2025 年山东大蒜种植面积减少了 0.15 万 hm^2 ，降幅约为 0.75%，其在全国大蒜种植面积中所占的比重下降了 0.58 个百分点；河南大蒜种植面积减少了 2.23 万 hm^2 ，降幅约为 17.05%，其在全国大蒜种植面积中所占的比重下降了 3.06 个百分点；江苏大蒜种植面积增加了 2.57 万 hm^2 ，增幅约为 25.88%，其在



注：数据来源于大蒜产业链大数据平台(江苏、河北 2025 数据来源于大蒜团队调研)。表 3 同。

Note: Data from the garlic industry Chain Big Data Platform (2025 data for Jiangsu and Hebei are from surveys by the Garlic Team). The same as table 3.

图 3 四大产区种植面积

Fig. 3 Planting area of the four major producing areas

全国大蒜种植面积中所占的比重增加了约 3.03 百分点；河北大蒜种植面积减少了 1.80 万 hm^2 ，降幅约为 51.87%，其在全国大蒜种植面积中所占的比重下降了约 2.33 百分点(表 3)。近 4 年四大主产区种植面积出现平稳稍有上涨形势，山东增长波动幅度稍大。

1.2.3 我国大蒜出口情况 我国是全球最大的大蒜出口国，根据中国海关总署统计数据，大蒜出口分为 6 种类型，分别为鲜或冷藏的蒜头、冷冻蒜头、

其他鲜或冷藏的大蒜、盐水大蒜、干大蒜和用醋或醋酸制作或保藏的大蒜。其中,2025 年鲜或冷藏的蒜头出口辐射国家有 160 个，出口量为 225.03 万 t，出口总金额为 24.26 亿美元；干大蒜出口辐射国家 123 个，出口量为 24.74 万 t，出口总金额为 7.77 亿美元；其他鲜或冷藏的大蒜出口辐射国家 66 个，出口量为 10.98 万 t，出口总金额为 1.85 亿美元；盐水大蒜出口辐射国家 27 个，出口量为 1.14 万 t，出口总金额为 0.19 亿美元；用醋或醋酸制作或保藏的大

表 3 2015—2025 年中国大蒜各省份种植规模

Table 3 Garlic planting scale of different provinces in China from 2015 to 2025 (10⁴ hm²)

省份 Province	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
山东 Shandong	19.53	19.67	26.22	20.41	24.33	18.13	18.24	16.24	17.47	17.91	19.38
河南 Henan	13.10	12.15	15.05	10.22	12.43	11.18	10.29	9.57	10.19	10.81	10.87
江苏 Jiangsu	9.93	9.92	10.76	7.94	10.24	10.94	11.54	10.96	11.24	12.01	12.50
河北 Hebei	3.47	3.57	4.04	3.23	2.37	1.64	1.57	1.34	1.46	1.63	1.67
其他 Others	32.37	32.62	39.93	30.19	36.18	36.92	38.56	37.97	39.38	41.44	35.22
全国 National	78.40	77.93	96.00	72.00	85.54	78.80	80.20	76.07	79.73	83.80	79.63

蒜出口辐射国家 23 个,出口量为 0.61 万 t,出口总金额为 0.12 亿美元(表 4);冷冻蒜头出口辐射国家 2 个,出口量为 0.04 万 t,出口总金额为 0.01 亿美元(表 4)。从上述数据中可以看出我国大蒜出口主要形式是鲜或冷藏的蒜头,出口量占比为 85.72%,出

口额占比为 70.94%;其次是干大蒜出口量占比 9.45%,出口额占比 22.72%,再次为其他鲜或冷藏的大蒜,出口量占比为 4.18%,出口额占比为 5.41%,三者合计出口量和出口额占比基本达到 99%,从而说明我国出口大蒜大部分仅为初级产品,深度加工

表 4 2025 年我国大蒜出口类型出口量和出口额及各自占比

Table 4 Export volume, export value and their respective proportions of China's garlic by export type in 2025

