

# 目 录

## 协 会 工 作

- 协会和中心联合开展“以诚信自律促品牌提升”征文活动 .....(1)
- 协会参与主办“2012 中国农业品牌发展推进会”10 篇论文获优秀奖 .....(2)
- 协会 2012 年上半年工作总结 .....(4)
- 协会吸纳新会员 .....(6)

## 绿 色 生 资

- 绿色食品生产资料标志许可使用企业及产品名录 .....(7)
- 坚持质量为本 以服务铸造品牌 .....(12)
- 成都新朝阳 健康植保新方向 .....(14)
- 合作共赢 与客户共发展 .....(16)
- 夏盛集团打造绿色食品生产资料满足客户需求 .....(17)
- 生物有机肥——农业可持续发展的排头兵 .....(18)

## 理 论 研 究

- 绿色食品品牌文化建设的探索与实践 .....(19)
- 寒地黑土品牌经济的理论与实践 .....(23)

## 综 合 信 息

- 国务院:食品安全首次纳入地方政府考核 .....(27)
- 农业部启动“三品一标”品牌提升行动 .....(28)
- 全国“三品一标”工作会议在南宁召开 .....(28)
- 五大监管制度确保绿色食品品牌公信力 .....(30)
- 中心召开上半年工作暨文明单位创建总结会议 .....(32)
- 四川省绿色食品协会第二届会员代表大会顺利召开 .....(33)

## 市 场 流 通

- 绿博隆项目简介 .....(34)
- 中国绿色食品(上海、北京)展销中心项目简介 .....(36)

## 知 识 之 窗

- GFSI 介绍 .....(38)



## 协会和中心联合开展

# “以诚信自律促品牌提升”征文活动

绿色食品经过 20 多年的发展,已经成为国内外具有较高知名度和影响力的精品品牌。在整个绿色食品工作系统和全体绿色食品企业中牢固树立诚信、责任、自律意识,自觉执行绿色食品技术标准和管理制度,是推动绿色食品事业持续健康发展的重要保障。为了加强绿色食品行业诚信体系建设,营造诚实守信的行业文化和氛围,倡导尽职尽责的信念,进一步提升绿色食品品牌的公信力,中国绿色食品协会、中国绿色食品发展中心和《中国食品报》社决定开展“以诚信自律促品牌提升”的征文活动。各地绿色食品工作机构;绿色食品定点监测机构;绿色食品企业管理、技术人员和内部检查员;绿色生资企业管理、技术人员等均可参加本次活动。

### 征文内容:

1、绿色食品企业在加强诚信建设方面的措施,包括:坚持质量标准,建立质量保障体系,落实生产操作规程,遵守管理规定,加强质量管理,规范用标行为等。

2、结合绿色食品事业的基本理念和工作特点,畅谈诚信做人、履责做事的认识与体会。

3、结合从事的绿色食品工作岗位及职责要求,讲述企业员工、管理人员和技术人员的诚信故事。

4、结合百家绿色食品示范企业向全国绿色食品企业发出倡议书的要求,绿色食品企业在开展恪守诚信自律、确保产品质量、规范使用标志、加强基地建设、履行社会责任的好做法、好经验。

### 征文要求:

1、紧扣主题,文体不限,题目自拟,字数宜在 1500-5000 字内,也可同时将文章内容拍成 DV(宜在 10 分钟以内)。

2、紧密联系实际,内容真实,主题鲜明,条理清晰,真实原创,严禁抄袭。

3、文章后附第一作者及通讯作者真实姓名、性别、出生年月、职称职务、工作单位、通讯地址及邮编、联系电话及电子邮件等。

4、文字作品需提交以 A4 纸打印的纸质文本和 word 格式的电子文档,文章标题为三号黑体,正文为小四号宋体;DV 作品需提交 DVD 光盘。

**投稿截止时间:**2012 年 8 月 31 日

**评审时间:**2012 年 9 月

**颁奖时间:**2012 年 11 月

**颁奖活动:**(1)选择获奖文章在《中国食品报》上免费刊登。(2)获奖文章含 DV 作品将在中国绿色食品网和协会网站上刊登。(3)获奖文章均在协会内部刊物《绿色食品通讯》上刊登。(4)设特等奖 1 名,奖励 3000 元;一等奖 10 名,分别奖励 2000 元;二等奖 20 名,分别奖励 1000 元;三等奖 50 名,分别奖励 500 元。

**联系人:**丛晓娜、陈保桦

联系电话:010-62191431、62133055

地址:北京市海淀区学院南路 59 号中国绿色食品协会秘书处,邮编:100081

E-mail:greenfood-office@126.com

(协会秘书处)

## 协会参与主办“2012 中国农业品牌发展推进会”

10 篇论文获优秀奖



为加快发展现代农业，积极推进优势农产品、特色农产品和农产品加工业的品牌建设，提高农产品市场竞争力的主体地位，提升品牌价值和效应，促进农业增效和农民增收。6月26日，由中国优质农产品开发服务协会、中国绿色食品协会等七家协会联合在北京举行“2012 中国农业品牌发展推进会”活动。会议认真分析了当前农业品牌发展面临的新形势和新要求，深入探讨了进一步推动我国农业品牌持续健康发展的有关问题。农业部副部长余欣荣等领导同志出席会议。农业部副部长、中国绿色食品协会

会长陈晓华致辞。农业部党组成员、驻部纪检组组长、中国优质农产品开发服务协会会长朱保成作主题报告。

陈晓华会长在致辞中指出，近二十年来，农业部大力实施农业标准化，深入推进农业产业化，出台了加强农业品牌建设的指导性意见，积极开展农业品牌培育工作，加快发展无公害农产品、绿色食品、有机农产品和地理标志登记保护农产品，鼓励农产品商标注册，加大品牌营销推介，强化品牌监督管理，推动各地培育打造了一批特色鲜明、质量稳定、信誉良好、市场占有率

率高的品牌农产品，农业品牌建设取得了积极进展。

陈晓华会长强调,当前,我国农业发展已经到了大力加强品牌建设的发展阶段。农业发展方式转变、农业企业转型、农产品消费升级和提高市场竞争力,都要求进一步加快农业品牌建设步伐。有关涉农协会要切实加强品牌建设统筹规划,加快完善品牌建设激励机制,着力夯实品牌建设基础支撑,不断创新品牌建设方式方法,推动优化品牌建设政策环境,促进我国农业品牌建设持续健康发展。

农业部党组成员、中国农产品市场协会会长张玉香主持会议。世界粮农组织驻中国代表处代表伯希·米西卡先生等嘉宾和专家先后致辞演讲。会上宣读了中国优质农产品开发服务协会、中国绿色食品协会等七家协会推进农业品牌发展倡议书。

会议期间,还举行了“2011 最具影响力中国农产品区域公用品牌”授牌、“2012 中国农产品区域公用品牌影响力调查”启动仪式以及 2012



农业部副部长、中国绿色食品协会会长陈晓华致辞

中国农业品牌发展推进会优秀论文评奖活动。中国绿色食品协会基础理论专业委员会推荐的 10 篇论文(《寒地黑土品牌经济的理论与实践》—张文明;《新疆农产品品牌市场培养与建设的思考》—郭新正、杨玲;《农产品区域品牌是现代化大农业的选择》—陈建光;《绿色食品品牌文化建设的探索与实践》—韩玉龙;《推进农业品牌商标战略建设》—陆穗峰;《我国绿色食品市场培育与品牌建设探讨》—杜巍、乔长涛、吴细卯;《绿色食品物流体系建设初探》—程志明;《湖北绿色食品产业发展现状与对策》—喻法金、陈丽琳;《绿色食品市场培育与营销的对策研究》—段新华、王卫红、王军;《中国绿色食品市场竞争力与产业化发展的对策》—陈继昆、梅为云。)均获本次活动组委会评选出的优秀论文奖。

会议期间,中国绿色食品发展中心主任、中国绿色食品协会常务副会长王运浩主持了“厅局长讲品牌”专题会议。  
(协会秘书处)



中国绿色食品发展中心主任、中国绿色食品协会常务副会长王运浩主持“厅局长讲品牌”专题会议

## 协会 2012 年上半年工作总结

2012 年上半年,协会在农业部监管局和绿色食品发展中心的关心和指导下,在协会领导的正确领导下,在广大会员和相关单位的积极支持下,协会根据 2012 年工作要点,紧紧围绕促进绿色食品事业持续健康发展的中心任务,按照陈部长“工作要活跃,服务要实在,研究要深入”的要求,依据协会章程,认真履行职责,圆满完成了上半年的各项工作,总结如下:

### 一、稳步推进绿色生资标志使用许可

(一)继续开展中心委托绿色食品生产资料的审核、管理、推广和服务工作。截至 6 月 30 日,协会共受理生资企业申请 15 家、产品 99 个。衔接 2011 年生资审核工作,其中通过审核的企业有 13 家,产品 44 个,正在审核的企业 31 家、产品 145 个。其中,续展企业 14 家,产品 75 个,新发展企业 16 家,产品 70 个。

(二)完成绿色生资标志商标转让工作。为了充分发挥协会的职能作用和资源优势,强化协会服务绿色食品事业的手段和职能,规范绿色食品生产资料的管理,根据中心关于将绿色生资标志商标转让协会的决定,协会秘书处依据国家工商行政管理总局商标局关于商标转让的有关规定和申请转让要求,修改制订了绿色生资的相关文件并先后与国家饲料质量监督检验中心、农业部微生物肥料和食用菌菌种质检中心、农业部农药检定所、北京兽药饲料监察所和谱尼测试科技发展股份有限公司等国家权威检测机构签订委托监测合同。6 月底协会已正式收到国家工商行政管理总局商标局发来的核准商标转让证明文件,据此,协会已完成绿色生资标志商标转让工作。

(三)进一步完善绿色生资的管理制度。编写了《绿色食品生产资料监测机构管理办法》、《绿色食品生产资料企业内部检查员管理办法》、《绿色食品生产资料境外许可程序》、《绿色食品生产资料定点监测机构申请书》、《绿色食品生产资料监测机构委托合同》、《绿色生资管理员工作手册》等文件。根据商标转让后的工作需要,修订并完善了《绿色食品生产资料标志管理办法》等 18 项管理制度和技术规范,拟定了《绿色食品生产资料主要抽检项目表》待专家讨论通过。

### 二、组织开展诚信体系建设征文活动

为加强绿色食品行业诚信体系建设,营造诚实守信的行业文化和氛围,倡导尽职尽责的信念,进一步提升绿色食品品牌的公信力,协会、中心和中国食品报社决定联合开展“以诚信自律促品牌提升”的征文活动。根据活动实施方案要求,协会向各有关单位下发了《关于开展以诚信自律促品牌提升》征文活动的通知,并对征文的收集、组织专家评审、活动及论文宣传、举办全国诚信体系建设座谈会等进行了精心筹备。

### 三、扎实做好各专业委员会的工作

(一)积极推动绿色食品市场建设。市场流通专业委员会坚持“服务企业,培育市场”的指导原则,支持山东省绿办与威海市人民政府举办首届“中国威海国际养生文化节”,支持北京绿安会展服务有限公司建设“中国名优特农产品展示销售中心”;支持广州绿博隆有限公司继续开展“三品一标”品牌农产品流通平台建设;

支持北京国绿特食品有限公司开展电子商务、展销、体验、基地建设四位一体的“三品一标”精品流通平台建设；支持中绿国民(北京)投资有限公司以电子商务形式开展“三品一标”产品网上销售及在第三届北京奥运城市文化节同期举办“绿色食品博览会”活动；支持北京吉利时公司在上海、北京分别建立绿色食品展销中心，开展多种形式的绿色食品专业营销。市场流通专业委员会在第十届(2012)中国畜牧业展览会同期还与中国畜类牧业协会共同主办了首届“中国畜产品安全日”活动。

(二)积极推进绿色食品品牌建设。一是为推动我国绿色食品企业走出国门，向海湾及其周边国家和地区宣传绿色食品产品提供展示平台，协会应第十一届沙迦中国商品交易会暨农业博览会组委会请求，同意通过各地绿办和绿协向绿色食品企业推荐展会。二是基础理论专业委员会和寒地黑土物产专业委员会积极支持和参与中国优质农产品开发服务协会等七家协会联合发起的“2012 中国农业品牌发展推进会”，会议通过厅局长讲品牌、市县长话品牌、企业家谈品牌和协会会长说品牌等形式，总结交流了近年来各地发展农业品牌的好经验好做法，认真分析了当前农业品牌发展的新形势新要求，深入探讨了今后一个时期发展农业品牌的重点任务和政策措施。协会领导高度重视，出席开幕式并致词还主持了专题会议。协会秘书处和两个专业委员会全力配合组委会做好筹备工作，基础理论专业委员会推荐的 10 篇论文均获本次活动组委会评选出的优秀论文奖，寒地黑土物产专业委员会主任还在会上做了《寒地黑土品牌经济的理论与实践》的专题发言。三是基础理论专业委员会还承担了“绿色食品生产资料质量评价及质量安全监测和机制研究”课题的相关工作。

#### 四、有序开展协会日常工作

一是根据民政部有关要求，完成了 2011 年财务审计和年检要求的相关工作；二是根据协会会员管理办法，截止 6 月底新发展会员 20 个；三是做好会员服务，热情接待和回复会员来访及电话咨询，为甘肃条山农工商集团等 3 家会员单位提供了申请驰名商标推荐函；四是根据农业部要求，对协会在财务专项检查中发现的有关财务支付手续不健全等问题进行了整改和落实，通过了部财务专项检查组回访检查并受到好评；五是完成网站维护、内容更新、网上咨询服务等工作；六是完成了协会文件处理、档案、固定资产、财务、税务、社保、统计的管理工作；七是参加了农业部组织的体育健身活动和中心组织学习日培训、学习论坛、读书与感悟、英语之星风采大赛预赛、拓展训练和主题党日活动。

#### 五、加强规范化管理，切实抓好自身建设

一是强化规范管理。经协会领导研究，报上级主管部门同意，协会已对开展的相关工作进行了调整和规范，妥善处理了原聘请老同志的补贴问题，规定了车辆购油卡制度，对长期欠款单位进行了催缴，进一步强化了协会工作管理的规范性。二是加强学习。由于协会秘书处人员变动较大，基本上都是新人，协会秘书处定期组织工作人员学习协会《章程》、规章制度、绿色食品和绿色生资知识、公文写作与处理以及农业部有关文件，提高工作人员的自身素质、业务水平和工作能力。三是加强制度建设。根据协会工作发展需要，秘书处对协会管理制度进行了补充和完善，切实做到工作管理制度化。

