

“三品一标”认证与管理系列丛书

有机产品

认证与管理

YOUJICHANPINRENZHENG YUGUANLI

◎ 史宏伟 编

吉林人民出版社

“三品一标”认证与管理系列丛书

有机产品

认证与管理

YOUJICHANPINRENZHENG YUGUANLI

◎史宏伟 编

吉林人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

有机产品认证与管理 / 史宏伟编. -- 长春: 吉林人民出版社, 2019.12
ISBN 978-7-206-16832-1

I. ①有… II. ①史… III. ①有机农业—农产品—产品质量认证—中国 ②有机农业—农产品—质量管理—中国
IV. ①F326.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 292156 号

有机产品认证与管理

编 者: 史宏伟

责任编辑: 周立东

封面设计: 张一诺

吉林人民出版社出版发行 (长春市人民大街 7548 号 邮政编码: 130022)

印 刷: 吉林省海德堡印务有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 27.5

字 数: 337 千字

标准书号: ISBN 978-7-206-16832-1

版 次: 2019 年 12 月第 1 版

印 次: 2019 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 98.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

有机产品认证与管理

编委会

编委会主任：史宏伟

编委会副主任：曲景伟 边青春

主 编：许晓亮

副 主 编：王 牧 于国栋

编 辑：杨 冬

主要编写人员：（按姓氏笔画排序）

丁士东 王 琦 曲云凤 刘英姿 孙艳秋 李 岩
张金凤 张海亮 杨秋苹 赵佰利 赵继泉 姜福旭
倪华山 鞠丽荣

目 录

第一章 有机产品概述.....	1
第一节 有机产品的概念.....	1
第二节 发展有机产品的意义.....	6
第三节 有机产品发展现状及前景.....	9
第四节 有机产品的执行标准.....	11
第二章 有机产品认证.....	13
第一节 生产认证的要求.....	13
第二节 加工认证的要求.....	38
第三节 标识与销售的要求.....	42
第四节 管理体系的要求.....	43
第三章 北京中绿华夏有机食品认证中心的有机产品认证.....	50
第一节 认证机构的基本情况.....	50
第二节 生产经营主体要求.....	51
第三节 认证程序.....	59
第四节 收费.....	59

第五节 产地环境及产品质量要求.....	64
第六节 证书的有效期及产品分类.....	195
第七节 认证所需提供的相关材料.....	195
附 录.....	331
有机产品标准 GB/T 19630. 1-4.....	331
有机产品认证管理办法.....	389
有机产品认证实施规则.....	402
新版有机产品认证标识使用指南.....	424

第一章 有机产品概述

有机产品（Organic products）到底是什么？大多数人对于有机产品并不十分了解。有人认为，健康的产品就是有机产品；也有人认为，纯天然的就是有机的；还有人认为无公害农产品、绿色食品就是有机产品。其实，有机产品不仅具有深厚的历史渊源，而且还具有科学的知识内涵。下面就让我们站在历史的高度，从科学的角度，共同探讨一下有机产品的由来。

第一节 有机产品的概念

一、有机产品的定义

有机产品在我国定义过于笼统，所以首先我们要对有机农业的概念进行一下系统的了解。

（一）有机农业：遵照特定的农业生产原则，在生产中不采用基因工程获得的生物及其产物；不使用化学合成的农药、肥料、生长调节剂、饲料添加剂等物质；遵循自然规律和生态学原理，协调种植业和养殖业的平衡，采用一系列可持续的农业技术以维持持续稳定的农业生产体系的一种农业生产方式。

（二）有机产品：是指按照有机农业生产要求和相应的标准生产加工，并通过独立的有机认证机构认证的农副产品，包括粮食、蔬菜、水果、奶制

品、禽畜产品、蜂产品、水产品、调料、烟叶和酒类等。有机产品除食品外，还有按照有机生产方式生产的有机化妆品、有机林产品、有机纺织品、有机洗涤用品、有机厨房用品、有机保健品等。

我国的有机产品标准源于有机农业，也就必须遵循有机农业的相关要求进行生产、加工、销售及管理。

二、有机农业的由来

“有机农业”一词是由英文“Organic Agriculture”直译过来的，国际有机农业运动联盟、欧盟、美国等许多国家从不同的角度对有机农业进行概括，但基本原则没有变化。

