

“摘牌撤证”110个 提振绿色食品品牌公信力



资讯

第十八届中国绿色食品博览会 今年8月落户包头

倡导“绿色理念、绿色生产、绿色消费”，第十八届中国绿色食品博览会暨第四届中国·头国际半羊肉产业大会将于8月18日至21日在内蒙古自治区包头市举办。

据了解，本届大会参展产品涵盖绿色、有机、无公害和地理标志农产品、牛羊肉及精深加工制品和牛羊育种养殖、屠宰精深加工设备、冷冻冷藏及冷链物流设备、农牧业高科技产品、金融及品牌营销服务等多品类多样化展示。同时将邀请众多的国内外大型食品采购和零售集团等商业流通企业到会参观洽谈，并举行优质农产品推介会、地方特色农产品说明会等，为绿色食品产业链上下游企业创造合作机会。

此外，大会还设置了农牧业供给侧结构性改革高峰论坛、国际半羊肉

产业发展极峰峰会、绿色食品监管信息发布会、品牌火锅中国行、中国火锅品鉴大会、牛羊肉行业颁奖典礼、千人烧烤节、寻找中国好食材走进草原等一系列丰富多彩的活动。

本届展会面积5万平方米，设置约2000个展位及公共区域。预计会有来自全国各省(区、市)、计划单列市及新疆建设兵团的34个展团近2200家相关企业参展，产品多达数万个。

中国绿色食品博览会自1990年首次开始举办，到今年已经是第十八届。绿色食品经过26年的发展，已成为我国安全优质农产品及加工食品的精品牌。绿色食品标志作为证明商标，已在美、俄、法、澳、日等11个国家和地区注册推广，国际影响力和竞争力日益扩大。

◀上海皇母蟠桃种植专业合作社成立于2005年1月，坐落于金山区吕巷镇，种植面积5260亩，是上海最大的蟠桃生产基地。在发展蟠桃产业的过程中，合作社带领和依靠全体果农坚持蟠桃标准化生产规程，推进“五个统一”和品牌建设战略，2009年通过国家绿色食品认证，同年被认定为上海名牌产品。图为合作社社员在桃园整枝。 摄/记者 杨清悦

本版文字统筹：张树良

成果：农业品牌信心提振

“大力发展绿色食品、有机农产品是推进农业品牌化战略、促进消费转型升级的重要力量。经过多年的深耕和积淀，绿色食品品牌的公信力得到了高度认可，已呈现出生产消费良性互动、线上线下销售两旺的态势。”农业部总畜牧师马爱国在日前举行的全国绿色食品有机农产品座谈会上讲话表示。

我国的绿色食品事业自1990年启动，迄今已走过了26年的历程，获得了长足发展，总量规模逐年扩大，市场影响不断增强，示范带动作用日益明显。依托品牌，绿色食品已形成了一个从基地建设、投入品推广，到产品开发、市场营销较为完整的产业体系。经过26年的发展，绿色食品已成为我国安全优质农产品及加工食品的精品牌。

最新公布的数据显示，截至2016年，我国“三品一标”总数接近10.8万个，逐渐成为人们购物篮里的“常客”。无公害农产品、绿色食品、有机食品、农产品地理标志分别达到7.8万个、2.4万个、3844个、2004个。

产地规模稳定扩大，全国有效无公害农产品产地超过3.5万个，种植面积达到1604万公顷；绿色食品原料标准化生产基地达到696个、面积为1100万公顷，全国绿色食品企业总数达10116家，产品总数24027个，同比

分别增长5.6%和2.7%，绿色食品生产资料获证企业121家，产品266个；有机农业示范基地达到24个、面积为169万公顷，中绿华夏认证有机农产品企业951家，产品3844个；农产品地理标志示范基地达到20个，这些产地基本实现了环境良好、生态稳定、产品安全的有机统一，达到了农业增效、农民增收、农村增绿的“三生”共赢效果。

与“三品一标”发展相应地，农业标准化生产得到了扎实推进，质量水平稳步提高，品牌影响力日益彰显，农产品供给逐步向中高端迈进，消费者吃得好、吃得安全的需求日益得到满足。

