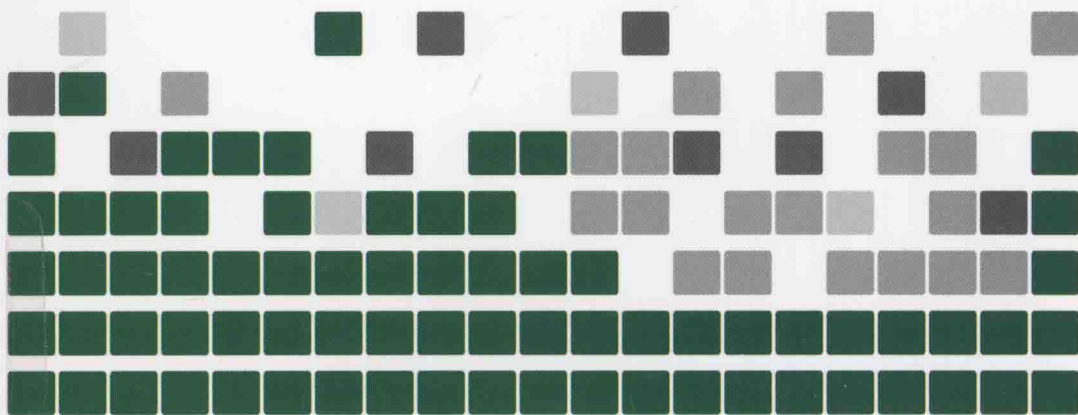


全国高职高专规划教材
QUANGUO GAOZHI GAOZHUAN GUIHUA JIAOCAI

绿色食品生产管理

LUSE SHIPIN SHENGCHAN GUANLI

主 编 米志鹃 马贵民



中国环境科学出版社

全国高职高专规划教材

绿色食品生产管理

主编 米志鹃 马贵民

主审 杜广平 肖君泽

中国环境科学出版社·北京

图书在版编目(CIP)数据

绿色食品生产管理/米志鹃, 马贵民主编. —北京: 中国环境科学出版社, 2012.7

(全国高职高专规划教材)

ISBN 978-7-5111-1058-9

I. ①绿… II. ①米…②马… III. ①绿色食品—生产管理 IV. ①S-01

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第155163号

责任编辑 孟亚莉
文字编辑 安子莹
责任校对 尹芳
封面设计 玄石至上

出版发行 中国环境科学出版社
(100062 北京市东城区广渠门内大街16号)
网 址: <http://www.cesp.com.cn>
电子邮箱: bjgl@cesp.com.cn
联系电话: 010-67112765 (编辑管理部)
发行热线: 010-67125803, 010-67113405 (传真)
印装质量热线: 010-67113404

印 刷 北京市联华印刷厂
经 销 各地新华书店
版 次 2012年8月第1版
印 次 2012年8月第1次印刷
开 本 787×960 1/16
印 张 17.5
字 数 365千字
定 价 32.00元

【版权所有。未经许可请勿翻印、转载, 侵权必究】

如有缺页、破损、倒装等印装质量问题, 请寄回本社更换

前 言

民以食为天，食以安为先。在环境污染日益严重的形势下，食品安全问题已成为全球也是我国最紧迫的民生问题之一。加快发展绿色农业，生产出“无污染、安全、优质、营养”的农产品，并逐步形成绿色食品生产管理的主导模式，这既是我国 13 亿人口食品安全和营养改善的根本保障，也是中华农耕文明史上具有深远意义的战略之举。

本书以绿色食品生产全过程——“从农田到餐桌”为基本框架，由绿色食品产业概述、绿色食品基础知识、绿色食品生产、绿色食品质量监控体系、绿色食品认证及绿色食品市场营销六大项目构成，以我国绿色食品生产技术规程为指导，全面阐述了绿色食品生产管理的相关理论与实践，以绿色食品生产管理过程为主线，具有编排层次清晰，应知应会知识全面、实践技能易于操作三大特点。本书既可作为高职高专绿色食品生产相关专业学生的教材，又可作为从事绿色食品生产管理、农业技术推广、食品工业等行业的工作者及农村干部和绿色食品经营者的培训教材和自学参考资料。此书虽为作者倾力之作，但由于本研究领域和科技的迅猛发展及作者的能力所限，在此书完稿之际，仍有挂一漏万之感。为此，书中出现的缺点甚至错误之处，希望能得到专家学者及同行的不吝赐教，以便在使用中及时得到修正，避免以讹传讹。

