

上海,努力构建都市农业“绿色”范本

——写在第十五届中国绿色食品博览会在沪开幕之际



第十五届中国绿色食品博览会今天在上海国际农展中心正式开幕,展会将持续至9日结束,为期4天。本届绿博会由中国绿色食品发展中心和上海市农业委员会共同主办,中国绿色食品协会、农业部农产品质量安全中心、中粮集团协办,上海市绿色食品发展中心、上海农业展览馆共同承办。绿博会自1990年开始举办,是全国农业系统的重点展会,今年是第十五届,也是第七次在上海市举办。与往届上海绿博会相比,本届绿博会商务活动更丰富多彩,采购商的范围进一步拓宽;宣传形式变化多样,加强了新媒体宣传。

“不怕贵点,就怕不安全”,现在不少人购买食品时,都会选择绿色食品。绿色食品是指产自优良生态环境、按照绿色食品标准生产、实行全程质量控制并获得绿色食品标志使用权的安全、优质食用农产品及相关产品。随着人们生活水平的提高,安全食品的消费潮流正在推动绿色食品发展朝着更高层次迈进,产品质量已成为绿色食品的“生命线”。

为确保绿色食品的整体产品质量,上海绿色食品在发展过程中,注重保护环境与发展经济、增进人们健康紧密结合。主导本市绿色食品发展的动力不再是单一的经济目标,而是多重产业的叠加。对农民,它事关增收;对消费者,它事关食品安全;对社会,它事关环境保护和可持续发展。

抓源头,打好“绿色基”。上海以严格执行产地环境标准为抓手,着力建设一个高质量和高标准的基地,确保绿色食品产品质量安全。

促认证,画好“绿色图”。上海以绿色食品企业和产品的认证作为促进绿色食品产业健康发展的保证和源泉,一路助推本市绿色食品从无到有,从小到大,迅速发展。

严监管,把好“质量关”。食品安全既是“产”出来的,也是“管”出来的,上海切实强化基地全过程质量监管,把“管”出来的各项措施延伸到生产基地、各类销售市场、落实到绿色食品的全过程,努力实现“从土地到餐桌”的全程质量监管,确保本市绿色食品实现“真绿”。

重标准,育好“绿色牌”。标准化、品牌化是绿色食品具有市场竞争力的重要标志,上海不断强化绿色食品事业在整个农产品质量安全工作中的重要地位,努力构建都市农业的“绿色”范本。

□记者 欧阳蕾昵

抓源头,打好“绿色基”

绿色食品“绿不绿”,关键在“源头”。环境质量不达标或者标准不高,就难以建设一个高质量和高标准的基地,确保绿色食品产品质量安全也就可能成为一句空话。

实施绿色食品产业发展纲要以来,上海严格执行产地环境标准,对有机食品、绿色食品、无公害农产品和地理标志登记农产品(简称“三品一标”)生产基地的土壤、水、空气进行严格的检测和环境评价,对达不到标准的,坚决禁止建设“三品一标”基地。对已建成的生产基地,也不放松,通过建立和完善各项制度,不断强化对基地环境的保护。从2013年起,全市各涉农区县每年对1—2家绿色食品企业进行产地环境例行监测,监测指标严格按照农业行业标准《绿色食品产地环境质量》进行,以监控产地

环境质量变化情况。直至今日,产地环境监测合格率达100%。

基地生产过程是确保“产出来”质量的关键,只有切实增强基地农户的质量安全意识和执行标准化生产的能力水平,才能确保“种出来”的产品安全可靠。目前本市针对绿色食品企业内检员,每年开展至少一次有关绿色食品认证申报、标志使用和标准知识培训。已制订“三品一标”生产技术规程100多个,基本涵盖了“三品一标”生产基地生产的各个领域。

