

地理标志农产品保护工程在行动

用好地理标志 培优特色产业

编者按

农产品地理标志,是指来源于特定地域,并以地域名称冠名的特有农产品标志。它们或独具特色品质,或蕴藏文化内涵,或是一个地区长期形成的区域特色资源,或成为某地推动产业发展的强力“引擎”。多年来,已形成一批以地理标志农产品助力农业高质量发展的振兴样板。

那么,地理标志农产品的品质具有哪些独特之处? 其在产业发展方面发挥了哪些积极作用? 当中蕴含的文化属性如何突显? 本版特刊发本报记者对4位行业专家的专访,从文化、品种、品质、产业等角度全方位梳理地理标志农产品的发展成就,以飨读者。

地理标志农产品“香”在哪?

□□ 农民日报·中国农网记者 丁乐坤

对于农产品来说,如果品牌是“面子”,那么质量就是“里子”,确保农产品品质提升同样是地理标志农产品的硬约束。为了顺应消费升级趋势,满足高品质生活需求,近年来,在全力打造地理标志农产品品牌的同时,地理标志农产品的品质也得到了全面提升。那么,地理标志农产品的品质有哪些独特之处? 与普通农产品有哪些区别?

中国农业科学院农业质量标准与检测技术研究所研究员邱静认为,由于地理标志农产品通常生产于具有独特气候、土壤、水源等地理环境条件的地区,在生长过程中受到独特的自然环境和人文环境的影响,从而形成了其特有的品质。

“地理标志农产品的生产通常遵循传统的、特有的种植、养殖生产方式和加工工艺,这些方法经过长期积累和优化,能

够确保产品具有独特的风味、口感、质地以及营养价值。”邱静表示,地理标志农产品由于特殊地理环境和特有传统生产方法的影响,具有与其他普通农产品不同的独特品质和特征。普通产品则多使用更加普遍的、大宗的原材料,在一般的生产环境下生产,与地理标志农产品的特有品质具有较大的差异。

另一方面,为了维护地理标志农产品的声誉和品质,相关的地方组织或机构会解析地理标志农产品的独有优秀品质,明晰与普通产品的特征差异,构建科学的产品质量及分等分级标准,据此对生产过程进行更加严格的监管和质量控制,能够确保地标产品符合特有的标准和规范。

因此,邱静认为,相比普通农产品,地理标志农产品在风味上具有独特之处,部分营养价值更优,具有更好的品质保证,能够同时满足消费者对于特色、品质和安全的需求。

多年以来,尤其是地理标志农产品保护工程实施以来,地理标志农产品质量保障体系不断健全,产品品质持续提升,地理标志农产品发展基础得到有效夯实。通过强化特征品质与特定产地环境和生产方式关联,完善产品质量控制技术规范883个。推进现代农业全产业链标准化,培训超过80万人次。建强核心产地,建设核心生产基地2428个,面积超过1000万亩,生产和仓储设施条件进一步改善,特色产品供给能力进一步提升。健全特色品质指标体系,每年组织对50个产品开展品质监测和评价,建立品质数据库,推动出台质量分级行业标准60余项。

强化追溯监管,推行地理标志农产品质量安全风险监测和监督抽查全覆盖,推广“地理标志农产品+承诺达标合格证+追溯”等智慧监管模式,加强种养过程管控和产品质量追溯。例如,赣南脐橙使用“区块链溯源+合格证”,实现全程可追溯,



扫描查看地理标志农产品典型案例

助力品牌价值超过600亿元。

“这些成果的取得为地理标志农产品的质量保障提供了重要支撑,实现了特色风味品质的有效保持和提升,促进了良好有序生产,显著提高了我国地理标志农产品的市场竞争力和国内外认可度。”邱静说。

值得一提的是,为厘清产品品质与独特地域和独特生产方式关联,地理标志农产品特征品质监测鉴定已逐步开展。对地理标志农产品品质监测鉴定主要包括产品成分、营养价值、风味特征等,通过长期监测鉴定,可确保产品风味品质的稳定性和一致性。“这有助于提升产品的竞争力和市场认可度,吸引更多消费者购买,推动地方农业和经济的发展。同时,地理标志农产品特征品质监测鉴定可以明确产品品质是否稳定,确保其真实性和合法性,保护消费者的权益,避免受到假冒伪劣产品的侵害。”邱静介绍。