本书由黑龙江生物科技职业学院米志鹃副教授和马贵民教授编写，由

教育部高职高专植物生产类教指委委员、黑龙江农业经济职业学院杜广平教授，湖南生物机电职业技术学院肖君泽教授负责本书的审订工作。

在本书编写和出版过程中，中国环境科学出版社对本书的编写、书稿校对和及时出版给予了鼎力支持，在此深表谢意！

米志鹃 马贵民

2012年5月20日

目 录

模块一 绿色食品产业概述	1
课题一 绿色食品产业及发展	1
一、绿色食品产业	2
二、绿色食品产业的发展	3
课题二 资源优势与绿色食品产业发展	7
一、我国绿色食品产业区域竞争优势发展现状	7
二、我国发展绿色食品区域竞争优势的政策	8
课题三 发展绿色食品产业的意义	10
一、提升农业标准化水平	10
二、提高农产品竞争力	10
三、推动农业产业化发展	11
四、促进农民增收	11
五、保护生态环境	11
思考与练习	12
模块二 绿色食品基础知识	13
课题一 绿色食品概述	13
一、绿色食品含义	13
二、绿色食品等级	13
三、绿色食品的内涵	14
课题二 绿色食品特征	14
一、产品出自最佳生态环境	14
二、产品实行全程质量控制	15
三、产品依法实行标志管理	15
课题三 绿色食品必须具备的条件	15
课题四 绿色食品标志	16
一、绿色食品标志及其含义	16

二、绿色食品标志性质	17
三、绿色食品标志使用范围	17
四、绿色食品标志管理	18
思考与练习	36
模块三 绿色食品生产	37
课题一 绿色食品产地选择与建设	37
一、绿色食品产地环境调查与选择	37
二、绿色食品产地的环境监测与现状评价	39
三、绿色食品产地的生态建设	43
课题二 绿色食品生产	60
一、绿色食品种植业生产	60
二、绿色食品养殖业生产	76
三、绿色食品加工业生产	91
思考与练习	106
模块四 绿色食品质量监控体系	139
课题一 绿色食品标准体系	139
一、绿色食品标准概述	139
二、绿色食品产地环境质量标准	142
三、绿色食品添加剂使用准则	146
四、绿色食品农药使用准则	147
五、绿色食品肥料使用准则	152
六、绿色食品饲料及饲料添加剂使用准则	156
七、绿色食品兽药使用准则	158
八、绿色食品动物卫生准则	162
九、绿色食品渔药使用准则	165
十、绿色食品产品、包装、标签、贮藏和运输标准	169
课题二 绿色食品产品的质量检验	200
一、绿色食品产品质量检验的主要内容及程序	201
二、绿色食品产品质量检验的主要方法	210
思考与练习	221

模块五 绿色食品认证	223
课题一 质量认证概述	223
一、质量认证的含义	223
二、认证的形式	224
三、质量认证的作用	225
四、绿色食品质量认证的性质	226
课题二 绿色食品生产资料申报与认证	227
一、申报绿色食品生产资料的基本条件	227
二、绿色食品生产资料认证程序	228
三、绿色食品生产资料的认证管理	229
课题三 绿色食品生产基地申报与认证	242
一、申报绿色食品生产基地的基本条件	242
二、绿色食品基地的认证程序	244
三、申报绿色食品的材料	244
四、绿色食品基地管理	245
课题四 绿色食品产品的申报及认证	245
一、申报绿色食品产品的条件	245
二、认证程序	246
三、绿色食品申报材料	248
课题五 绿色食品商业、餐饮业申报及认证	253
一、绿色食品商业标志使用权的申报及认证	253
二、绿色食品餐饮业标志使用权的申报及认证	254
思考与练习	255
模块六 绿色食品市场营销	256
课题一 绿色食品市场营销概述	257
一、绿色食品市场营销的含义	257
二、绿色食品市场营销的重要作用	258
课题二 绿色食品市场体系	259
一、绿色食品市场体系的特点	259
二、绿色食品市场体系的地位与作用	260
三、绿色食品市场体系构成	261
课题三 绿色食品市场环境分析与定位	263
一、绿色食品市场营销环境分析	263