下半年协会要按照 2012 年确定的工作要点，继续扎扎实实地开展各项工作，把握形势，抓住机遇，凝聚力量，开拓创新，营造工作活跃、服务实在、研究深入的良好氛围，为推动绿色食品事业持续健康发展做出新贡献，以优异的成绩迎接党的十八大胜利召开。

## 协会吸纳新会员

根据协会章程和会员管理办法有关规定，经秘书长办公会研究，批准北京燕京啤酒股份有限公司等 11 个单位和个人和陈伟忠等 6 名个人加入中国绿色食品协会的申请，并同意宁波五龙潭蔬菜食品有限公司成为理事单位，中绿国民(北京)投资有限公司成为常务理事单位。以下为新会员名单：

### 常务理事单位：

- 1、中绿国民(北京)投资有限公司

### 理事单位：

- 1、宁波五龙潭蔬菜食品有限公司

### 团体会员：

- 1、北京燕京啤酒股份有限公司
- 2、江西仙客来生物科技有限公司
- 3、江西省春丝食品有限公司
- 4、青岛宝泉花生制品有限公司

- 5、甘肃黄羊河集团食品有限公司
- 6、四川尚智投资有限公司
- 7、安徽省优良生态食品有限公司
- 8、深圳市五谷丰生态农业科技发展有限公司
- 9、河北三洋化肥有限公司
- 10、甘肃条山农工商(集团)有限责任公司
- 11、山西神丰科贸有限公司

### 个人会员：

- 1、陈伟忠 男 广东金饭碗有机农业发展有限公司
- 2、甘连法 男 浙江台州药用真菌研究所
- 3、康玉凡 女 中国农业大学农学与生物技术学院教授, 豆芽菜产业联盟秘书长
- 4、陈道赏 男 宁波五龙潭蔬菜有限公司董事长助理
- 5、肖长旭 男 东宁县政府副县长
- 6、牛春伟 男 东宁县农业局副局长





# 绿色食品生产资料标志许可使用企业及产品名录

(截至 2012.7.20)

序号	企业名称	商标	产品	证书号	有效期
1	青岛百事达生物肥料有限公司	三帝	复合微生物肥料	LSSZ-01-0801150013	2011.10-2014.10.11
2	深圳华农生物工程技术有限公司	欧美德	2.5%鱼藤酮乳油	LSSZ-02-1110190019	2011.10-2014.10.11
3	海北储源生物科技开发有限公司	CHUYUAN + 图形	有机肥料	LSSZ-01-1108290018	2011.08-2014.08.30
4	天津绿达保鲜工程技术有限公司	绿达	亚硫酸盐葡萄糖保鲜剂	LSSZ-05-0712020093	2010.11-2013.11.30
5	沈阳市元泰饲料有限公司	元泰	猪用(1%小猪、1%中猪、1%大猪)复合预混合饲料	LSSZ-03-0712060125	2011.10-2014.10.11
			鸡用(1%蛋鸡产蛋期、1%肉鸡前期、1%中期、1%后期)复合预混合饲料	LSSZ-03-0712060126	
			鸭用(1%蛋鸭产蛋期、1%肉鸭前期、1%后期)复合预混合饲料	LSSZ-03-0712060127	
			1%淡水鱼用复合预混合饲料	LSSZ-03-0712060128	
			牛用(1%乳牛、1%肉牛)复合预混合饲料	LSSZ-03-0712060129	
6	江西省德兴市百勤异 VC 钠有限公司	维纳	D-异抗坏血酸钠	LSSZ-05-0707140032	2011.02-2014.02.28
7	乌鲁木齐市格瑞德保鲜科技有限公司	格瑞德	葡萄保鲜纸(I 型)	LSSZ-05-0807300041	2011.07-2014.07.23
			葡萄保鲜纸(II 型)	LSSZ-05-0807300042	
			葡萄保鲜纸(III 型)	LSSZ-05-0807300043	
			葡萄保鲜垫(I 型)	LSSZ-05-0807300044	
			葡萄保鲜垫(II 型)	LSSZ-05-0807300045	
8	莱州丰源肥业有限公司	笨牛	有机肥料	LSSZ-01-0804150029	2011.04-2014.04.09
			有机-无机复混肥	LSSZ-01-0804150030	
9	昆明云岭广大种禽饲料有限公司	云岭广大	549I 1%肉用仔鸭中后期复合预混合饲料	LSSZ-03-1111250022	2011.11-2014.11.21
			548 肉用仔鸭前期配合饲料	LSSZ-03-1111250023	
			549 肉用仔鸭中期配合饲料	LSSZ-03-1111250024	
			549E 肉用仔鸭后期配合饲料	LSSZ-03-1111250025	
10	慈溪市中慈生态肥料有限公司	中慈	有机肥	LSSZ-01-1111110026	2011.11-2014.11.21
11	广西得盛生物科技有限公司	保得	有机-无机复混肥料(硫酸钾型)	LSSZ-01-1111200020	2011.11-2014.11.21
			复合微生物肥料	LSSZ-01-1111200021	
12	天津傲绿神农科技有限公司	傲绿	营养素	LSSZ-01-0708020094	2011.08-2014.08.02
13	北京金土地复合肥有限公司	维可壮	生物有机肥(通用型)	LSSZ-01-1201010001	2012.01-2015.01.09

## 绿色生资

序号	企业名称	商标	产品	证书号	有效期
14	新乐市友好饲料厂	TONGHAO+通好	稚甲鱼配合饲料	LSSZ-03-0809030051	2011.09-2014.09.02
			幼甲鱼配合饲料	LSSZ-03-0809030050	
			成甲鱼配合饲料	LSSZ-03-0809030052	
15	湛江市博泰生物化工科技实业有限公司	博泰+botai+图案	虾肽氨基酸叶面肥(含氨基酸水溶肥料)	LSSZ-01-1201190002	2012.01-2015.01.09
16	溧阳正昌饲料科技有限公司	正昌+图形	4%正昌福乐兴生长猪用复合预混料GQ553	LSSZ-03-0810100058	2011.10-2014.10.28
			4%正昌福乐兴育肥猪用复合预混料GQ554	LSSZ-03-0810100059	
			1%正昌福乐兴混养鱼用复合预混料GF03CF	LSSZ-03-0810100060	
			1%正昌福乐兴肉小鸡用复合预混料G510CF	LSSZ-03-0810100065	
			1%正昌福乐兴肉中鸡用复合预混料G511CF	LSSZ-03-0810100066	
			5%正昌福乐兴产蛋鸡用复合预混料GT524	LSSZ-03-0810100068	
			1%正昌福乐兴肉小鸭用复合预混料G548CF	LSSZ-03-0810100069	
			1%正昌福乐兴肉大鸭用复合预混料G549CF	LSSZ-03-0810100070	
			5%正昌福乐兴产蛋鸭用复合预混料GT544	LSSZ-03-0810100074	
17	广东大众农业科技股份有限公司	田师傅+TIANSHIFU	田师傅土壤调理剂	LSSZ-01-0707190054	2011.07-2014.07.29
18	杭州安邦农业生物科技有限公司	仟禾福	含氨基酸水溶肥料	LSSZ-01-1203110001	2012.03-2015.03.05
19	北京北农大动物科技有限责任公司	优农	4%肉鸡前期复合预混料	LSSZ-03-1203010002	2012.03-2015.03.05
			4%肉鸡中期复合预混料	LSSZ-03-1203010003	
			4%肉鸡后期复合预混料	LSSZ-03-1203010004	
			4%蛋鸡育雏期复合预混料	LSSZ-03-1203010005	
			4%蛋鸡育成期复合预混料	LSSZ-03-1203010006	
			4%蛋鸡产蛋期复合预混料	LSSZ-03-1203010007	
			4%乳猪复合预混料	LSSZ-03-1203010008	
			4%仔猪复合预混料	LSSZ-03-1203010009	
			4%育成猪复合预混料	LSSZ-03-1203010010	
			4%育肥猪复合预混料	LSSZ-03-1203010011	
20	成都新朝阳作物科学有限公司	硕丰 481 金满粒	0.0075%芸苔素内酯水剂	LSSZ-02-0710220045	2011.10-2014.10.09
		硕丰 481 金满粒	0.1%芸苔素内酯可溶性粉剂	LSSZ-02-0710220044	

绿色生资

序号	企业名称	商标	产品	证书号	有效期
20	成都新朝阳作物科学有限公司	硕丰 481 花之果	0.0075%芸苔素内酯水剂	LSSZ-02-1204230012	2011.10-2014.10.09
		硕丰 481 花之果	0.1%芸苔素内酯可溶性粉剂	LSSZ-02-1204230013	
21	上海景利欣农化有限公司	金球+图形	增产素(微量元素水溶肥料)	LSSZ-01-0803090015	2011.03-2014.03.01
22	湖北长友现代农业股份有限公司	长友食品 + CHANGYOU + 图形	粽叶(箬叶)	LSSZ-06-0806170033	2011.06-2014.06.24
23	重庆市荣昌县明辉生物有机肥有限公司	圃园	生物有机肥	LSSZ-01-0801340003	2009.12-2012.12.21
24	山东宝源生物有限公司	双宝	有机-无机复混肥料(15-7-10)	LSSZ-01-0908150019	2009.08-2012.08.23
			有机-无机复混肥料(10-6-14)	LSSZ-01-0908150020	
			有机-无机复混肥料(14-7-9)	LSSZ-01-0908150021	
			有机-无机复混肥料(14-6-10)	LSSZ-01-0908150022	
			有机-无机复混肥料(12-8-10)	LSSZ-01-0908150023	
			有机-无机复混肥料(12-7-11)	LSSZ-01-0908150024	
			有机-无机复混肥料(15-10-5)	LSSZ-01-0908150025	
25	陕西鼎天济农腐殖酸制品有限公司	济农	精制有机肥	LSSZ-01-1006260001	2010.06-2013.06.22
		济农+图形	含腐植酸水溶肥料	LSSZ-01-0903260100	2012.03-2015.03.28
26	福建省建阳武夷味精有限公司	益田康叶	有机无机复混肥料	LSSZ-01-1006130002	2010.06-2013.06.24
			有机无机复混肥料	LSSZ-01-1006130003	
27	保定鲜尔康生物工程有限责任公司	鲜尔康	饲用葡萄糖氧化酶	LSSZ-03-1008030004	2010.08-2013.08.16
28	陕西巨川富万钾股份有限公司	富万钾	(有机水溶肥料)-通用型	LSSZ-01-1009260005	2010.09-2013.09.02
			富万钾(有机水溶肥料)-果树型	LSSZ-01-1009260006	
			富万钾(有机水溶肥料)-蔬菜型	LSSZ-01-1009260007	
29	山东辣贝尔天然食品有限公司	英潮	辣椒红色素	LSSZ-05-1009150008	2010.09-2013.09.08
30	盐城星海饲料有限公司	康业	5%蛋鸡复合预混料(产蛋期)	LSSZ-03-1010100009	2010.10-2013.10.12
			蛋鸡配合饲料(产蛋期)	LSSZ-03-1010100010	
31	云南玉溪源天生物产业开发有限公司	农福旺	有机肥料	LSSZ-01-1010240011	2010.10-2013.10.19
32	杨凌大成农业科技有限公司	小旺哥	微量元素水溶肥料	LSSZ-01-1012260012	2010.12-2013.12.27
		靓枣	含氨基酸水溶肥料	LSSZ-01-1012260013	
33	梅河口市绿农有机复合肥有限公司	绿增	有机-无机复混肥料	LSSZ-01-0707070043	2010.07-2013.07.25
34	辽宁禾丰牧业股份有限公司	爱普特	蛋鸡产蛋期 1%复合预混合饲料	LSSZ-03-1006060014	2010.06-2013.6.27

## 绿色生资

序号	企业名称	商标	产品	证书号	有效期
34	辽宁禾丰牧业股份有限公司	爱普特	肉中大鸡 1%复合预混合饲料	LSSZ-03-1006060015	2010.06-2013.6.27
			中猪 4%复合预混合饲料	LSSZ-03-1006060016	
			大猪 4%复合预混合饲料	LSSZ-03-1006060017	
35	三门峡龙飞生物工程有限公司	龙飞大三元	有机无机生物肥料	LSSZ-01-0708160090	2010.08-2013.08.29
			有机无机生物肥料(果蔬专用)	LSSZ-01-0708160091	
36	青海江河源农牧科技发展有限公司	江河源	奶牛精料补充料	LSSZ-03-0703290035	2010.03-2013.03.15
			肉牛羊精料补充料	LSSZ-03-0703290036	
37	湖南农大哥科技开发有限公司	农大哥	复合微生物菌剂	LSSZ-01-0711180109	2010.11-2013.11.22
38	石家庄金太阳生物有机肥有限公司	地欣	生物有机肥( I 型)	LSSZ-01-0712030133	2010.12-2013.12.27
39	南昌艾格菲饲料有限公司	百世腾	4%仔猪前期用复合预混料(4310)	LSSZ-03-1012140018	2010.12-2013.12.20
			4%仔猪后期用复合预混料(4311)	LSSZ-03-1012140019	
			4%生长育肥猪前期用复合预混料(4312)	LSSZ-03-1012140020	
			4%生长育肥猪后期用复合预混料(4313)	LSSZ-03-1012140021	
			4%妊娠母猪用复合预混料(4315)	LSSZ-03-1012140022	
			4%哺乳母猪用复合预混料(4316)	LSSZ-03-1012140023	
40	河北储源生物科技开发有限公司	CHUYUAN+图形	有机钾肥(有机-无机复混肥)	LSSZ-01-1101290001	2011.01-2014.01.11
			有机-无机复混肥	LSSZ-01-1101290002	
			有机肥料	LSSZ-01-1108290018	2011.08-2014.08.29
41	广东金饭碗有机农业发展有限公司	金饭碗	复合微生物肥料(粉剂)	LSSZ-01-1101190003	2011.01-2014.01.13
		欣扬康	复合微生物肥料(液体)	LSSZ-01-1101190004	
42	湖南天赐宝农业科技有限公司	天赐宝	含腐植酸水溶肥料	LSSZ-01-1103180005	2011.03-2014.03.03
43	内蒙古永业农丰生物科技有限责任公司	永业	植物生长营养液(含腐植酸水溶肥料)	LSSZ-01-1103050006	2011.03-2014.03.09
44	众德肥料(烟台)有限公司	众德	生物有机肥	LSSZ-01-1104150007	2011.04-2014.04.20
			有机无机复混肥料(14-6-10)	LSSZ-01-1104150008	
45	太原山大新科技发展有限公司	山大沃丰	生物有机肥	LSSZ-01-1105040009	2011.05-2014.05.11
			微生物菌剂	LSSZ-01-1105040010	
			光合细菌菌剂	LSSZ-01-1105040011	
46	湘潭市先锋企业集团有机复合肥有限公司	莲城	有机-无机复混肥料	LSSZ-01-1105180012	2011.05-2014.05.11
47	北京汉业科技有限公司	汉业	淡水鱼配合饲料	LSSZ-03-1106010013	2011.06-2014.06.03
48	河南省黄泛区鑫欣牧业有限公司	黄泛区	有机肥料	LSSZ-01-1107160014	2011.07-2014.07.05

