

# 2016 年 世界有机农业概况与趋势预测



FiBL（瑞士有机农业研究所）授权  
正谷有机农业技术中心翻译整理





本项目由正谷有机农业基金支持

# 序

一年一度的有机产业发展统计年鉴又于2016年2月中旬在德国纽伦堡的世界有机博览会期间正式发布了，这是IFOAM国际有机联盟（IFOAM-OI）与瑞士有机农业研究所（FiBL）长期合作的产物，今年发布的是这两个机构合作编写的第十七期年鉴了。从发布的内容和数据看，信息越来越全面和准确，信息的来源也越来越多样化。在全球经济发展动荡不断的形势下，世界有机产业一枝独秀，始终保持着持续平稳增长的势头，充分证明了这个产业的勃勃生机和良好发展前景。

2015年在韩国槐山郡举办的世界有机农业大会上，IFOAM国际有机联盟联合其他世界著名的有机机构发布了“有机农业3.0时代槐山宣言”，这是世界有机产业发展过程中一个里程碑式的文件，表明这个产业在经历了1920年代开始的先驱们描绘愿景的有机1.0时代，以及1970年代开始的制定与实施民间标准、政府规范和有机广被认可的有机2.0时代后，现在已经进入了强调全面创新、真正持续和团结合作的有机产业新时代，即有机3.0时代。

有机3.0时代有6大特征，一是“创新文化”，强调以创新为基础的对新技术的前瞻性评估和应用；二是“持续发展”，强调以生态、社会、经济、文化和责任为目标，在有机产业整个价值链中的每个环节都实现符合本地情况的持续改进和发展；三是“透明诚信”，强调产业所涉及的所有层次的民间与政府之间建立起以公开透明为基础的诚信体系；四是“包容合作”，强调以求同存异的原则建立起与有相同理念与共同愿景的所有相关组织间的信任与合作；五是“整体发展”，强调从农田到市场的整体性与系统性管理，坚持小农户的核心地位，重视男女平等、公平贸易、消费者保护等关键因素；六是“价真价实”，强调建立公开透明的包括经济环境生态社会等因素在内的真实成本核算方法，据以导出有机产品的真实价值，在此基础上确定公平合理的真实价格。很明显，世界有机产业在经历了多年的快速发展阶段后已经进入了强调提高质量，扩大影响，并逐渐融入主流的新阶段，这与我国进入新常态和强调供给侧改革十分相符。

由于语言障碍，我国有机界十分缺少关于世界有机产业发展动态的中文信息，正谷（北京）农业发展有限公司已经连续五年义务承担起翻译、印制和传播世界有机农业统计年鉴的任务，为我国的有机从业者及时地带来了大量和权威的全球产业信息，正谷公司的这种长期坚持服务大众的精神实在是难能可贵。考虑到世界年鉴在信息上的某些滞后性，今年正谷公司还在摘译世界年鉴大量数据的同时添加了关于有机3.0时代的详细信息，让读者能及时了解和跟上最新的产业发展形势，从而使该手册具有了更大的实用意义。我们在此要向正谷公司以及参与这本手册的翻译、编排、印刷和发行的所有人员表示衷心的感谢。

IFOAM 国际有机联盟世界理事、IFOAM 亚洲理事会主席 周泽江  
2016年5月12日

# 正谷序

从2000年开始，国际权威有机产业咨询机构有机农业研究所（FiBL）和IFOAM国际有机联盟（IFOAM-Organics International）会在每年2月份的德国纽伦堡国际有机食品展览会期间，联合发布《世界有机农业概况与趋势预测》（*The World of Organic Agriculture: Statistics & Emerging Trends*），即“世界有机农业统计年鉴”，这是整个展会最受关注的一场报告会。这本统计年鉴，也是国际有机从业者和爱好者最为期待的一本书。

正谷有机农业团队每年会组织参加德国有机展会和这场主题报告会。报告会所传递出来的数据，来年国际有机理论、技术、消费的趋势，也使正谷同事们备受鼓舞。我们希望通过自己的努力让更多的有机从业者分享到这些信息，因此，从2012年开始，正谷有机农业技术中心组织志愿者，连续五年将这本统计年鉴翻译成中文版《世界有机农业概况与趋势预测》（以下简称趋势册），希望与国内有机同仁们分享！

这本书自翻译以来，得到了很多人的鼓励和肯定，农业类院校、农业科研机构、认证机构、国际环保组织、有机企业以及许多媒体都在转载和引用。很多有机爱好者年初就开始询问这本书的发布时间。非常开心，我们的努力可以与大家分享！我们深感工作还做得不够细致深入。在此，感谢这些机构和老师们在此书出版过程中给我们的诚挚建议和宣传支持！感谢IFOAM-OI和FiBL授权并支持我们翻译此年鉴，并将中文摘译版刊登在FiBL官网！感谢中国连锁经营协会、世界自然基金会、联合国环境规划署等支持此书翻译的机构！

这本书是在正谷有机农业技术中心赵惠娟和正谷海外基地部倪子墨的主编下，由志愿者共同完成的。志愿者中有正谷的同事，也有对有机热爱的国内外伙伴：赵惠娟、倪子墨、刘坤、田甜、刘铭、徐婷、李留阳、李天成、张友廷、张婷婷、姜禹成……正谷品牌文化部崔梦菊承担了本宣传册的排版和图表制作工作，在此一并感谢！

我们要特别感谢IFOAM-OI世界理事、亚洲主席周泽江先生！感谢周老师长期以来对我们的耐心指导和默默支持！

编译和印发本宣传册是为了让大家了解全球有机农业的发展现状和趋势，限于篇幅，我们未对全书进行翻译，读者如需了解更多信息，可登录FiBL网站（<http://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2016/pdf.html>）和IFOAM网站（<https://shop.ifoam.bio/en/world-organic-agriculture-statistics-and-emerging-trends-2016>）索取英文相关材料。

正谷联合创始人 邢建平博士  
2016年4月20日



## 发展有机农业的原则：

### 健康原则（Principle of HEALTH）

有机农业应当将土壤、植物、动物、人类和整个地球的健康作为一个不可分割的整体而加以维持和加强。

这一原则指出，个体与群体的健康是与生态系统的健康不可分割的，健康的土壤可以生产出健康的作物，而健康的作物是健康的动物和健康的人类的保障。

### 生态原则（Principle of ECOLOGY）

有机农业应以有生命的生态系统和生态循环为基础，与之合作、与之协调，并帮助其持续生存。

这一原则将有机农业植根于有生命的生态系统中，她强调有机农业生产应以生态过程和循环利用为基础，通过具有特定的生产环境的生态来实现营养和福利方面的需求。对作物而言，这一生态就是有生命的土壤；对于动物而言，这一生态就是农场生态系统；对于淡水和海洋生物而言，这一生态则是水生环境。

### 公平原则（Principle of FAIRNESS）

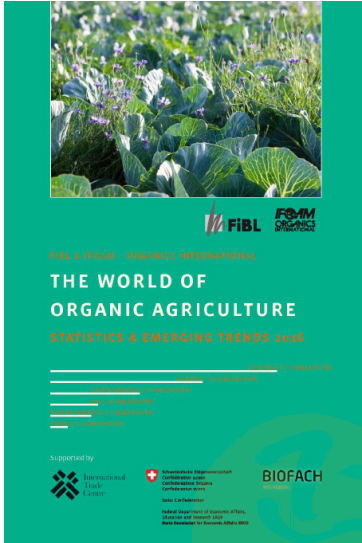
有机农业应建立起能确保公平享受公共环境和生存机遇的各种关系。

公平是以对我们共有的世界的平等、尊重、公正和管理为特征的，这一公平既体现在人类之间，也体现在人类与其他生命体之间。

### 关爱原则（Principle of CARE）

应以一种有预见性的和负责任的态度来管理有机农业，以保护当前人类和子孙后代的健康和福利，同时保护环境。

这一原则强调，在有机农业的管理、发展和技术筛选方面最关键的问题是实施预防和有责任心。



***The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2016***

**Editors:** Helga Willer and Julia Lenoud

Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM-Organics International, Bonn



## 2016 年发布的全球有机农业关键指标和主要国家

指标	世界	主要国家
具有有机认证数据的国家	2014* : 172个国家	新增的国家或地区：基里巴斯、波多黎各、苏里南、美国维尔京群岛
有机农地	2014 : 4370万公顷 ( 1999 : 1100万公顷 )	澳大利亚 ( 1720万公顷 ; 2013年数据 ) 阿根廷 ( 310万公顷 ) 美国 ( 220万公顷 ; 2011年数据 )
占有农地份额	2014 : 0.99% ( 2013 : 0.98% )	福克兰群岛/马尔维纳斯群岛 ( 36.3% ) 列支敦士登 ( 30.9% ) 奥地利 ( 19.4% )
非农业有机面积 ( 主要是野生采集 )	2014 : 3760万公顷 ( 2013 : 3510万公顷 ; 1999 : 410万公顷 )	芬兰 ( 910万公顷 ) 赞比亚 ( 680万公顷 ) 印度 ( 400万公顷 )
有机生产者	2014 : 230万 ( 2013 : 200万 ; 1999 : 20万 )	印度 ( 650000人 ; 2013年数据 ) 乌干达 ( 190552人 ) 墨西哥 ( 169703人 ; 2013年数据 )
市场份额		丹麦 ( 7.6% ) 瑞士 ( 7.1% ) 奥地利 ( 6.5% ; 2011年数据 )
有机市场规模	2014 : 800亿美元 ( 1999 : 152亿美元 )	美国 ( 271亿欧元 ; 359亿美元 ) 德国 ( 79亿欧元 ; 105亿美元 ) 法国 ( 48亿欧元 ; 68亿美元 )
年人均消费	2014 : 11美元 ( 8.3欧元 ) ( 2013 : 10.05美元 )	瑞士 ( 221欧元 ) 卢森堡 ( 164欧元 ) 丹麦 ( 162欧元 )
具有法规的国家	2015 : 87个国家 ( 2013 : 82个国家 )	
IFOAM会员机构数量	2015 : 来自117个国家的784个会员 2014 : 来自120个国家的815个会员 2013 : 来自114个国家的732个会员	德国 : 91个会员机构 中国 : 57个会员机构 印度 : 44个会员机构 美国 : 40个会员机构

来源：2016 FiBL 调查；

全球市场数据：来自“有机观察”（Organic Monitor）

\*2014 年，IFOAM 国际有机联盟（IFOAM-OI）联合瑞士有机农业研究所（FiBL）开展对全球范围有机产业发展的调研，经过一年多的数据统计与分析，于 2016 年 2 月在德国 BioFach 展会上发布了最新数据。到 2016 年已经连续 17 年发布世界有机农业统计年鉴。

# 目录

## 01 全球有机农业概况

---

1) 世界有机农业用地与市场概况	01
2) 标准和实施规则	09
3) 几种作物的数据统计结果	12
A 蔬菜	12
B 谷物	13
C 柑橘类水果	15
D 葡萄	16
E 可可豆	17
F 咖啡	19
G 橄榄	20
4) 商品案例研究	22
可持续产品市场：2015 年数据和发展趋势	
5) 全球有机食品（含饮料）市场	29
6) 各大洲有机农业	32
亚洲	38
非洲	40
欧洲	45
北美洲	54
拉丁美洲和加勒比海地区	56
大洋洲	58
7) 一些典型国家有机农业	61
美国有机农业	61
瑞典有机农业	65
澳大利亚有机农业	68



## 02 发展趋势

---

目录	74
前言	75
1) 执行摘要	77
2) 内容简介	79
3) 背景：有机 1.0-2.0-3.0 继续前行	80
背景	80
有机 1.0 时代 - 来自全球的先驱	80
有机 2.0 时代 - 规范期和执行期	81
有机 3.0 时代的需求	82
4) 有机 3.0 时代的框架	83
有机 3.0 时代的总体思路和目标	83
有机 3.0 时代的模式及其主要特征	84
6 个关键特征	85
5) 有机 3.0 时代——结果和影响	86
6) 有机 3.0 时代——对潜力的响应；确定操作目标	87
7) 付诸实施——让我们共同努力	88
实现有机 2.0 时代过渡到有机 3.0 时代	88
8) 下一步的工作	92

---

# 01 全球有机农业概况

---

## 一、全球有机农业概况

根据瑞士有机农业研究所（FiBL）对全球范围内 172 个国家（2013 年为 170 个国家）有机产业发展的最新调研，经过一年多的数据统计与分析，于 2016 年 2 月在德国 BioFach 展会上发布了截至 2014 年年底的最新数据。

### 1) 世界有机农业用地与市场概况

截至 2014 年底，全球以有机方式管理的农地面积为 4370 万公顷（包括处于转换期的土地）。有机农地面积最大的两个洲分别是大洋洲（1730 万公顷，占世界有机农地的 40%）和欧洲（1160 万公顷，27%），接下来是拉丁美洲（680 万公顷，15%）、亚洲（360 万公顷，8%）、北美洲（310 万公顷，7%）和非洲（130 万公顷，3%）（图 1）。有机农地面积最大的三个国家分别是澳大利亚（1720 万公顷）、阿根廷（310 万公顷）和美国（220 万公顷）（译注：中国的有机农地面积为 190 万公顷，世界排名第四位）（图 2）。

