

尊重传统特色 注入创新元素

【动态】

## 意大利：多元发展让农业更美

“新农业+新零售”的尝试，倡导慢生活、慢食物的新型生活方式，深受意大利市民的欢迎，也从销售端带动了农业发展，让与商场签约的农户直接受益。这是意大利近年来农业创新的一个缩影。意大利政府的各项政策和技术性支持，以及创新性思维的应用，让这个农业强国的发展势头更加迅猛。

## ●“可持续”是从业者严格践行的座右铭

地处地中海北岸的意大利土地肥沃，境内56%的土地属农业用地，是世界传统农业大国和农业强国。意大利的橄榄油、葡萄酒、番茄酱等产品享誉世界，具备较强的市场竞争力。

强大的农业优势，不仅源于意大利悠久的历史传承、生产者的创新性思维、对质量与安全标准的严格追求，也得益于该国对农耕传统的尊重，以及对环境和生物多样性的保护。

结合地形和气候，意大利一直打着“特色农业与环境保护相结合”这张牌。在普利亚，当地农民种植有机硬质小麦、橄榄树和蔬菜；在西西里岛，农民主要种植果树、谷物和橄榄树；在撒丁岛，农民以养羊和生产羊乳干酪为主……

意大利农业从业者严格践行“可持续”的座右铭，让农作物自然生长，畜牧养殖与蔬菜种植相辅相成，既保证了品质，也保护了土壤和水质。为保护乡土物种，保持农作物优良品质，意大利政府为主要农畜产品的种养殖方法制定了具备法律效力的标准，如详尽规定橄榄树的间距、葡萄的单位产量、黑猪的生长周期等。同时，意大利政府还立法对这些农产品进行等级评定，如葡萄酒就分为4个等级，在价格上也体现出合理区分。

对农业和自然的尊重，换来了优质农产品的产出，使意大利成为欧盟内部获得“原产地保护”“地理标志保护”和“传统特色产品保护”认证最多的国家。

## ●绿色农业旅游已成为一种生活方式

在意大利的农场，你或许可以领养上一只宠物或是一头家畜。在中部城市阿布鲁佐，前往农场旅游的游客可以参与“领养一只羊”活动，与农场联系签订领养奶羊计划：领养人支付领养成

本，同时获得农场生产的羊奶奶酪及香肠等农产品作为回报。这项活动已经逐渐在意大利全国推广。

意大利的农业旅游起步早且发展成熟。早在1865年，意大利就成立了“农业与旅游全国协会”，引导城市居民到农村去体验自然野趣，与农民同住吃、同劳作。而在欧盟所有成员中，意大利是首个将农业旅游纳入法律体系的国家。1985年，意大利第一部关于农业旅游的国家法律生效，旅游农场需通过严格的资质认证方可取得许可。

意大利现有一万余家专门从事“绿色农业旅游”的管理企业。旅游业与农业的结合让乡村成为具有教育、游憩、文化等多种功能的空间，农业资源潜力得以深度开发，农民拓宽增收途径，同时很大程度上改善了城乡关系。如今，农业旅游已经成为意大利人的一种生活方式。一方面游客在有机农场中旅游观光，见证作物生产的全过程；另一方面农场在这个过程中为消费者提供大量的农产品。

近年来，意大利农村旅游的维度和深度还在不断拓展。基于农业旅游的多方共赢，意大利政府通过各项措施推动农业旅游开发，增加农民收入及就业机会，实现特色区域农产品价值增值以及促进农业旅游形式多样化发展。

## ●地价高企制约年轻人“返乡”意愿

在如今的意大利，年轻一代对重返田间作业、沉浸于大自然的興趣正逐步增加。

意大利农业联合会2017年底的一份调查显示，这个国家年轻一代告别都市、离开金融商业等行业，重返乡村从事农业产业的比例正不断攀升。2016年，农业产业当中的年轻人就业率增长12%，远高于全国1%的平均就业率增长水平；在全国青年企业家中，约有10%从事农业产业。