产品类别 Product category	总出口量 Total export volume/10 ⁴ t	占比 Proportion/%	总出口额 Total export value/10 ⁸ USD	占比 Proportion/%
鲜或冷藏的蒜头 Fresh or chilled garlic heads	225.03	85.72	24.26	70.94
干大蒜 Dry garlic	24.74	9.45	7.77	22.72
其他鲜或冷藏的大蒜 Other fresh or chilled garlic	10.98	4.18	1.85	5.41
盐水大蒜 Salted garlic	1.14	0.43	0.19	0.56
用醋或醋酸制作或保藏的大蒜 Garlic prepared or preserved by vinegar or acetic acid	0.61	0.23	0.12	0.35
冷冻蒜头 Frozen garlic heads	0.04	0.01	0.01	0.03
全国 National	262.51		34.20	

注:数据来源于中华人民共和国海关总署。表 5~6 同。

Note: Data from the General Administration of Customs of the People's Republic of China. The same as table 5-6.

技术水平不高,附加值不高。

我国鲜或冷藏的蒜头、冷冻的蒜头、盐水和醋或醋酸制作或保藏的大蒜主要出口东南亚地区作为鲜食食用。干大蒜和其他鲜或冷藏的大蒜出口目标市场多为美国、欧盟等国家,多用于各类大蒜等深加工产品的中间原料^[4]。

根据 2025 年中国海关数据,我国鲜或冷藏的蒜头出口市场前三位的国家为印度尼西亚、马来西亚和越南,占我国鲜或冷藏的蒜头总出口额的 40.64%;干大蒜出口市场前三位的国家为美国、日本和巴西,占我国干大蒜总出口额的 51.12%;其他鲜或冷藏的大蒜出口市场前三位的国家为美国、荷兰和日本,占我国其他鲜或冷藏的大蒜总出口额的 56.69%;盐水大蒜出口市场前三位的国家为伊拉克、日本和希腊,占我国盐水大蒜总出口额的 68.13%;用醋或醋酸制作或保藏的大蒜出口市场前三位的是韩国、泰国和德国,占我国用醋或醋酸制作或保藏的大蒜总出口额的 72.82%(表 5)。

我国共有 31 个省份出口大蒜。2025 年,大蒜出口总量为 262.51 万 t,出口总额 34.2 亿美元,出口量比 2024 年同期增长 1.3%,出口额同比下降 12.8%。如表 6 所示,山东省大蒜出口量和出口额稳居全国第一,2025 年出口量 175.09 万 t,出口额达 23.97 亿美元,出口量占全国的 66.7%,江苏和河南位居第二和第三,但是出口量与山东省相比,差距很大。

1.2.4 大蒜国内消费情况 由图 4 可以看出,大蒜国内消费主要分为鲜食消费、加工消费、种用消费和损耗量,以鲜食产品为主,大蒜加工产品消费次之。据农业农村部大蒜市场分析预警团队数据,2025 年国内大蒜消费量为 1236 万 t。其中,鲜食消费量为 552 万 t,在全国大蒜消费量中占比约 44.66%;加工消费量为 411 万 t,在全国大蒜消费量中占比约 33.25%;种用消费量为 232 万 t,在全国大蒜消费量中占比约 18.77%;损耗量为 41 万 t,在全国大蒜消费量中占比约 3.66%(图 4)。

1.3 国内大蒜年均价格变化情况

根据农价云 App 数据分析,从 2015—2026 年 3 月这 10 余年间,大蒜年平均价格呈现周期波动(图 5)。近 10 年大蒜年均价格出现第一个峰值在 2016 年,为 9.92 元·kg⁻¹,主要原因为面积缩减叠加恶劣天气单产下降;2018 年价格降低主要是受国际金融危机影响,需求减少;2020—2022 年大蒜年均价格保持平稳主要是疫情原因需求量总体稳定;而 2023—2024 年大蒜价格连续攀升,2024 年到达 10 年内的第二个峰值,年均价格 10.92 元·kg⁻¹,同比增长 25.52%,主要是因为 2023 年以来世界疫情冲击结束,国际贸易恢复甚至逐渐扩大,大蒜需求量增加,加之大面积雨雪恶劣天气影响,市场对于后期减产预期增加推升价格上涨。2026 年 1—3 月大蒜价格稍微上涨随后转为偏弱调整,主要是由于前期雨雪对蒜苗生长影响不大,同时库存偏大,原始供