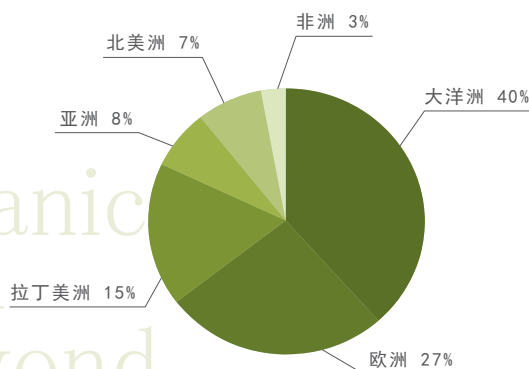


图 1 2014 年全球有机农地分布

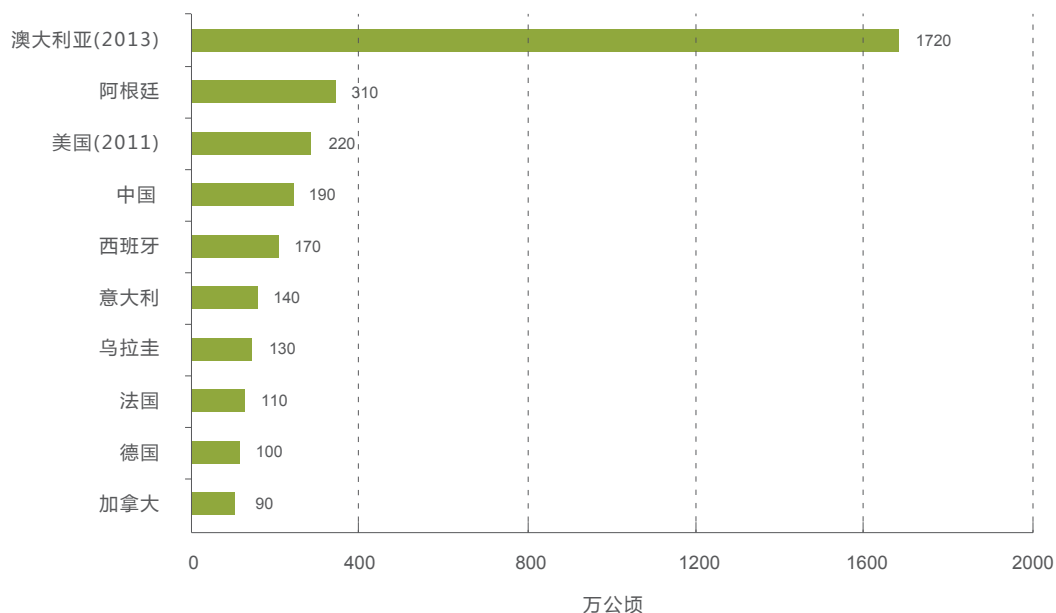


图 2 2014 年有机农地面积位列前十位的国家

## 1) 世界有机农业用地与市场概况

有机农地面积占调查所覆盖的国家总农地的 1%。从地域上看，有机农地占有率最高的两个洲分别是大洋洲（4.1%）和欧洲（2.4%）。欧洲中的欧盟国家有 5.7% 的农业用地为有机农地。部分国家有机农地的比例更高，超过 10% 的国家有 11 个，前三个国家或地区分别是福克兰群岛/马尔维纳斯群岛（36.3%）、列支敦士登（30.9%）和奥地利（19.4%）（图 3）。然而，还有 97 个国家或地区的有机农地占有率不足 1%（图 4）。

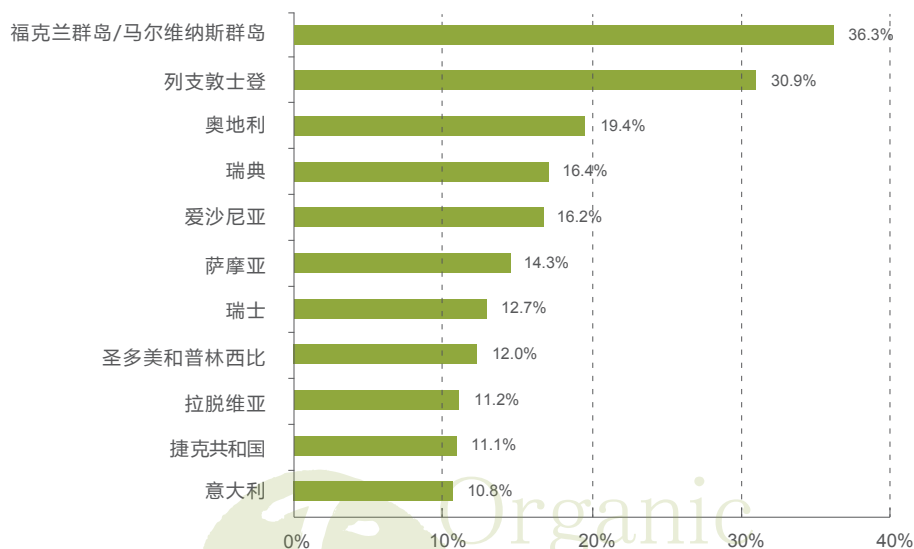


图 3 有机农地占有率位列前十一位的国家或地区

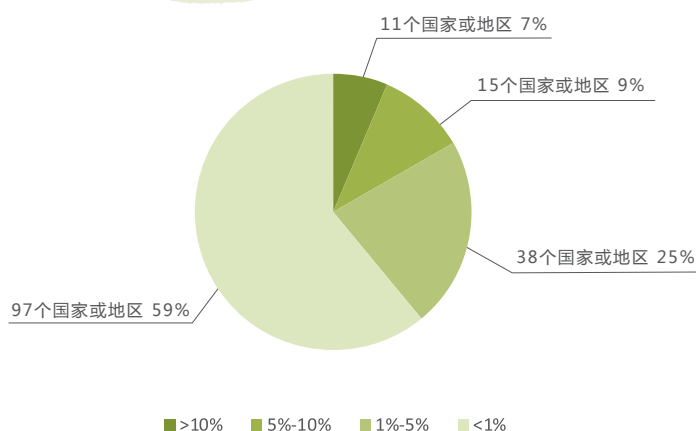


图 4 2014 年全球有机农地占有率位分布情况

与 1999 年的 1100 万公顷有机农地面积相比，2014 年有机农地面积几近其 4 倍。与 2013 年相比，2014 年全球有机农地面积增加了约 50 万公顷（+1%）（图 5）。

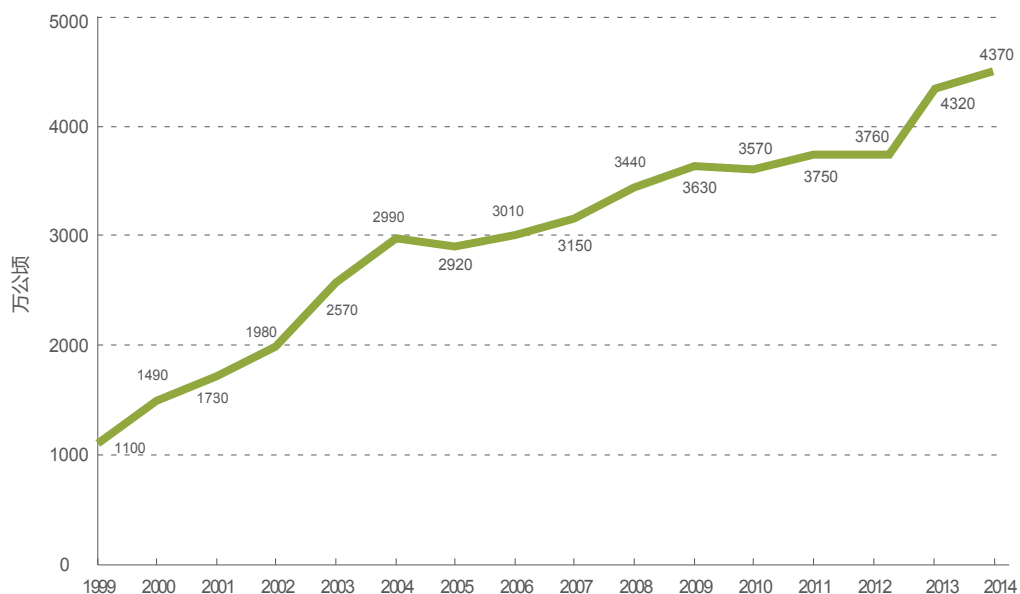


图 5 1999-2014 年有机农地发展情况

各大洲的有机农地都有所增长：欧洲增加了约 23 万公顷（+2%）；非洲增加了约 3 万公顷（+5.5%）；亚洲增加了 14 万公顷（+4.7%）；拉丁美洲增加了约 18 万公顷（+2.7%）；北美洲增加了 3 万公顷，约 1% 的面积（美国数据并未更新，采用 2011 年数据）（图 6）。有机农地面积相对增加最多的几个国家是尼日利亚、缅甸、汤加和马耳他。

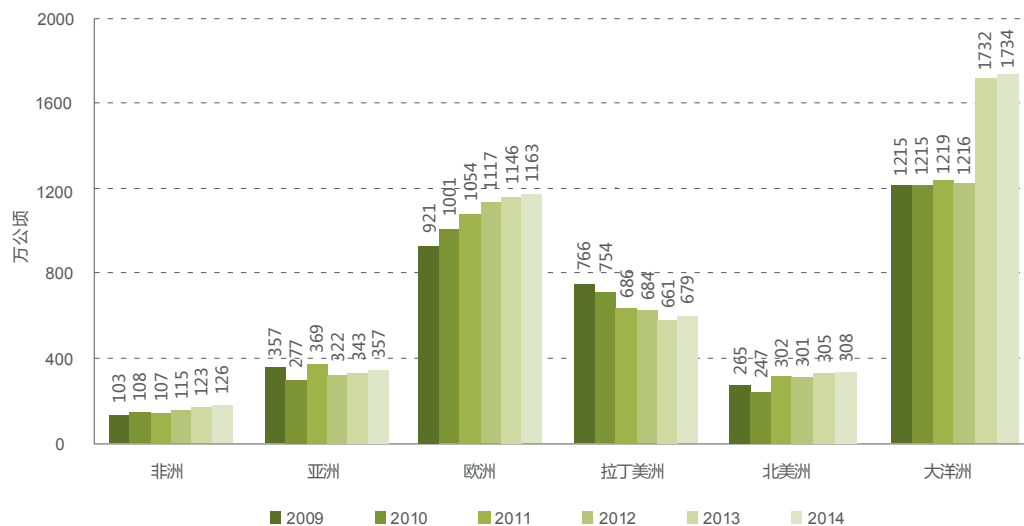


图 6 2009-2014 各大洲有机农地发展情况

## 1) 世界有机农业用地与市场概况

调查发现，有 69 个国家的有机农地面积有所增长，47 个国家有机农地面积减少，49 个国家数据没有变化或者最新数据没有上报。有机农地面积增幅最大的国家是乌拉圭，其次是印度、俄罗斯、西班牙和意大利（图 7）。

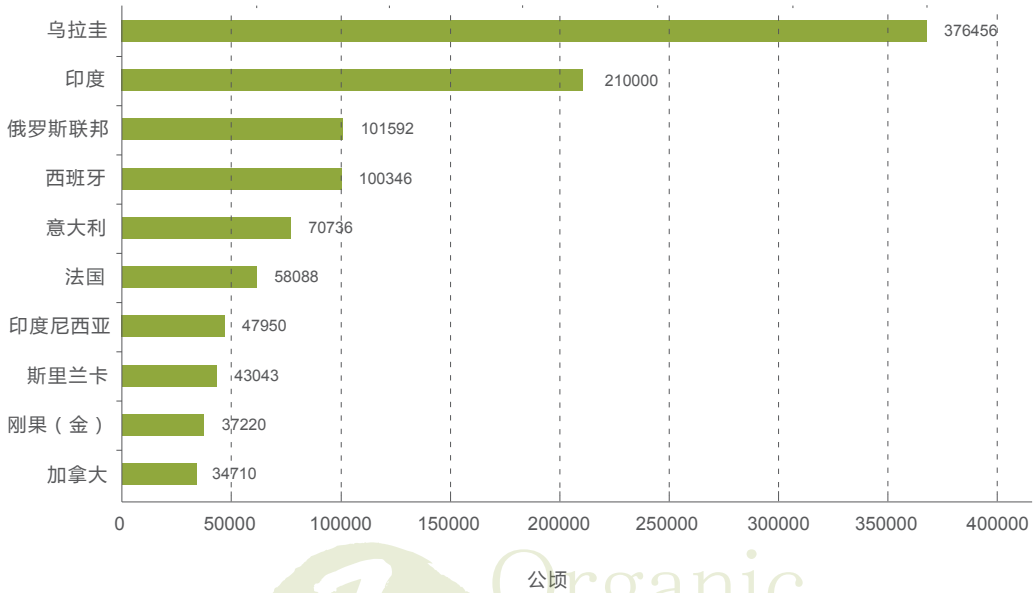


图 7 2014 年有机农地增幅列前十位的国家或地区

除了有机农地以外，还有其他形式的有机认证土地，大部分区域为野生采集用地，另外还有水产养殖、森林和非农业养殖用地，这些区域的总面积为 3755 万公顷。总体而言，全球约有 8120 万公顷有机土地。