有机农业是遵照有机农业生产标准，在生产中不采用基因工程获得的生物及其产物，不使用任何化学合成的农药、化肥、生长调节剂、饲料添加剂等物质，而是遵循自然规律和生态学原理，协调种植业和养殖业的平衡，采用一系列可持续发展的农业技术，维持稳定的农业生产过程。

从世界范围看，有机农业自提出至今已有近百年历史，其间大约经历了4个阶段：

第一阶段：启蒙阶段(1900~1970年)

有机农业的历史最早可以追溯到1909年，当时美国农业土地管理局长F.H.King考察了中国的农业，并总结出中国农业数千年兴盛不衰的经验，于1911年写成了《四千年的农民》一书。书中指出中国农业兴盛不衰的关键在于中国农民的勤劳、智慧和节俭，善于利用时间和空间提高土地利用率，并以人畜粪便和农场废弃物堆积沤制成肥料等还田培养地力，奠定了有机农业的实践基础。

1924年由德国的鲁道夫·施泰纳(Rudolf Steiner)开设的“农业发展的社会科学基础”课程。其理论核心为：人类作为宇宙平衡的部分，为了生存必

须与环境协调一致；企业作为个体和有机体：要求饲养反刍动物；使用生物动力制剂；重视宇宙周期。20 世纪 30 年代，瑞士的汉斯·米勒(Hans Mueller)积极推进有机生物农业(organic-biological agriculture)。他的目标是：保证小农户不依赖外部投入而在经济上能独立进行生产，施用厩肥以保持土壤肥力。玛丽亚·米勒(Maria- Mueller)是将汉斯·米勒的理论应用到果园生产系统的先锋。汉斯·拉什(Hans Peter Rush)强调厩肥对培肥地力的作用，丰富了通过土壤生物保持土壤肥力、促进有机物质循环的理论。汉斯·米勒和汉斯·拉什为有机生物农业奠定了理论基础，使有机生物农业在德语国家和地区得到发展。

1935 年，英国植物学家霍华德爵士 (Sir Albert Howard)在《农业圣典》书中论述了土壤健康与植物、动物健康的关系，奠定了堆肥的科学基础。1940 年代，美国的罗代尔先生(J. I. Rodale)受霍华德的影响，开始了有机园艺的研究和实践，成为美国有机农业的创始人。英国的伊夫·鲍尔费夫人(Lady Eve Balfour)第一个开展了常规农业与自然农业方法比较的长期试验。在她的推动下，1946 年英国土壤协会成立。该协会根据霍华德的理论，提倡将有机质返还给土壤，保持土壤肥力，以保持生态平衡。

第二阶段：发展阶段(1970~1990 年)

20 世纪 60~70 年代，由于“石油农业”在世界上的快速发展，导致自然资源，特别是不可再生资源的浪费和逐渐枯竭，以及因大量使用现代技术和不合理利用自然资源而带来的对环境和生态的破坏，已经对人类的生存造成了不可逆转的影响。有机农业在这样的背景下被作为有效保护人类与自然的方法提到了议事日程。在这一时期，有机农业的理论研究和实践在世界范围内得到了扩展。有机农业、有机生物农业、生物动力农业、生态农业、自然农业等概念得到扩展，研究更加深入，实践活动更为活跃。

1970 年, 美国的威廉姆·奥尔布雷克特(William Albrecht)提出了生态农业(ecological agriculture)的概念, 将生态学的基本原理纳入了有机农业的生产系统。英国土壤协会于 20 世纪 70 年代在国际上率先创立了有机产品的标识、认证和质量控制体系。1972 年, 国际上最大的有机农业民间机构——国际有机农业运动联盟(IFOAM)成立, 标志着国际有机农业进入了一个新的发展时期。世界上一些主要的有机农业协会和研究机构, 如法国国家农业生物技术联合会(FNAB)和瑞士的有机农业研究所(FiBL)等, 都成立于 20 世纪 70~80 年代。这些组织和机构在规范有机农业生产和市场、推进有机农业研究和普及上起到了积极的作用。

第三阶段: 增长阶段(1990~2000 年)

20 世纪 90 年代后, 世界有机农业进入快速增长期, 成为一种全球性的运动。各国政府或机构纷纷颁布有机农业法规或标准, 政府与民间机构共同推动有机农业的发展。目前, 世界上许多国家都有有机食品生产组织、加工企业、贸易团体以及研究、培训、认证机构。在上述机构和组织的推动下, 有机农业生产运动正在日益扩大, 并得到一些国家政府的认可和支持。从区域上看, 欧洲、北美、日本、澳洲起步较早, 发展也较快; 东南亚地区虽然起步较晚, 但近几年发展也较为迅速。