## 绿色生资

序号	企业名称	商标	产品	证书号	有效期
49	齐齐哈尔市富尔农艺有限公司	富尔	含腐植酸水溶肥料(Ⅱ型,液体)	LSSZ-01-1107080015	2011.07-2014.07.05
50	盐城惠民饲料科技有限公司	惠于民	产蛋后备鸡配合饲料(颗粒饲料)	LSSZ-03-1107100016	2011.07-2014.07.05
			产蛋鸡配合饲料(高峰期产蛋率>85%)	LSSZ-03-1107100017	
51	四川国光农化股份有限公司	稀施美	含氨基酸水溶肥料	LSSZ-01-0703220039	2012.03-2015.03.04
52	德州本丰瑞肥料有限公司	本丰瑞+图形	微量元素水溶肥料(蓝宝)	LSSZ-01-1206310012	2012.06-2015.06.26
			含腐植酸水溶肥料(红又甜)	LSSZ-01-1206310013	
			含腐植酸水溶肥料(固根)	LSSZ-01-1206310014	
			含腐植酸水溶肥料(果菜王)	LSSZ-01-1206310015	
			含氨基酸水溶肥料(金旺)	LSSZ-01-1206310016	
			含氨基酸水溶肥料(根旺)	LSSZ-01-1206310017	
			含氨基酸水溶肥料(脆又硬)	LSSZ-01-1206310018	
53	丹东市农药总厂	图形	53%苜蓿·苯噻酰可湿性粉剂	LSSZ-02-0811060092	2011.11-2014.11.29
54	宁夏夏盛实业集团有限公司	sunson 夏盛	复配啤酒酶制剂(啤酒复合酶 SBH-001)	LSSZ-05-0903280094	2012.03-2015.03.21
			复配啤酒酶制剂(啤酒复合酶 SBM-002)	LSSZ-05-0703280028	
			复配啤酒酶制剂(啤酒复合酶 SBM-002B)	LSSZ-05-0903280096	
			复配啤酒酶制剂(啤酒复合酶 SBL-003)	LSSZ-05-0903280095	
			复配啤酒酶制剂(啤酒复合酶 SBW-005)	LSSZ-05-0703280029	
			β-葡聚糖酶	LSSZ-05-0703280027	
55	中国海洋大学生物工程开发有限公司	海状元 818	海状元叶面肥(有机水溶肥料)	LSSZ-01-1207150019	2012.07-2015.07.09



## 坚持质量为本 以服务铸造品牌

中国绿色农业公司 (China Green Agriculture, Inc. 简称 CGA) 是一家集腐植酸复合(混)肥、有机/无机复混肥、有机肥、缓释肥料和水溶性肥料的生产和销售于一体的高新技术肥料企业。2007年CGA成功登陆美国资本市场,股票交易代码CGA。CGA拥有国内领先的腐植酸肥料研发能力、生产技术及国内先进的智能化生产线,年产能力55.5万吨。2010年CGA顺利完成对北京谷丰化工制品有限公司的收购后,形成了以陕西鼎天济农腐殖酸制品有限公司、北京谷丰化工制品有限公司为生产基地,以西安户县裕兴农业科技发展有限公司为研发、实验和示范基地的大型农业集团。

陕西鼎天济农腐殖酸制品有限公司成立于1998年7月28日,注册资本4.4亿元,是CGA在中国设立的一家专业经营腐植酸有机肥料的高新技术企业,致力于以腐植酸为基础的液态和固态有机肥料的研发、生产和销售。公司生产设备先进,自动化程度高,生产过程集中控制,工艺领先,柔性度高。公司通过了ISO9001-2008质量管理体系和ISO14001:2004环境管理体系的认证。济农有机肥、济农含腐植酸水溶肥料通过中国绿色食品协会的严格审核,获得了绿色食品生产资料标志许可使用权。

我公司倡导的植物立体施肥系统根据作物各个时期营养需求规律,结合不同肥料养分释放特性,将基施、冲施、喷施等施肥方式进行科学组合搭配,制定作物从根到梢、从播种到收获的施肥方案。

公司始终坚持以服务农户为准则,以解决农业生产问题为导向,以专业化农技讲座为主要方式,践行植物立体施肥的科学理念,倡导“绿色农业”,为广大农户提供植物立体施肥系统,从播种到收获,从根系到果实,为每一种农作物提供组合施肥方案。公司现有产品销往国内除港、澳、台、西藏以外的所有地区,同时已出口到印度、印度尼西亚、津巴布韦、菲律宾等多个国家和地区,深受国内外客户好评。

### 济农企业精神:和谐 勤奋 卓越

济农一直倡导在一种大气和大度的沟通形成的和谐氛围之下,通过勤奋的努力,来实现我们辉煌卓越的发展目标。济农一直强调要随着每个员工的发展而发展,随着每个员工的辉煌而走向最终的辉煌,随着每个员工的卓越发展而取得卓越的成就。

济农的经营方针:技术领先 质量为本 服务至诚 共创未来



陕西鼎天济农腐殖酸制品有限公司科研楼

**济农的管理方针:及时 规范 有效**

企业在发展,技术在发展,市场在发展。市场在不断变化,技术也在不断的变化,要想完全做到十分科学的管理是很困难的,因此济农会舍弃那些济农过去认为合适而今天已经不适合济农的东西,尤其是在管理方面,济农是一个善于挑战自己,敢于否定自己过去的组织。济农追求的是及时而行之有效、规范的管理。

**济农腐植酸优势:**

1、原材料优势。济农腐植酸原料严格采自国家承认的优质风化煤基地,且经过公司研发部门再次筛选后需达到以下标准:(1)风化煤中腐植酸的含量必须达到 50%以上;(2)粒度必须达到 50—70 目;(3)水分含量必须达到 20%以下。

达到以上原料标准的风化煤,纯度高,水溶性好,易被作物吸收,是提取腐植酸的最优质原料之一。

2、提取工艺。济农腐植酸提取工艺采用酸析氨化法生产:把干燥、粉碎后的风化煤经酸化、水洗、氨化过程制成。

此法的优点:产品质量好,含氮量高。提取出的是游离腐植酸,只有游离腐植酸才具有增氮、解磷、促钾的良好作用。

3、专利优势。济农腐植酸的两项国家专利:(1)专利号:200710017334.X 一种含腐植酸水溶肥料制备方法;(2)专利号:20031884.2 一种腐植酸产品生产设备。

**产品特点:**

济农腐植酸精致有机肥在小麦,玉米,棉花,水稻,苹果,柑橘上使用具有明显的提高土壤肥力,减少化学肥料流失,增加作物产量品质的特点;济农含腐植酸水溶肥料如:济农活性生根剂在作物苗期使用具有活化根系,促进新根生长,预防土传病害的作用;济农冲丰在大棚黄瓜,西红柿,西瓜,甜瓜等作物上具有促进枝蔓生长,提高光合效率,延长采收期的效果;济农冲施液



德国引进的现代化生产设备

(高浓缩腐植酸冲施肥)在芹菜,白菜,莴苣等作物上具有见效快,肥效长的特点。这些产品在全国市场均取得较好的销售业绩,深得农户的喜爱,为农业的增产丰收做出了贡献。

**技术推广服务:**

以服务农户为准则,以解决农业生产问题为导向,以专业化农技讲座为主要方式,努力打造规范专业的技术服务和销售团队,践行济农植物立体施肥的科学理念,倡导“绿色农业”。

**质量管理:**

我们坚信:质量是水,企业是舟,水能载舟,亦能覆舟。全面的质量管理体系,严格的现场工序管理,严谨的过程因素控制,完善的客户投诉处理流程,始终以顾客为关注焦点,用事实和数字说话,用品质来证明我们对您的责任与承诺。

**客户服务:**

我们建立了完善的客户服务体系,始终致力于以济农产品和服务为基础,以为客户提供一对一的、专业化的、个性化服务理念为宗旨,从而达到商业过程自动化并不断改进业务流程的目的。济农的高速发展源于客户的大力支持,实现客户利益最大化才是济农社会价值的体现。

(陕西鼎天济农腐植酸制品有限公司)

## 成都新朝阳 健康植保新方向

成都新朝阳作物科学有限公司是一家专注于有机、绿色农业生产投入品研发、生产和推广应用的国家高新技术企业，自八十年代成立至今，始终致力于植物源农业投入品的研发和推广，在业界奠定了植物源农药、土壤调理剂和天然植物调节剂品牌及技术的领先地位。

公司依托近 30 年沉淀的近百项科技成果和发明专利，于 2010 年正式完善和确立以“健康植保”为核心战略发展目标，并于同年实施，先后完成了“健康植保”技术研究中心的组建；四川省、成都市级企业技术中心的建设；占地 100 余亩的“健康植保”投入品专业化生产基地建设投产等。现拥有多达 300 余项满足有机、绿色农产品生产条件的投入品原药、制剂、物理防控产品资源及其生产能力，全面满足 20 余种有机、绿色农产品生产的全程、系统需求，成为国内乃至全球首家、也是迄今唯一一家能够全面满足有机农业生产的全程植保服务供应商，有效解决有机农业生产中由于投入品配套不完善而给有机、绿色农业健康、可持续发展带来的难题。

“健康植保”的核心理念在于利用公司“土壤修复与营养”、“作物营养与健康”、“植物源农药与物理防控”、“植物源调节剂”四大产业平台的技术和产品，在有效满足无公害农业生产的基础上，更侧重于促进有机、绿色农业的发展，提供以作物为单元的全程植保技术和投入品，在满足农产品按有机、绿色种植标准生产的同时，恢复农业生产的良好生态环境，促进农业可持续发展。

成都新朝阳 400 余员工大都年轻化和专业化，同时与中国农大、西北农林大学、成都中医

药大学、四川农大等十余所大专院校建立了长期稳固的技术成果转化战略合作关系，团队充满活力和科技创新能力，为公司的持续发展奠定了坚实的基础。

随着经济、生活的高速发展和提升，有机、绿色农业的健康发展成为必然趋势，成都新朝阳热忱希望同各界热爱农业的朋友携手，共同推动“健康植保”事业，致力于农产品质量安全和农业生态环境改善，为现代农业、有机农业、绿色农业提供更为优质、高效的“健康植保”服务！

### 新朝阳五大事业部简介

#### ——土壤修复与营养

聚焦土壤重金属铬、镉、铅、汞、砷、硝酸盐的修复；调节土壤酸、碱平衡；恢复土壤团粒结构；补充天然有机质，改善农业生态环境，促进有机、绿色农业可持续发展。

成都新朝阳自 90 年代末开始土壤修复与营养的技术和产品研发，成为行业开拓者和权威。截至目前，已形成包括土壤综合调理剂；土壤酸碱调节剂；土壤重金属砷、铬、镉、汞、铅、硝酸盐修复剂；有机抗重茬剂；有机质保水剂；兼具营养补充和改善土壤理化性能的超浓缩天然有机肥、蚯蚓菌肥、有机复方肥、有机水溶性免耕肥、活体蚯蚓菌肥等数十个土壤修复与营养类产品，针对现存的土壤问题提供一揽子土壤综合治理解决方案，以提高土壤的适耕性能，打破土壤板结，增加耕作层厚度，有效协调土壤水、肥、气热平衡，恢复土壤团粒结构，增加土壤中有益微生物的数量，提高生物活性，提高肥料



利用率,钝化和沉降土壤中的重金属,减少土传病害的发生和蔓延,补充多种有机养分,健壮植株,实现农业可持续发展,满足有机、绿色农业的生产需求。

### ——作物营养与健康

聚焦作物营养与健康生长,重视作物免疫,减少病、虫害发生。

新朝阳“作物营养与健康”主要研究和推广以作物营养和健康为代表的系列产品,通过合理补充多种作物需要的有机营养元素及刺激、强化作物生理机能,增强作物在高温、干旱、冷害、冻害、干热风等逆境条件下的抵御能力,以及迅速修复和护理此类灾害和病虫害造成的损伤,以减少或降低生产损失,同时针对人体健康的需求,通过补充天然的酮、硒、氨基酸等,种植出高品质的农产品。目前已形成包括抗冻剂、抗旱剂、降残剂、降毒剂、保鲜剂、破眠剂、富酮、硒、氮等修复剂、多糖、多肽修复剂等在内的近20种作物营养与健康类产品,丰富作物营养、使植株健壮生长,减少作物病虫害的发生率,减少作物对农药、化肥的依赖性,生产安全、健康的农产品。

### ——植物源农药

以作物为导向,全程、系统解决20余种作物的有机种植;拒绝化学农药,践行“预防性治疗与物理防控结合”的病、虫、草害生态防控理念。

该事业部致力于研究和开发以植物源农药为主的杀虫、杀螨、杀菌和除草产品,为有机、绿色农业生产提供植物保护品。目前已形成包括小檗碱、氨基寡糖素、藜芦碱、苦参碱、大蒜素、香菇多糖、香芹酚、川楝素、除虫菊素等成分在内的多成分、多剂型、多种配伍制剂200余个品规,其中冠菌素生物除草剂填补国内空白,在国际上居于领先地位。植物源农药结合物理防控与信息素综合防控措施,促进生态系统的恢复和重建,减少化学农药污染,全面满足于20余

种作物符合有机、绿色生产要求的病虫草害全程植保需求,以实现“全面拒绝化学农药的使用,让农产品检不出农残”的产业发展目标。

### ——植物源调节剂

拒绝化学激素,聚焦天然植物源调节剂,减少自然灾害对有机、绿色农产品产量和品质的影响。

成都新朝阳从事植物源调节剂的研究生产有近30年历史,是目前全球最大的天然芸苔素内酯生产企业,其研发水平和销售规模在行业领先。“天然芸苔素内酯”在农业生产中应用广泛,对于促进作物生长、提高产量、提高增强作物抗逆能力、延长农产品保鲜时间、抵御病害侵染、提高农药药效和减轻药害发生等方面效果显著。公司在此基础上相继开发了赤霉素·芸苔素可溶粒剂、脱落酸+芸薹素、植物免疫健康品等更多植物源调节剂产品,在满足有机、绿色农业生产要求的同时,为农产品产量和品质提供可靠保障,规避了农用化学激素对于人类健康带来的危害。