二、绿色食品企业营销市场定位	265
课题四 绿色食品企业市场营销原则与对策.....	266
一、绿色食品企业市场营销原则	266
二、绿色食品市场营销战略	268
三、绿色食品企业市场营销对策	269
思考与练习	271
参考文献	272

模块一 绿色食品产业概述

学习目标:

1. 明确发展绿色食品产业的重要意义
2. 了解绿色食品产业及发展前景
3. 掌握绿色食品生产资料开发及其市场开发的原则
4. 明确我国发展绿色食品产业的资源优势, 并对其进行准确分析与定位

课题一 绿色食品产业及发展

1990年5月15日, 中国正式宣布开创绿色食品。中国绿色食品事业经历了以下发展过程: 提出绿色食品的科科学概念→建立绿色食品生产体系和管理体系→系统组织绿色食品工程建设实施→稳步走向社会化、产业化、市场化、国际化。

第一阶段: 从农垦系统启动的基础建设阶段(1990—1993年)

1990年, 绿色食品工程在农垦系统正式实施。在绿色食品工程实施后的3年中, 完成了一系列基础建设工作, 主要包括: 在农业部设立绿色食品专门机构, 并在全国省级农垦管理部门成立了相应的机构; 以农垦系统产品质量监测机构为依托; 建立起绿色食品产品质量监测系统; 制定了一系列技术标准; 制定并颁布了《绿色食品标志管理办法》等有关管理规定; 对绿色食品标志进行商标注册; 加入了“有机农业运动国际联盟(IFOAM)”组织, 为日后中国绿色食品与国际相关行业的交流与合作奠定了基础。与此同时, 绿色食品开发也在一些农场快速起步, 并不断取得进展。1990年绿色食品工程实施的当年, 全国就有127个产品获得绿色食品标志商标使用权。1993年全国绿色食品发展出现第一个高峰, 当年新增产品数量达到217个。

第二阶段: 向全社会推进的加速发展阶段(1994—1996年)

这一阶段绿色食品发展呈现出5个特点:

一是产品数量连续两年高增长。1995年新增产品达到263个, 超过1993年最高水平

1.07 倍；1996 年继续保持快速增长势头，新增产品 289 个，增长 9.9%。

二是农业种植规模迅速扩大。1995 年绿色食品农业种植面积达到 113.3 万 hm^2 ，比 1994 年扩大 3.6 倍，1996 年扩大到 213.3 万 hm^2 ，增长 88.2%。

三是产量增长超过产品数量增长。1995 年主要产品产量达到 210 万 t，比上年增加 203.8%，超过产品个数增长率 4.9 个百分点；1996 年达到 360 万 t，增长 71.4%，超过产品个数增长率 61.5 个百分点，表明绿色食品企业规模在不断扩大。

四是产品结构趋向居民日常消费结构。与 1995 年相比，1996 年粮油类产品比重上升 53.3%，水产类产品上升 35.3%，饮料类产品上升 20.8%，畜禽蛋奶类产品上升 12.4%。

五是县域开发逐步展开。全国许多县（市）依托本地资源，在全县范围内组织绿色食品开发和建立绿色食品生产基地，使绿色食品开发成为县域经济发展富有特色和活力的增长点。

第三阶段：向社会化、市场化、国际化全面推进阶段（1997 年至今）

绿色食品社会化进程加快主要表现在：中国许多地方的政府和部门进一步重视绿色食品的发展；广大消费者对绿色食品认知程度越来越高；新闻媒体主动宣传、报道绿色食品；理论界和学术界也日益重视对绿色食品的探讨。

绿色食品市场化进程加快主要表现在：随着一些大型企业宣传力度的加大，绿色食品市场环境越来越好，市场覆盖面越来越大，广大消费者对绿色食品的需求日益增长，而且通过市场的带动作用，产品开发的规模进一步扩大。绿色食品国际市场潜力逐步显示出来，一些地区绿色食品生产企业生产的产品陆续出口到日本、美国、欧洲等国家和地区，显示了绿色食品在国际市场上的强大竞争力。

绿色食品国际化进程加快主要表现在：绿色食品国际交流与合作取得了重大进展，绿色食品与国际接轨工作也迅速启动。为了扩大绿色食品标志商标产权保护的领域和范围，绿色食品标志商标相继在日本和香港地区开展注册；为了扩大绿色食品出口创汇，中心已与 90 个国家、近 500 个相关机构建立了联系，并与许多国家的政府部门、科研机构以及国际组织在质量标准、技术规范、认证管理、贸易准则等方面进行了深入的合作与交流，不仅确立了中国绿色食品的国际地位，广泛吸引了外资，而且有力地促进了生产开发和国际贸易。