1990 年美国联邦政府颁布了《有机食品生产条例》。欧盟委员会于 1991 年通过了欧盟有机农业法案(EU2092 / 91), 1993 年成为欧盟法律, 在欧盟 15 个国家统一实施。北美、澳大利亚、日本等主要有机产品生产国, 相继颁布和实施了有机农业法规。1999 年, 国际有机农业运动联盟(IFOAM)与联合国粮农组织(FAO)共同制定了《有机农业产品生产、加工、标识和销售准则》, 对促进有机农业的国际标准化生产有着十分积极的意义。

中国于 2005 年 4 月出台了 GB/T 19630-2005 有机产品国家标准, 对

有机生产、加工、标识和销售、管理体系等进行了明确的规定。目前世界上已有约 60 个国家制定了有机农业标准或法规。各国政府通过立法来规范有机农业生产，使公众生态环境和健康意识得到增强，扩大了对有机产品的需求规模。有机农业在研究、生产和贸易上都获得了前所未有的发展。

第四阶段：全面平稳发展阶段(2000 年～现在)

从 21 世纪开始，一方面由于长期发展已经奠定了良好的基础，另一方面则是受到发展潜力、生产成本等的限制，发达国家自身的有机农业虽然还在继续发展，但已经开始呈现出逐渐平稳的趋势，而其对有机产品，特别是有机食品的需求却仍在不断增长。在这样的形势下，发达国家对发展中国家有机产品的需求持续增加，从而加大了从发展中国家进口有机产品的力度。与此同时，一些发展比较快的发展中国家，也出现了一批对有机产品有着相当强烈需求的群体，促进了发展中国家国内有机产品市场，特别是有机食品市场的起步和发展。在这样的形势下，中国等一些发展中国家的有机农业和有机产品事业出现了快速发展的势头。从 2005 年中国的 IFOAM 会员数已经仅次于德国和意大利而名列全球第三这一现象，即看出以其为代表的发展中国家有机事业的发展趋势。

尽管部分发展中国家的国内有机产品市场已经兴起和发展，标示着全球有机事业的全面展开，有着其深远的历史意义，但与发达国家的市场份额相比，发展中国家的国内市场占全球有机市场的份额还是相当低的，因此对全球有机产品市场尚未产生显著影响。可以说，世界的有机事业已经进入了既全面展开，又相对平稳发展的阶段。而且由于发达国家与发展中国家在认证、市场准入等方面还需要有一个适应和协调的过程，而发展中国家在开拓有机农业和有机产品市场中也还需要有一个逐渐规范和与国际进一步接轨的过程，因此，当前的这一阶段将会持续相当一段时间。

第二节 发展有机产品的意义

随着人类社会的发展和科学技术的进步，人们越来越认识到资源和环境对人类的重要性，在能源危机、生态危机和资源危机不断加剧的今天特别引人注目。西方现代农业单纯靠化肥和农药大面积使用，来大幅度地提高作物产量，虽然经济效益十分可观，但这是以消耗大量能源、牺牲生态环境、降低土壤肥力和农业产品品质为代价。化肥和农药的大量使用，对日益严重的能源危机无疑是雪上加霜，同时还加剧了环境的污染，有害元素在农产品中的累积和营养成分的单一性严重威胁人类身体健康。高额的产量从土壤中夺取了大量养分，单纯依靠化肥作为土壤养分的投入，不仅破坏了养分循环再利用的途径，而且减弱了土壤养分的自我维持，导致土壤肥力下降，有机物减少，理化性能变劣，使化肥施用效果降低，生产成本增加。因此发展有机产品的作用尤为重要。

一、有利于保护农村生态环境

众所周知，现代农业主要依靠化肥、农药的大量投入，这就使得生态系统原有的平衡被打破，农药在杀死害虫的同时，也使有益生物特别是鸟类、鱼类等遭受灭顶之灾。近几十年来出现的全球范围的生物多样性退化也与农药的使用有很大关系。土壤被誉为万物之母，它是多种生物栖息的场所。研究表明，现代农业土壤中的生物活性只及传统农业土壤的 1/10。土壤有机物的耗竭，使其保水、保肥能力大大下降，这就加剧了水土流失和旱涝灾害。我国“九五”期间重点治理的滇池、巢湖、太湖都是以水体富营养化为主要特征，而从农田流入水体的化学氮磷肥是造成湖泊营养化的重要原因。将农