2014 年，全球有机生产者数量为 230 万（2013 年为 200 万）。其中，40% 的有机生产者分布于亚洲，其次是非洲（26%）和拉丁美洲（17%）（图 8）。拥有有机生产者人数最多的三个国家分别是印度（650000 人）、乌干达（190552 人）和墨西哥（169703 人）（图 9）。全球大约 1/4 的有机农地（1170 万公顷）和超过 86%（190 万）的有机生产者分布于发展中国家和新兴市场（译注：中国有机农户数据没有统计）。

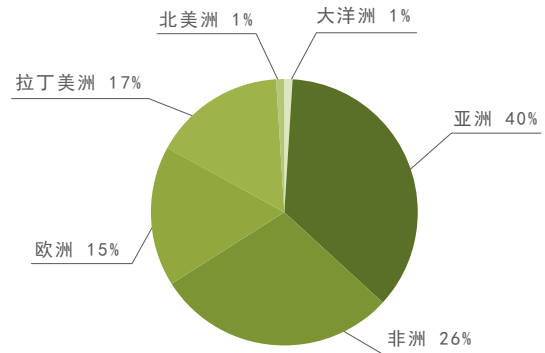


图 8 2014 年全球有机生产者分布情况

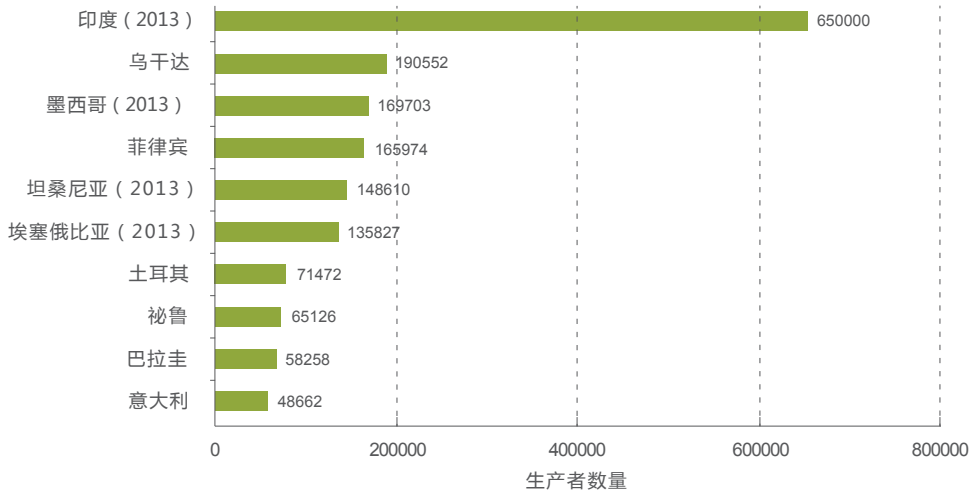


图 9 2014 年有机生产者数量位列前十位的国家或地区

在以有机方式管理的 4370 万公顷农地中，约 90% 的有机农地用途明确。但在一些拥有大面积有机农地的国家，如澳大利亚、巴西和印度，还缺少或者没有土地使用方面的详细信息。在用途明确的有机农地中，有机草场 / 牧区约占 2/3 (2750 万公顷)；季节性作物约占 1/5 (至少 850 万公顷，比 2013 年的 770 万公顷增加了 7%)，主要包括谷物 (336 万公顷)、青饲料 (257 万公顷)、油料作物 (98 万公顷)、蔬菜 (29 万公顷) 和蛋白作物 (87 万公顷)。

多年生作物占有机农地的 8%，达到了 340 万公顷。最重要的多年生作物有咖啡，面积为 70 多万公顷，几乎占多年生作物有机农地的 1/4，接下来是橄榄 (63 万公顷)、葡萄 (32 万公顷)、坚果 (29 万公顷) 以及可可 (25 万公顷) (图 10)。

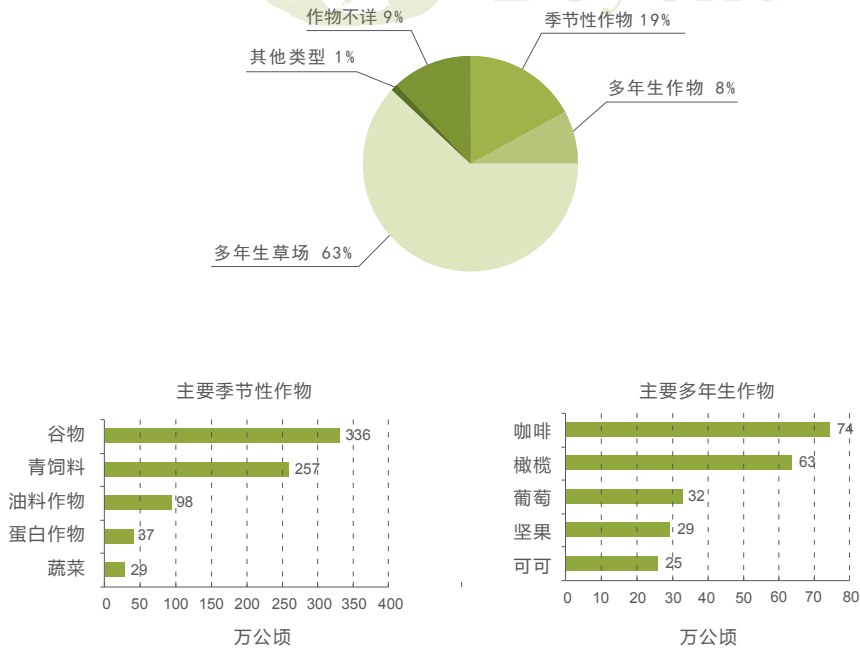


图 10 2014 年世界主要有机农地类型及作物种类

## 1) 世界有机农业用地与市场概况

2014年，野生采集区域（包括蜜蜂养殖）的面积为3740万公顷，与有机农地的分布非常不同，其集中分布在欧洲、非洲、亚洲和拉丁美洲（图11）。芬兰是拥有野生采集（主要是浆果）面积最大的国家，接下来是赞比亚（主要是蜜蜂养殖）和印度（译注：中国位于第八位，野生采集面积为114万公顷）（图12）。野生浆果、养蜂业、药用植物和芳香植物、非洲的牛油果和拉丁美洲的巴西坚果在野生采集中扮演着最重要的角色。

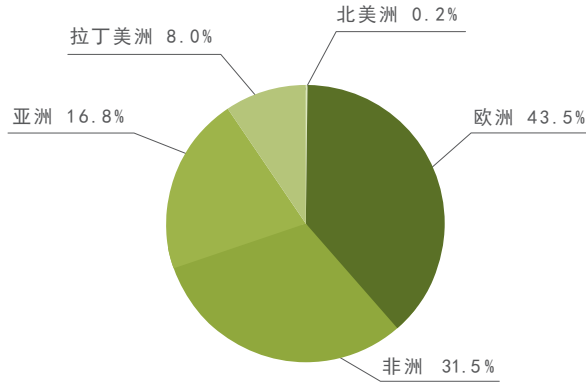


图11 2014年野生采集区域分布

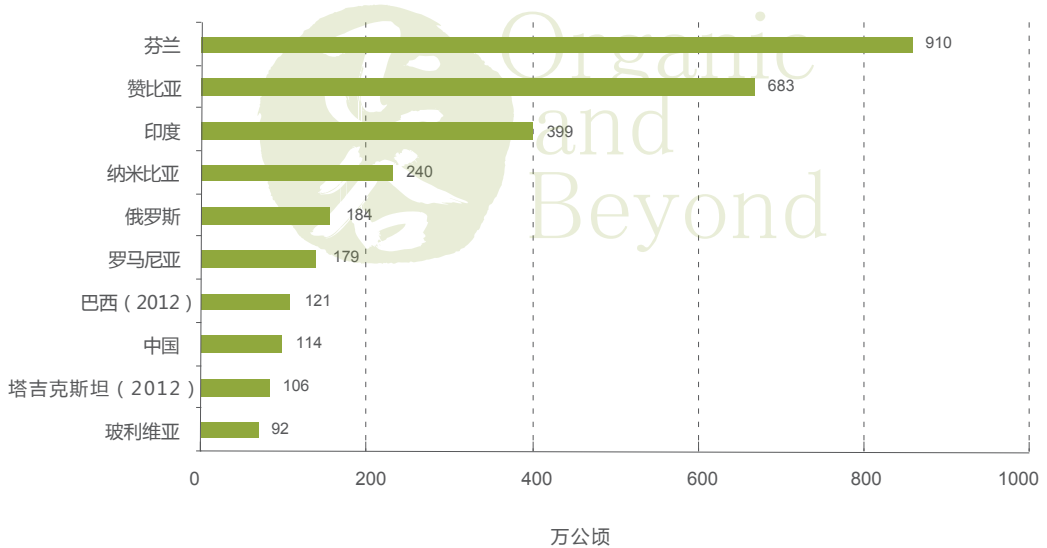


图12 2014年野生采集区域面积位列前十位的国家或地区

## 全球市场

2014年全球有机食品（含饮料）的销售总额达到了800亿美元。有机产品的销售额在过去十年间一直保持着良好的增长态势，“有机观察”（Organic Monitor）预计有机产品市场在未来几年将会持续增长。欧洲和北美洲拥有世界三分之一的有机农地，贡献了超过90%的销售额，亚洲、拉丁美洲和非洲虽已成为重要的有机农作物产区，但这些地区的有机产品主要用于出口。

2014年，全球最大的有机产品市场依然是美国、德国和法国，销售额依次为270.62亿欧元、79.10亿欧元和48.30亿欧元（译注：中国位于第四位，销售额为37.01亿欧元）（图13）。



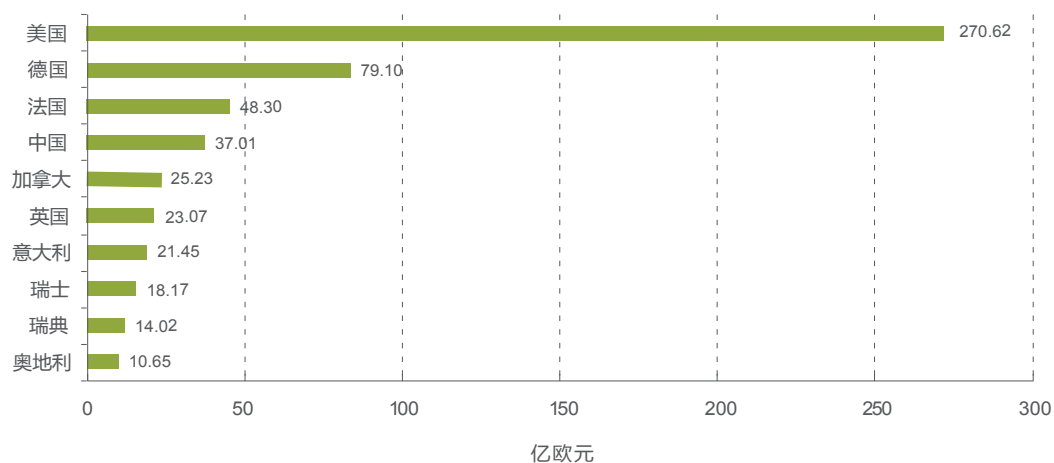


图 13 2014 年有机食品销售额位列前十位的国家或地区

最大的单一市场依然是美国，销售额为 270.62 亿欧元，约占全球总额的 43%，其次是欧盟（239 亿欧元）和中国（37 亿欧元），销售额占比分别为 38% 和 6%。从区域上来说，北美依然是第一位（296 亿欧元；47%），接下来是欧洲（262 亿欧元；42%）和亚洲（50 亿欧元；8%）（图 14）。

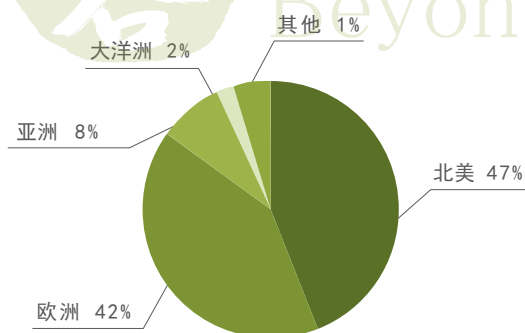


图 14 2014 年各区域有机销售额分布情况

全球有机食品人均消费最高的国家是瑞士（221 欧元）、卢森堡（164 欧元）和丹麦（162 欧元），瑞典（145 欧元）、列支敦士登（130 欧元）和奥地利（127 欧元），人均消费水平平均高达 100 欧元以上（译注：世界人均消费约 8.3 欧元，中国人均消费约 3 欧元（约 22 元 RMB），市场潜力很大）（图 15）。