表5 2025年我国大蒜出口贸易主要伙伴国情况
Table 5 Major partner countries of China's garlic export trade in 2025

产品类别 Product category	国家 Country	出口额 Export value/10 ⁷ USD	占比 Proportion/%	排名 Rank
鲜或冷藏的蒜头 Fresh or chilled garlic heads	印度尼西亚 Indonesia	52 670.47	21.71	1
	马来西亚 Malaysia	23 955.49	9.87	2
	越南 Vietnam	23 307.30	9.06	3
	菲律宾 Philippines	13 965.00	5.76	4
	阿联酋 United Arab Emirates	9 396.36	3.87	5
盐水大蒜 Salted garlic	伊拉克 Iraq	528.26	27.87	1
	日本 Japan	505.43	26.66	2
	希腊 Greece	257.81	13.6	3
	西班牙 Spain	152.31	8.03	4
	意大利 Italy	117.42	6.19	5
其他鲜或冷藏的大蒜 Other fresh or chilled garlic	美国 America	5 782.62	31.27	1
	荷兰 Netherlands	2 633.19	14.24	2
	日本 Japan	2 067.73	11.18	3
	加拿大 Canada	1 652.17	8.93	4
	澳大利亚 Australia	1 081.60	5.85	5
用醋或醋酸制作或保藏的大蒜 Garlic prepared or preserved by vinegar or acetic acid	韩国 Republic of Korea	559.87	45.40	1
	泰国 Thailand	182.84	14.83	2
	德国 Germany	155.25	12.59	3
	美国 America	77.71	6.30	4
	西班牙 Spain	77.39	6.28	5
干大蒜 Dry garlic	美国 America	30 251.42	38.95	1
	日本 Japan	5 437.38	7.00	2
	巴西 Brazil	4 017.30	5.17	3
	德国 Germany	3 938.55	5.07	4
	加拿大 Canada	3 044.03	3.92	5
冷冻蒜头 Frozen garlic heads	日本 Japan	120.74	97.50	1
	韩国 Republic of Korea	3.09	2.50	2

表6 2025年我国大蒜主要出口省份出口情况
Table 6 Export status of major garlic exporting provinces in China in 2025

省份 Province	出口量 Export volume/10 ⁴ t	出口额 Export value/10 ⁸ USD
山东 Shandong	175.09	23.97
江苏 Jiangsu	34.70	3.65
河南 Henan	20.79	2.69
广西 Guangxi	10.41	0.95
云南 Yunan	4.27	0.32
广东 Guangdong	2.64	0.19
上海 Shanghai	2.44	0.49
新疆 Xinjiang	1.89	0.23
河北 Hebei	1.56	0.47
浙江 Zhejiang	1.17	0.21

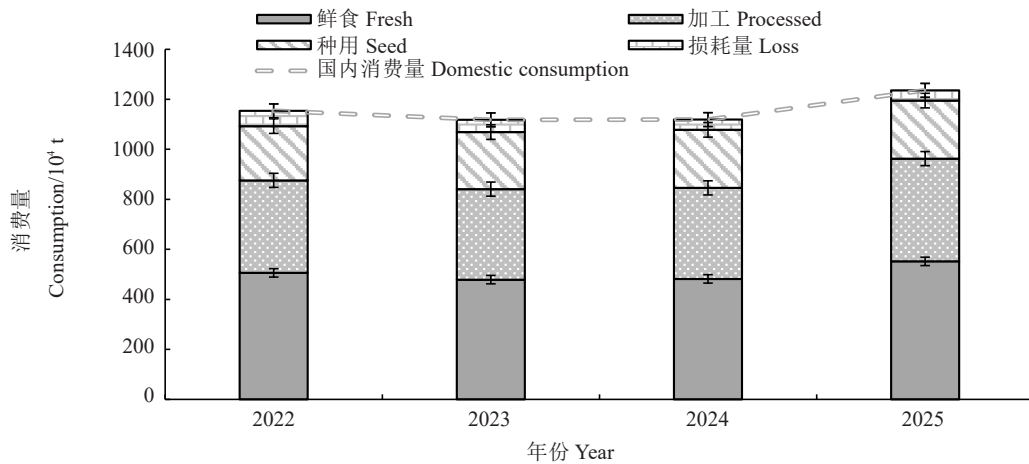
应商和短炒商形成共振出货态势,供大于求,影响了大蒜的市场价格。整体来看,大蒜价格波动的周期性较强,波动幅度较大,波峰、波谷的价差在2