主要农产品例行监测合格率达到97.5%，“舌尖上的安全”进一步提高。蔬菜、水果、畜禽和水产品分别为96.8%、96.2%、99.4%和95.9%。消费者对农产品安全的需求倒逼标准化水平稳步提升，新制定农药兽药残留限量标准1310项，支持建设“三园两场”7651个。特别是农产品质量安全县成为引领质量安全的“排头兵”，107个国家农产品质量安全县(市)监测合格率达到99.3%，较全国高1.8个百分点，群众满意度达到90%。

农产品品牌日渐增多，影响力日益彰显。2016年，通过农产品推介活动，评选出农交会金奖产品301个，推选出100个名优果品区域公用品牌、中国最有影响力的十大苹果区域公用品牌、中国十大大米区域公用品牌、30个最具影响力水产品区域公用品牌，选

选出16个中国大米区域公用品牌核心企业、50个最具影响力水产品企业品牌。其中，赣南脐橙、五常大米品牌价值均超过600亿元。

定位：绿色优质农产品供给“主力军”

当前，深入推进农业供给侧结构性改革是农业农村工作的主线，大力发展绿色优质农产品是基本方向。在去年的全国“两会”上，习近平总书记参加四川省代表团审议时强调，“要坚持市场需求导向，主攻农业供给质量，注重可持续发展，加强绿色、有机、无公害农产品供给”。作为我国安全优质农产品的主导品牌，绿色食品、有机农产品工作面临新形势、新任务。2017年中央一号文件明确提出，要支持新型农业经营主体申请“三品一标”认证，强调加快提升国内绿色、有机农产品认证的权威性和影响力，将提升绿色食品品牌公信力摆在了更加突出的位置。

推进农业绿色生产、促进可持续发展。绿色既是农业的属性，更是新时期农业发展的新理念。促进农业绿色发展，增强农业可持续发展能力，是农业现代化的基本内涵，也是生态文明建设建设的必然要求。绿色食品的生产过程，决定了其注重产地环境保护，倡导减量化生产，科学合理控制农业投入品使用，追求以生态环境质量促产品质量提升的目标。目前，绿色食品产地环境监测面积已超过2亿亩，占全国耕地面积的10%左右。据专家测算，

按照无机氮肥用量减半的要求，“十二五”期间，绿色食品生产平均每年折合减少施用尿素268万吨，减少二氧化碳排放约3400万吨，为控制农业面源污染、缓解环境承载力起到了积极作用。保护农业生态环境，推动农业绿色生产，需要绿色食品、有机农产品继续发挥领跑作用。

推进农业标准化，促进农产品质量安全水平提升。实践证明，农产品质量安全要“产”、“管”齐抓，“产出来”是前提，落到产品上就是要突出抓好在参加四川省代表团审议时强调，“要坚持市场需求导向，主攻农业供给质量，注重可持续发展，加强绿色、有机、无公害农产品供给”。作为我国安全优质农产品的主导品牌，绿色食品、有机农产品工作面临新形势、新任务。2017年中央一号文件明确提出，要支持新型农业经营主体申请“三品一标”认证，强调加快提升国内绿色、有机农产品认证的权威性和影响力，将提升绿色食品品牌公信力摆在了更加突出的位置。

推进农业绿色生产、促进可持续发展。绿色既是农业的属性，更是新时期农业发展的新理念。促进农业绿色发展，增强农业可持续发展能力，是农业现代化的基本内涵，也是生态文明建设建设的必然要求。绿色食品的生产过程，决定了其注重产地环境保护，倡导减量化生产，科学合理控制农业投入品使用，追求以生态环境质量促产品质量提升的目标。目前，绿色食品产地环境监测面积已超过2亿亩，占全国耕地面积的10%左右。据专家测算，