【案例】作为光明食品集团旗下的全资子公司,光明米业(集团)有限公司(以下简称光明米业)拥有崇明跃进基地、长江基地、江苏海丰基地、安徽巢湖槐祥基地四个自有粮源基地。这些基地的共同特点是生态环境优越,土洁、水清、空气净,周边数公里均无工业企业,为光明米业大米的生产提供了得天独厚的生态优势,从源头上确保了光明大米的生产环境的安全。近

年来,光明米业始终将“绿色产业链、优质光明米”作为企业发展宗旨,为上海市民和广大消费者提供“安全、优质、放心”的粮食。2013年光明米业销售收入逾39亿元,粮食销售量达140万吨,小包装大米的上海市场占有率超过25%;2014年前三个季度已完成粮食销售量逾120万吨,小包装大米的上海市场占有率约30%。记者获悉,光明米业拥有近20万亩的绿色食品生产基地,全部通过绿色食品认证。

促认证,画好“绿色图”

绿色食品企业和产品认证是促进绿色食品产业健康发展的保证和源泉。本市自2001年开展绿色食品认证以来,全市绿色食品从无到有,从小到大,发展迅速。2001年全市仅有27家绿色食品企业和63个产品,而截至2014年6月底,全市绿色食品证书使用企业159家,绿色食品认证产品230个;经农口系统中绿华夏有机食品认证

中心认证的企业7家,获有机农产品认证的产品25个。

据了解,为了促进绿色食品的发展,通过各方努力,市农委先后发布《关于加快本市“三品一标”工作发展的意见》(沪农委[2013]366号)、《上海市“三品一标”奖补实施办法》(沪农委[2013]367号)等政策文件,加强对绿色食品发展的政策资金支持。上海市绿色食品发展中心也制定了《上海市无公害农产品一体化认证工作规范》、《上海市绿色食品续展综合审核工作实施细则》等工作规范,有效形成了市级机构重审核和指导,区县机构重现场检查和材料把关,乡镇机构重材料受理和申报工作的格局,同时也加强落实认证服务下基层的工作机制,对认证率较低的区县、重点认证产品上门指导和现场集中审查材料,启用农业部“金农工程绿色食品审核与管理系统”,实现绿色食品审核、颁证、统计、监管等工作的信息化,大大提高了认证工作效率。

【案例】坐落在奉贤经济开发区的上海丰科生物股份有限公司(以下简称丰科生物),是集珍稀食用菌研发、生产、加工、出口贸易于一体的上海市高新技术企业。目前,丰科生物真姬菇日产能达到50吨,是国内最大的真姬菇生产基地。记者获悉,丰科生物上海基地于2006年通过国家绿色食品认证,之后顺利通过2009年和2012年两次续展认证。2013年,丰科生物投入使用的丰科青岛基地也通过了绿色食品认证。丰科生物总经理张文宏告诉记者,一直以来,丰科生物在食用菌培植过程中严格管理,不使用任何农药和添加剂。公司主打产品蟹味菇和白玉菇通过SGS项权威机构198项检验,农残、重金属等指标全部符合国家标准。

“我们的培养料在完成生产菇类的使命后,因其中营养丰富,经回收堆置发酵后还可作为饲料、肥料继续利用,对环境几乎做到了零污染。”张文宏介绍说,丰科生物的产品在国内市场占有率大于25%,产品畅销澳大利亚、日本、新加坡、马来西亚、美国、欧盟各国等国家和地区,国际市场出口销售份额在30%以上。

严监管,把好“质量关”

食品安全既是“产”出来的,也是“管”出来的;高品质的绿色食品更是“产”出来和“管”出来完美结合的产物。为了实现“产”出来和“管”出来的高度统一,上海切实强化基地全过程质量监管,把“管”出来的各项措施延伸到生产基地、各类销售市场,落实到绿色食品的全过程,努力实现“从土地到餐桌”的全程质量监管,确保本市绿色食品实现“真绿”。