倍左右。

2 当前我国大蒜产业发展存在的主要问题

2.1 大蒜种性退化,优质品种缺乏

大蒜不能进行有性繁殖,生活力减退,使得其优良种质的种性不断退化^[5]。因此大蒜种性退化是国内大蒜产区面临的主要问题。随着主产区常年稳定且相对集中、重茬年限的增加,各大蒜产区还面临着病虫害增多、蒜头变小、品质下降等诸多问题,因此长期以来的同质化栽培,导致了市场上品种单一化。这限制了大蒜产业适应市场变化和消费者多样化需求的能力。我国在大蒜育种技术方面相对滞后,特别是在有性生殖、杂交育种、体细胞杂交和基因工程等关键技术缺乏突破^[6]。现有的育种方法和技术难以快速培育出具有创新特性和市场竞争力的新品种,这在一定程度上制约了

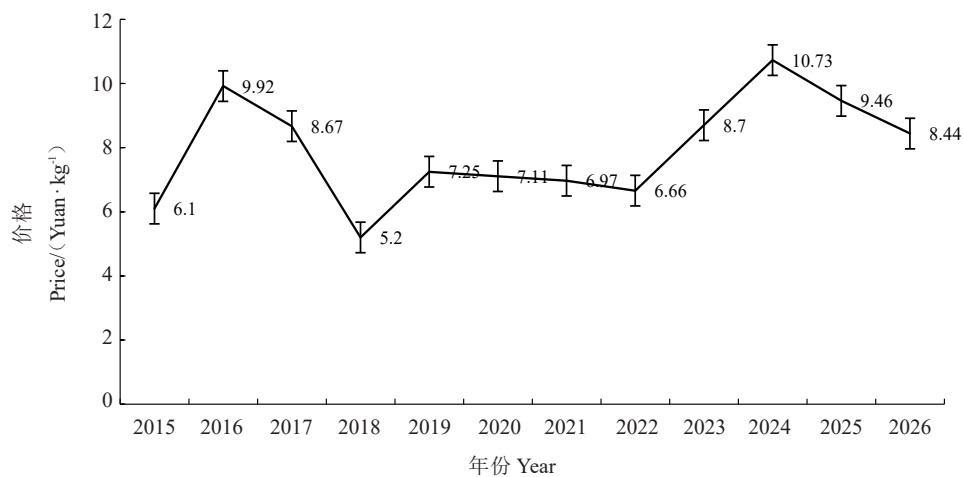


注:数据来源于农业农村部大蒜市场分析预警团队。

Note: Data from garlic market analysis and early warning team, Ministry of Agriculture and Rural Affairs.

图4 中国大蒜消费量变化情况

Fig. 4 Changes in garlic consumption in China



注:数据来源于农价云 App。

Note: Data from Nongjia Yun App.

图5 2015—2026年(1—3月)我国大蒜平均价格走势

Fig. 5 Trend of average garlic price in China from 2015 to 2026(January to March)

产业的持续发展。此外,市场需求的快速变化也是影响大蒜产业创新的重要因素。消费者对食品安全、营养健康和口感体验的要求不断提高,传统品种难以完全满足这些多样化和个性化的需求,需要更多具备新颖特性(例如休眠期长、耐贮藏或者高附加值)的品种来满足市场的不同需求。