文化内涵提升地标农产品附加值

□□ 农民日报·中国农网记者 于涵阳

随着生活水平的提高,消费者越来越重视农产品的品质及其附加的文化价值。独特的加工工艺和除杂人口的历史典故能提高地理标志农产品的品味和档次,进而使得消费者更加青睐。

地理标志农产品相较于普通农产品或者其他品牌农产品,在文化属性方面有哪些特色? 在塑造人文内涵、传播农耕文化方面,地理标志农产品发挥了哪些独特作用? 对于这些问题,南京农业大学中国地标文化研究中心主任伽红凯给出了答案。

“我家门前,一片桑田,采桑养蚕,岁岁年年……”在四川绵阳涪城区,一曲《蚕乡故事》道出了涪城人民对于“涪城蚕茧”的真挚情感。

伽红凯表示,在长期的生产实践中,各地人民围绕当地地理标志农产品,创造了丰富多彩的农耕文化、饮食文化和民俗风情。

大多数地理标志农产品具有可追溯的种养历史,少则三五十,多则几百年甚至几千年。古人编纂的

地方志中往往会记载当地的“物产”或“土产”等资源,如今的地理标志农产品多源于此。

除了自然环境因素,历史人文积淀也是地理标志农产品的重要组成部分。围绕地理标志农产品生产的全过程,诸多民俗节庆、风土人情、诗词歌赋、典故传说、书法绘画等文化相伴而生,茶文化和酒文化等成为一方代名词。这些包含于地理标志农产品内部、凝结着劳动人民生产生活智慧的传统知识与文化要素,在民众生产生活中被援引交流、传播,进而形塑了多元文化样态。伽红凯认为,保护农业地标文化,促进其创造性转化与创新性利用,实际上也是在传承和弘扬当地的优秀传统农耕文化。

此外,地理标志农产品一般具有特定的生产方式,对产地要求、品种范围、生产控制及产后处理等方面有特殊要求,因此标准化是保障地理标志农产品品质的有效措施。通过发掘优异种质资源、提纯复壮地方特色品种、采用绿色标准化技术生产,各地打造出了一批地域特

色突出、知名度高、有影响力的农产品品牌。

作为一个地区特色产品的代名词,地理标志农产品承载着乡愁和味蕾思念。伽红凯认为,通过对地理标志农产品进行认证,客观上能够增强人们对家乡文化的认同和自信,让徘徊在现代化边缘的传统生产生活方式得到肯定和支持。

与此同时,近年来随着《中欧地理标志协定》的签署,地理标志农产品成为中国文化与世界文化交流的一张金名片,这对于推动我国优秀传统文化农耕文化对外输出发挥了重要作用。

“立足乡村特色资源,开发具有鲜明地域特点和乡土特征的农产品,可以有效增强农产品市场竞争力,值得大力推动。”伽红凯说。

多年来,地理标志农产品保护工程突出特色文化传承,积极挖掘具有农耕性质、民族特色、地域特点的农事习惯和乡土文化,以地理标志农产品为承载,坚持保护、发展、利用并重,促进农耕文化、乡土文化和饮食文化的融合发展。

增强品牌竞争力 擦亮地标“金字招牌”

□□ 农民日报·中国农网记者 欧阳靖雯

一方水土一方风味。在我国960万平方公里的国土上,自然禀赋与生产方式的组合,成就了各地的专属味道。兰溪杨梅、洛川苹果、茂名荔枝、百色芒果……众多曾经的乡野特产,早已逆袭成为深入人心的地理标志农产品。作为有特色、有文化、有故事的特殊产品,地理标志农产品蕴含着丰富的乡味、乡思、乡情,能使我们看得见山、望得见水、记得住乡愁。