业生产从常规方式转向有机方式，则可以从根本上解决这些问题。有机农业有比较完备的理论体系，其要点是通过建立和恢复农业生态系统的良性循环，维持农业可持续发展。有机农业的基本要求是不施用农药、化肥等化学合成物质。从已通过认证的有机产品生产基地来看，农田生态环境普遍好转，各种有益生物种群明显增加，农业废弃物得到了充分利用。可以说，有机产品产业的发展将对农村环境污染控制、特殊生态区的生态保护与恢复、资源的合理利用起到示范和促进作用。发展有机产品产业完全符合国家关于污染控制与生态保护并重的环保战略。

二、向社会提供优质的产品

当前，有机产品在国内外受到青睐的一个重要原因是其质优味好，富营养、无污染。发达国家的消费者愿出高价购买有机产品，既是出于自身健康的考虑，也是在为保护生态环境做贡献。随着对有机产品的消费。消费者的消费结构也向着更有助于健康的方向演变，例如减少对烟、酒、咖啡、肉类、糖的消费，而增加对植物性产品的消费。在发达国家，食品消费支出占整个家庭支出的比例普遍较低，因此，即使他们因购买有机产品导致支出增加，也在他们的经济承受范围内。

近年来，越来越多的科学研究表明，食物中的农药残留对人体的影响不仅表现为直接的毒害，间接危害也很严重。有报道说，农药在降解过程中将形成各种各样的中间体，其中某些中间体的分子结构与动物体内的雌性激素十分相似，这可能是导致整个生物界雄性退化的重要原因。在日本，儿童皮肤过敏症非常普遍，也可能与食用基因工程食物或食物中的农药残留有关。近几年，发达国家消费者对基因工程食物的潜在影响普遍比较担忧，而有机产品禁止引入基因工程技术，可以消除人们的顾虑。

三、获得良好的经济效益

根据联邦德国农业部的农业年度报告，以有机生产方式从事生产的农业企业的多年平均纯收入水平，无论是按单位土地利用面积、单位劳动力还是农户计算，均至少不低于以常规方式生产的同类农业企业。这主要是因为有机农业的企业通过投入较多劳动的方法，自己来进行土地肥力保护和植物保护工作（而常规农业则是通过购入化肥与农药来“购入”土地肥力和植物保护），并且用自己所生产出来的饲料而不是购入饲料。这就是说，其生产的购入物资成本较低。

再者，目前国际市场上有机产品的价格比常规食品高 20%~50%，有些产品（如豆类等）可高出一倍甚至更多，生产加工厂家和贸易部门拓宽了国内外市场的同时，也依靠自身产品的质量优势，获取了较高的销售价格。近年来国内很多单位积极开拓有机食品这一新兴环保产业，通过开发有机产品帮助部分农民脱贫致富，促进农村经济和环境的持续发展。

另外，有机生产企业本身也越来越多地将一些营销部门的功能承担过来，即他们自己也从事营销。通过直销、定点供应、连锁店和专卖店的短链销售，减少流通环节，获取更高的利润。

四、增加我国农产品的市场竞争力，促进经济的协调发展

我国有机生产基地和有机产品发展，是以市场为导向逐步发展起来的，走的是产、供、销一体化的道路。邻近南京的江苏省溧水县共和乡原为贫困乡，近几年靠发展有机农业吸引了很多国内外客商到该乡投资，现在有机产品生产、加工和贸易已经初具规模，预计不用多久，该乡就将甩掉贫困乡的帽子。在我国这样的例子还有很多。

五、增加农村就业机会，提高农业生产水平

有机生产是一种劳动知识密集型产业，是一项系统工程，需要大量的劳

动力投入，也需要大量的知识技术投入，不然尤其病虫害问题难以解决，需要具有全新的生产观念，因此发展有机产品产业生产可增加农村人口就业，提高农业生产水平，促进农业生产的可持续发展。