2.2 大蒜栽培机械化程度低,配套农艺技术体系不完善

在劳动力结构性短缺与全球化竞争加剧的背景下,我国大蒜机械化生产取得了一系列进展。大蒜正芽播种机(鳞芽朝上直立栽种)和振动式大蒜联合收获机的成功研发,使作业效率比传统方式提

升 20 倍以上^[7]。但是,我国大蒜种植采用平作、垄作、畦作等众多栽培模式,种植模式杂且多,导致大蒜机械频繁调整作业参数,严重影响通用机型适配性。大蒜种植缺少标准化的农艺技术体系,农机与农艺的融合度不高,如传统小行距种植模式与机械联合收获大行距要求不匹配等,致使农机农艺配套专用机械的研究与应用越来越迫切,机械化生产水平亟须提高^[8]。

2.3 大蒜市场价格波动大,加剧生产和经营风险

众所周知,大蒜属于群众生活必需调味品,需求量相对稳定,弹性指数小,这也意味着大蒜的需求缺乏弹性。由于市场供求关系决定着大蒜的价

格,大蒜完全取决于市场定价,同时流通市场活跃着许多与股票经纪人职能相似的大蒜经纪人,以及为投机客“炒蒜”提供杠杆的配资商^[9],层层加价,信息不对称,农民不能及时掌握最新市场信息,盲目跟风种植,大蒜的种植面积和产量出现波动变化,进而造成价格出现波动变化,有时变化幅度非常大,几乎是呈现断崖式或者陡坡式升降。

2.4 大蒜产品附加值低,品牌影响力较弱

目前,在国内、国际市场上,大蒜在医疗、保健、美容、美发以及饲料添加剂等方面的制品悄然走俏,深受消费者的喜爱。然而当前,我国大蒜出口主要集中在保鲜或冷藏大蒜和干燥大蒜等初级加工产品上,精深加工和消费者市场青睐的产品比例很小,从而导致我国大蒜出口市场单一,抵御风险能力差,市场稍有波动就难以承受;同时也使得我国大蒜在现有市场上,产品竞争力有限,效益低,收益少。市场竞争也反映在品牌价值中,一个具有高价值的品牌通常具有更高的市场份额和更强的定价能力^[10],中国大蒜产业在国际市场上面临的一大难题就是品牌建设不足。这些品牌在产品定价上并未充分发挥其价值,即没有充分掌握市场的定价权,品牌溢价低,大大削弱了整体市场竞争力。

3 推动我国大蒜产业高质量发展的对策建议

3.1 加大种质资源创新,培育绿色优质品种

加大搜集和引进近缘野生和国外优质种质资源,为新优质品质选育储备丰富的亲本材料,开展资源和变异材料的精准鉴定和评价,例如农艺性状观察、理化指标测定和借助分子标记的遗传分析,挖掘优异资源^[11],应用常规育种与现代育种技术(如分子标记、基因工程、远缘杂交等)相结合的育种手段,培育出高产、抗病、抗逆境、抗早衰、耐贮运和专用、特用型大蒜新品种,从而提升市场竞争力^[12]。同时还应加大科研投入,引进培养高水平的科研人才,建立国家重点实验室,构建产学研用一体化的大蒜产品研发培育体系,深入研发大蒜优质新品种,促进种质升级换代,用优质品种赢得市场高占有率。