产。经过多年的深耕和积淀，绿色食品品牌的公信力得到了高度认可，已呈现出生产消费良性互动、线上线下销售两旺的态势。这几年在各地举办的农产品交易会、博览会和展销会上，绿色食品、有机农产品企业纷纷“唱主角”，备受经销商和消费者的青睐，展示出了广阔的发展空间和市场前景，因此要准确把握消费预期，线上线下销售两旺的态势。这几年在各地举办的农产品交易会、博览会和展销会上，绿色食品、有机农产品企业纷纷“唱主角”，备受经销商和消费者的青睐，展示出了广阔的发展空间和市场前景，因此要准确把握消费预期，线上线下销售两旺的态势。这几年在各地举办的农产品交易会、博览会和展销会上，绿色食品、有机农产品企业纷纷“唱主角”，备受经销商和消费者的青睐，展示出了广阔的发展空间和市场前景，因此要准确把握消费预期，线上线下销售两旺的态势。

推进农业提质增效、促进农民持续增收。绿色食品、有机农产品推行标准化生产、品牌化引领、产业化经营的综合发展模式，有利于配置优质资本标准，整体达到国际先进水平，各地还结合实际，围绕区域优势农产品、特色产品和主导产业，制订并推广了一大批绿色食品生产操作规程。绿色食品已成为国家现代农业示范园、农业标准化示范县、“三园两场”创建指标之一。2016年，283个国家现代农业示范园共发展绿色食品企业4385家、产品11355个，年产量3973万吨，已分别占到绿色食品企业、产品总数、总产量的44%、47.1%和39.5%。

推进农业品牌化，促进消费转型升级。2016年，我国人均GDP已达8100美元，据预测，2027年将达到1.29万亿美元，跨过1.25万美的高收入门槛。城乡人民收入水平的不断提高，高层次化、多元化、个性化消费需求增加，必然要求扩大优质品牌农产品

发展：监管制度与风险预警一个都不能少

日前召开的全国绿色食品有机农产品座谈会强调，“一定要守住底线，慎之又慎，坚持‘用标准说话’，层层传导责任，强化全程监控，推动关口前移，从严把关，确保质量。”今年的中央一号文件也明确指出，深入推进农业供给侧结构性改革，要推动农业绿色发展，把增加绿色优质农产品供给放在突出位置，同时明确要求“加快提升国内绿色、有机农产品认证的权威性和影响力”。

如何才能提升绿色、有机农产品认证的权威性和影响力？2016年，中国绿色食品发展中心共取出了110个绿色食品产品的标志使用权，是近几年“摘牌撤证”数量最多的一年，进一步向全社会释放了“从严监管，发现问题，坚决出局”的信号。据介绍，各地通过落实企业年检“三联单”制度，强化年检现场检查，督促企业严格遵守绿色食品的“规矩”。产品抽检力度和强度不减，全年中心共抽检绿色食品4761个，检出不合格产品59个；抽检有机农产品200个，发现不合格产品2个。根据质量预警结果，扩大了南方稻米和茶叶产品的抽检比例，排除了风险隐患。去年各地对47个城市和地区的146个各类市场开展了绿色食品用标情况调查，检查样品4178个，及时处理了用标不规范和假冒产品。“一旦出现现场检查不认真、企业

年检不到位、检测把关不严格，甚至流于形式等问题，极易给品牌公信力造成严重伤害。”中国绿色食品发展中心主任王运浩认为，落实各项监管制度、提高风险预警能力是巩固品牌权威性的保障。

“近三年，我们一共撤销了13家企业的无公害农产品标志使用权，依法整改用标不规范企业18家。”浙江省质量安全中心主任方福槐介绍，2014年以来，浙江全面启动以追溯到责任主体为目的的农产品质量安全追溯体系建设，重点依托无公害农产品、绿色食品以及有机农产品以及地理标志认证的生产主体，开展追溯平台主体信息库建设，构建“浙江省农产品质量安全追溯平台”，打造“浙江农业追溯”公共品牌。

王运浩表示，今年全国拟新建50个绿色食品原料标准化和有机农业示范基地。各地将积极探索绿色食品基地对接绿色资企业、绿色食品生产企业的服务模式，同时创新基地管理方式，建立退出机制。