地理标志农产品是农产品闯市场的“金字招牌”。据统计,截至2022年,共登记3510个农产品地理标志,相关产值已超过万亿元。纵观增长曲线,地理标志数量稳步提升,市场主体数量持续增加,规模逐步扩大。中国农业科学院农业资源与农业区划研究所研究员宋敏介绍,近四年通过实施地理标志农产品保护工程,共支持了883个地理标志农产品保护和发展,建设核心基地2428个,覆盖种养规模约9000万亩,累计带动1400万户农户增收约490亿元。

“较普通农产品而言,地理标志农产品更具有市场竞争优势。”宋敏认为,当前,我国农产品供应充足,农业正在从增产向提质导向转变。消费者对农产品的关注重点已经由“有没有”“够不够”向“好不好”“优不优”转变,地理标志农产品符合消费者多样化、个性化、品质化消费需求,日益受到消费者喜爱。

消费者对地理标志农产品更容易建立品牌信任度和美誉度。“鲜明的地域特征,更严格的产前、产中和产后保障,政府牵头、多方参与共同推进品牌化建设,这些都更容易提高地理标志农产品品牌的知名度和认可度。”宋敏表示,与一般企业的产品商标不同,地理标志农产品更加具备“公信力”。

宋敏认为,从产业发展的角度来看,地理标志农产品能够有效提高产产品溢价收益、延伸产业链条、提升价值链以及推动产业集群形成。地理标志农产品不仅要产出来、管出来、讲出来,更要卖出来。数据显示,在国外,地理标志农产品价格比普通产品平均高出30%以上,从国内调查情况看,许多地理

标志农产品登记后产值也提高20%以上。宋敏举例,2015年2月获得农产品地理标志登记保护的“百色芒果”,产地销售价从保护和用标前的5.1元/公斤,近年同期已上涨到7.5元/公斤,其中优等果品高达24元/公斤。

地理标志农产品因具有独特的区域生产优势,相对容易引来各种投资,打造供应链,延伸产业链,提升价值链,构建产业融合发展新格局。以定西马铃薯为例,在培育研发马铃薯鲜食品种之外,形成了以精淀粉、全粉、变性淀粉及其衍生产品、主食化系列食品为主,上下游配套、产业链完整的集群化加工产业体系,加工能力达到70万吨。

同时也要客观看到,不少地理标志农产品依然存在优质不优价的现象。未来要准确分析消费需求,深度挖掘地域农耕文化精髓,进一步提升地理标志农产品价值;强化加工包装、储藏保鲜、电商服务等建设,补齐线下冷链、物流设施短板,拓展线上销售渠道;持续擦亮地理标志农产品“金字招牌”,不断将农业品牌优势转化为市场优势。

■ 动态资讯

上海 首届长三角绿色优质农产品推广周活动举办

□□ 农民日报·中国农网记者 丁乐坤

日前,2023浙江名优土特产品展示展销暨首届长三角绿色优质农产品推广周活动在上海农业展览馆成功举办。

此次活动是长三角地区一市三省首次携手展示展销绿色优质农产品,搭建了一个打响绿色优质农产品品牌的大平台。今后江苏、浙江、安徽将轮流坐庄在上海举办长三角绿色优质农产品推广周活动,将活动打造成为长三角具有一定影响力、有口皆碑的展会品牌。

据统计,活动期间逛展人数近2万人次,到场采购商105家,现场销售539.06余万元。上海佳素实业有限公司与杭州祖名豆制品股份有限公司、上海西郊水果批发市场与安徽省砀山县鑫银水果专业合作社等签署销售合同达1806万。此外,洪泽湖螃蟹等产品达成意向合同约3087万元。活动期间,浙江的处州白莲、鄞州雪菜、黄粟西瓜,上海的奉贤南瓜、仓桥水晶梨,江苏的兴化沙沟鱼圆、南京桂花盐水鸭、宝应荷仙香糯莲藕,安徽的格瑞菊花、白湖大米等人气产品受到市民的追捧,展示首日即脱销。