1) 世界有机农业用地与市场概况

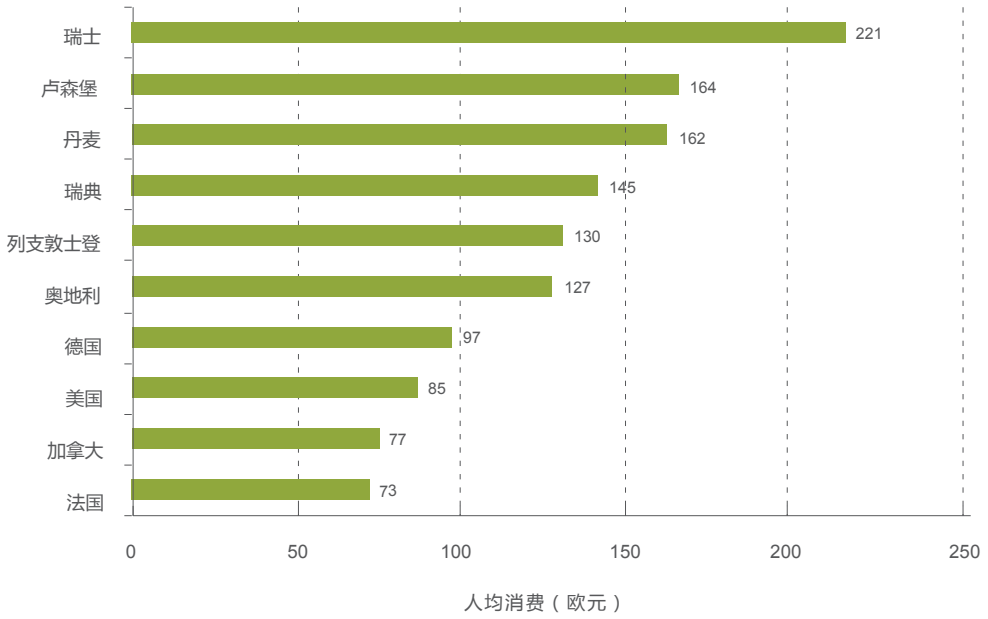


图 15 2014 年全球有机食品人均消费位列前十位的国家或地区

市场份额最高的国家为丹麦 (7.6%)、瑞士 (7.1%) 和奥地利 (6.5%; 2011 年数据) (译注: 中国有机市场份额约为 0.29%) (图 16)。

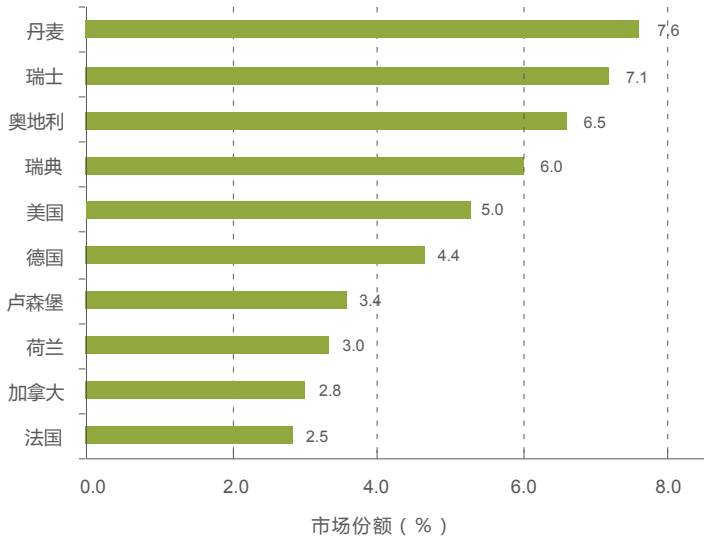


图 16 2014 年有机食品市场份额位列前十位的国家或地区

## 2) 标准和实施规则

欧盟委员会关于新的有机实施规则的提案，仍然是 2015 年欧盟年度主要议题。欧盟委员会于 2014 年 3 月发布的草案，规划了一个完整的修订条例，许多利益相关者认为对现有法规的修订需要更加详细和可行。通过欧洲议会、欧盟成员国和欧盟委员会内部和他们之间的紧张谈判，在以下主题达成共识，比如残留限量和控制体系。然而，其他议题，比如对进口体系的修订等还未达成共识。

### 世界各地的有机法规：现状

根据 FiBL 的调查统计显示，已有 87 个国家制订了有机标准，18 个国家正在起草法案。世界各地的法规数据由当局和专家收集。基于受访者的反馈，法规分为“没有完全实施”或“已完全实施”，但我们无法明确受访人提供的信息是否属实。我们接到了大多数国家当局和权威人士的反馈，并假定没有反馈的国家则没有通过关于有机产品的法规。需要说明的是一些已经有法规了，却没有执行。例如，当我们说“没有完全实施”时，涉及到的国家指近期才通过有机法规，仍然还在确定实施它的过程当中；也指有些国家虽然已经通过法规，但是没有提供必需的资源保证其实施。

有些国家并没有正式采用有机法规，他们也没有有机产品国家标准。这些标准从国家层面定义了有机产品，并且为有机认证活动提供了参考。他们通常没有预见实施由国家进行监督的国家标准的检查和认证体系的便利性。

### 联合国食品法典准则最新发展

无论私人机构、IFOAM 国际有机联盟和官方机构，还是联合国的一些组织，包括联合国粮农组织（FAO）、世界卫生组织（WHO）、联合国贸易与发展会议（UNCTAD）等，都有对明确和统一的准则的需求。食品法典委员会在 1999 年 6 月通过了植物生产指南，在 2001 年 7 月通过了动物生产指南。2013 年对指南进行了最新更新。

食品法典准则的附件列表，定义了什么样的物质可以被应用在有机食品和农耕体系中，同时也关注食品加工过程和新物质的使用标准。这个附件列表自 2005 年以来一直在被修订。食品法典委员会中负责食品标签的工作组（简称 CCFL，由加拿大政府支持）被任命负责该项工作。2009 年 7 月，经由 CCFL 提案，食品法典委员会通过了对附件列表的一些修正。其他的被讨论的物质，比如应用于肉类加工的亚硝酸盐、硝酸盐和抗坏血酸，与作为食品添加剂的磷酸盐，在有机食品法典指南中并不允许使用。2010 年，通过了一项新的修正条款，该条款提高了对鱼藤酮用于害虫防治的限制，鱼藤酮使用时，应该避免流入河流。

2011 年，经欧盟提议，CCFL 同意开展一项新的工作，评判是否将杀菌素、铜辛酸、碳酸氢钾列入法典，是否允许将乙烯用在柑橘植物上来预防果蝇，或是用在菠萝上诱导开花。2012 年 5 月，委员会决定：只能在已采取措施将对非目标物种的风险和抗性发展的风险降到最低的前提下，才能使用杀菌素。碳酸氢钾、辛酸铜（与其他铜制品条件相同）、乙烯被允许用在柑橘植物上预防果蝇和在菠萝上诱导开花。这些都被涵盖在有机食品法典里。

2011 年，CCFL 也同意重建由美国领导的工作小组，来处理对规章和允许投入物质名录的

修订。在 2012 年的会议上，决定了一个为期两年的结构化方案。

此外，CCFL 已同意将工作扩展到一个新的领域：有机水产养殖和海藻生产。2011 年，欧盟提交了第一个工作文件。2012 年 5 月及 2013 年 5 月 CCFL 的会议上，讨论了由欧盟重新起草的版本，并且广泛征求了与会者的意见。2014 年 10 月，CCFL 指出完善法案还需要做大量的工作，并且同意成立由欧盟领导的工作小组，使用英语、法语和西班牙语等语言，在下次会议召开之前来考虑收到的意见、解决目前分歧并且负责准备下届会议的提案。下届会议于 2016 年 3 月在加拿大召开，2015 年秋季，除 IFOAM 国际有机联盟外，欧盟以及许多其他国家，已经提交了详细的议题，准备在 2016 年 5 月在加拿大进行讨论。最具争议的问题有催熟剂的使用，再循环和可持续体系使用、饲养技术、喂养资源、激素的不用或限制使用、以及转换期。

### 主要经济体的进口需求

有机产品主要的进口市场为欧盟、美国、加拿大和日本。这些市场对有机产品的进口有着严格的制度。对于欧盟、美国和日本，只有经过各相关政府认可的认证机构进行认证后，有机产品才可以进口到这些国家。认证机构的批准需要符合或适合进口国的要求，可以通过两种方式达到：

- (1) 出口国与进口国的双边协定；
- (2) 进口国认证认可部门的直接认可。

#### 出口国和进口国之间的双边协定

大多数的进口国家（美国、欧盟、日本）都有双边互认的选择（比如说，选择承认另一个国家的控制体系和标准与本国的要求相符，则该国家认证的产品可以在本国市场上进行销售）。双边互认协议在很大程度上是政治协议，主要依靠政府的意愿和政治谈判，但也基于技术评估。

美国和欧盟这两大经济体已经签署了有机农产品互认协议，承认对方国家的有机标准和控制体系是等效的。欧盟的动物制品、美国的苹果和梨不在这个协议中，需要额外的认证。此外，水产品以及白酒产品在该协议框架之外。2012 年 7 月，协议开始生效。

美国 - 欧盟协议是第二个双边协议。第一个双边协议是 2009 年美国 and 加拿大签署的。在裁定等效的情况下，经美国农业部授权的认证机构，根据美国国家有机项目（NOP）标准认证的生产者和加工者，如果想在加拿大以有机产品的形式销售他们的商品，不需要再按照加拿大有机产品标准（COPR）来认证。同样的，按照 COPR 标准认证的加拿大有机产品可以在美国像原产地一样以有机产品销售，或者加贴有机标识。接着，美国和日本也签署了等效协议，于 2014 年 1 月 1 日生效。加拿大已经与欧盟、哥斯达黎加和瑞士签署了等效协议。

欧盟现在认可了 12 个国家的标准是与欧盟有机体系等效的（被称作第三国名单）。最新的变化是 2015 年 2 月新增韩国认证标准纳入欧盟市场体系，根据 2014 年欧盟与韩国达成的双边协定。从 2015 年 2 月 1 日开始，韩国接受由欧盟认证的有机产品。

美国已经接受认可很多外国政府的认证程序。由印度、以色列和新西兰根据美国的需求认可的认证机构被美国农业部许可后，可以根据美国 NOP 标准实施认证活动，虽然这些认证机构没有直接获得美国农业部的认可。这一水平的认可只针对认证认可程序，相应国家的认证机构同样还是需要满足 NOP 标准的要求，由美国承认并发放证书。

### 被进口国家接受的认证机构

美国、欧盟和日本对在其国家之外运行的认证机构的认可有选择的余地，但是实现这种认可的技术要求是很难达到的，而且相关的费用也是很高的。认证监管机构维持认证或者必要的认可需要很大的财力和人力。

只有经过欧盟委员会认可的认证机构或权威机构认证后的产品才允许进口到欧盟。欧盟更新了欧盟委员会条例（EC）NO1235/2008，公布了欧盟外国家申请同等标准或控制项目的被认可的控制机构和监管部门名单。从2012年7月1日，经过认证的欧盟成员国产品允许进口至所有欧盟国家。2014年7月，进口许可系统已经到期。美国NOP要求在美国加贴了有机标签的所有产品（包括进口产品）均需符合美国有机标准（或者符合等效协议的条款，如与欧盟、加拿大、韩国（2014.7.1始）、日本和台湾的等效协议）的等效协议。美国认证体系提供了认证机构可以作为代理机构开展美国标准认证项目的便利。开展检查项目的检查员必须经过NOP培训，并使用NOP的认证文件，而且认证证书只能由美国农业部授权的认证机构发放。这些认证机构地点是否在美国或者其他国家都不受影响。近百家获得授权的代理机构可以对种植和贸易领域涉及的USDA有机法规进行认证。大多数USDA认证的代理机构可以对全球任何地方种植和商业进行有机认证。