3.2 推进大蒜栽培全程机械化与智能化,提升生产效率与延伸产业价值链

在劳动力供给趋紧、国际市场竞争加剧的双重背景下,我国大蒜生产机械化已取得阶段性突破,正芽播种机、振动式联合收获机等装备已经应用,

作业效率较传统人工提升20倍以上,但产业整体仍面临机械化水平偏低、农机农艺融合不足、智能化应用滞后等突出问题。为破解大蒜生产用工难、用工贵、效率低的瓶颈,需以全程机械化、智能化为主线,推动产业向规模化、标准化、集约化转型,全面提升生产效率与产品附加值。一是强化农机农艺协同,突破关键环节装备瓶颈。针对我国大蒜平作、垄作、畦作等栽培模式多样、行距不统一、通用机械适配性差的问题,将标准化农艺体系嵌入农机研发全流程,统一产区种植规格与作业标准,解决机械频繁调参、适配性不足的矛盾。加大核心装备研发投入,重点攻克鳞芽定向播种、低损伤收获、夹持输送、清泥切茎去根等技术难题,完善播种、田间管理、收获、初加工等环节专用机具,实现全程机械高效配套,降低人工依赖与作业损耗^[13-14]。二是加快智能化技术融合应用,推动生产数字化转型。依托机器视觉、智能导航、作业监测等技术,在播种、收获等关键环节推广智能装备与精准作业模式,构建田间数据实时采集、分析、决策的数字化管理体系。鼓励研发耕、种、管、收一体化复合农机,推动物联网、大数据与大蒜生产深度融合,实现精准种植、智能管控,提升作业标准化与精准化水平^[15-16]。三是完善政策与服务支撑,加速技术落地应用。加大农机购置补贴、研发专项扶持力度,引导农机企业、科研院所、生产主体协同创新,促进先进装备成果转化。培育专业化农机服务组织,开展示范推广与技术培训,解决小农户机械应用难题,提升全程机械化覆盖面。同步推进加工环节自动化、连续化改造,延伸深加工产业链,开发大蒜精油、大蒜素、功能性制品等高附加值产品,打通从生产到加工的增值链条^[17-18]。

3.3 完善仓储物流体系建设,降低产后损失和流通成本

健全大蒜仓储保鲜与冷链物流体系,是减少产后损耗、稳定市场供给、提升产业效益的关键环节。构建产地初加工、销区精加工与冷链物流协同配套的仓储保鲜网络,推广大蒜分级、分拣、预冷、真空包装等标准化初加工技术,改善贮藏品质,减少腐烂损耗。整合仓储、运输、销售等环节资源,完善跨区域冷链物流基础设施,提升冷链信息化管控水平与环节衔接效率,优化配送路径,降低综合流通成本,打通产地到销区的流通通道^[19-21]。搭建仓储信息化管理平台,实时监测库存数量、品质状态与市场行情,实现库存动态调度与精准营销,缓解

“卖难”“价跌”等问题,稳定蒜农收益与产业运行秩序。

3.4 强化品牌化建设,提升产品附加值与国际竞争力

品牌化建设是推动农业高质量发展、实现乡村产业振兴的重要抓手,也是提升大蒜产品附加值、增强市场竞争力、促进蒜农增收的关键路径^[22]。加快推进大蒜产业品牌化发展,有助于推动我国大蒜产业由规模数量型向质量效益型转型,提升在全球市场中的话语权与影响力^[23]。当前我国大蒜产业仍存在品牌培育滞后、溢价能力偏弱、国际市场认可度不高等问题,亟须构建系统化品牌发展体系,以品牌引领产业提质增效、稳定发展。一是构建多层次协同发展的品牌矩阵。加快推进地理标志产品认证工作,支持主产区政府联合新型经营主体打造具有地域特色与文化内涵的区域公用品牌,统一品牌准入标准、生产管控规范、质量溯源体系与市场运营机制,规范品牌使用与管理。鼓励龙头企业、农民专业合作社等市场主体培育自主品牌与特色产品品牌,积极开展国际商标注册,推动精深加工产品品牌化运营,实现从初级原料销售向成品销售、服务增值与品牌溢价的转变,全面提升产品附加值与国际市场竞争力^[24]。二是强化品牌建设的科技与文化赋能。立足大蒜主产区独特的生态条件、种植传统与产业基础,深度挖掘大蒜营养健康价值、历史文化底蕴与产地特色优势,将品质优势转化为品牌核心内涵,讲好中国大蒜品牌故事,提升产品市场溢价能力。以科技创新支撑品牌品质提升,推行绿色生产方式与标准化种植技术,建立全程质量控制体系,以稳定可靠的产品品质夯实品牌发展根基^[25]。三是创新品牌营销模式与市场推广路径。依托农业展会、电商平台、新媒体等渠道开展立体化、多元化品牌传播,拓展体验式营销、内容营销与场景化营销模式,增强品牌认知度与消费者黏性。加大海外市场品牌推广力度,借助跨境电商、国际展会与多边贸易合作平台拓展高端市场,积极参与国际标准认证与产品品质互认,提升中国大蒜品牌的国际知名度与美誉度^[26-27]。四是健全品牌保护与市场监管机制。加强大蒜品牌知识产权保护,完善市场监管体系,严厉打击假冒伪劣、侵权冒用等违法违规行为,维护公平有序的市场竞争环境。通过全链条品牌培育、品质管控与市场监管,实现优质优价,增强大蒜产业抵御市场风险的能力,为产业高质量可持续发展提供坚实保障^[28-29]。