一、绿色食品产业

（一）绿色食品产业的基本属性

绿色食品产业是从普通食品再生产的各个环节中转化生成和发展起来的，既保留了食品产业的一般属性，又具有新的特殊属性。其特殊属性主要表现在：具有特殊的产品技术标准，特殊的生产工艺条件，特定的商品流通渠道，统一的产品标志和专门的组织管理系

统。这些特殊属性的存在，是绿色食品产业划分的基本依据。

（二）绿色食品产业的基本内涵和外延

根据绿色食品再生产的要求，绿色食品产业的基本内涵可以概括为：由绿色食品的农产品生产、加工企业、绿色食品的营销企业及其经专门认定的产前、产后专业化配套企业，以及其他绿色食品专业部门所组成的经济综合体。在这个综合体内，各个组成部分之间存在特定的经济技术联系和相互依存关系，由此构成统一的产业结构体系。

绿色食品产业的外延，其涵盖的范围应当包括：绿色食品农业（其中包括种植业、畜牧业、水产业等）；绿色食品加工业；绿色食品专用生产资料制造业（其中包括肥料、农药、兽药、渔药、饲料及其添加剂、食品添加剂等生产企业）；绿色食品商业（其中包括绿色食品专业批发市场、专业批发和零售企业）；绿色食品科技部门（其中包括科技开发、科技推广和科技教育机构）；技术监督部门（其中包括环境监测和产品质量监测部门）；绿色食品管理部门（其中包括标准制定、质量认证、标志管理、综合服务等部门）；绿色食品社会团体等。绿色食品产业的微观组织应具有以下基本特点：

1. 经济活动专业化

应是专业或主要进行绿色食品生产经营活动的经济实体，以及专业或主要从事绿色食品管理及服务活动的机构。除此以外的绿色食品相关经济部门，只是绿色食品的关联产业，其经济活动不属于绿色食品产业行为，因而不纳入绿色食品产业体系。

2. 经过专门认定

这既是绿色食品标志专有权的排他性所决定的，也是保持绿色食品特性的内在需要。所谓经专门认定是指企业生产的绿色食品及其专用生产资料产品，以及专门从事绿色食品营销的商业企业，必须通过认证；其他有关专业机构须经审核批准或授权委托。未经专门认定的产品和单位，不具有公认的绿色食品真实性，因而不被认为具有绿色食品产业属性。

3. 具有统一标志

统一的标志是绿色食品产业属性的外在表征。其主要表现形式为：绿色食品产品包装上使用绿色食品统一标志；绿色食品专用生产资料产品包装上标注规定的文字；绿色食品专营商店设有统一标志；有关专业机构冠以上加有“绿色食品”字样的名称。

二、绿色食品产业的发展

（一）绿色食品生产资料开发

1. 绿色食品生产资料开发的要求与原则

绿色食品是无污染的安全、优质、营养类的食品，其无污染、安全性决定了绿色食品

“从农田到餐桌”必须进行全程的质量控制，生产资料的开发与使用必须符合以下要求与原则。

绿色食品生产所用肥料，必须做到：保护和促进作物的生长和品质的提高；不造成作物产生和积累有害物质，不影响人体健康；对生态环境无不良影响，对 A 级绿色食品和 AA 级绿色食品生产所用的肥料也有明确的规定。

无论 A 级绿色食品还是 AA 级绿色食品生产，肥料均要求以无害化处理的有机肥、生物有机肥和无机矿质肥料为主，生物菌肥、腐殖酸类、氨基酸类叶面肥作为绿色食品生产过程的必要补充。

绿色食品种植业生产，其病虫害防治应综合运用多种防治措施，创造不利于病虫草害滋生和有利于各类天敌繁衍的环境条件，保持农业生态系统的平衡和生物多样性，减少病虫草害。

优先采用农业措施，通过选用抗病虫品种、非化学药剂种子处理、培育壮苗、加强栽培管理、中耕除草、伏秋深翻晒土、清洁田园、轮作换茬、间作套作等一系列措施起到防治病虫的作用，还应尽量利用灯光、色彩诱杀害虫，机械捕捉害虫，机械和人工除草等措施，防治病虫草害。当病虫发生量达到防治指标而必须用药时，应遵守《绿色食品农药使用准则》，以生物源、植物源和矿物源农药为主，对于 A 级绿色食品生产使用人工合成的化学农药时，应选用高效、低毒、低残留的农药和昆虫特异性生长调节剂，避免对害虫天敌、人畜及环境造成污染。