### 3) 几种有机作物的数据统计结果

#### A 蔬菜

全球有机蔬菜的种植面积 (29.0137 万公顷) 占总的蔬菜种植面积 (据联合国粮农组织统计, 2013 年将近 5700 万公顷) 的 0.5%。

全球四大主要的蔬菜生产国 (中国、印度、尼日利亚和土耳其) 中, 只有中国和土耳其的有机蔬菜数据可以获得。

有机蔬菜种植面积最大的几个国家是美国、墨西哥、波兰、意大利和中国 (均超过 2 万公顷)。美国的有机蔬菜种植面积将近 6 万公顷 (图 17)。

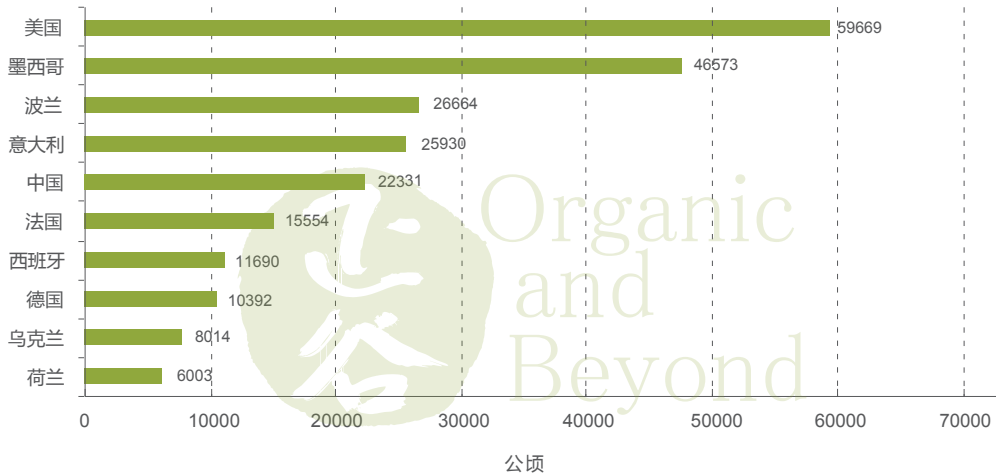


图 17 有机蔬菜：种植面积位列前十位的国家或地区

有机蔬菜种植面积比例最高的国家有丹麦、奥地利、波兰、瑞士和德国。它们也是欧洲有机食品市场份额最高的几个国家。

自有机土地使用和作物种植有数据统计记录以来 (2004 年), 蔬菜的种植面积达到原来的两倍多, 由原来的 10.5 万公顷到现在的 29 万公顷 (图 18)。当然, 其中一部分的增长应归因于对作物数据获取的持续改善。

遗憾的是, 只有大约一半面积的有机蔬菜有详细的种植信息 (种类、面积) 等, 其中, 大部分的土地面积 (4.4 万公顷) 用于豆类 (新鲜豆类蔬菜) 种植, 接下来是叶菜、块茎类蔬菜 (沙拉用蔬菜) 和果菜类蔬菜。

根据已经完成有机转换和处于转换期的蔬菜种植面积的现有数据表明, 超过 3/4 的有机土地已经完成转换。如果相关数据表明的是总面积的比例, 那么约有 13% 的土地正处于转换期。

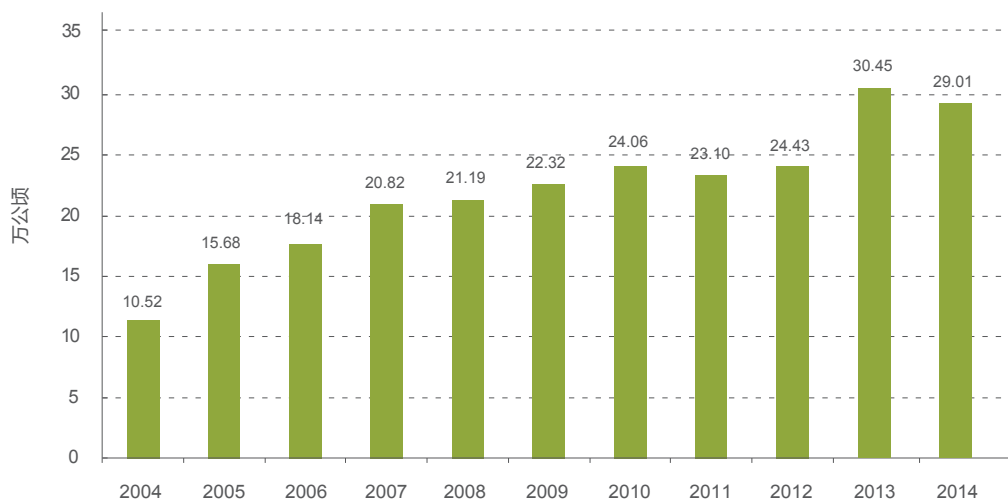


图 18 有机蔬菜：2004-2014 种植面积发展情况

## B 谷物

2014 年，至少 330 万公顷种植谷物的土地以有机方式进行管理。对比 2013 年联合国粮农组织数据库的统计数据，世界谷物收获面积达到了 7.14 亿公顷，其中 0.5% 的土地面积是以有机方式进行管理的。

谷物包括小麦、斯佩尔特小麦、大麦、燕麦、玉米、黑麦以及黑小麦（图 19）。

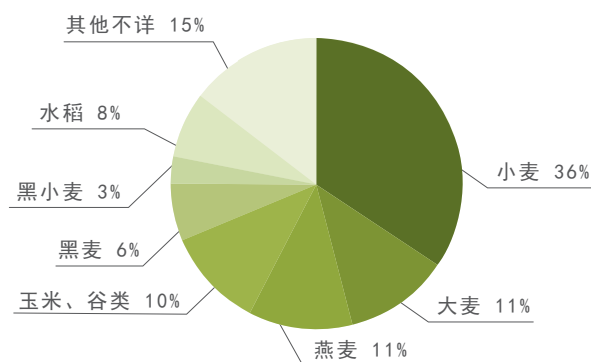


图 19 有机谷物：2014 年不同种类有机谷物所占比例

根据粮农组织提供的数据，全球主要谷物生产国是印度（9920 万公顷）、中国（9410 万公顷）、美国（5960 万公顷）和俄罗斯（4030 万公顷）。在这四个国家中，除了印度，其他国家的有机谷物的种植面积数据均可以获得。中国（56.58 万公顷）和美国（32.85 万公顷）是最大的两个有机谷物生产国家。中国有机谷物的种植面积占国内总的谷物种植面积的 0.6%；在美

### 3) 几种有机作物的数据统计结果

国有机谷物种植面积则占到了 0.55%；在美国之后的国家是加拿大（22.89 万公顷）和意大利（20.37 万公顷）（图 20）。

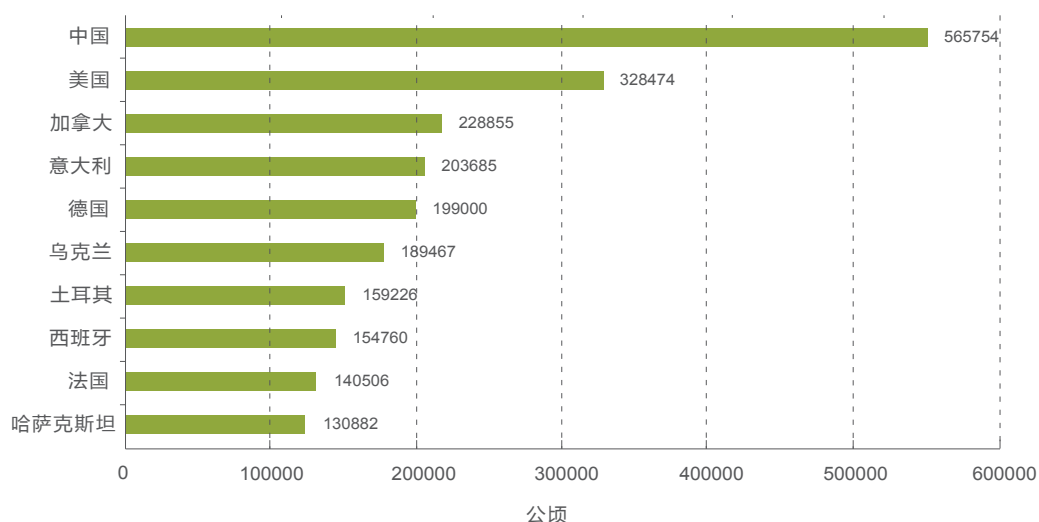


图 20 有机谷物：种植面积位列前十位的国家

一些国家有机谷物的种植面积比例远高于世界平均水平（0.5%）。例如，奥地利（12.2%）、瑞典（9.5%）、爱沙尼亚（8.7%）和玻利维亚（7.7%），均远远超过了 0.5%。

鉴于一些谷物主要生产国（例如印度、俄罗斯）很少或未提供耕地使用和作物细节信息，因此可以假定世界有机谷物的生产面积比本文所示的要多一些（图 21）。

现有数据表明，2014 年约有 12% 种植有机谷物的农田处于转换期（超过 50 万公顷）。这表明，近期有机谷物的供应将显著增加。



图 21 有机谷物：2004-2014 世界种植面积发展情况



## © 柑橘类水果

有机柑橘类水果包括柳橙、柠檬、酸橙、葡萄柚、柚子、柑橘和其他柑橘类水果。数据显示，全世界柑橘类水果有机种植总面积约是 7.52 万公顷，占柑橘类种植总面积（据联合国粮农组织统计，2013 年将近 960 万公顷）的 0.8%。鉴于一些柑橘类主要生产国——印度（97 万公顷）、巴西（80 万公顷）、和尼日利亚（79 万公顷）无农作物有机种植面积详细数据，因此可假定实际有机柑橘类种植面积比联合国粮农组织统计的数值更高。

世界最大的有机柑橘类水果生产国是意大利，种植面积约 2.98 万公顷，占意大利柑橘类生产总面积的 19.3%；其次是墨西哥（将近 1.20 万公顷，占比 2.1%）；再次是中国（0.79 万公顷，占比 0.3%）。其他国家情况请参考图 22。

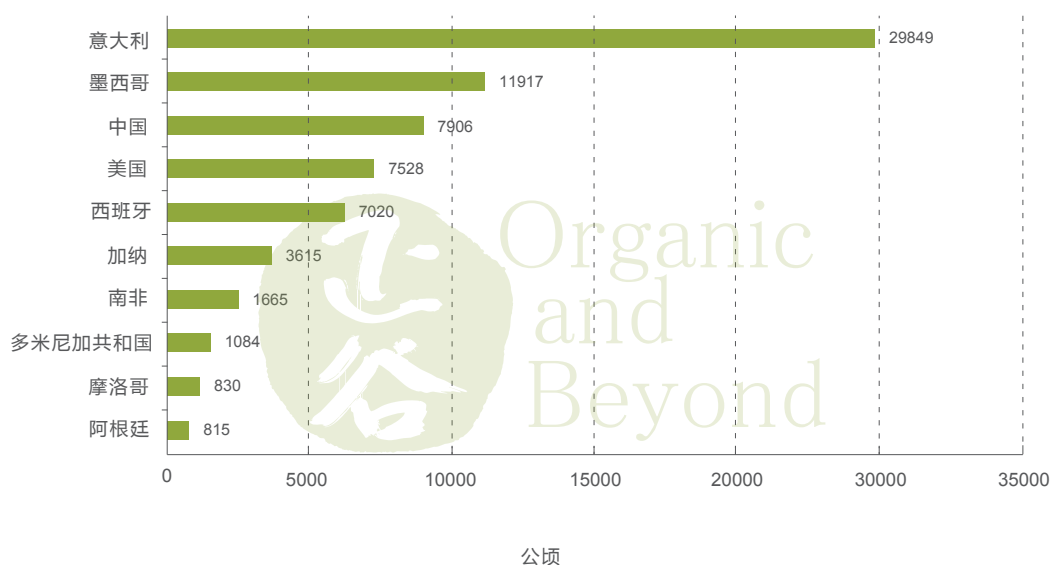


图 22 有机柑橘类水果：种植面积位列前十位的国家或地区

现有数据表明，布吉纳法索的有机柑橘类水果种植面积占比最高，为 33%；其次是意大利（19.3%）和加纳（15%）。

有机柑橘类水果的种植面积从 2004 年的 2.85 万公顷到 2013 年的 7.5 万公顷，有机种植面积几乎增加了两倍。

约有 2/3 的柑橘类水果有机种植区域的数据可获得更详细的信息：柳橙的种植面积占柑橘类水果种植面积的 44%；其次是葡萄柚 / 柚子，占 5%（图 23）。2014 年，至少有 20%（1.6 万公顷）的柑橘类种植土地处于有机转换期。这表明在不久的将来，有机柑橘类水果的供应将显著增加。

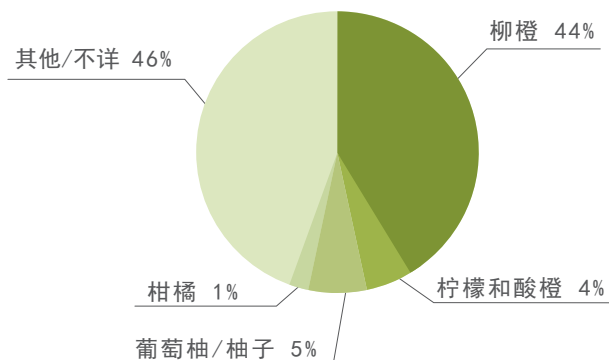


图 23 2014 年有机柑橘类水果土地利用情况

## D 葡萄

全球有机葡萄的种植面积超过 31.6 万公顷，占葡萄种植总面积的 4.5%（据联合国粮农组织统计数据显示，2013 年葡萄种植面积为 680 万公顷）。在欧洲，有机葡萄种植面积为 26.6 万公顷（占欧洲葡萄种植总面积的 6.8%）。

我们所统计到的数据中，并非所有的国家都种植酿酒用葡萄。鲜食葡萄和葡萄干对许多国家来说都非常重要，如土耳其。2014 年，全球最重要的五大葡萄生产国（西班牙、法国、中国、意大利和土耳其）都提供了有机葡萄种植面积的数据。

世界最大的有机葡萄生产国是西班牙、意大利和法国，种植面积均超过 6 万公顷。这三个国家的有机葡萄种植面积比例也最高（图 24）。全球将近 80% 的有机葡萄种植区域位于欧洲，剩下的种植区域平均分布在亚洲、北美洲和拉丁美洲。