此次活动主要有五个特点:突出长三角一体化。上海、江苏、浙江、安徽成立长三角绿色优质农产品一体化发展工作小组,“一市三省”签订绿色优质农产

品一体化发展协同合作意向书,确立一体化发展的协作机制,推进深度合作;突出农产品绿色优质化。此次活动参展产品涵盖粮、油、果、菜、茶、中药材、水产品、预制菜等多个种类。产品以绿色食品、地理标志农产品为主,既是“一市三省”重点培育的乡村特色产业和绿色优质农产品代表,也是有特色、有文化、有故事的家乡味道;突出展会形式多样化。此次活动集吃、逛、玩一体,期间举办12场农产品推介活动,开设小吃摊位,举办直播活动,吸引线上线下近60万人次参与,打造了一场融品鉴体验、商贸洽谈、文化传播、知识科普于一体的小型农业嘉年华;突出各地产品特色化。展馆设置沪苏浙皖“一市三省”的专馆,浙江馆以宋韵文化为主基调,展示浙江“一标一品一产业”融合发展新篇章。上海以城市精神为口号,展出一批极具本土特色区域公用品牌农产品。江苏馆以泰州市作为代表,展出具有江苏特色的优质农产品。安徽馆汇集16个市的当家农产品和龙头企业,各式优质绿色产品百花齐放;突出办展数字化。此次活动推进展示展销活动线上线下深度融合,线下参展企业入驻网上农博平台,打造绿色食品及地标农产品两大展区,开展浙江名优土特产专场直播,限时抢购及农博好礼三大营销活动。

内蒙古 MAP溯源技术为河套小麦品质护航

□□ 农民日报·中国农网记者 李浩

近日,伴随着联合收割机的轰鸣声,在内蒙古巴彦淖尔磴口县包尔盖MAP beSide全程品控溯源农场奏响了河套小麦的收割进行曲。这是先正达集团中国下属中化现代农业(宁夏)有限公司与内蒙古恒丰集团银粮面业有限责任公司共建的农场,按照MAP(现代农业技术服务平台)全产业链模式,种植着3000亩全程品控溯源小麦。

“我们看重的就是中化农业MAP的智能化溯源能力,它十分符合恒丰产品的全程溯源理念和产品要求。”内蒙古恒丰集团银粮面业有限责任公司副总经理刘勇表示,MAP既能通过遥感、气象、区块链等技术应用,实现小麦全程智能化田间管理,也能通过精量水肥、测土配方、病虫害防治等科学种植技术实现小麦品质提升。

刘勇介绍,河套的雪花粉在目前国内小包装面粉中品质居行业前列,而只有巴彦淖尔种植的“永良4号”小麦可以制出河套雪花粉,出了河套灌区,不论是同品种的小麦,或是进口的优质小麦,都配不出这种品质。因此,全程品控溯源更能保障其品质。

甘肃 “高原宏”靖远地标产品体验馆入驻兰州

□□ 王星诺

近日,“高原宏”靖远地标产品体验馆揭牌仪式在甘肃省兰州市举行。据悉,“高原宏”是兰州市唯一一家有机枸杞旗舰店,不仅是兰州市民了解甘肃靖远的窗口,也是展示“厚道甘肃 地道甘味”的重要线下推介平台。

“靖远枸杞”是国家地理标志保护产品,先后入选“甘味”农产品区域公用品牌、全国名特优新农产品目录。“高原宏”靖远地标产品是甘肃恒泰泽生物科技有限公司主推的有机枸杞品牌,随着“高原宏”靖远地标产品体验馆开业,“靖远枸杞”迈出走向全国乃至全世界

的第一步。

“我们将着力挖掘地标产品的品牌价值 and 营销潜力,健全品质支撑、宣传推介和线上线下营销体系,全面提升‘靖字号’农产品的核心竞争力和市场占有率。”靖远县县长许伟民介绍,随着“高原宏”靖远地标产品体验馆的揭牌运营,开启了靖远特色农产品全域营销的新模式,是该县地标产品“产—供—销”一体化发展的又一创新力作,将有效扩大靖远枸杞、靖远文冠果等农特产品市场影响力,进一步拓展特色农产品的销售市场,让兰州乃至全国广大消费者能够零距离体验“有机好枸杞、养生文冠果”的靖远特色。



山东省潍坊市寿光地利农产品物流园检验检测中心内,工作人员正在对每日进场的蔬菜进行抽样检测。

农民日报·中国农网记者 侯雅洁 摄

坚持品种培优 夯实保护之基