### ——物理防控与信息素

物理防控科技与预防性治疗和植物源农药相结合,系统构建有机农业病、虫和草害生态防控体系。

物理防控 & 信息素技术和产品因其安全、环保、对有益昆虫的伤害小、不产生抗性、不破坏生态系统平衡等特点,在绿色农业和有机农业生产过程中具有重要意义,是成都新朝阳“健康植保”体系的重要组成部分。目前已初步形成粘虫板、粘虫带、杀虫灯、性诱剂等在内的数十种物理防控与信息素产品,在减少其他植保产品使用的同时,获取虫情测报数据,以指导后期选择最佳时间采用植物源农药产品进行防治,大大提高综合防治效果,为“预防为主、综合防治”植保理念的实施提供支持。

(成都新朝阳作物科学有限公司)

## 合作共赢 与客户共发展

中外合资溧阳正昌饲料科技有限公司 1994 年成立,是江苏正昌集团核心科技型企业,公司拥有国内领先的生产工艺和高档精密的检化验中心,生产线采用自动化控制技术 & 全套正昌专业化复合预混料生产设备。多年来公司致力于各种畜禽、水产系列预混料产品的开发和生产,先后开发出正昌“猪状元、鸡教授、鸭司令、鱼博士”等特色系列预混料及中草药提取物福乐兴系列添加剂、生物发酵蛋白益肽宝等产品。秉承以科技服务于饲料养殖业的理念,1998 年公司在行业内率先通过“ISO9001:2000 质量管理体系”认证,2011 年通过 ISO9001:2008 质量管理体系和 HACCP 食品安全管理体系认证,双体系证书的获得将进一步保证我们为客户提供更加安全、优质、高效的产品。公司采用国际先进的定向浸提技术、均匀设计法、超浓缩干燥技术研发的正昌福乐兴猪、鸡、鸭、鱼用复合预混料通过中国绿色食品协会的严格审核,获得绿色食品生产资料标志许可使用权,该系列产品是广大饲料厂、养殖场开发绿色产品、增强市场竞争力的理想选择之一。2001 年公司成功注册出口饲料登记证,打开了国际市场,让更多的国外客户了解正昌饲料。

2008 年公司承担的国家“十一·五”科技支撑计划示范基地建设项目——预混料产业化示范项目于 2009 年 10 月正式投入运行。项目总投资 5000 万元,占地面积两万多平方米,建筑面积达 19000 多平方米,投入运行后年生产能力达到 20000 吨。项目首次采用三叶罗茨压送系统,有效的杜绝了原料输送过程中容易产生的死角残留、交叉污染等问题;采用正昌引进的先进弗伯格混合技术,使产品混合均匀、不偏

析、无残留、不漏料,独特的回风系统,确保在全方位进料过程中气流平稳;运用双轴高效混合系统,使产品的混合均匀度远远优于行业标准。针对众多饲料企业缺乏高档饲料配方技术,饲料产品缺乏竞争力,公司引进发达国家广泛使用的美国百瑞尔饲料配方技术,为客户提供科学、高效、及时的技术配方服务,团队成员丰富的创新服务营销实践经验,能提供高效可持续的差异化增值服务及饲料企业系统解决方案。

今后我们将继续以“精益求精、锐意进取”的态度,不断增强质量意识、健康安全意识和名牌意识,强化管理,不断创新,努力争创江苏名牌和中国名牌,竭诚为您提供更优质的产品和服务。

△ 我们将竭诚为您提供正昌福乐兴猪用、鸡用、鸭用、鱼用系列绿色食品生产资料;

△ 为各个绿色食品企业申报绿色食品提供优质的服务;

△ 正昌福乐兴系列复合预混料,添加有正昌独特研制的天然植物提取物福乐兴,具有天然、无公害、无残留的特点,是广大饲料厂、养殖场开发绿色产品、增强市场竞争力的理想选择之一。

△ 正昌引进国际先进的美国百瑞尔配方软件,将为您提供合理适用的优化配方。

(溧阳正昌饲料科技有限公司)



## 夏盛集团打造绿色食品生产资料 满足客户需求

夏盛实业集团有限公司创建于1996年,是一家集生物酶制剂的研发、生产、销售为一体的高新技术民营股份制企业,是国内首家利用液体深层发酵技术实现纤维素酶工业化生产的企业。公司系中国生物发酵产业协会常务理事单位,酶制剂分会常务理事单位,被中国生物发酵产业协会评为“全国酶制剂行业重点生产企业”,在行业内率先通过ISO9001质量管理体系认证。

夏盛集团公司总部位于北京,下设10个事业部和1个技术研究中心。拥有两个现代化的酶制剂生产基地,分别位于宁夏银川市和河北沧州市。公司拥有液体深层发酵和超滤膜浓缩提取等先进生产工艺及设备,生产应用领域广泛。近十年已相继开发出了应用于啤酒、饲料、果汁果酒、纺织、植物提取、食品烘焙、皮革和酒精八大系列产品,涉及纤维素酶、半纤维素酶、果胶酶、蛋白酶、淀粉酶、糖化酶等酶系。

目前,夏盛集团公司已在全国32个省、市、自治区建立了6家销售分公司,30余家办事处。夏盛产品已直接出口到全球三十多个国家和地区,并已加入了马德里国际商标体系,在数十个国家注册了商标。“夏盛”已成为中国酶制剂行业最重要的品牌之一。

随着国民生活质量的不断提高,对食品质量的要求也非常注重。绿色食品逐渐占据了重要的市场份额。作为生产、销售食品添加剂的企业,打造绿色生产资料也是公司必须迎合市场和需要面对的现实。

公司在2006年开始打造绿色生资品牌。公司按照绿色生资的生产、管理要求,建立了一整套绿色生资产品质量管理规范,从原材料的选择和采购,到生产过程的控制管理,严格按照绿色生资产品的管理要求实施。公司生产的复合啤酒酶制剂的5个系列产品及单一酶制剂产品 $\beta$ -葡聚糖酶通过中国绿色食品协会专家的严格审核,获得了绿色食品生产资料标志许可使用权。这六种产品目前由公司啤酒酶事业部负责销售于各大啤酒生产企业。公司啤酒酶事业部是夏盛集团最重要的事业部之一,目前在国内市场占有率达到50%以上,与诸多大型啤酒集团建立了长期的合作伙伴关系。夏盛作为国内首家推出复合啤酒酶产品的酶制剂企业,一直把技术创新,产品革新,不断为客户提供优质低价的啤酒专用酶系列产品作为自己的责任和目标,能够针对不同的工艺需求,不同的原辅料配比为客户提供最优化的酿造方案。

顾客满意是夏盛永恒的宗旨;持续地质量改进是夏盛永恒的主题。以质取胜、追求卓越,惟夏盛发展之根本。夏盛集团只做酶制剂,做最好的酶制剂是集团不懈追求的目标。

(夏盛实业集团有限公司)



## 生物有机肥——农业可持续发展的排头兵

据统计,我国占世界 7%的土地消耗了占世界总产量 35%的化肥,而肥料利用率却仅有 30%,农业的可持续发展形势日渐严峻,引起了那些具有高度社会责任感和可持续发展意识的农化企业的深度关注,窘迫的现状呼唤肥料产品的技术革新。生物有机肥,作为一种新型肥料,被高度关注,成为了护航农业可持续发展的排头兵。

广东金饭碗有机农业发展有限公司(以下简称“金饭碗公司”)是座落于广州的一家拥有中绿华夏有机产品认证和绿色食品生产资料标志许可的专注于生产、销售生物有机肥、复合微生物肥料、有机肥料、氨基酸肥等系列肥料的民营企业。前身为已有 17 年历史的中美合资东营扬康生物肥料有限公司和青岛绿康生物肥料有限公司。2009 年实现资产重组,现有年产微生物有机肥固体 6 万吨,液体 1200 吨的生产能力,拥有全套的生产设备和实验、化验、培菌设备,是全国为数不多的批量生产、出口微生物肥料的厂家之一,并形成了微生物肥料产业化生产及种植、销售、服务一体化的产业链,从肥料的生产到基地用户种植、采收、运输,均按照“绿色食品”的操作规程进行。

金饭碗公司一贯坚持产学研相结合,不断实施技术和产品创新,先后与多家高等院校、科研院所合作,全面研发、试验适合我国土壤环境,并能充分利用环境资源,变废为宝的有机肥料资源,卓有成效。

绿色扬康复合微生物肥料(叶面肥)引用美国“杨氏”菌种,经过鱼粉、花生粕、麦麸、红糖等营养物质充分发酵研制而成。中国绿色食品协会从 2007 年开始在“绿色农业投入品筛选及应用技术与示范”中用三年时间,在黑龙江农垦总局 853 农场,建三江分局红河农场、前进农场的水稻试验。绿色扬康微生物有机肥(有机认证)亩施二

遍增产 11%左右,投入产出比 27.3。在黑龙江农垦总局建三江分局科研所、597 农场、省农垦科学院三个单位的大豆试验表明平均增产 7.7%,投入产出比 10.5,玉米试验平均增产 12.4%,投入产出比 16.7。此外,该肥料在蔬菜、茶叶、辣椒、番茄、西瓜、棉花、豆角等多种作物做的试验也起到明显的增产、提高品质、抗病虫害的效果,是一种适用于多种作物、适合种植有机食品的肥料。截止到目前,公司已累计生产销售绿色扬康复合微生物肥料近 1000 吨,推广应用面积达 200 万亩,销售区域覆盖全国多个农业种植大省。

金饭碗生物有机肥(固体)经过蓖麻粕、烟末、米糠等有机物质充分腐熟,添加由美国进口、由公司自行繁育的“枯草芽孢杆菌”、“侧孢芽孢杆菌”。经广东省土壤肥料总站在菠菜、芥兰等作物上试验,增产效果均达到 10%以上;各地经销商反馈,该肥在香蕉、柑桔、西瓜、蜜柚、番茄、土豆等多种作物上都有良好表现,很多农户用后会返单,在华南地区取得很好的美誉度。

公司的有机产品得到了广东省绿色食品办公室的重视和推荐,两年多来与广东省多家绿色和有机食品种植单位保持良好的合作关系,产品得到了包括从化东升、罗定稻香园、东珊菜场、徐闻绿源、惠州四季绿等企业的认可。

今年下半年,金饭碗公司将调整战略部署,与广州风行集团携手在增城建设新厂,着力解决牛场的环保建设和废弃物资源利用,同时加大投入,对微生物新型肥料进行深入研究,在全国各地广泛开展新型肥料试验、示范和推广应用,加快科技成果的转移转化,为全面构建安全、和谐、生态、环保、高效农业提供保障,使微生物新型肥料成果尽快应用于农村,服务于农民,见效于农业,为有机农业的发展贡献一份力量。(广东金饭碗公司)

# 绿色食品品牌文化建设的探索与实践

黑龙江省绿色食品发展中心 韩玉龙

品牌是一个企业、一个产业综合竞争力的重要标志,绿色食品同样如此。如何通过凸显文化要素,做大做强品牌,提升绿色食品价值,加深消费者认知度和认可度,是品牌建设中需认真考虑的问题。

## 一、问题提出的现实背景

黑龙江是绿色食品开发较早的省份之一,经过 20 多年的努力,品牌建设势头良好,已初步构成体系。一是品牌培育范围日益拓宽。目前,全省农产品注册商标 9000 多个,其中绿色(有机)食品商标 800 多个,已由种植业领域扩展到种、养、加等多个领域,由粮食、山产品等较少种类发展到粮油、蔬菜、畜禽、山特、水产、饮料等 10 几个大类,由大中城市延伸到全省绝大部分地区涉农领域和涉农产品。二是品牌集群优势日益壮大。以绿色食品等认证产品为骨干,形成了一批具有产业、区位和特色优势的品牌集群。全省有效使用绿色(有机)食品、无公害农产品标志的产品已达 10800 个,全国每 8 个“三品”就有一个是黑龙江的产品。三是品牌知名度日益扩大。在绿色(有机)食品中,有省级著名商标 138 个,全国驰名商标 17 个,分别占全省获标食品企业的 26.4%和 68.2%。四是品牌培育基础日益巩固。全省绿色食品认证面积 6430 万亩,占全国的 23.2%,其中全国绿色食品标准化基地 5100 万亩,占全国近 50%;绿色(有机)食品企业达 552 家,产值超亿元企业达到 65 家。五是品牌推进机制日益完善。近两年,全省各级政府纷纷出台了一批优惠政策,运用激励机制

支持培育品牌,“培育一个品牌,带动一个产业,致富一方百姓”已成为共识。六是品牌价值日益显现。通过不断精心培育,绿色食品价值逐步提升,初步实现了优质优价。部分绿色有机食品产品售价高出普通农产品几倍或 10 几倍,部分产品公斤售价甚至突破 100 元。

绿色食品品牌不仅已成为全省优质农产品的主导品牌,还逐步成为农业产业竞争力的核心。一是带动了农产品市场开发。目前,全省国内外绿色食品专营市场网点发展到 1500 多家,产品销售全国,并远销 40 个国家和地区,并形成了固定区域和固定消费群体。2011 年,全省绿色食品省外销售额达 308 亿元,比 2000 年增长 29.7 倍。二是促进了农业产业化升级。在品牌效应牵动下,全省绿色(有机)食品企业比五年前增长 21.3%,其中产值超亿元企业增长 19.8%,并形成了绿色玉米、大豆、水稻、乳品、肉类、山产品、饮品和特色产品八大产品加工体系。三是带动了优质农产品基地建设升级。品牌影响力扩大,市场需求量增加,促进了生产基地规模化和专业化,全省已基本建成具有规模化和专业化特征的绿色食品玉米、大豆、水稻、杂粮、蔬菜、马铃薯、山特产品、生猪、奶牛、禽蛋等 10 大绿色食品原料基地带。四是提高了农产品整体竞争力。随着品牌影响力扩大,消费者进一步认同了黑龙江绿色食品,品牌在价格中的优势开始显现。“五常大米”被评为中国驰名商标后,全市水稻价格始终高于周边地区 1 元以上,仅此一项该市农民年增收 10 亿元以上。五是牵动了农业增效农民增收。全省绿色食品产值占农村经济的比重,已由 2000 年的 5.4%提高到目前的

20%以上。虎林市人均绿色食品增收 4000 元,尚志市珍珠山乡人均增收 1 万元。

尽管绿色食品整体形象良好,知名度很高,但具体产品品牌却有相当一部分没能叫响,不大更不强。究其原因,主要一点是品牌缺乏文化底蕴,绿色食品文化体现不够充分。

### 二、绿色食品所具有的文化特征决定了其是叫响品牌的重要选择

绿色食品文化是以绿色食品生产、经营和消费全程为载体所形成的一种文化现象,是绿色食品核心竞争力的形成要素和重要组成部分。它以绿色食品企业(基地)为载体,以产品为依托,以品牌为表现形式,主要包括围绕绿色食品所形成的发展理念、思维方式、行为规范、价值观念、消费心理等。其特征表现在 10 个方面:

(一)生态文化。绿色食品标志图形由太阳、叶片和蓓蕾组成,表达明媚阳光下的和谐生机,提示人们保护生态环境,生产和消费安全优质食品,推进标准和清洁生产,引申为绿色食品是人与自然共同生息,生态与经济共同繁荣、可持续发展的生态文明。因此,绿色食品标志的形式和内涵,都充分表明:绿色食品是一种文化,而且是一种生态文化。

(二)品质文化。从绿色食品概念看,它透出三个含义:生产绿色食品的环境优良、手段优良、产品优良。也就是说,绿色食品体现的理念、遵循的原则和终端的结果都是品质。品质如人品,质量是生命,这是绿色食品文化的内在本质的一种具体体现。

(三)良心文化。绿色食品到底“绿不绿”,到底“绿”到什么程度,除了强化各方面监管外,关键要看绿色食品生产者是否有良心。没有良心的企业,做不了好食品,更做不好绿色食品。发展绿色食品,首先是有良心、有爱心,并把这种良心和爱心深深扎根于绿色食品生产的每个环

节。

(四)规则文化。绿色食品具有与其他食品相区别的一套规则,有一套“从土地到餐桌”的标准体系,既体现了“全程质量控制”理念,也表达了按章做事思想。这也就要求生产者必须具备一定的文化、科技以及道德素质,自觉遵守规则,正确运用和执行标准。

(五)诚信文化。在进入绿色食品生产和经营领域之前,企业要有按照标准生产经营的承诺,而做到这点,关键还是要靠“内因”,企业特别是经营者具有一种敢于对公众和社会负责的品质和勇气,不管什么样的环境,不管遇到什么样的艰难,始终一诺值千金,把讲信用,讲道德,重承诺作为企业的座右铭,全力打造诚信企业和诚信产品。

(六)多元文化。由于绿色食品生产的各个环节具有相对的独立性,每个环节的文化要素也会有较大的不同。如基地所表现的是碧水蓝天,鸡鸣鸟翔,体现了“乡村文明”;企业所表现的是高大宽敞的厂房,现代化的生产线,是一派“都市文明”。

(七)共赢文化。发展绿色食品的一个主要目的就是使产业的每个环节都能实现效益最大化,这也是绿色食品文化的重要特征,最终体现经济、社会和生态效益的统一。

(八)外向文化。绿色食品标准是在充分借鉴国内外优秀的科研成果基础上而形成的科学体系,同发达国家标准基本接轨。绿色食品打破了贸易壁垒,促进了农产品国际贸易。

(九)创新文化。绿色食品创立的 20 年来,无论是外在形式,如产品形状、产品包装等,还是产品科技含量、文化内涵等,都随着形势的发展变化而不断改变,并通过创新,使绿色食品文化底蕴更加丰厚,被更多的消费者所认同。

(十)高端文化。绿色食品文化是建立在法制化和规范化管理基础上的一种高品质文化,具有较强的理论根基。

### 三、绿色食品文化建设的初步探索与实践

黑龙江是我国绿色食品重要的发祥地,依托丰厚的文化资源,创造了具有“寒地黑土”特色的绿色食品文化,培育了一批具有区位和特色优势的品牌。

(一)绿色食品中体现出的传统文化。传统文化是从先辈传承下来的丰厚的历史遗产。黑龙江农业历史比较悠久,数千年的历史沉淀打造了独具龙江特色的“农耕文化”、“渔猎文化”,并有不少因素逐步注入绿色食品,影响了绿色食品生产者的行为方式和思想方式。许多企业就是通过产品来宣传传统文化,进而推介品牌。克东腐乳公司通过生产“二十四孝礼品”和“象棋”系列产品,展示灿烂的历史文化,每个产品就是一个美丽的历史传说,每个包装盒就是一个可供娱乐的棋子,深得广大消费者喜爱。

(二)绿色食品所体现出的地域文化。黑龙江不仅历史较悠久、农业文化资源丰富,且地域辽阔,多民族分布。不同地域和民族导致了较大的文化差异性,并通过绿色食品品牌不同程度地反映出来。或者说,通过绿色食品产品可在一定程度上了解到不同区域、不同民族的思维方式、价值观念、行为准则和风俗习惯等文化特征和文化信息。一是反映少数民族文化的绿色食品。如“哈哈木兰”品牌,经查,“木兰”取自于企业境内木兰达河,有满语“围场”之意,通过商标表现出一定的满族文化特征。还有“金膳道”大米,它是五常市民乐乡一个企业的主打产品,从中可以了解到一些和朝鲜族相关的文化信息。二是反映地域性文化的绿色食品产品。如“界湖”,这是鸡西市一家绿色食品企业注册的商标。提起“界湖”,马上让人联想起兴凯湖。兴凯湖,原为中国内湖,1860年中俄《北京条约》签订后,变成了中俄界湖。因此,通过“界湖”这个绿色食品品牌,细心的消费者会进一步了解和熟悉这一段历史和文化。

(三)绿色食品所反映出的行业文化。每个行业都有各自的特点,也都有相对独立的文化。从我省绿色食品看,行业性文化主要体现在农垦和森工两大行业。黑龙江是全国耕地最多的省份,有全国最大的农场群,机械化程度较高,现代农业标志明显。借助这种大田野、大农业、大机械的文化氛围和文化底蕴,“北大荒”、“燕窝岛”、“完达山”和“九三”等一批具有农垦文化特征的绿色食品品牌迅速生长、壮大。黑龙江还地处祖国北疆,森林覆盖率高,以原始、神奇、粗犷、博大而著称,有完整的森工体系。依托这些优势,培育和打造了“北奇神”和“黑森”等具有大森林特征的绿色食品品牌。同时,具有“森工”特征的绿色食品品牌也彰显了森林工业文化,扩大了行业的影响力。

(四)绿色食品所反映出的企业文化。由于每个企业的生长历史、人员素质以及经营手段风格等都有很大的不同,反映在绿色食品文化上也就有比较明显的差异。主要有三种:一是把绿色食品文化融于地域文化。如“响水大米”、“老五屯”等品牌,都与企业所在地名称有关,借助区域文化提高了产品知名度,也通过产品文化增加了发展机遇。二是把绿色食品文化融于品质文化。如“笨磨坊”等品牌与产品品质关联较大。经营者通过品牌名称传递追求品质的信息,但客观上起到了依靠品质培育绿色食品文化的目的。三是把绿色食品文化寓于企业发展理念。如“绿营”、“绿利”等品牌,在一定程度上体现了企业理念,向消费者表明了发展绿色食品的信念,重质量、讲信誉的承诺以及发“绿色财”的愿望。

### 四、加快培育和发展绿色食品文化的主要路径

绿色食品文化是支撑、引领和推动绿色食品发展的重要手段,搞好绿色食品文化建设,有助

于丰富绿色食品发展的内涵,增强核心竞争力,培育和打造百年品牌,有利于促进绿色食品事业的长远发展。要深刻理解和领会中央的有关精神,站在宏观层面来认识、理解和推进绿色食品文化建设。

(一)要注重不断增加绿色食品文化的底蕴和内涵。内涵和底蕴是绿色食品文化的灵魂。要充分发挥各地特有的地缘、资源和历史优势,不失时机地树立品牌形象,努力培育区域特色鲜明、文化底蕴深厚、企业特点突出的绿色食品文化。要注意遵循继承优秀传统文化与大胆借鉴引用当代先进管理思想相结合的原则,使优秀的传统文化熔铸到绿色食品文化中去。要加强绿色食品理论研究,在理论的层面上增强绿色食品文化底蕴,促进绿色食品文化持续健康快速发展。

(二)要注重不断创新绿色食品文化。勇于创新是绿色食品发展的基础和动力。要以积极创新的精神来建设绿色食品文化,既要在内容方面创新,也要在手段和方法上创新。只有这样,具有时代特征和鲜明特色的绿色食品文化才能得以塑造和形成,并促进绿色食品事业更

好更快地发展。

(三)要注重不断强化绿色食品企业和品牌文化建设。绿色食品文化建设,企业是基础,产品是载体。建设绿色食品文化,首先应注意积极培育企业文化与品牌文化。绿色食品文化建设,企业是基础,产品是载体。一是要抓好现有绿色食品品牌培育与提升。二是要充分发挥各地的自然资源、文化资源优势,发展独具特色的地理标志品牌文化。三是要依托绿色食品生产技术标准、先进的科学技术和品质质量打造品牌文化,不断增强绿色食品品牌的诚信度。

(四)利用好各种途径展示和推介绿色食品文化。扩大绿色食品品牌知名度、树立产品品牌形象是绿色食品文化建设的重要环节。从政府到绿色食品生产、经营者都要有广告促品牌、促经营的思想,不拘形式,全方位地运用各种广告形式,及时、准确、经济地将信息传递出去,使绿色食品品牌在市场中拥有巨大影响力。组织新闻媒体有计划、有重点地宣传绿色食品文化,推介企业和品牌,扩大绿色食品文化影响力,把绿色食品品牌真正打造成为每个地区地理标志品牌。■





# 寒地黑土品牌经济的理论与实践

黑龙江省供销社主任、中国绿色食品协会  
副会长兼寒地黑土物产专业委员会主任 张文明

## 一、寒地黑土品牌经济的由来

了解寒地黑土品牌经济，首先要了解什么是寒地黑土，什么是寒地黑土品牌。

寒地黑土：特指的是覆盖东经 125-127 度、北纬 44-49 度之间大约 100 万平方公里的一块黑土地。世界上仅有三块黑土地，一块在美国密西西比河流域；另一块在乌克兰平原；第三块就是在中国东北松辽流域，以黑龙江省为主体、总面积约 100 万平方公里的黑土带。因为这块黑土带地处寒温带，气候寒冷，所以我们称它为寒地黑土。

寒地黑土品牌：是指证明产自寒地黑土区域这一优良生态环境内，具有寒地黑土绿色物产特有的营养品质、口感和外观特征的绿色、天然、有机食品和相关物产，以及由此衍生出的具有这一地域特色文化产品的区域公用商标、商品商标、服务商标。

寒地黑土品牌的诞生，主要得益于三个方面的优势。

(一)良好的生态环境。寒地黑土区域气候适宜，降水适度，土壤的有机质含量高，重金属含量低，是肥力最高、最适宜农耕的土地。因此，寒地黑土被称之为“土中之王”。同时，寒地黑土区域农业生产一年一季，土地经过冻溶周期，自然恢复地力。特别是严冬过后，土地自身具有灭虫杀菌的功效，病虫害发生较少，因此农药仅是微量施用，从而保证了食品的绝对安全。

(二)丰富的优质物产。珍贵的土壤资源，良好的生态环境，造就了寒地黑土绿色物产。寒地黑土农产品之所以在全国乃至世界享有盛誉，

具有其他地方难以比拟的优势，主要体现在三个特点：一是总量大。近年来，寒地黑土的主体地区黑龙江省粮食播种面积始终在 1000 万公顷以上，2011 年，全省粮食总产达到 1114.1 亿斤。肉、蛋、奶产量始终保持在 300 万吨、100 万吨、700 万吨以上。二是品类全。寒地黑土物产除水稻、大豆、玉米等主要农产品外，亚麻、马铃薯、甜菜、果菜、中草药、山野菜竞相发展，猪、牛、羊、鹿、兔、鸡、鸭、鹅、鱼种类繁多。仅山野菜、野果、蜜源植物等原生态天然野生有机食品就有七大类，近千个品种。寒地黑土被称为绿色餐桌，就是基于品类众多的缘故。三是质量优。良好的生态环境，科学的生产方式，使这块土地上孕育的农产品以质量上乘、有机安全、营养丰富而著称于世。如寒地黑土大米米白如玉、晶莹剔透，所含的氨基酸、维生素、矿物质、微量元素的含量远远高于普通大米，历史上很多寒地黑土所产的大米成为皇家御用的“贡米”。采摘自大森林的野生蓝莓果营养丰富、果味鲜美，具有防止血管老化、预防心脏疾病、减缓衰老、美容养颜、增强记忆力等功效，是浆果中的极品，被联合国粮农组织列为人类五大健康食品。类似产品，举不胜举。

(三)现实的社会需求。当今社会，无论是农产品的生产者，还是农产品的消费者，对品牌农产品都有一定的需求。可以说，发展品牌农产品具有及其重要的意义。一是发展品牌农产品可以有效解决农产品卖难问题。在农产品非短缺时代，卖难问题既是绝对的，又是相对的。说绝对，是因为农产品相对丰富，由于市场、物流等

永远不能够与商品完全配套、同步,从而造成局部的、一时的、个别品种的卖难。说相对,是因为不是所有的农产品都存在卖难问题。仔细分析一下市场,不难发现,在局部地区、个别产品出现卖难的同时,有些地区的同类优质品牌产品却供不应求。究其原因,他们的共同特点是名气大、有品牌。所以,解决农产品卖难问题,需要发展品牌经济。二是发展品牌农产品可以较好地保障农产品质量安全。随着“绝育黄瓜”、“爆炸西瓜”、“硫磺姜”等新名词、新事件的出现,“我们还能吃什么”已成为人们最关心、最直接、最现实的问题之一。纵观这些问题产品,绝大部分都是非品牌产品。因此,保障农产品质量安全,提高农产品竞争力,一个有效的措施就是加强品牌建设。三是发展品牌农产品可以增加农民收入。在这里我举一个例子:梁永林是绥化北林区的水稻大户,他亲身经历了大米价格从一斤0.7元到今天5元、6元甚至更高的过程。2003年,他的水稻只能卖到0.71元/斤。可在第二年,寒地黑土品牌创立之后,他的大米卖到了1.8元/斤,一粒大米卖出了两粒半大米的价钱。所以说,品牌是在不增加土地面积、不提高产量情况下,增加农民收入的最主要、最现实的途径。

有了良好的生态环境,有了丰富的优质物产,还有现实的社会需求,寒地黑土品牌就此诞生。

### 二、寒地黑土品牌经济的打造

经过几年来的打造,寒地黑土品牌已成为全国区域农产品知名品牌,先后获得美国联邦的全美注册和欧盟注册证书。2010年,被国家工商总局评选为“中国驰名商标”。今年初,浙江大学农业品牌研究中心评估其品牌价值为123.08亿元,连续三年获得中国农产品区域公用品牌第一名。