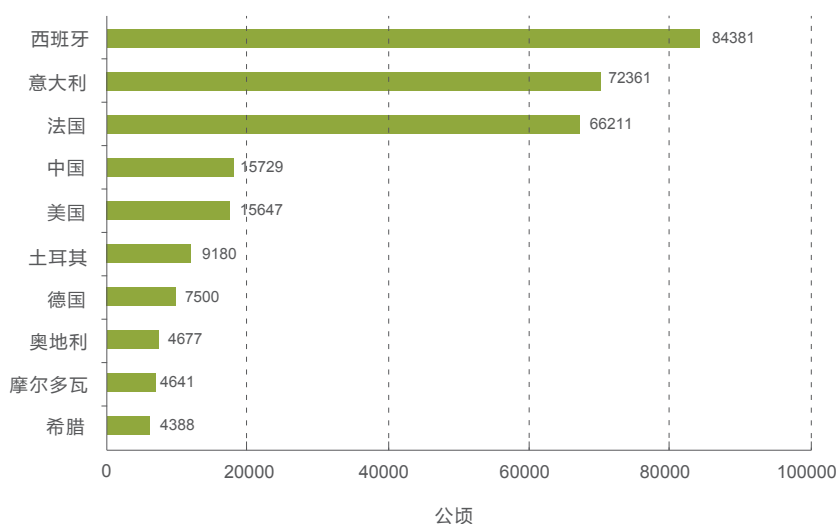


图 24 有机葡萄：种植面积位列前十位的国家或地区

2004 年开始，第一次统计记录土地使用和农作物数据。此后至今，葡萄有机种植面积已经增长至原来的三倍多（图 25）。当然，部分增长应归因于对农作物数据获取的持续改善。

现有数据表明，全球葡萄种植总区域中，有相当大一部分（至少占 20%）的葡萄种植区域处于有机转换期。这表明，有机葡萄的供应量将非常可观，特别是意大利、西班牙和法国。

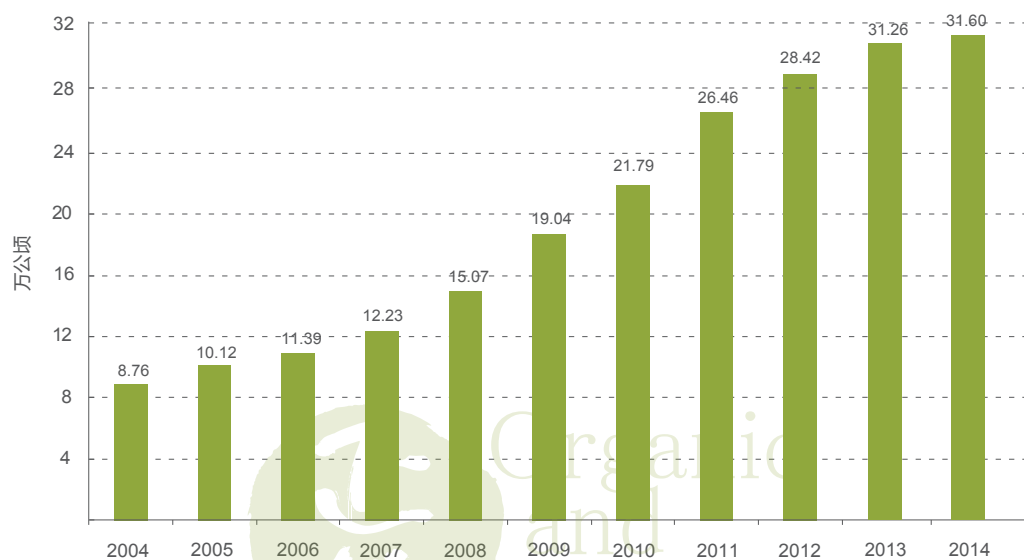


图 25 有机葡萄：2004-2014 有机葡萄种植面积发展情况

## ⑤ 可可豆

2014 年，全球有机可可豆的种植面积超过了 25 万公顷，占总的可可豆种植面积的 2.5%（根据联合国粮农组织统计，2013 年全球可可豆种植面积为 1000 万公顷）。

世界主要的可可豆生产国有科特迪瓦（250 万公顷）、印度尼西亚（180 万公顷）、加纳（160 万公顷）和尼日利亚（120 万公顷）。

最大的有机可可豆生产国是多米尼加共和国（12.03 万公顷）、秘鲁（2.56 万公顷）和墨西哥（1.94 万公顷）（图 26）。世界接近 85% 的有机可可豆种植区域分布于拉丁美洲。

### 3) 几种有机作物的数据统计结果

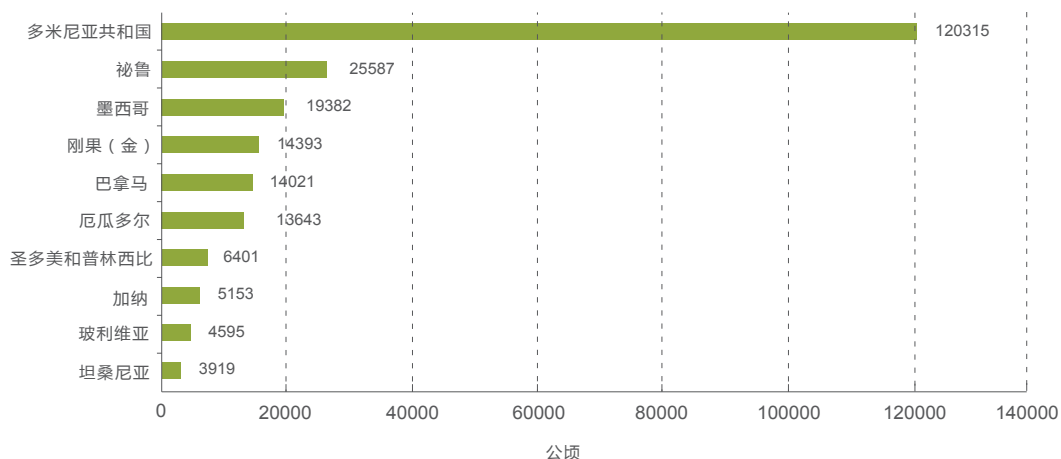


图 26 有机可可豆：种植面积位列前十位的国家或地区

参考联合国粮农组织的可可豆收获数据，一些国家可可豆占比非常高，这也许可归因于一些可可豆种植区得到充分管理的事实。

自 2004 年（约 5 万公顷）以来，有机可可豆的种植面积增长了五倍多，其增长速度高于大多数其他作物 / 作物群，但其中一部分的增长应归因于对数据获取的持续改善（图 27）。

现有数据表明，2014 年约有 3%（0.62 万公顷）的有机可可豆种植区处于转换期。这表明，近期有机可可豆的供应将会略有增加。



图 27 有机可可豆：2004–2014 世界种植面积发展情况

## F 咖啡

2014 年全球有机咖啡的种植面积超过 76.3 万公顷，占咖啡种植总面积的 7.7%（根据联合国粮农组织统计，2013 年全球咖啡种植面积为 990 万公顷）。

咖啡的主要生产国有：巴西（210 万公顷）、印度尼西亚（120 万公顷）、哥伦比亚（80 万公顷）、墨西哥（70 万公顷）和越南（约 60 万公顷）。除了巴西和越南以外，以上其他国家的有机咖啡生产均有数据资料。世界 50% 以上的有机咖啡种植区域位于拉丁美洲，30% 左右位于非洲。

最大的有机咖啡生产国是墨西哥（24.26 万公顷）、埃塞俄比亚（15.44 万公顷）和秘鲁（8.91 万公顷）（图 28）。

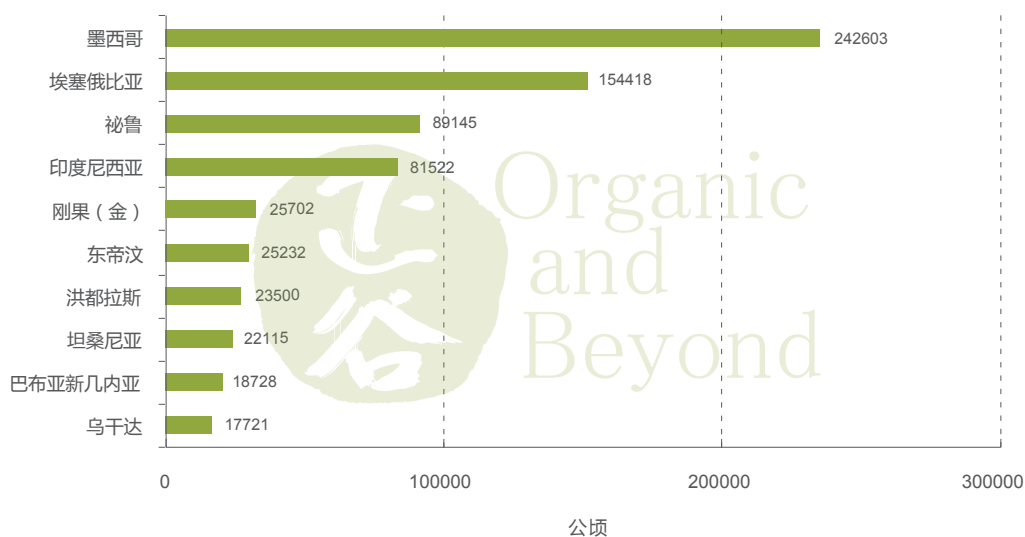


图 28 有机咖啡：种植面积位列前十位的国家或地区

尼泊尔有机咖啡种植面积占比最高（46%），其次是东帝汶（45%）、玻利维亚（37%）和墨西哥（约 35%）。一些国家有机咖啡产值占咖啡总产值的比例很高，有部分因素归功于咖啡的广泛种植，或者和其他作物一起种植。

自 2004 年至今，有机咖啡种植面积已经增长至四倍以上。2004-2014 年世界有机咖啡种植面积发展情况请参考图 29。

### 3) 几种有机作物的数据统计结果



图 29 有机咖啡：2004-2014 世界种植面积发展情况

### ③ 橄榄

2014 年有机橄榄种植面积超过 62.7 万公顷，约占世界橄榄种植面积（1030 万公顷）的 6.1%。

生产橄榄的国家主要分布在地中海沿岸，西班牙是最大的橄榄种植国，种植面积为 250 万公顷，其次是突尼斯（180 万公顷）和意大利（110 万公顷）。摩洛哥（90 万公顷）和希腊（90 万公顷）也是重要的橄榄生产国。这些国家都可以获得有机橄榄种植的数据。西班牙有机橄榄种植面积最多（17.24 万公顷），其次是意大利（17.01 万公顷），再次是突尼斯（12.41 万公顷）（图 30）。欧洲有机橄榄种植面积将近全世界的 80%，北非有机橄榄种植面积约为世界种植面积的 20%（图 30）。

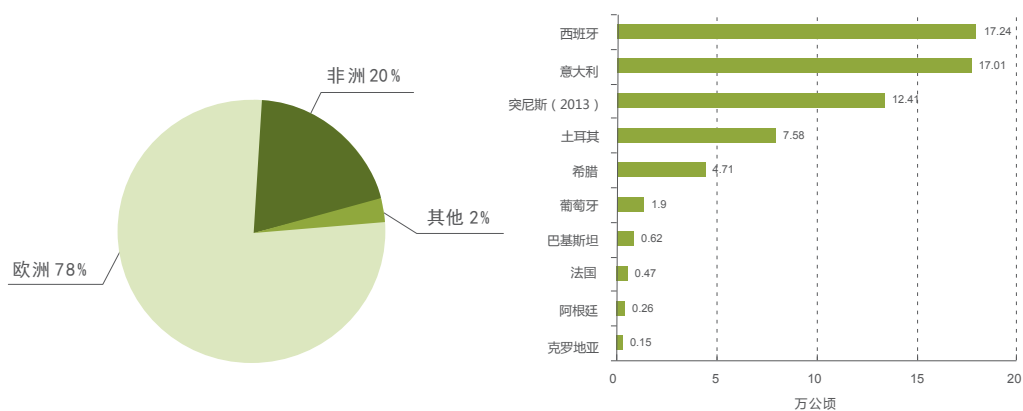


图 30 有机橄榄：大洲分布及种植面积位列前十位的国家或地区

意大利有机橄榄种植面积比例相对较高（15%）。在西班牙，有机橄榄种植面积比例为7%，突尼斯为6.8%。法国有机橄榄种植面积所占比例最高，为27.2%。

自有机土地利用类型和作物种类有数据统计记录以来（2004年），橄榄种植面积增加了一倍，其中一部分的增长应归因于对数据获取的持续改善（图31）。现有数据表明，近20%的土地处于有机转换期。可以预见，不久的将来有机橄榄供应将会增加。