上海较早的形成了企业自查、区县监管、市级督查以及交叉检查的分级分类监管模式,基本做到了监管无死角。2013年全市115家绿色食品企业实现自查率100%,所有的绿色食品企业的年抽检率达到100%。除了生产加工环节外,本市还定期开展绿色食品的市场标志监察,及时查处假冒伪劣和滥用标志标识等违法违规情况,净化市场。除了日常的监管手段外,上海还积极利用丰富的科技和专家资源,在全国较早的开展绿色食品风险评估和质量可追溯研究。市农委充分发挥现有市农产品质量安全专家组的作用,对农产品(尤其是“三品一标”产品)已经发现的危害

进行风险评估,提出预警和监管建议。上海市绿色食品发展中心也在搞好档案记录的基础上,依托正在研发的“三品”质量可追溯监管平台为切入点,加快食用农产品可追溯体系信息化建设,提高监管水平。

上海市现代农业“十二五”规划中提出,到2015年全市“三品一标”认证率要达到60%。而截至2014年6月底,本市证书有效期内的“三品”生产企业1420家,产品6881个,“三品”认证量已达375.69万吨,占地产农产品上市量的66.51%,提前一年半完成了“十二五”规划60%的工作目标,绿色食品的壮美画卷正在大步展开。

重标准,育好“绿色牌”

自2009年起,上海市农产品质量安全中心受市农委委托,开始承担本市农业标准制修订项目专项资金的申请、立项、评审等组织和管理的工作。近5年来,本市农业标准制修订工作在研究经费、支持项目数、研究范围等各方面都经历了从无到有、从无序到规范的过程——搭建了本市农业标准化工作交流平台;规范了本市农业标准预研制工作的流程;拓展了农业系统系统预研制项目的领域。

2013年本市绿色食品中有2家国家级、13家市、区级农业产业化龙头企业,产品国内销售额达到20.86亿元,出口额达到192.69万元。两家企业荣获了“2013年度绿色食品示范企业”称号,3家企业获得上海市名牌农产品称号。

【案例】葡萄本不是嘉定马陆的土特产。但偏偏是马陆视葡萄为“宝”,不断做大做强,最后成为马陆的一张响当当的名片,走向大江南北。谈到绿色食品的发展,70岁的“马陆葡萄之父”单传伦最有发言权。“葡萄要卖得好,关键靠的就是质量。质量的基础是安全,核心还是安全。从事农业是‘良心活’,没有什么捷径和暴利可图。”老单告诉记者,几年前在政府部门的支持下,他建起了马陆葡萄主题公园,探索一产和三产联动,吸引市民来采摘葡萄、体验葡萄文化,每年都会举办葡萄节。多年来,老单示范带动了一大批种植大户,在品质和安全生产上引导农民小心翼翼呵护这一地区品牌。单传伦于2002年注册了马陆牌,用5年时间做响品牌后,却在2007年无偿转让给当地政府,让广大农民共同使用这一品牌。随后,单传伦自己注册了“传伦葡萄”商标,并添注“单传伦葡萄”商标。这既是对知识产权的自我保护,也是对知识产权的维护和尊重。

“如今,品牌整合阶段已经过去了,现在各家各户应该做强自己的品牌,自行承担社会责任,创造诚信,赢得口碑。”老单坦言,发展农业不能忘记保护环境,要为子孙后代留下更多资源和空间。种葡萄,老单特别注重对土壤的保护,积极引导农民施用有机肥;葡萄生产中的各种废弃物,也被充分利用起来。“搞农业生产也要留有余地,千万不能透支生态资源与人力资源。”

近年来,通过持续不断地开展绿色食品品牌宣传工作,绿色食品品牌影响力越来越强,提升了绿色食品品牌的社会影响力,也进一步强化了绿色食品事业在整个农产品质量安全工作中的重要地位。“十二五”以来,上海“抓认证推标准,强监管保安全,树品牌促发展”,为践行都市现代农业绿色发展之路交付一份满意答卷。