当然，让年轻人更加青睐农业产业的一大主要原因，是意大利居高不下的失业率，农业发展为意大利年轻人就业开辟了一条新路。为了鼓励更多的年轻人投身农业、奔赴农村，意大利农业从业者除了可享受欧盟给予35岁以下农业从业者25%的额外农业补贴，还可享有本国政府给予40岁以下农业从业者一定时限的社保缴费减免优惠政策。一些农业企业还能根据所从事的农业活动获得专项资助。

新鲜血液的注入使得意大利农业“返老还童”。目前，意大利从事农业产业的年轻人主要经营粮食种植、奶制品生产和农业旅游等项目。他们为乡村地区带去了全新技术和创新元素，带去了农产品的直营模式，引入了诸如农家乐、农家幼儿园等营销方式，大幅提升了意大利羊肉、羊毛、奶酪等农产品的质量。

不过，意大利年轻人“返乡”也有不少制约条件，其中两大瓶颈便是资金和土地。在获取银行贷款方面，过多的门槛和限制让年轻人有心无力。此外，意大利每公顷土地价格高达约两万欧元（1欧元约合7.5元人民币），尤其在北部山区，土地稀少使得土地价格高出平均价格数倍。有意大利媒体曾报道，都灵地区的土地价格每公顷高达40万—100万欧元。高昂的价格让年轻人难以承受。

叶琦

【链接】

## 意大利农业垃圾处理的“4R原则”

在多年处理农业垃圾的生产实践中，意大利人总结出了独具特色的“4R原则”，即减少（riduzione）、再利用（riuso）、材料回收（recupero dei materiali）和能源回收（recupero energetico），旨在最大限度地减少农业垃圾的产生和最高效地利用农业生产资源。

“减少”主要指减少农业垃圾的产生。毫无疑问，降低生产成本是任何企业都关心的重要问题。一般而言，垃圾处理成本与垃圾数量成正比，即产生的垃圾越多，需要花费的处理费用越高。因此，采取多种方式减少农业垃圾的产生，既可以降低企业生产成本，同时也为后续垃圾处理减轻负担。

“再利用”是说在不同生产周期中重复使用生产方式和材料，从而延长生产资源的使用寿命。

例如，人们购买农具和农机等农业生产设备后，要定期进行保养和维护，以增加这些设备的耐用性，从而延迟其报废时间，避免其成为农业垃圾。再如，运送农产品的包装箱完全可以重复使用，这也在一定程度上降低了企业成本。

“材料回收”则是指一家企业产生的垃圾可以成为另一家企业不可或缺的生产资源，从而使垃圾变为具有经济价值的商品。在这一转换过程中，需要特别注意保证垃圾的自身属性，避免被其他生产垃圾污染。例如，如果没有受到其他物质污染（土壤残留物、幼苗、石头等），用于覆盖温室的塑料薄膜是十分珍贵的原材料，在被回收后可以重新加工实现再利用。

“能源回收”意味着意大利法律允许将农业生产活动中产生的木材等垃圾进行燃烧，但木

材本身不能涂有油漆，避免在燃烧过程中产生其他有毒有害物质。通过燃烧获得能源的方式，被视为最后的垃圾处理手段，因此需要确保此类垃圾不能通过其他方式加以回收再利用。

同意大利众多高品质商品一样，意大利在农业生产领域也采取了精耕细作的生产方式，具体体现在对农业垃圾的处理、回收和循环利用方面。如果没有完善的农业垃圾处理模式和深入人心的环境保护理念，很难想象意大利会生产出最好的葡萄酒、橄榄油和奶制品。农业垃圾处理看似是农业生产链条中的一小部分，却对整个农业生产活动具有重要影响。意大利在农业垃圾处理方面的有益经验值得世界各国学习借鉴。

陈晓晨

## 俄罗斯

## 农业部发布牛奶产销量数据分析

据俄农业部近日统计数据显示，俄牛奶日均销量为4.41万吨，比2018年同期（4.06万吨）增长8.6%。销量最大的是：鞑靼斯坦共和国、克拉斯诺达尔边疆区、沃罗涅日州、基洛夫州、斯维尔德洛夫斯克州、列宁格勒州、别尔哥罗德州、莫斯科州、新西伯利亚州、下诺夫哥罗德州、沃洛格达州、乌德穆尔特共和国、巴什科尔托斯坦共和国，以及阿尔泰地区。每头牛日均产奶量为15.89公斤，比去年同期增加1.31公斤。