3.5 健全风险保障体系,稳定大蒜产业发展预期

大蒜市场价格的剧烈波动不仅影响蒜农的切身利益,也制约着产业的可持续发展,需从信息服务、市场监管、金融工具应用等多维度构建风险防控体系。通过全国大蒜产业链大数据平台和农业农村部大蒜市场分析预警团队,整合主产区种植面积、产量、库存、消费需求及国际市场动态等数据,通过大数据分析实现供需趋势预测,定期向蒜农、企业发布权威信息,引导理性种植与经营,破解“信息不对称”难题。一是创新风险分担工具,加快研发推广有针对性的大蒜种植保险产品,推广大蒜价格保险、气象指数保险等保险产品,结合主产区气候特征、种植模式及生产痛点,科学设定保险责任范围,将自然灾害、病虫害、极端天气导致的减产绝收纳入保障,合理制定保额、保费标准,落实财政保费补贴政策,扩大保险覆盖范围,降低自然灾害、市场波动给蒜农带来的冲击^[30-35]。二是探索构建“种植保险+期货交易”双重风险防控体系,利用金融衍生品对冲价格风险,为蒜农和企业提供稳定的收益保障,增强产业抗风险能力^[36]。三是建立期货市场与现货市场联动机制,完善市场信息发布平台,及时传递价格、库存、供需等数据,帮助市场主体精准研判行情,减少盲目跟风种植和交易行为,让大蒜市场定价更趋理性,为产业链各环节提供稳定的经营预期,从根本上提升产业抗市场风险的能力^[37-38]。

参考文献

- [1] 杨宾宾,宗义湘,赵邦宏.中国大蒜生产布局及贸易格局分析[J].农业展望,2019,15(11): 117-122.
- [2] 陈晓鑫,王孟伟,白丽,等.中国大蒜出口增长的驱动因素研究[J].中国瓜菜,2023,36(10): 153-160.
- [3] 马招弟,丁天娇.中国大蒜出口贸易现状研究[J].农村经济与科技,2017,28(2): 64.
- [4] 祝捍敏.我国大蒜出口贸易与国际竞争力评价分析[J].中国瓜菜,2022,35(10): 111-116.
- [5] 郭瑞峰,咸丰.大蒜育种技术研究发展[J].安徽农业科学,2011,39(5): 2617-2619.
- [6] 徐培文,刘冰江,孔素萍,等.大蒜种质创新和育种研究进展[J].中国蔬菜,2006(6): 31-33.
- [7] 李玉华,戚换军,侯瑞,等.葱蒜类蔬菜全程机械化发展现状与挑战[J].蔬菜,2025(增刊2): 105-116.
- [8] 魏宏玲,王小瑜,陈进熹,等.中国大蒜机械化生产现状与发展思路探讨[J].中国农机化学报,2022,43(4): 175-182.
- [9] 邓心怡.农产品价格内生性波动及期现价格互动:基于投机视角[D].成都:西南财经大学:2019.
- [10] 王琳淞.杞县大蒜区域公用品牌价值提升研究[D].郑州:河南工业大学,2024.