图 31 有机橄榄：2004-2014 种植面积发展情况

## 4) 商品案例研究

### 可持续产品市场：2015 年数据和发展趋势

《可持续产品市场：2015 年数据和发展趋势》通过 8 大商品部门（香蕉、可可豆、咖啡豆、棉花、棕榈油、大豆、甘蔗和茶叶）及林业为全球可持续发展标准提供了重要的生产数据（面积、产品、生产者）。同时，报告阐述了 14 条自愿性可持续发展标准（VSS），涵盖 4C 认证标准、更优棉花倡议 (BCI)、欧盟 Bonsucro 认证标准、非洲有机棉认证 (CmiA) 标准、Global GAP 认证标准、公平贸易国际认证标准、FSC 标准、IFOAM 国际有机联盟标准、森林认证体系认可计划 (PEFC) 标准、ProTerra 基金会标准、棕榈油可持续发展圆桌会议 (RSPO) 标准、负责任大豆圆桌会议 (RTRS) 标准、热带雨林联盟 / 可持续农业网络 (RA/SAN) 标准及 UTZ 标准。

报告由瑞士有机农业研究所 (FiBL)、国际可持续发展研究所 (IISD) 和国际贸易中心 (ITC) 合作完成，并得到了瑞士经济事务秘书处的资助 (SECO)。该正式报告的发布让各方更易获得可持续市场的相关数据，这得益于每个组织的能力和付出：ITC 的可持续发展贸易 (T4SD) 数据库，FiBL 专业的有机市场知识，IISD 的 VSS 认证系统特性及市场绩效相关专业知识的系列出版物。

报告中的数据收集于 2013 和 2014 年，报告也同时用到了《SSI2014 回顾》中 2008-2012 年的数据，其中部分数据在收集过程中进行了修订。2014 年收集到的数据与 VSS 数据并不完全一致（4C 认证和有机认证方面尚无数据，Bonsucro 认证和公平贸易也未分出每个国家生产和种植面积的数据）。VSS 调查时（2015 年中期），尚无 2014 年的有机认证方面数据，因此，以下图表中的数据与本年鉴农作物章节有所不同。

### 市场概述

继续保持非凡增长态势：2008 年以来，《可持续产品市场》报告中涉及的所有标准的市场在适用多个（有机）标准的地区均呈现增加趋势。2008 年 -2014 年，棕榈油可持续发展圆桌会议 (RSPO) 认证标准适用面积呈现近 30 倍的巨大增长。2010 年 -2014 年，更优棉花倡议 (BCI) 认证标准适用面积增加了 20 倍，热带雨林联盟 / 可持续农业网络 (RA/SAN) 适用面积增长逾 900%，UTZ 认证适用面积较同期增长 650%。

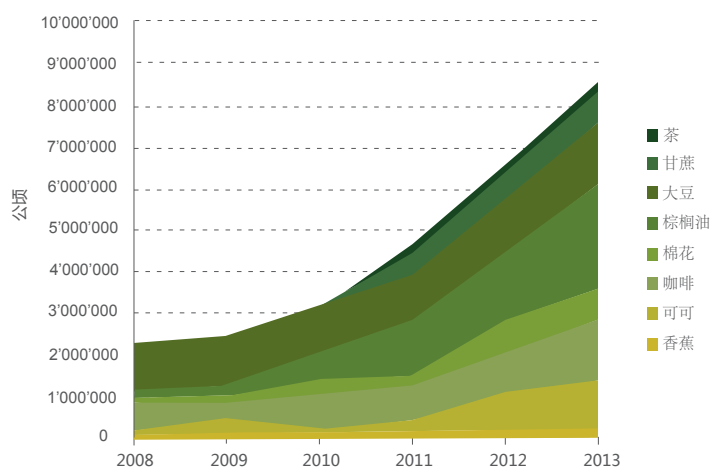


图 32：2008-2013 世界范围 VSS 认证面积增长趋势图 (8 种既定商品，最小值)



数据来源：FiBL-IISD-ITC 调查，2015；4C 认证协会，2014 及 2015；更优棉花倡议 (BCI)，2014 及 2015；Bonsucro 认证，2014 及 2015；非洲有机棉认证 (CmiA)，2014 及 2015；公平贸易国际，2014 及 2015；GLOBAL G.A.P.,2015；FiBL，2015；ProTerra 基金会，2014 及 2015；热带雨林联盟 / 可持续农业网络 (RA/SAN)，2014 及 2015；棕榈油可持续发展圆桌会议 (RSPO)，2014 及 2015；负责任大豆圆桌会议 (RTRS)，2014 及 2015；UTZ 认证，2014 及 2015。

需要注意的是，图 32 中的数据未精确调整为多个认证。假设图 32 中每种商品对应的最小 VSS 认证面积中都有最大数量的多个认证。因此，VSS 标准兼容区域的总数相当于在每种商品中 VSS 兼容的最大区域面积。

VSS 认证特定商品在标准兼容地区增长的调查显示，2010 至 2014 年间，RA/SAN 标准认证茶叶增长最大，达 10 倍之多，其次是 UTZ 认证的可可，同期增长了 7 倍。BCI 认证棉花 2011 年至 2014 年增长了 4 倍。此外，4C 认证咖啡豆 2008-2013 年增长 600%，且过去三年一直保持每年 50 万公顷的稳定增长。

2008-2014 年，森林认证面积增加了 41%。2014 年，FSC 认证面积达 1.87 亿公顷，增长 82%；同年，PEFC 认证面积达 2.63 亿公顷，增长 21%。

### 各标准农业用地覆盖面积持续增长：2013 年

1. 有机农业有超过 4300 万公顷土地通过认证（含转换期土地面积），占世界农业用地的 0.9%。有机认证是所有可持续标准认证中土地面积最大的，并包含最丰富的商品种类。
2. RA/SAN 标准认证了 300 多万公顷的土地，成为认证面积第二的标准。
3. Global GAP 标准认证面积超过 300 万公顷，占世界农业用地的 0.06%，是认证面积最大的标准之一。
4. RSPO 标准认证了 250 万公顷的土地，占世界棕榈种植面积的近 15%。具体信息请参考图 33。

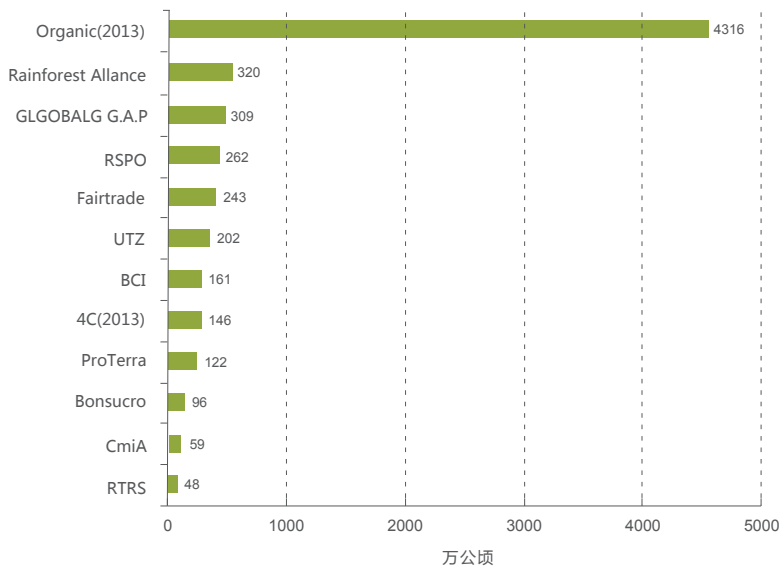


图 33 2014 年各自愿性可持续发展标准认证总面积（仅含农业用地）

## 不同行业的亮点

下面将介绍每种选定农作物（香蕉、可可豆、咖啡豆、棉花、棕榈油、甘蔗、大豆、茶叶）和林业的认证数据概况。如上所述，关于多种标准认证的信息较少，因此只能提供面积与产量极值的平均值。

### 香蕉

2013年，香蕉生产使用了4个自愿性可持续发展标准，包括国际公平贸易标准、GLOBALG.A.P. 标准、有机标准及 RA/SAN 标准（图 34）。综合来看，2013年，认证面积最小值为 22.3 万公顷，最大值为 38.4 万公顷（平均值 30.3 万公顷），GLOBALG.A.P. 是香蕉认证面积最大的 VSS 标准。2008-2013 年，国际公平贸易的香蕉认证面积增幅最大。

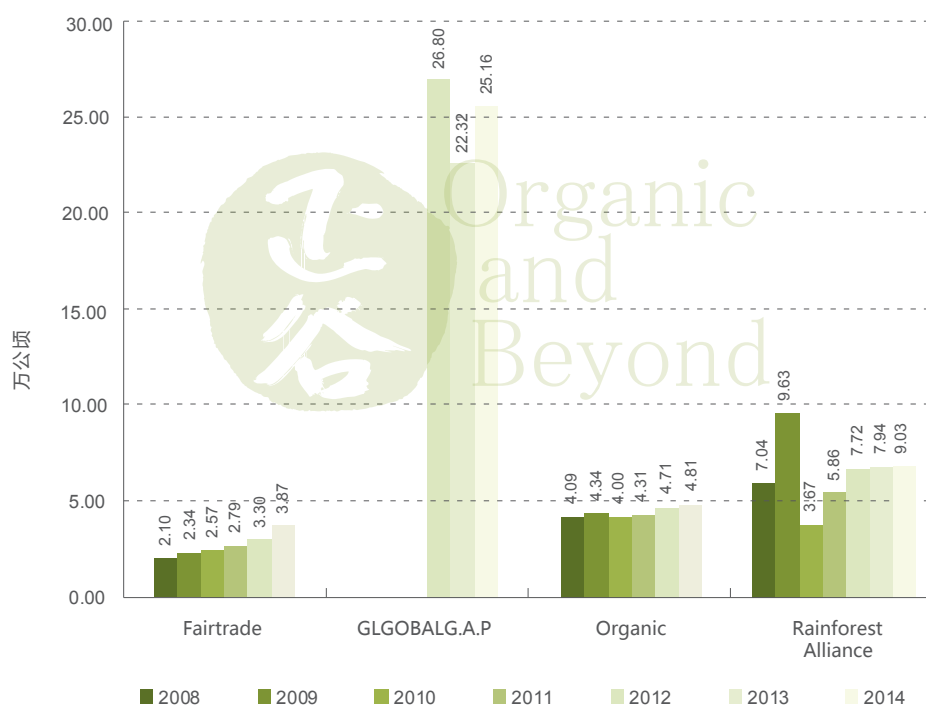


图 34 香蕉：2008-2014 自愿性认证面积发展

### 可可豆

可可豆生产使用了4个自愿性可持续发展标准，包括国际公平贸易标准、有机标准、RA/SAN 标准及 UTZ 标准（图 35）。综合来看，2013年，可可认证面积最小值为 120 万公顷，最大值为 270 万公顷（平均值 200 万公顷）。UTZ 是可可豆认证面积最大的 VSS 标准。2008-2013 年，RA/SAN 标准的可可豆认证面积增长最大。

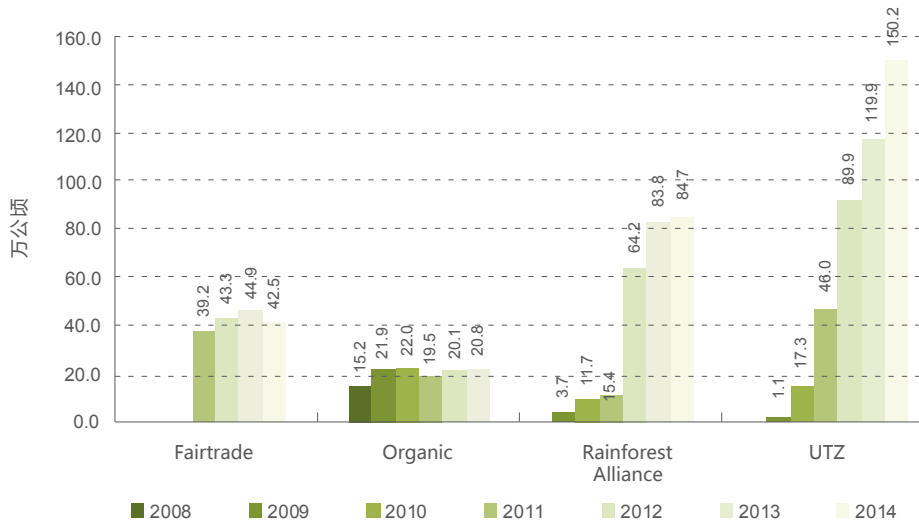


图 35 可可豆：2008-2014 自愿性认证面积发展

### 咖啡豆

咖啡豆生产使用了 5 个自愿性可持续发展标准，包括 4C 标准、国际公平贸易标准、有机标准、RA/SAN 标准及 UTZ 认证。综合来看，2013 年，咖啡豆认证面积最小值为 150 万公顷，最大值为 390 万公顷（平均值 270 万公顷）。4C 是咖啡豆认证面积最大的 VSS 标准，在 2008-2013 年间认证面积的增长最大。