绿色食品生产饲料及其添加剂开发是指为了满足饲养动物的需要并提高产品安全性而开发的饲料和向饲料中添加的少量或微量物质。作为绿色食品饲料添加剂，除满足一般畜禽和水产品饲料添加剂需求外，特别要求强调无毒害，禁止使用对人体健康有影响的化学合成添加剂。

绿色食品生产饲料及其添加剂的筛选与开发应立足于纯天然的生长促进剂，应遵守《绿色食品饲料及饲料添加剂使用准则》。

绿色食品生产食品添加剂开发的目的是指为了改善食品品质和色、香、味、形以及防腐和加工工艺的需要而加入食品中的化学合成或天然物质。

食品添加剂的一般要求，作为食品添加剂使用的物质，最重要的条件是食用安全性，然后是其工艺效果。

作为绿色食品生产的食品添加剂，除满足一般要求外，特别要求强调无毒害，禁止使用对人体健康有影响的化学合成添加剂。

以纯天然、对人体无任何毒副作用的食品添加剂为绿色食品添加剂的开发目标。如目前已开发的亚麻籽胶食品添加剂、向日葵胶食品添加剂和 NPS 多糖食品添加剂等均是纯天然的食品添加剂。

2. 绿色食品生产资料开发的重点

绿色食品生产资料开发应以绿色食品生产所需的肥料、农药、饲料及添加剂以及食品添加剂的开发为重点。绿色食品生产所需肥料的开发应以有机肥料、绿肥和叶面肥开发为重点,有机肥料是绿色食品生产的根本保证,绿肥是绿色食品持续生产中扩大肥源的主要途径,叶面肥是绿色食品生产中肥源的必要补充。绿色食品生产所需农药的开发应以植物源农药、微生物农药的开发为重点。绿色食品所需饲料及其添加剂应以中草药饲料及其添加剂、活菌添加剂以及调味剂、诱食剂作为开发重点。绿色食品生产所需食品添加剂的开发应以发展天然食品添加剂取代化学合成的食品添加剂,重点开发天然色素、抗氧化剂和食品强化剂等。

(二) 绿色食品产品开发

绿色食品产业发展的最终目的是向市场提供品种丰富、数量充足、品质优良绿色食品产品,以满足城乡人民的生活需求,并将一部分绿色食品产品出口到国外,为国家创造外汇,因此,产品开发是绿色食品产业体系建设的重要组成部分,也是衡量绿色食品产业发展水平和规模的重要标志。绿色食品标准体系的建立和完善、标志管理的规范化和法制化、宣传范围的扩大和深度的提高以及消费市场绿色食品日益增长的需求均为绿色食品产品开发创造了良好的条件,产品开发也一直呈现出稳步增长的良好态势。

绿色食品产品开发历时 22 年,现已开发的产品涵盖了 5 大类 57 小类,品种齐全,既有初级产品,又有深加工产品;既有大宗农副产品,也有包装规格很小的调味品、小食品。在各大类产品中,品种结构也很丰富,如农林产品及其加工产品,既有以小麦、小麦粉、大米、大米加工品、玉米、玉米加工品、大豆、大豆加工品为主要品种,也有杂粮、杂粮加工品、鲜果类、干果类、果类加工品等;畜禽类产品,既有液体乳,又有乳制品等。

(三) 绿色食品市场开发

1. 绿色食品市场开发的基本原则

一是遵循市场经济规律。市场上商品供过于求处在买方市场时,价格就下跌;相反,商品供不应求处于卖方市场时价格就上扬。也就是说,价格是市场供求状况的“信号”。无论是绿色食品生产企业,还是经营企业,在开发绿色食品市场过程中,必须时刻关注市场供求状况,并根据价格信号,及时调整生产结构、产品结构和营销方式及策略。另外,在分析绿色食品市场时,还必须考虑普遍食品市场的供求状况及变化态势,因为绿色食品市场也是整个食品市场的一个组成部分。随着我国加入 WTO 以及绿色食品事业国际化速度的加快,绿色食品生产企业和经营企业在开拓市场时,不仅要考虑到国内市场的供求变化,还应考虑到国际市场的供求变化。同时,市场经济是竞争的经济,每个绿色食品产品要想在市场上畅销,也应该和其他食品一样,参与市场竞争,接受市场的考验,得到广大