- [11] 钟云鹏,路风银,李成玉,等.世界大蒜产业发展与贸易动态分析[J].中国蔬菜,2025(7): 1-17.
- [12] 李双雷,吴成民,肖凯,等.大蒜的品种选育现状[J].中国果菜,2017,37(8): 58-60.
- [13] 朱月浩,侯献伟,田绍华,等.大蒜机械化种植模式试验研究[J].农机化研究,2025,47(8): 202-207.
- [14] 朱正波,曹昕,胡志超,等.大蒜机械化收获技术装备研发进展[J].中国农机化学报,2025,46(12): 312-320.
- [15] 胡彦军,张彩虹,白燕青.基于大数据技术的大蒜品质智能化调控研究[J].农机化研究,2025,47(1): 120-124.
- [16] 王永健,丁想,李骅,等.基于STM32大蒜联合收获机监测系统设计与试验[J].智能化农业装备学报(中英文),2025,6(1): 15-24.
- [17] 刘元,王玥玮,郝惠阳.大蒜深加工技术研究进展及产业化现状[J].食品研究与开发,2021,42(19): 214-218.
- [18] 张香萍,李胜利.河南省大蒜产业现状及“十四五”高质量发展建议[J].中国瓜菜,2021,34(5): 132-135.
- [19] 曾洪宾,张菊霞.金乡大蒜产业冷链物流存在的问题及解决对策[J].物流科技,2022,47(21): 146-149.
- [20] 高天宇.电商环境下金乡万联贸易公司大蒜物流成本控制研究[D].山东泰安: 山东农业大学,2022.
- [21] 崔明理.“冷服务”激活“最先一公里”[J].农产品市场周刊,2022(15): 18-23.
- [22] 杨曼,赵薇,陈诗怡,等.农产品品牌建设助力乡村振兴:以金乡大蒜为例[J].现代商业,2020(20): 24-26.
- [23] 花玉琪,柏益雯,周仕通.关于徐州实施农产品品牌化战略以促进农民持续增收的研究:以“邳州大蒜”为例[J].农村经济与科技,2020,31(3): 126-128.
- [24] 董晓宇,常晓轲,朱伟岭,等.河南省特色蔬菜品牌发展现状及对策建议[J].蔬菜,2025(7): 12-18.
- [25] 赵帮宏,宗义湘,乔立娟,等.2019年我国辛辣类蔬菜产业发展趋势与政策建议[J].中国蔬菜,2019(6): 1-5.
- [26] 王孟伟,何泽佳,白丽木,等.中国辛辣蔬菜国际竞争力比较分析[J].中国蔬菜 2024(8): 1-8.
- [27] 徐雪萍,陈帅杰,许明华,等.新媒体视域下乡村特色产业品牌化建设研究:以杞县大蒜为例[J].乡村科技,2020,15(3): 54-58.
- [28] 刘志慧.农产品品牌法律保护研究[J].品牌研究,2025(18): 52-53.
- [29] 彭乙桃.农产品区域公用品牌的知识产权法律保护研究[J].四川农业科技,2025(10): 130-132.
- [30] 高一丹,袁田垚,宗义湘,等.山东省特色农产品目标价格保险实施方案及实际运作:以金乡大蒜目标价格保险为例[J].中国蔬菜,2019(12): 1-5.
- [31] 黄丽.特色农产品目标价格保险实践策略研究:以大蒜目标价格保险为例[J].中国科技投资,2025(3): 28-30.
- [32] 石艳峰.大蒜目标价格保险试点的现状与建议[J].中国果菜 2017,37(3): 44-47.
- [33] 王永冲.农产品目标价格保险对蔬菜价格波动影响研究:以大蒜、大葱、大白菜、生姜为例[J].价格理论与实践,2023(9): 80-85.
- [34] 牛浩,陈盛伟.中国农业气象指数保险产品的发展现状、面临难题及解决建议[J].中国科技论坛,2015(7): 130-135.
- [35] 李艳,陈盛伟.农作物病虫害气象指数保险发展思路[J].农业展望,2018,14(3): 16-21.
- [36] 孙悦.河南省农产品“保险+期货”模式探索[J].合作经济与科技,2025(3): 68-70.
- [37] 张玉智,王华旗.我国开展大蒜期货交易的可行性研究[J].现代商业,2014(4): 17.
- [38] 郭向向,刘旺,郭锐.中国开展大蒜期货市场的必要性和可行性研究[J].粮食科技与经济,2019,44(4): 144-148.