(一)创新性的发展理念。寒地黑土品牌的发展,首先是一个创新的产物。一是概念更新奇。所谓寒地,是指阴湿而且温度较低的土地;

所谓黑土,乃指有机物质平均含量在3%至10%之间的一种特殊土壤。将这两个概念联合起来作为一个区域品牌的名字,是以前没有见过的。二是范围涵盖更广泛。纵观国内外区域公用品牌,几乎都是单项定义,如美国的艾达华土豆、中国台湾地区的台湾好米、烟台苹果、信阳毛尖等等。而寒地黑土品牌,则覆盖了大约100万平方公里的范围。地域范围之广、产品种类之多,是其它农产品品牌无法比拟的。三是管理模式更科学。寒地黑土品牌拥有者与品牌经营者分离。即寒地黑土商标归寒地黑土协会所有,使用权归属受权企业。这一形式为寒地黑土的发展构建了良好的体制。四是质量标准更严格。去年六月份,我们与国家农业标准化监测与研究中心共同制订了《寒地黑土绿色物产标准》,并经质量技术监督部门批准实施。该《标准》对寒地黑土产品的产地、环境、水质、空气以及生产加工、运输储存、包装标识等标准进行了全面确定,为确保寒地黑土产品质量提供了重要保障。

(二)链条式的产业模式。寒地黑土品牌经济在发展过程中,形成了完整的、科学的、具有现代农业发展特色的产业链条。具体是:协会+集团公司+专业合作社+农户。第一,寒地黑土农业物产协会--寒地黑土品牌的创立者和持有者。2004年,绥化寒地黑土绿色物产协会成立,并以此为依托申请了寒地黑土品牌。2010年,经省民政厅批准,成立了黑龙江省寒地黑土农业物产协会。寒地黑土农业物产协会是从事寒地黑土资源开发、保护、利用,以及寒地黑土绿色物产生产、加工和生产资料供应、良种繁育、技术服务等企业、事业单位及个人自愿组成的全省性社会团体,具有社团法人资格的群众性社会团体。协会现有会员970人,其中会员企业650个。协会的主要职责是持有、打造、管理寒地黑土品牌,不断扩大品牌影响力。第二,供销社及寒地黑土集团--寒地黑土品牌的核心运营者。2008年,黑龙江省供销合作社两次投资共1亿元,组建了黑龙江寒地黑土农业物产集团

公司,成为寒地黑土品牌的核心运营者。去年,我们从品牌发展需要出发,引进战略投资者,将集团公司资本扩大到2亿元。经过几年来的发展,纳入集团营销网络的品牌产品包括大米系列、杂粮及薯类、蜂产品系列、食用菌系列等共计九个大类,300多个品种。同时,在全国建立了以黑龙江为基地,上海、北京为重点,无锡、常熟、嘉善、宁波等地为支撑的销售网络布局。集团公司先后获得“2010中国十大诚信企业”、“中国绿色健康名牌产品”等多项荣誉称号。第三,专业合作社——寒地黑土品牌发展的基础。2009年,我们启动实施了寒地黑土“千社千品”工程。目前,全省加入寒地黑土“千社千品”工程的专业合作社已经近千个,入社社员5.9万户。这些专业合作社上联企业,下联农户,不仅有效地组织了生产,而且提高了农户的品牌意识,提升了寒地黑土品牌的社会影响力。第四,农户——寒地黑土品牌发展的参与者和受益者。随着寒地黑土品牌的发展,农户也越来越多享受到品牌带来的收益,实现了由产品经济向品牌经济的跨越。目前寒地黑土品牌带动农户70余万户,年助农增收2亿元以上。

(三)多元化的支撑体系。任何事物的发展,都离不开方方面面的支持。寒地黑土品牌经济的发展更是得到了社会各界的大力支持。一是国际社会关注。联合国粮农组织非常重视寒地黑土品牌的发展,将其作为农业质量品牌的一个范例,两任驻华代表三次来黑龙江考察这一品牌并给予充分肯定。国际合作社联盟主席格林女士为寒地黑土产品走出国门提供展会支持,帮助走进国际市场。美中贸易发展协会、美国华人华侨商会以及一些国际协会、民间团体相继与我们建立了长期友好联系。二是党委政府重视。省委、省政府高度重视寒地黑土品牌的发展,省委“十二五”规划中提出要做大做强寒地黑土品牌,发展寒地黑土经济。省政府工作报告中两次提出,要“积极打造寒地黑土品牌,巩固和提高绿色食品大省地位”。去年2月,省发

改委正式批准省供销合作社与中国建设银行黑龙江分行、省投资总公司共同设立规模为50亿元的寒地黑土农业产业股权投资基金,为品牌经济发展提供了有力支持。三是社会各界支持。中信银行、中行证券、国投公司等金融、投资组织先后与寒地黑土集团公司签订战略合作协议。浙江大学、黑龙江省农科院、东北农大、黑龙江商业大学等在理论、技术、营销等方面都给予了有力支持。可以说,正是有了这样一个多元化的支撑体系,寒地黑土品牌经济才能够一步步走到今天,一步步做大做强。

在回顾寒地黑土品牌经济几年来的发展历程时,有一些经验还是值得认真总结的。

**一要坚定信念。**打造品牌难,打造农产品品牌更难。在品牌的打造过程中,我们会遇到很多困难,也会走很多弯路。但是,我们一定要有坚定的信念,咬定青山不放松,不信春风唤不回。

**二要站位高远。**寒地黑土品牌从诞生之日起,就以打造具有世界影响力的中国区域第一公用品牌为目标。所以,在整合品牌过程中,不想做大寒地黑土品牌的企业我们坚决不整合。在这方面,我们拒绝了很多规模较大企业的参合意向。

**三要巧借外力。**品牌的发展,离不开宣传。但由于大部分农产品企业实力不强,投入巨大的资金做宣传很容易伤筋动骨,所以要搭载各种载体,巧借各种外力搞宣传。如寒地黑土集团借合作社联盟理事会和亚太地区代表会议召开之机,举办了寒地黑土经济国际论坛,不仅得到了国家领导人的高度评价,而且以极少的投入,向全世界人民推介了寒地黑土品牌。

**四要强化服务。**寒地黑土品牌非常重视提高服务质量,出台了一系列服务标准,明确了管理服务规范,做到以一流的服务,销售一流的产品。

**五要坚持原则。**一方水土,产一方物产。绝大部分品牌农产品,都与当地的物候特点有关。所以,在农产品品牌整合过程中,要限定地域。

所以我们坚持，不是寒地黑土这个地方生产的产品，绝对不能使用寒地黑土标识。这是寒地黑土品牌所坚持的原则，是其得以不被同化，并不断发展、壮大的必要保证。

### 三、寒地黑土品牌经济的未来

寒地黑土品牌经济经过几年来的开发打造，在黑龙江省有了较强的号召力，在全国乃至世界也有了一定的影响力，正在茁壮成长，走向成熟。但是，其价值仍远未得到充分开发和利用，还蕴藏着巨大的潜力。今后，要重点走好“四条路子”。

**(一)走规模发展之路。**一是基地集约化。以寒地黑土“千社千品”专业合作社为依托，坚持高标准规划、高标准建设、高标准管理的原则，努力建设好一批农产品生产基地。二是企业集团化。充分利用寒地黑土品牌、网络、政策优势，以寒地黑土农业物产集团公司为依托，积极与各大企业集团联合，整合中小企业，扩大产业规模，形成大中小企业全面发展的寒地黑土企业群。三是营销网络化。通过合资合作和联合合作等方式，积极发展营销网络，开拓外埠市场。到2015年，力争使寒地黑土品牌直营店和加盟店达到500家，在全国大中城市发展第三方终端网点20000家以上。同时，建设电子营销网络平台，开展电子营销业务，建立符合现代生活习惯的销售渠道。四是管理现代化。建立现代品牌管理制度，形成品牌持有者、使用者各得其所的利益共享机制。建立现代企业制度，形成各司其职、相互制衡的治理机制，规范的法人治理结构。建立现代的激励约束制度，密切经营者、职工与企业的利益联结，增强企业发展的内生动力。

**(二)走科技发展之路。**进一步加大科技创新与支持力度，努力建立健全农业科技创新服务体系，广泛运用生物工程技术、现代先进种养技术、加工技术等，发展科技含量和附加值高的农产品。一是大胆引进。引进国内外高新技术和

生产设备，积极改造提升传统设备、工艺。二是联合开发。积极与各大专院校、科研院所进行深度合作，联合研发紧跟时代节奏、符合现代生活需求的新产品。三是自主研发。建立现代化的产品研发中心，积极研发适合各个年龄结构、各社会阶层需要的新产品，积极改进生产加工工艺，提高产品科技含量，提升企业的经济效益。

**(三)走持续发展之路。**一是加强宣传。充分利用各种媒体和平台，全方位推介、展示和宣传寒地黑土品牌，全面提高寒地黑土品牌在国际国内市场的知名度。二是提高质量。“寒地黑土，品质的概念”。高品质、高标准是寒地黑土品牌的立足根本，是品牌创塑的着力点。今后，要将质量建设放在更加突出的位置，通过加强管理，确保产品质量。三是严格管理。要汲取2010年“五常大米事件”的经验教训，增强品牌保护意识，防止出现假冒伪劣、以次充好的现象，坚决杜绝假冒寒地黑土农产品品牌现象发生。

**(四)走联合发展之路。**联合合作是做大品牌产品基地，延长产业链条、扩大产品营销的有效措施。一是在产业链的上游，加强与农民的合作。加快寒地黑土“千社千品”专业合作社建设步伐，密切农民与寒地黑土产业的联系，建立风险共担、利益均沾的一体化经营格局。二是在产业链的中游，加强与会员企业的合作。以市场为导向，以寒地黑土品牌标准为依托，引导寒地黑土协会会员企业向协会、向集团靠拢，提高“寒地黑土”标准化生产水平，加快优质农产品资源整合步伐。三是在产业链的下游，加强与流通企业的合作。在强化自主销售网络建设的同时，积极与各大仓储、物流、卖场进行联合合作，降低营销成本，实现互利共赢。

寒地黑土上的农民说，“寒地黑土品牌是自己的”。联合国粮农组织前任驻中国代表摩纳先生说，“寒地黑土是黑龙江的，是中国的，也是世界的”。寒地孕育了热情，黑土焕发着希望。让大家携手，共同打造寒地黑土品牌，发展寒地黑土经济！■

## 国务院

# 食品安全首次纳入地方政府考核

据新华社电 日前印发的《国务院关于加强食品安全工作的决定》提出了我国食品安全的阶段性目标,计划用3年左右的时间,使我国食品安全治理整顿工作取得明显成效,违法犯罪行为得到有效遏制,突出问题得到有效解决。

### 重处食品安全违法

《决定》强调,要坚持重典治乱,始终保持严打高压态势,使严惩重处成为食品安全治理常态,对各类违法犯罪行为,坚持“严”字当头,露头就打、毫不手软。要认真贯彻落实《决定》的要求,进一步加强行政执法和刑事司法的衔接,对涉嫌犯罪案件,及时移送立案,并积极主动配合司法机关调查取证,严禁罚过放行、以罚代刑,确保对犯罪分子的刑事责任追究到位。要严惩重处食品安全违法犯罪行为,切实解决“违法成本低”的问题,让不法分子付出高昂的代价,从根本上扭转食品安全违法犯罪频发的势头。

### 健全食品召回制度

决定提出,用5年左右的时间,使我国食品安全监管体制机制、食品安全法律法规和标准体系、检验检测和风险监测等技术支撑体系更加科学完善,生产经营者的食品安全管理水平和诚信意识普遍增强,社会各方广泛参与的食品安全工作格局基本形成,食品安全总体水平得到较大幅度提高。

这个决定要求加强食品生产经营监管,建立健全食品退市、召回和销毁管理制度,防止过期食品等不合格食品回流食品生产经营环节。食品经营者要建立并执行临近保质期食品的消费提示制度,严禁更换包装和日期再行销售。

### 纳入地方政府考核

决定还提出,建设食品生产经营者诚信信息数据库和信息公共服务平台,并与金融机构、证券监管等部门实现共享,及时向社会公布食品生产经营者的信用情况,发布违法违规企业和个人“黑名单”。

在动员全社会广泛参与方面,这个决定要求地方各级政府加快建立健全食品安全有奖举报制度,实现食品安全有奖举报工作的制度化、规范化。

为促进食品安全监管责任的落实,这个决定首次明确将食品安全纳入地方政府年度绩效考核内容,并将考核结果作为地方领导班子和领导干部综合考核评价的重要内容。对于发生重大食品安全事故的地方,在文明城市、卫生城市等评优活动中实行一票否决。

(据《中国农业新闻网》)

## 农业部启动 2012 年“三品一标”品牌提升行动

近日,农业部启动 2012 年“三品一标”品牌提升行动,严格生产管理、产品认证和证后监管,强化退出机制,确保“三品一标”持续健康发展。

“三品一标”品牌提升行动将通过“三个强化三个提升”,全面提高“三品一标”产品质量安全管理水平。强化生产控制,提升标准化生产水平。以强化获证单位质量管理为核心,加强获证单位技术培训和生产指导,并且所有获证单位均应与省级“三品一标”工作机构签订向社会保证质量和规范使用标志的承诺书,县级以上“三品一标”工作机构应当督促获证单位切实履行承诺,建立获证单位诚信档案,实施分类管理。强化认证审核,提升认证工作的规范性和有效性。按照“从严从紧,积极稳妥”的原则,严把产

品认证准入门槛,严格认证程序,完善认证制度,确保认证工作质量。强化证后监管,提升品牌公信力。按照“产品质量可靠、使用标志规范”的目标,一是加强“三品一标”证后监管,严格执行退出机制并对外公告。二是建立举报投诉制度,县级以上“三品一标”工作机构安排专人负责举报、投诉事宜,畅通举报、投诉渠道。

在“三品一标”品牌提升行动期间,农业部将重点实施“三品一标”产品专项跟踪抽检、认证工作质量督导检查 and 获证产品专项检查等工作,组成督导组对部分省(区、市)的认证现场检查工作进行督导核查,组成专项检查组对部分省(市、区)的“三品一标”获证单位和产品进行监督检查。  
(据《农业部网站》)

### 全国“三品一标”工作会议在南宁召开

为认真贯彻落实全国农业工作会议和全国农产品质量安全监管工作会议精神,全面总结“三品一标”成效,分析当前形势,部署下一步工作,全国“三品一标”工作会议于 3 月 29 日在广西南宁召开。会议主题是加强质量监管,确保品牌公信力。