安徽省绿色食品管理办公室主任任旭东介绍，近年来，安徽省着力加强监管队伍建设，提升队伍素质和能力。据统计，2016年安徽省已有1430名企业质量管理人员获得绿色食品企业内检员资质，实现了绿色食品企业内检员制度全覆盖。如果说体制机制的建立与落实是品牌权威性的“金钟罩”，那么风险信息收集与分析就是提升品牌公信力的“软功夫”。上述座谈会强调，要在做好自身跟踪检查的同时，将绿色食

品、有机农产品质量抽检纳入各地例行监测、执法检查、风险评估监测范围，主动及时发布权威的监管信息。

收集掌握信息、确定风险点风险信息，是降低认证风险的基础工作，福建省在这方面积累了宝贵经验。当地建立了风险信息处置规程，启动风险程序，对涉及风险信息的拆卸与产品，当风险升高时及时终止申报进程，当风险降低时就解除风险预警；对以合作社为申报主体的，要求农户三年内必须相对固定，只能减少不得随意增加；此外，还加强了监督检查和产品抽查，向申报主体及时提醒风险因子可能带来的危害，尽早做好防范措施，避免造成损失。

王运浩认为，在发展的过程中，要严格按照标准和技术规范，切实加强产地环境、生产过程、产品质量、包装标识等重点环节的审核，重点审查投入品使用、现场检查报告和检测报告的有效性，将风险评估贯穿于审查工作各个环节。

思路：找特色搭平台 优质产品优价卖

随着绿色食品、有机农产品品牌影响力的不断提升，广大农户借助品牌的社会影响力和市场竞争力，不同程度实现了增收。特别是在生态环境优良的贫困地区，发展绿色食品、有机农产品生产已成为农民脱贫致富的一条捷径。要清醒地认识到绿色食品、有机农产品工作存在的短板。产业发展质量还有待进一步提升，品牌影响

力需要进一步提高，优质优价的市场效益还需要进一步体现。

来自上海的市场问卷调查显示，目前，上海市民对绿色食品的知晓度达到了80%以上。市绿色食品发展中心主任王南在肯定成绩的同时，也道出了绿色食品品牌遭遇的尴尬：“大型企业、知名品牌还是偏少，消费者对绿色食品的意识有待提高，优质产品有时候不一定能优价。”

为了扩大品牌影响力，实现绿色食品、有机农产品的优质优价，各地进行了积极探索。

“我们以品牌化建设为切入点，以绿色食品、有机农产品的大品牌带动区域品牌，突出地域特点，探索出了适合陕西绿色食品发展的新模式。”陕西省绿色食品办公室主任杨毅哲介绍，当地以地标特点为基础，发展县域特色农产品，通过建设绿色食品标准生产基地和有机农业标准化生产基地，用好“绿色食品”和“有机农产品”两个品牌，带动和引领县域一个产业转型升级，带动和引领一批农业产业化企业、合作社发展绿色有机食品，带动和引领一批农民增收。

浙江、河南、黑龙江、湖北等省市则纷纷为绿色食品、有机农产品搭建销售平台，通过展会、电商推介等多种

方式帮助优质农产品拓宽市场渠道。“我们在电商平台开展过两轮众筹活动，销售绿色有机基地水稻、大豆和杂粮，探索了‘互联网众筹’、‘点对点订制’等新型营销模式，带动全省基地增加销售收入30亿元。”黑龙江绿色食品发展中心主任王蕴琦说。

“2016年，湖北江夏梁子湖的螃蟹价格同比提升了30%，这里展会起了大作用。”湖北省绿色食品管理办公室主任周先竹介绍，通过展会，梁子湖的螃蟹开拓了上海市场，恩施有机茶也能通过电商，足不出户畅销全国，获得了良好的经济效益。

“希望今后能对绿色食品、有机农产品与市场对接进行探索，为优质产品寻找销售通道。同时，加快信息化建设步伐，为优质农产品提供大数据支撑。”王南建议，可以借鉴“丽水山耕”等区域公用品牌建设的好经验、好做法，推进各地绿色食品、有机农产品的品牌建设。

“可以形成绿色食品、有机农产品的品牌目录。”河北省绿色食品办公室主任连燕辉建议，“对市场占有率较高的企业进行公示，既能促进大家对绿色食品、有机农产品的进一步了解，扩大品牌影响力，又能起到舆论监督的效果。”