消费者的认可。

二是把好产品质量关，共同对消费者负责。质量是绿色食品的生命，也是市场竞争的筹码。因此，无论是绿色食品的生产企业，还是经营企业，将其产品推向市场之前，必须把好质量关。生产企业必须严格按照绿色食品标准开发产品；经营企业必须向市场提供真正的绿色食品产品，这样才能吸引广大消费者接受绿色食品，稳步提高绿色食品市场占有率。

三是经济效益与社会效益并重。开展绿色食品市场建设最终目的是满足消费需求，为企业增加经济效益。但由于绿色食品企业是一项有特殊意义的事业，事关环境和资源的保护，城乡人民身体健康。因此，在市场建设过程中，企业追求经济效益的同时，要兼顾社会效益。特别是在市场建设初期，为了体现开发绿色食品的重要意义和深远影响，树立整个事业的形象，扩大事业的影响，甚至需要牺牲一定的经济效益而获得更大的社会效益。

四是团结协作，发挥整体优势。在市场经济环境条件下，绿色食品的发展既面临一般普通食品的竞争压力，又将面临国际市场竞争的考验，同时还要受到流通领域条块分割、行业封闭体制惯性的影响，只有在绿色食品市场建设中，从整个事业的全局和长远利益出发，加强合作，才能奠定生存的基础，拓宽发展的空间，取得竞争的优势。

2. 绿色食品市场开发的途径

一是加强宣传力度，继续扩大绿色食品的影响。绿色食品事业经过 20 多年的发展，我们得到了一个基本共识：宣传工作不仅是绿色食品开发和管理的主要环节，而且是贯穿于绿色食品事业发展始终的一项长期性的基本任务。目前，绿色食品产品开发规模的扩大和广大消费者日益迫切的需求，需要更加有力的宣传来配合并促进绿色食品市场建设。面向全社会，要准确宣传绿色食品的概念和内涵、发展绿色食品事业的重要性以及绿色食品的文化，为绿色食品市场建设营造良好的社会环境；面向广大消费者，要从质量和价值入手，宣传绿色食品产品的安全性、经济性、科学性和优越性，以扩大消费需求；面向商界，要以绿色食品的商业价值和商业机会为主，通过宣传绿色食品的商誉、商机和市场潜力，调动商业流通企业营销绿色食品的积极性，积极探索绿色食品市场建设的有效方式和途径；面向国际社会，要从标准的完整性和管理的系统性方面，宣传绿色食品的特点和优势，以扩大绿色食品的国际影响，巩固绿色食品在国际市场上的形象和地位。

二是积极筛选、研制适应绿色食品生产的生产资料，培育绿色食品生产资料市场。生产资料是物化的技术，绿色食品生产需要特定的技术来保证，而这些特定的技术又反映在生产加工操作规程的制定和实施上，绿色食品生产所需的肥料、农药、饲料添加剂、食品添加剂、兽药、水产养殖用药等生产资料的使用准则又构成了绿色食品生产加工操作规程的核心内容，也是保证绿色食品产品质量的基本方式和手段。在绿色食品生产资料市场的培育上，首先要分类确立适合当地条件的主导产品，围绕主导产品建立流通主渠道，最后形成一个覆盖全国的市场流通网络。

三是稳步扩大产品开发规模，逐步调整产品结构，丰富绿色食品市场产品供给。按商

业标准,店堂每平方米经营品种一般为 15~20 个品种,按这个标准推算,100 m² 的商店经营的商品品种要达到 1 500~2 000 个。2010 年年底,中国绿色食品企业总数已达 6 418 家,现已开发的绿色食品产品包括农林及加工产品、畜禽类产品、水产类产品、饮料类产品等 5 大类 57 个小类,覆盖农产品及加工食品的 1 000 多个品种,生产总量超过 1 亿 t。

在绿色食品产品开发过程中,要注重拳头产品、特色产品、名牌产品的开发,这些产品销售面广、市场竞争力强、社会知名度高,通过其宣传促销活动促进绿色食品市场的发育和发展。