农业部党组成员张玉香出席会议并作了重要讲话。她全面肯定了“三品一标”工作取得的成绩,截至 2011 年底,全国已认定无公害产地 6.7 万多个,面积近 8.7 亿亩,约占全国耕地面积的 45%;认证无公害农产品近 7 万个,产品总量 3.7 亿吨。绿色食品企业总数达到 6622 家,产品总数近 1.7 万个。农业系统认证的有机食品企业 1300 多家,产品超过 6000 个。登记保护农产品地理标志产品 835 个。“三品一标”产品总量已

占全国食用农产品商品总量的 40%以上,覆盖农产品及加工食品的 1000 多个品种。2011 年无公害农产品抽检总体合格率为 99.5%;绿色食品产品抽检合格率 99.4%;有机食品抽检合格率 99.2%。农产品地理标志连续多年重点监测农药残留及重金属污染,合格率一直保持在 100%。总体来看,“三品一标”总量规模稳步增长,产品质量安全稳定可靠,品牌影响力不断增强,功能作用日益明显。

张玉香在讲话中指出,各地要准确把握“三品一标”发展的重点和方向,统筹协调质量、速度和效益。做到好中选优,严字当头,坚决反对单纯将“三品一标”认证数量作为一项政绩工程,快上快出政绩的思想。无公害农产品,要牢牢把握“推进农业标准化、保障消费安全”这条



主线,进一步加强对生产主体质量控制能力的把关,稳定总量规模,提升产品质量。绿色食品,要坚持高标准、严要求,提高认证门槛,走精品化路线,充分发挥品牌优势和市场竞争力,保持稳定的发展态势,不断提升产业素质。有机食品,一定要立足国情,因地制宜,重在依托资源和环境优势,在有条件的地方适度发展,满足国内较高层次消费需求,参与国际市场竞争。农产品地理标志,要坚持立足传统农耕文化和特殊地理资源,科学合理规划发展重点,规范有序实施登记保护,确保主体权益、品质特色和品牌价值。

张玉香强调,随着认证规模的扩大,监管的任务越来越重,中央和各级政府越来越重视、社会公众的期望和要求越来越高,要求我们必须及时采取措施防范和解决可能出现的质量安全风险和隐患,维护品牌形象。当前“三品一标”工作已经由注重发展规模进入注重发展质量的新时期,由树立品牌进入提升品牌的新阶段。“三品一标”工作机构必须进一步增强风险意识和责任意识,切实把工作重点转到质量监管上来,严格审查,严格监管。稍有不合,坚决不批;发现问题,坚决出局。今后一个时期,各级工作机构要着力抓好五个方面的工作:一是严格要求,稳步推进发展;二是规范认证,严把入门关口;三

是加强监管,维护品牌公信力;四是强化服务,落实标准化生产;五是科学宣传,指导安全消费。

张玉香要求,各级农业部门要采取有力措施,确保各项工作落到实处。一是要高度重视“三品一标”工作,将其纳入农产品质量安全整体工作中谋划、推

进;二是要积极争取调整现有农业资金使用结构,安排长期、稳定的专项资金投入;三是要进一步完善相关制度,优化工作程序,改进服务方式;四是要加强体系建设,把“三品一标”工作体系队伍建设一并纳入到农产品质量安全监管体系建设范围,在职能、人员和条件等方面予以加强。她强调指出,各级农业部门要深入开展“三品一标”品牌提升专项行动,精心组织,明确责任,强化措施。要坚决退出一批不符合标准或有安全风险的产地和产品,坚决清理一批不合格包装标识,坚决查处一批违法违规主体,切实巩固来之不易的发展成果。

会议由农业部农产品质量安全监管局马爱国局长主持。广西壮族自治区政府副主席陈章良到会致辞,国家认监委王大宁副主任出席会议并讲话。农业部农产品质量安全中心主任刘新录、中国绿色食品发展中心主任王运浩分别就加强“三品一标”监管、确保品牌公信力提出了具体工作措施。

部分农业(畜牧、渔业、农垦)厅局主管领导应邀出席了会议;全国无公害农产品、绿色食品、有机食品、农产品地理标志工作机构负责人及部分检测机构负责人、绿色食品原料标准化生产基地所在地政府分管领导参加了会议。

(据《中国农产品质量安全网》)

## 五大监管制度确保绿色食品品牌公信力

中国绿色食品发展中心通过有效落实企业年检、产品质量抽检、标志市场监察、质量安全预警、公告通报等五项监管制度,大力强化监管措施和淘汰退出机制,积极配合有关监管部门严肃查处假冒伪劣产品,促进了我国农产品和食品质量安全水平的全面提高,使我国绿色食品产品质量抽检合格率一直稳定保持在98%以上,绿色食品品牌的知名度、影响力得到不断提高,绿色食品的品牌公信力和美誉度获得了全社会的高度认可。

### 一、企业年检效果良好

绿色食品企业年度检查是指为了规范绿色食品企业工作,加强对绿色食品企业产品质量和绿色食品标志使用的监督管理,中国绿色食品发展中心组织各地方绿色食品管理机构(以下简称省级绿办)对辖区内获得绿色食品标志使用权的企业,在一个标志使用年度内的绿色食品生产经营活动、产品质量及标志使用行为,实施监督、检查、考核、评定等。切实做好企业年检工作对保证绿色食品产品质量,规范绿色食品标志使用具有至关重要的作用。

多年来,中国绿色食品发展中心一直投入大量人力、物力和精力,推动各地绿办全面开展企业年检工作,取得了良好效果,从源头上保证了绿色食品的质量,确保企业使用绿色食品标志的规范。首先是狠抓年检制度的落实,推行企业年检责任制,明确每个企业的年检责任人;其次是督促各地绿办制定年检工作计划;第三是抓年检有效性的落实,强化年检实地检查的实效性,避免走过场;第四是开展年检督导工作,组织专家、监管员对各地绿办进行年检督导工作,提高了绿办年检工作质量,强化了企业产品质量和规范用标意识,推进了各项监管制度的贯彻落实。

2012年,中心将继续促进绿色食品年检制度的贯彻落实,督促各地绿办按计划开展年检工作,切实做到年检企业落实到人,提高年检的责任心和有效性,并继续开展年检督导检查,强化年检实地检查,扎实推进企业年检制度。

### 二、绿色食品标志市场监察把关到位

绿色食品标志市场监察是指为了加强绿色食品标志使用的市场监督管理,规范企业用标,打击假冒行为,维护绿色食品的公信力,对市场上绿色食品标志使用情况进行的监督检查。监察行动每年集中开展1-2次。每次行动由各地绿办在当地大、中城市选取五至十个有代表性的超市、便利店、专卖店、批发市场、农贸市场等作为监察点,采取购买方式,对监察点所售标称绿色食品的产品实施采样监察。

多年来,中国绿色食品发展中心组织各地绿办多次集中开展了市场监察活动,市场监察范围从原来的大城市向中小城市延伸,功能从用标检查拓展到价格调查,并在全国设立了近百个固定市场,作为绿色食品市场变化的长期监察点。

2012年,中心将继续组织各省市绿办在2011年市场监察规划布点的基础上,进一步扩大市场监察范围,逐步从省会城市向地县级城市延伸,加密固定市场网点和流动市场网点,加大打击假冒和纠正不规范用标的力度。同时,组织各地绿办加强对市场经营管理者绿色食品知识的培训,提高经营管理者识别真假绿色食品能力,帮助经营管理者建立健全验证查标制度,把好进场入市关,防止假冒绿色食品和不规范用标产品进入市场。

### 三、产品年度抽检覆盖率高

绿色食品产品质量年度抽检,是指中国绿色食品发展中心对已获得绿色食品标志使用权的



产品采取监督性抽查检验,是绿色食品证后监管的一项刚性化手段。

产品抽检工作由中国绿色食品发展中心制定抽检计划,委托相关绿色食品产品质量监测机构按计划进行,各地绿办予以配合。

抽样方式:监测机构根据抽检计划和产品周期适时派专人赴企业或市场上随机抽取样品,也可以委托各地绿办协助进行,由绿色食品标志监管员抽样并寄送监测机构。

抽检不合格的产品,中心将取消其消费标志使用权,并予以公告。

多年来,中国绿色食品发展中心和各地绿办委托绿色食品监测机构加大对重点区域、重点行业、重点时节的重点产品的抽检力度,抽检比例达30%以上,部分省市抽检产品甚至达到全覆盖。2011年中心和地方绿办合计抽检产品3955个,检出不合格产品24个,抽检合格率99.4%。

2012年,中心将继续开展绿色食品抽检工作,继续对重点地区、重点行业、重要时段的重点产品进行抽检,采取专项抽检、例行抽检和突击抽检相结合的原则,计划委托相关监测机构抽检产品1500个,其中包括往年抽检不合格频率较高的产品、节日供应产品、风险预警产品和绿色食品原料标准化基地产品。另外,还将努力扩大抽检范围和数量,积极鼓励各地加大绿色食品的抽检比例。

#### 四、质量安全预警管控风险

绿色食品质量安全预警制度是在中国绿色食品发展中心的统一部署下,组织质量安全预警信息员和相关监测机构,收集危害产品质量安全的信息,经专家分析、评估后作出相应的防范措施,从而最大程度减低危害所造成的损失。

质量安全信息分为红色风险、橙色风险和黄色风险三个级别。根据质量安全信息分级,中心将分别采取不同的处置措施。

多年来,中国绿色食品发展中心非常重视

和强化质量安全预警管理,建立健全了“上下互动、省际联动”的质量安全预警机制,增强食品安全的风险防范和突发事件应急处置能力。

2012年,中国绿色食品发展中心将完善质量安全预警运行机制,加强信息监测和收集,提高风险预警和突发事件应急处置能力,包括对现有《绿色食品质量安全预警管理规范(试行)》进行修订,对《绿色食品质量安全信息上报与分析评价程序(试行)》做适当的调整。另外,将有针对性地增加预警信息员和专业监测机构的数量,扩大质量安全信息来源。同时,还将安排专人多渠道全方位收集信息,及时组织召开专家分析评估会,迅速作出风险处置,以防患于未然。

#### 五、公告通报打造诚信体系

绿色食品公告通报制度是指通过媒体向社会发布以及以文件形式向绿色食品工作系统及有关企业告知绿色食品重要事项或法定事项。实施公告通报制度是标志管理的一个重要手段。予以公告的事项包括:获证产品、取消标志使用权的产品、自动放弃标志使用权的产品、逾期未提出续展申请的产品以及其他有关标志管理的重要事项或法定事项。予以通报的事项包括:取消、放弃以及逾期未续展产品;在标志管理工作中做出突出成绩的绿色食品管理机构、定点监测机构及有关个人予以表彰的;在标志管理工作中严重失职、造成不良后果的绿色食品管理机构、定点监测机构及有关个人予以批评教育,并做出相应处理的;绿色食品产品质量年度抽检结果;绿色食品监管员注册、考核结果;其他有关标志管理的重要事项或法定事项。

中心不仅对取消标志使用权的不合格产品予以公告,而且对拒绝年检或经年检不合格的企业也予以公告。对于年检工作不力或严重失职的单位和个人,予以通报并追究其责任。通过公告、通报制度的实施,建立了标志管理的自我约束机制、退出淘汰机制和信用体系,树立了绿色食品严格监管的社会形象。(据《中心网站》)

## 中心召开上半年工作 暨文明单位创建总结会议

7月5日,中国绿色食品发展中心召开了上半年工作及文明单位创建总结会议,各处室对上半年工作进行了全面回顾和总结,王运浩主任作总结讲话。

王运浩主任对各处室上半年的工作给予了充分的肯定。他指出,中心上半年在质量监管、产品发展、标志管理、基地建设、品牌宣传等方面取得了明显成效,尤其在两个方面取得了突破性进展,一是《绿色食品标志管理办法》已由部常务会通过,修改完善后将正式颁布。二是中心经过两年多的努力,荣获“2010-2012年度农业部文明单位”荣誉称号。

王主任回顾了中心两年来创建文明单位的历程。他指出,中心经过两年多的创建,事业稳步发展,单位建设不断加强,人员素质有较大提高,工作作风有明显改善,中心上下更加和谐、团结。下半年,我们要以巩固文明单位建设成果为契机,重点做好以下工作:一是继续强化质量监管。以《农业部“三品一标”品牌提升行动》为主线,进一步强化质量安全保障意识,强化淘汰退出机制,努力完成《行动方

案》的既定目标。二是着力抓好几项重点工作。做好《绿色食品标志管理办法》出台的后续工作;加快解决好标准标识问题;创新有机中心检查员工作机制,破解发展难题;精心组织好上海绿博会、中心20周年座谈会等重大活动。最后,王主任指出,中心文明单位创建是一项只有起点、没有终点的长期任务,要切实增强责任感和使命感,深入推进文明单位创建活动,丰富载体、创新形式,突出特色、注重实效,继续开展好“学习日”、“主题实践”及相关文体活动,同时做好安全、保密等工作。

会议由韩沛新副主任主持,中心全体干部职工参加了会议。

(据《中心网站》)



## 四川省绿色食品协会第二届会员代表大会顺利召开

4月13日,四川省绿色食品协会在成都市召开了第二届会员代表大会,会员代表和市州农业局分管局长共200余人参加了会议。省民间组织管理局副局长刘小荣出席会议并讲话。

按照会议议程,会长王兴绪作了《四川省绿色食品协会工作报告》,总结了上届协会在组织建设、品牌宣传、营销平台搭建、技术协作和服务等方面所做的大量工作和取得的显著成绩。大会审议并通过了《四川省绿色食品协会财务收支报告》、《四川省绿色食品协会章程》和《四川省绿色食品协会会员管理办法》,选举产生了第二届理事会理事、常务理事、秘书长和正副会长。祝春秀副厅长当选为四川省绿色食品协会第二届会长,省绿色食品发展中心主任周南华当选为常务副会长,农业部食品质量检验检测中心(成都)主任雷绍荣、泸州老窖股份有限公司总经理何诚等10人当选为副会长,省绿色食品发展中心副主任邓彬当选为秘书长,九寨沟天然葡萄酒业有限责任公司董事长张正桥等46人当选为常务理事,四川天味实业有限公司董事长邓文等93人当选为理事。

新当选的会长祝春秀同志作了重要讲话,她表示,四川省绿色食品协会将坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,深入贯彻落实科学发展观,紧紧围绕促进现代农业建设和农民持续增收的目标,以服务四川绿色食品事业发展和农产品质量安全为基本方向,按照“指导、规范、培育、监督”的原则,进一步更新发展理念,创新工作思路,提高服务能力,扩大社会影响,充分发挥协会各项职能作用,推动我省绿色食品事业不断向前发展。祝春秀会长在讲话中,就下一步如何做好四川省绿色食品协会工作提出以下四点意见:

一要认清形势,抓住机遇,坚定绿色食品发展工作的信心。作为绿色食品工作者,要认清当前绿色食品事业发展的良好形势,看到协会组织的优势,吸引和团结社会各方面力量,抓住机遇,坚定信心,迎接挑战,推动协会事业不断向前发展。

二要履行职能,搞好服务,切实发挥桥梁纽带作用。一是为政府服务;二是为企业服务。

三要加强宣传,推进自律,提升绿色食品行业公信力。今年,协会将把推进企业自律、加强诚信体系建设作为重要工作来抓,计划评选全省绿色食品示范企业,对生产管理规范、产品质量过硬、品牌信誉好、参与积极性高的企业进行表彰,树立绿色食品行业诚实守信的典范。

四要加强管理,增强能力,进一步提高协会工作水平。一是坚持民主办会、科学办会原则,发挥会员代表大会、理事会、常务理事会在协会工作中的作用,进一步建立健全各项规章制度,确保协会工作规范有序。二是加强组织建设,注重人才培养,进一步强化服务意识,提高服务能力,打造高素质的工作队伍,建设学习型、服务型、创新型、和谐型协会。三是加强沟通协调,自觉接受政府有关部门的业务指导和管理监督,密切同有关部门的联系,积极争取工作支持。

祝春秀会长最后强调,推动我省绿色食品事业不断进步和发展,是四川省绿色食品协会义不容辞的责任和义务,全体会员一定要立足“三农”工作大局,认真履行各项职责,不断提高服务水平,把协会办成我省绿色食品企业和工作者的会员之家,努力开创四川绿色食品事业发展的新局面,为我省现代农业发展和新农村建设作出更大贡献。

(四川省绿色食品发展中心)

## 绿博隆项目简介

绿博隆是中国安全、优质、品牌农产品(食品)流通示范平台,是农业部中国绿色食品发展中心、中国绿色食品协会、广东省绿色食品办公室支持建设的大型、高端、专业的食品流通项目。绿博隆集中整合绿色、有机、无公害、地理标志及进口农产品,以现代化高效的经营业态,批量销售、多元经营,解决优质食品生产企业(基地)销售难问题,解决消费者购买放心食品难的问题。

绿博隆目前在广州市白云区增槎路段,投资近 1.8 亿元人民币,建有近 6 万平方米的交易中心。增槎路是全国知名的食品批发群带,而绿博隆·广州交易中心的成立将意味着该地域“现代化食品市场流通模式”的诞生。优质农产品入驻的强制规定、对传统现金现货交易模式的颠覆、金融增值服务的配套、SGS 二次检测验证的保障,以及集物业管理、批发零售、电子商务、仓储物流、出口贸易为一体的综合性服务措施,都是绿博隆自我展示的亮点。

广州绿博隆商业有限公司全力打造绿博隆项目。公司是中国绿色食品协会的副会长单位,执行董事罗雄先生现任副会长,以其多年的市场运作经验获得一致认可。协会会长、农业部副部长陈晓华委托其兼管绿色食品在全国的市场流通工作,并担任市场流通专业委员会理事长。在运作绿博隆项目的过程中,绿博隆组建了一支专业的团队,有

以罗雄先生为首的项目总策划团队,有以潘言先生为首的营运团队,有以董建飞先生为首的商品管理团队,以及财务、招商、物业管理团队。他们都是拥有多年操作经验的行业精英,是绿博隆项目营运的智慧组织,有能力做好这个利国利民的流通平台。

通过一系列招商活动,广州绿博隆商业有限公司和全国上千家绿色、有机食品企业沟通,签署供销合同和战略合作协议,可组织 8000 多种优质产品进场销售。与此同时,绿博隆积极联络各地,以开设地方主题馆的形式,面向全球招商,当前已经有西班牙、马来西亚、韩国、江西、新疆、甘肃、湖南、吉林等省在绿博隆一层招租区域开馆。并且,为展示广东省地方特色,体现“食在广东”的地方文化,绿博隆以优惠价格向组织广东省产品进驻的客户提供铺位,支持广东馆的开设。



农业部副部长陈晓华(右一)与广州绿博隆商业有限公司执行董事罗雄先生(左一)在广州绿博会欢迎晚宴上谈绿色食品市场安全问题

随着绿博隆项目的逐渐开展,其品牌知名度也在逐渐提高,《南方都市报》、《广州日报》、《法制晚报》、《广州电视台经济频道》、《南方卫视》等新闻媒体均对绿博隆的经营模式予以报道,称其“打破了半世纪不变的‘菜市’销售模式。”

未来几年内,绿博隆将大力发展各项业态,建设好白云区总部基地,逐步辐射华南、华东、华北、西南地区,以可复制模式走向全国、走向世界。

### 公司主营业务及经营业绩:

#### 一、批发

批发业务包括大单品批发和 365 地标品牌批发。并通过批发筛选优质有潜力的商品,推进零售业务中。

**大单品批发:** 凭借绿博隆创办团队在批发业务上的多年经验,整合众多海内外客商资源,与各地零售商和代理商建立了长期稳定的合作关系。我们预计 2012 年在苹果、河北鸭梨、板栗、赣南脐橙等大单品的批发业务流量将达到 5 亿元人民币。

**365 地标产品批发:** 地理标志产品是国家极力推动的三品一标产品之一,产品富有地方特色,设在绿博隆广州交易中心的 365 地标产品地方馆及品牌馆,为各地优质品牌产品提供一个集中展示统一销售、活化产品流通的绝佳供销平台。预计 2012 年 365 地标产品批发业务量将达到人民币 1 亿元人民币。

#### 二、零售

绿博隆商业集团零售模式,采用地区群组模式。以俱乐部、高端超市以及店中店渗透目标

市场,以各区域的运营中心作为枢纽,以支持各地区的零售业务。

**俱乐部:** 是以会员制在大中型城市开设的仓储式高端食品超市,主要针对需求安全食品的量购买家及购买力强的高端客户。绿博隆广州交易中心的俱乐部正在筹备中,预计 2012 年底完成建设。

**高端超市:** 以主要城市中心推出的高端超市,主要针对高收入、高要求的消费者,销售有机食品、绿色食品以及进口优质食品等高端产品。预计 2012 年销售额将达到 2000 万元人民币。

**店中店:** 在大中型城市大型生活超市开设店中店,主要针对城市内有健康安全食品需求的消费者。预计 2012 年销售额将达到 3000 万元人民币。

#### 三、进出口

透过各运营中心的展销功能,把国内外优质食品进行多元化发布,加上 SGS 检测认证,为海内外买家提供更多优质安全食品的选择。预计 2012 年进出口额将达到人民币 3 亿元左右。

(广州绿博隆商业有限公司)



## “中国绿色食品(上海、北京)展销中心”项目简介

为落实“农业部关于贯彻落实《国务院办公厅关于加强鲜活农产品流通体系建设的意见》的通知”精神,积极推进“农超对接”、“农社对接”等流通方式,引导大型连锁超市直接与应季农产品产地产销对接,建立农超商务平台,建设绿色食品市场流通渠道,解决绿色食品应季销售等实际问题。由中国绿色食品发展中心批准(中绿市函[2010]183号),中国绿色食品协会、上海农展集团、北京吉利时经贸有限公司在上海西郊国际农产品展示直销中心内设立了“中国绿色食品(上海)展销中心”。目的是在上海区域宣传、展示、销售绿色食品,摸索建设中国绿色食品的专项市场流通渠道!

上海展销中心自2011年6月正式开展工作,在各省市地绿色食品管理办公室及绿色食品企业的支持下,征集代理经销的产品达到数百种。展销中心选择了黑龙江、四川、湖南三个省份的产品作为第一阶段推广的首选。以黑龙江省的米面、粮油、菌菇,四川省、湖南省的休闲食品和调味品等组成了中国绿色食品(上海)展销中心的相对完备的产品供应线。

展销中心经过半年左右的筹备,已于2011年12月店面正式营业,几个月来,展销中心的销售量每月都在提升。同时,也引领了目前已经进驻在上海西郊国际直销中心的一百多家绿色食品企业加入到展销中心当中来,集中展示展销,共同推广。

同时在店面营运的基础上,展销中心扩大在上海的投入力量,在浦东设立了新办公地址,建立了销售团队,积极运营团购、网

购直销配送等现代化的营销模式,并与上海地区的如家得利超市、宜健超市、城市超市等10余家经营食品的中小型超市直接开展合作,以专区专柜的形式,将绿色食品直接推广到这些销售终端中进行销售,直接集中面对消费者。

今年开始,上海展销中心将陆续开展相应的公关活动,走出西郊国际直销中心,将绿色食品、有机食品以专营、专销、专展会的形式,推向社区、推向学校、推向大的企事业单位等。经过将近一年的工作,上海展销中心摸索了很多关于绿色食品的团购、网购、店面营运、物流配送等的经验。

通过上海展销中心的工作,启动了绿色食品的专项营销工作,摸索中国绿色食品的专业市场流通网络建设经验,发展专业的连锁经营。通过市场体系的建设,使绿色食品进入“以品牌引领消费,以消费扩大市场,以市场拉动生产”的可持续发展轨道。

为了将绿色食品的专项市场营销工作做的更好,同时在首都北京区域内,集中展示宣传销售绿色食品,经中国绿色食品协会批准(中绿协



市[2011]2号),在上海展销中心的工作基础上,建设“中国绿色食品(北京)展销中心”。

项目采用与上海展销中心一样的模式,市场化运营,项目仍然由北京吉利时经贸有限公司承办,负责运营过程的经济、法律责任。

北京展销中心的主要工作是:

一、建立销售团队,在北京区域内开展全面的绿色食品的集团消费、直销等工作,销售的产品全部为农业部认证的“三品一标”产品。

二、建立绿色食品的专区/专柜/专卖店,已经设立了解放军总后超市、京客隆超市、幸福超市等5家合作超市,在其所属的店面设立“绿色食品专区/专柜”。同时与北京超市发商业连锁公司、方庄购物中心、燕丰商场、蓝岛大厦等23家商超进行合作洽谈中。

三、发展绿色食品经销商,在餐饮方向,大宗配送方向发展。

目前跟北京车行天下餐饮投资管理公司(80家地铁便利店),洽谈合作,供应特殊快餐系统。与中铁快餐、帮仁餐饮管理公司、北京西郊美食达送餐有限公司洽谈合作,集中配送大宗的绿色食品的米、面、油、肉、蛋、奶、水产等。

四、积极参与行业的各类展览会、公关活动,积极推广宣传绿色食品形象,增强大众的安全食品消费意识。

五、建设“365绿生网”(中国绿色食品生活网 365greenlife.com)及“绿色食品生活”直投杂志,全面辅助绿色食品的销售与宣传。

六、待机会成熟建立区域绿色食品旗舰店及绿色食品连锁专营店

展销中心亦将在全国其他一线城市建设区域展销中心,敬请全国各省市绿色食品管理办



公室(中心)参加到展销中心中来,热忱欢迎全国各地绿色食品企业为展销中心供应经认证的绿色食品,积极联系展销中心,共同打造绿色食品专项市场流通渠道。

**项目负责人:**

黎明:中国绿色食品协会市场流通专业委员会  
副理事长 推广中心主任

电话:13801101712 010-82087190

传真:010-62379488

邮箱:Lee1100@sohu.com

**关于吉利时:**

北京吉利时(集团)公司成立于2000年,是致力于全国农业农村的行业产业规划、投资贸易、会展公关活动、广告传媒、产业建设的专业运营公司。公司成立10年来,曾多次成功地策划、组织了国家部委及企业的大型会展公关、市场营销、展览展示、产业规划、投融资等活动,为政府及农业企业提供专业服务,与农业部、科技部等政府部门及众多的知名企业有着长期、稳定的合作关系。集团下设:北京吉利时咨询中心、北京吉利时经贸有限公司、北京吉利时经贸有限公司上海分公司、北京吉利时广告有限公司、北京绿水峡谷果蔬合作社。(吉利时公司)

## GFSI 介绍

### GFSI 的全称

GFSI 的全称为 Global Food Safety Initiative,中文名为“全球食品安全倡议”。

### GFSI 的历史

主要来自欧洲的国际性食品零售商 2000 年 5 月提出了“全球食品安全倡议(GFSI)”。GFSI 以食品安全为原则,主要目标在于加强全球食品安全,切实保护消费者,增强消费者的信任度,建立必要的食品安全计划,通过食品供应链改进效能。食品贸易促进论坛(CIES)是 GFSI 的促进组织。起源于欧洲的“全球食品安全倡议(GFSI)”,目前已逐步扩展到全球范围。

### GFSI 的主要目标

GFSI 优先考虑的问题是如何实现其主要目标。首先,要在世界范围内建立食品安全标准。GFSI 并不建立新的标准,而是通过建立基准对现有的食品安全标准进行检查。这个基准包括建立食品安全管理体系和良好的农业生产行为、制造业惯例和分销业规范,同时实行危害分析与关键点控制(HACCP)。食品安全标准适用于整个食品供应链,并不仅仅包括零售环节。GFSI 主要针对私营标志商品,这些商品在欧洲超级市场分类中占有 75% 的份额。GFSI 标志只用于商业—商业(B-B)交易过程中,GFSI 标志,是对供应商遵循食品安全标准的证明。

GFSI 另一个主要的目标是建立一个早期预警系统,在发生食品安全问题时及时筛选和

发布信息。GFSI 所开发的是一个基于因特网的“早期预警系统”,这种预警系统将为供应商和零售商适时提供食品安全事件、问题和实事方面的最新信息。

GFSI 的第三项优先目标是满足消费者对食品安全的关注要求,建立消费者对食品安全的信心。

### GFSI 的组成

在 GFSI 成立初期,特别成立了一个专家组,完成上述三项优先目标。2000 年以来,特别工作组的人数增加了一倍,其中包括 50 名零售质量管理经理。这个工作组的代表来自世界范围内的大型食品零售公司,这些公司的销售额占全球食品零售额的 65%。代表主要由欧洲零售商组成,但是也有部分来自南非、澳大利亚、美国、加拿大和以色列。

### GFSI 主题日

近年来,GFSI 在日本、巴西等国多次举办“国家日”活动,均取得较好成效。GFSI“国家日”活动参会代表主要为董事会成员单位、本土企业、科研机构、政府官员、行业专家等,旨在推动本土企业认识和了解 GFSI 及其认可标准,加强食品企业间的交流与合作。

2012 年 7 月 19 日 GFSI 在北京举办了“中国主题日”活动。本次活动的主题为“推动中国食品安全进步,共建全球食品安全文化”。中粮集团、华润万家等数百家食品企业共同发起了中国食品安全倡议,呼吁中国食品企业积极响应全球食品安全倡议。