## 乌克兰

## 工商会称将停止出口白兰地和香槟

因签署自贸区协议后过渡期已满，乌工商会停止发放白兰地、雅马邑、格拉巴酒、白兰地和雪利酒证书。乌克兰工商会网站声明称，根据欧洲议会和理事会会议事规则附录3规定，原产国—法国、意大利和西班牙可以使用白兰地、雅马邑、格拉巴酒、白兰地和雪利酒命名。乌克兰工商会第一副会长米哈伊尔涅普兰表示，从现在开始，乌克兰将按照国外经济活动的分类代码出口葡萄酒和白兰地。

## 哈萨克斯坦

## 召开肉用畜牧业发展扩大会议

哈萨克斯坦总理马明主持召开肉用畜牧业发展扩大会议。哈农业部长奥玛洛夫就扩大牲畜养殖数量和牛肉产量等问题做工作汇报。据汇报，《2017—2021年哈萨克斯坦农业综合体发展国家规划》项下，肉用畜牧业得到长足发展。截至目前，哈全国牛存栏量达710万头，其中奶牛470万头，肉牛230万头。屠宰量年均增速为5%。全国现有养牛场113座，牛存栏量27.9万头。全年共向24座养牛场提供融资支持，并启动为养牛场提供流动资金的“农业出口计划”。饲料在畜牧业生产成本中占比达70%，计划到2021年将饲料作物种植面积从目前的330万公顷提高至400万公顷。

## 欧盟

## 中国是欧盟生姜和辣椒粉的主要进口来源

2018年欧盟从盟外国家进口了42.3万吨香料。其中，生姜所占比重最大，达12.8万吨；辣椒粉和其他辣椒紧随其后，为9.6万吨；胡椒位列第三，为7.1万吨。中国是欧盟进口辣椒粉和其他辣椒的主要来源，分别达到9.9万吨和6.4万吨。与2012年相比，欧盟香料进口量增加了43%。其中，姜黄和生姜增长了一倍，在最常交易的香料中增幅最大。尽管贸易较少，但藏红花进口量（518吨）与2012年（85吨）相比增长了五倍以上。

## 中国素肉市场吸引海内外厂商

中国的肉类替代品行业近几个月突然变火，初创公司、传统食品企业及投资人纷纷跟进。新进业者中有珍肉和Starfield；而老牌植物肉企业正在推出新产品。

火腿生产商金字火腿在10月宣布开始销售研发的植物肉后，股价在一周内大涨了50%。Danisco是美国企业杜邦旗下子公司。美本土公司美盈森也宣布正在研究类似的产品。

据欧睿国际统计，中国“素肉”市场自2014年以来已增长33.5%，去年达到97亿美元。欧睿

国际预计，到2023年该市场的规模将达到119亿美元。素肉市场包括用来代替肉的植物肉产品。

美国植物“肉”制造商已紧盯中国市场，Impossible Foods称其Impossible Burger产品可以很容易地在中国菜中采用。Beyond Meat执行总裁Seth Goldman也表示，该公司计划为中国市场定制基于豌豆的素肉制品，用于制作饺子和其他食品。

中国早就有用素食食材做出肉味的食物，多年来中国人一直食用豆腐和由大豆制成的“素

肉”。上海食品科技创投公司的总经理何瑞怡表示，最重要的是各家企业需要让产品变得美味可口，使消费者改变对肉类的喜好。宁波市素莲食品有限公司创始人张信良表示，口感也是关键，中国的烹饪方法与西方不同。

市场规模庞大意味着可能蕴藏大量机遇，且看来也适逢其时。

猪肉是中国人食用的主要肉类。非洲猪瘟疫情估计使其半数生猪遭到扑杀，令猪肉价格飙升。受中美贸易战影响，也抬高了牛肉和其他肉制品价格。

生产商可指望中国年轻消费者的需求，许多年轻消费者热衷追逐食品趋势，并热爱尝试新菜色。