第三节 有机产品发展现状及前景

一、有机产品的发展现状

进入 21 世纪以后，全球有机产品与饮料消费一直在快速增长，2009 年市场价值达 550 亿美元，到 2015 年达到 1000 亿美元。

2000 年中国有机农产品市场开始启动，2003 年起，中国有机产品市场增长速度加快，有数据统计显示，2003 年我国有机食品销售额为 20.6 亿元人民币，到 2017 年增长到近 400 亿元人民币，年均增长近 18%。据了解，目前，国内市场上销售的有机农产品主要是新鲜蔬菜、茶叶、大米、水果和蜂蜜等。

随着人们生活水平的提高，对食品安全以及健康的关注度也在不断加强，以天然、无污染、无添加剂为理念的有机食品日渐受到消费者欢迎。

据数据统计：2017 年，全球有机市场的销售额已达 2000 亿美元，目前正在以年均 20%~30% 的速度增长；未来 10 年，世界有机食品需求将从 2017 年的 2000 亿美元增加到 8000 亿美元，届时中国有机食品需求将达到 200 亿美元，将达到食品消费总额的 3%~5%，占世界有机食品消费量的 3%。以欧洲过去几年有机农产品市场增长率的下限 20% 和中国过去几年实际出口增长率的下限 30% 测算，中国有机农产品出口在 2025 年可能有 150 亿~200

亿美元的规模，2019 年有 100 亿~150 亿美元的规模。由此可以看出我国有机产品需求量日益增大，发展前景非常乐观。

二、有机产品的发展前景

随着经济的发展和生活水平的提高，人们的饮食观念发生了变化，对食品品质的要求越来越高，消费选择也从数量型向质量型转变。近年来，城乡居民对食品质量要求越来越高，无公害、绿色和有机食品的消费比重增长较快。消费者迫切要求提供无污染和高质量的食物，健康安全、口感好的食物越来越受欢迎。

通过恩格尔系数显示，中国居民的消费水平已经稳步提高。特别是城市居民，将会越来越注重消费食品质量的提高。适度消费、绿色消费等全新的消费方式已经为越来越多的人所接受。居民的食品消费结构也大幅度的升级提高，将会更关注绿色食品、无公害天然食品、有机产品的消费。

（一）有机产品消费心理和消费动机

消费者购买有机产品的动机可以归纳为两个类型：一类是追求健康营养、口味（质量）和饮食安全的利己型动机；一类是出于保护环境、动物福利以及支持农业发展等利他型动机。而且与利他型动机相比，利己型动机更有力地推动消费者购买行为产生。所以消费者认为有机食品是比较天然的食品。追求健康是消费者购买有机食品的最主要的原因。另外，一些研究还证实，消费者是为追求食品营养而购买有机食品。

（二）目前有机产品的消费主要集中在以下几类：

- 1.集团消费，根据北京最大的有机连锁专卖店——乐活城市场数据来看，包括使馆在内的集团消费占其总收入的 50% 以上；
- 2.以高级知识分子为主的白领阶层，环保意识强，注重自身健康，且有较强的购买力；

3.特殊消费群体，在国外这个群体就是有机产品消费的主要力量。国内主要是一些注重健康的群体和富裕阶层；

4.其他消费群体，以临时性消费宴请和特色消费为主，消费具有不稳定性特征，但是存在较大增长可能。

不同的消费群体对于有机产品的消费又存在一定的差异，在购买频率、关注因素等方面均表现出不同。

而在购买渠道方面来看，目前国内有机食品销售渠道已经逐步和国际接轨，在超市专柜、有机产品专营店、网络、市场均有销售，其中又以超市为主，超过 40%，而目前仅有 10%左右的人会在专营店购买。

从有机产品主要消费构成来分析，根据统计资料来看，目前购买最多的有机食品是蔬菜类，其次是水果，其他类别的产品还有较大成长空间。

第四节 有机产品的执行标准

国际有机农业和有机产品的法规与管理体系主要分为三个类型，一是国际标准及规定，二是国家标准及法规，三是认证机构标准及规定。

在 20 世纪 80 年代，国际有机农业运动联盟（IFOAM）制定并首次发布了《有机生产和加工的基本标准》，经过不断修改、完善，该标准已成为许多民间机构和政府机构在制定或修订他们自己的标准或法规时的主要参考依据。联合国粮农组织和世界卫生组织联合成立的食物法典委员会（Codex Alimentarius Commission）也于 1999 年通过了《有机产品生产、加工、标识及销售指南》（CAC/GL 1232. 1999）。

90 年代后，随着有机产品市场的兴起和国际贸易的增加，各国政府开