四是分阶段、多层次建立绿色食品营销网络。在绿色食品市场体系建立和发育的初期,应发挥全社会的力量,共同建设绿色食品产品营销网络。要继续发挥绿色食品生产企业销售主渠道的作用,稳定原有的销售渠道,同时开辟新的销售渠道;要调动社会上有经营能力的商业企业经营绿色食品的积极性,同时做好商业企业认定工作,完善绿色食品标志商标在商业企业上使用的管理办法,服务规范和监控手段;要发挥绿色食品系统内现有经营企业的优势,积极组织和开展绿色食品产品销售工作,通过连锁经营、配送直销等形式把绿色食品推向市场。

五是加强宏观调控,为绿色食品市场体系建设顺利开展创造良好的环境和条件。主要措施是,要严格按照绿色食品标准体系,开展对产品、生产资料、生产基地、商业企业的认定、审查和监督,确保产品质量和服务质量;要继续扩大绿色食品标志商标的境外注册,扩大绿色食品产业知识产权保护的范围,同时在技术标准、贸易准则等方面加快与国际接轨,为进一步扩大绿色食品国际贸易创造条件;要继续加大打击假冒伪劣绿色食品产品的力度,切实维护绿色食品市场经济主体的权益等。

课题二 资源优势与绿色食品产业发展

一个国家或一个地区的产业发展与区域竞争优势的发展关系极大,而产业政策导向对形成和发展区域竞争优势具有重要的推动作用。中国绿色食品产业经过 20 多年的发展已进入快速成长期。目前,我国通过产业政策导向,推进企业的战略重组和品牌整合,进而提高产品和企业的市场竞争力,推动绿色食品产业的可持续发展战略。

一、我国绿色食品产业区域竞争优势发展现状

(一) 我国绿色食品产业区域竞争优势特点

(1) 产业整体竞争水平显著提升;

- (2) 国际竞争力日益加强;
- (3) 市场呈现产品、企业“双集中”的趋势;
- (4) 各级政府高度重视。

(二) 我国绿色食品产业区域竞争优势发展中的不足

- (1) 市场集中度仍然偏低、企业规模偏小;
- (2) 驰名品牌少和品牌杂乱同时并存;
- (3) AA 级绿色食品产品开发不够;
- (4) 市场发展不够规范, 法律环境亟需改善。

二、我国发展绿色食品区域竞争优势的政策

(一) 制定绿色食品产业政策, 促进产业整体实力提升

为提高绿色食品产业化水平和国际竞争力, 各级政府应在绿色食品产业发展规划基础上, 进一步加大扶持绿色食品生产基地和发展大企业集团的力度, 可根据资源优势和现有的区域集中度优势, 按区域、按产品出台有针对性的推动产业和企业发展的产业政策。

1. 加快绿色食品基地建设

“十一五”中后期至“十二五”期间, 是我国绿色食品产业发展的关键时期, 要重点建设一批专业化、规模化和标准化的种植业养殖业绿色食品基地, 这是增加 AA 级绿色食品产品数量, 开拓国内外市场的基础。没有优质的原料, 就不能加工出质量上乘的食品。

国外对此非常重视, 发达国家对有机食品产业的投资呈直线上升趋势, 美国环保投资占国民生产总值的比例已达到 3%, 并在商务部下设立有机食品出口办公室, 专门负责有机产品的基地建设投资和促销; 日本、德国为了发展本国的有机食品产业也都实行了对基地发展的优惠政策。

借鉴国外发展的经验, 我国也要对绿色食品基地和“龙头”企业实行优惠政策, 促进其快速发展。

2. 培育和扶持大企业集团的发展

发展绿色食品产业, 培育和发展“龙头”企业是关键, 这主要基于龙头企业对基地建设和开拓市场两方面起着促进的作用。要进一步培育和发展一批国家级绿色食品龙头企业, 引导和推动龙头企业以品牌为核心, 以资本为纽带, 采取兼并、出资买断等多种形式, 组建“联合舰队”, 使其在科技创新和市场开发中, 更好地发挥企业集团优势和驰名品牌优势。从国际经验来看, 一个行业集中度的提高主要是基于购并和重组, 这一点可以从近年来频频发生的乳业和啤酒业的兼并重组中得到证明。