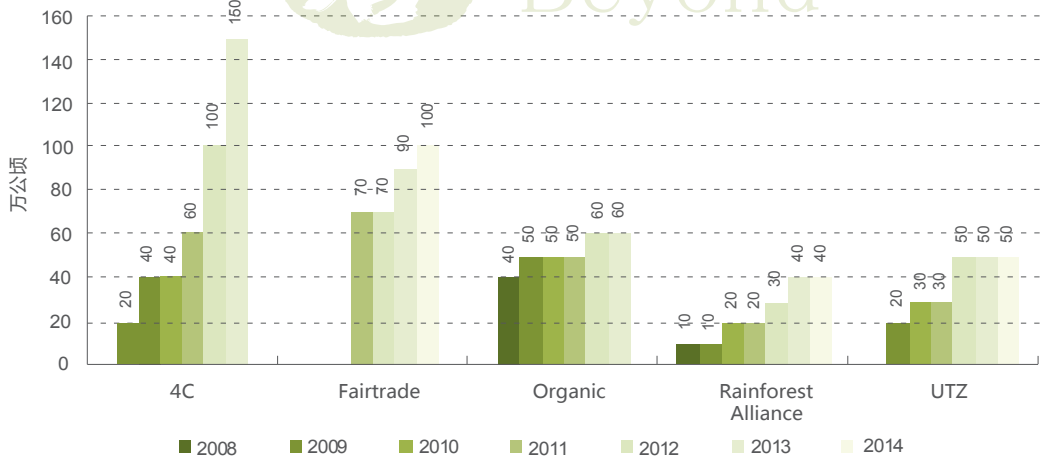


图 36 咖啡：2008-2014 自愿性认证面积发展

### 棉花

棉花生产使用了 4 个自愿性可持续发展标准，包括 BCI 标准、CmiA 标准、国际公平贸易标准及有机标准（图 37）。综合来看，2013 年，棉花认证面积最小值为 75 万公顷，最大值为 170

#### 4) 商品案例研究

万公顷（平均值 120 万公顷）。BCI 是认证棉花面积最大的 VSS 标准，且在 2008-2013 年认证面积增长最大。

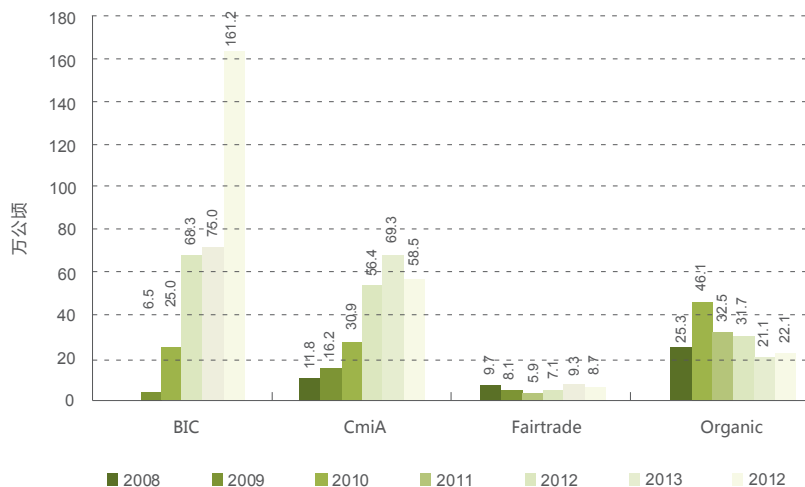


图 37 棉花：2008-2014 自愿性认证面积发展

#### 棕榈油

棕榈油生产使用了 3 个自愿性可持续发展标准，包括有机标准、RA/SAN 标准及 RSPO 标准（图 38）。综合来看，2013 年，棕榈油认证面积最小值为 250.4 万公顷，最大值为 254.5 万公顷（平均值 252.4 万公顷）。RSPO 是棕榈油认证面积最大的 VSS 标准，且在 2012-2013 年认证面积增长最大。

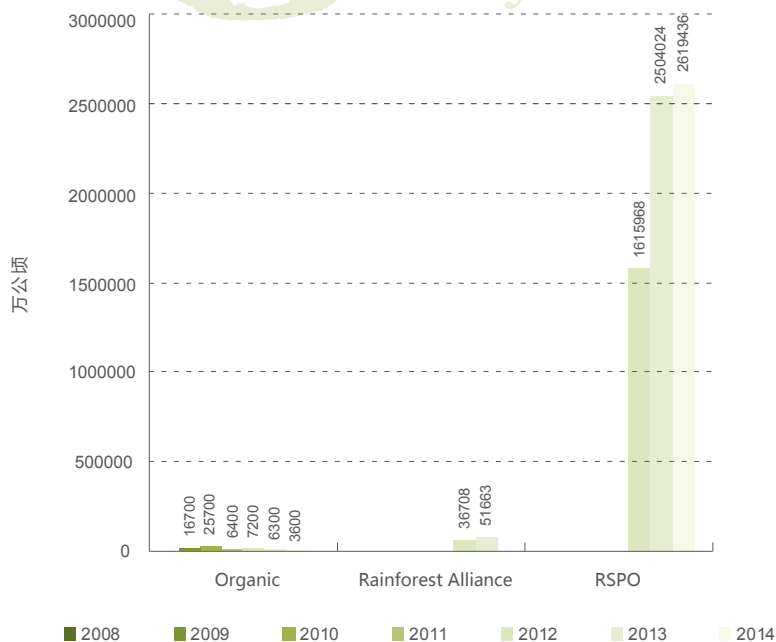


图 38 棕榈油：2008-2014 自愿性认证面积发展

## 大豆

大豆生产使用了3个自愿性可持续发展标准，包括有机标准、ProTerra 基金认证标准及 RTRS 标准（图 39）。综合来看，2013 年，大豆认证面积最小值为 150 万公顷，最大值为 220 万公顷（平均值 185 万公顷）。ProTerra 基金认证是大豆认证面积最大的 VSS 标准，2011-2013 年，RTRS 认证面积增长最大。

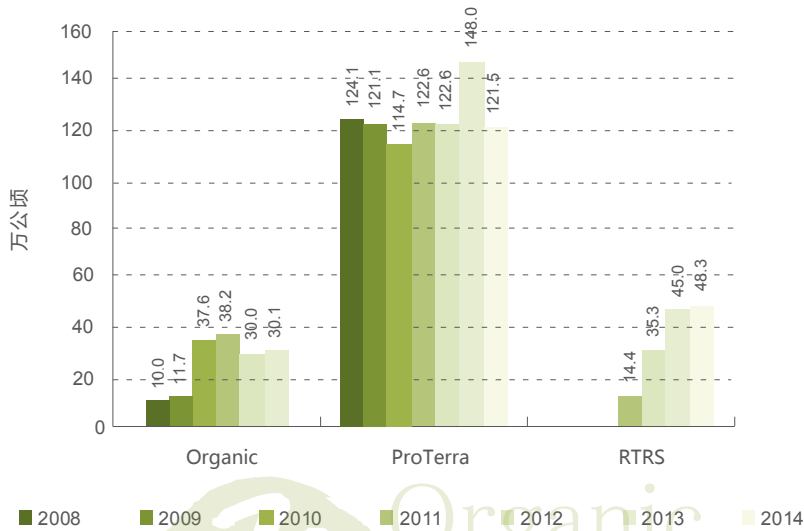


图 39 大豆：2008-2014 自愿性认证面积发展

## 甘蔗

甘蔗生产使用了3个自愿性可持续发展标准，包括 Bonsucro 标准、国际公平贸易标准及有机标准（图 40）。综合来看，2013 年，甘蔗认证面积最小值为 76.3 万公顷，最大值为 96.4 万公顷（平均值 86.3 万公顷）。Bonsucro 是甘蔗认证面积最大的 VSS 标准，2010-2013 年，国际公平贸易认证面积增长最大。

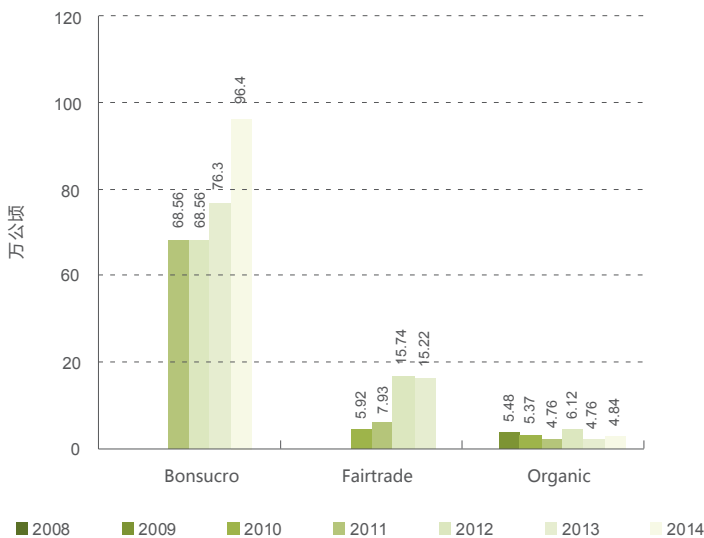


图 40 甘蔗：2008-2014 自愿性认证面积发展

### 茶叶

茶叶生产使用了4个自愿性可持续发展标准，包括国际公平贸易标准、有机标准、RA/SAN标准及UTZ认证（图41）。综合来看，2013年，茶叶认证面积最小值为30.6万公顷，最大值为51.7万公顷（平均值41.1万公顷）。RA/SAN是茶叶认证面积最大的VSS标准，且在2011-2014年认证面积增长最多。

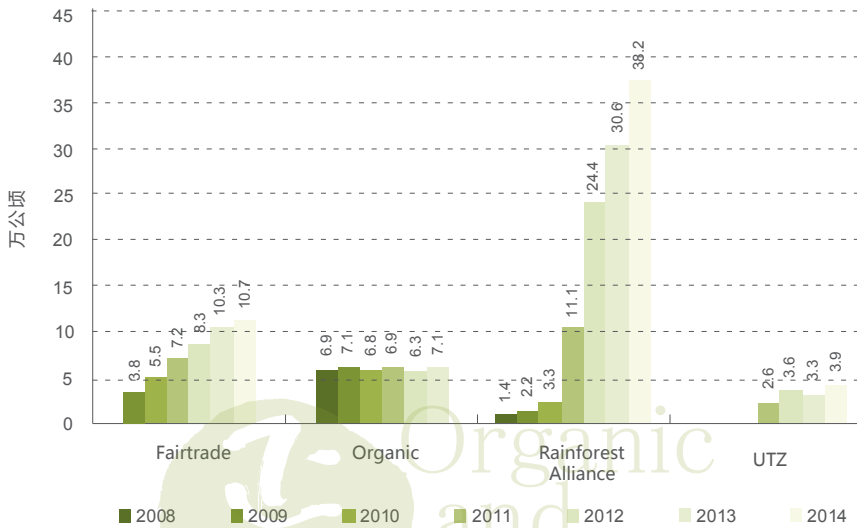


图 41 茶叶：2008-2014 自愿性认证面积发展

### 林业

2014年约有3.87亿公顷的森林经过认证，占世界森林面积的10%。森林认证中约有15%的重复认证（FSC与PEFC）。

## 5) 全球有机食品（含饮料）市场

### 引言

全球有机食品市场继续呈现积极增长的态势。2014年有机食品（含饮料）的销售额达到800亿美元。2000-2014年全球有机食品（含饮料）销售额请参考图42。

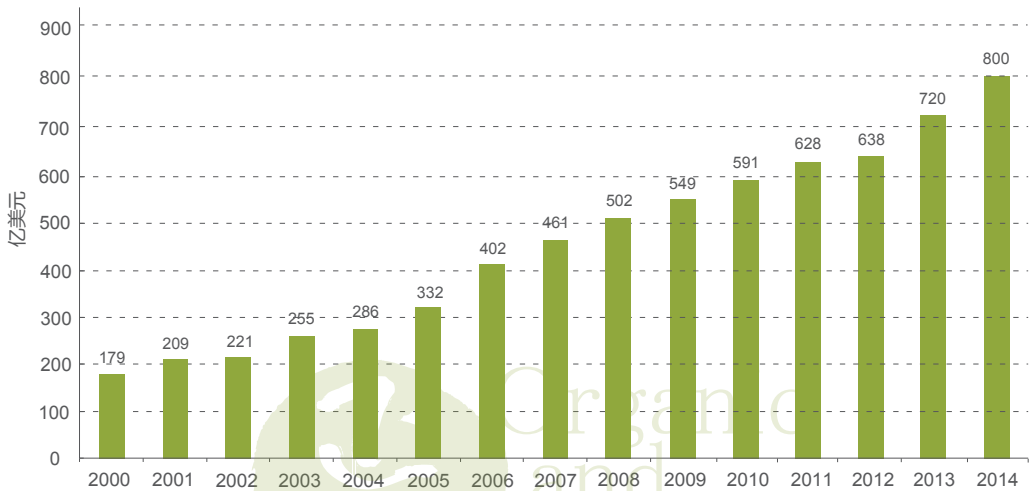


图 42 2000-2014 年全球有机食品（含饮料）销售额

北美和欧洲产生了最大的有机产品销售额。这两个地区约有全球 1/3 的有机农地，占了全球有机食品（含饮料）销售额的 90%。在北美和欧洲以外的地区也有很多有机农作物分布，特别是亚洲，拉丁美洲和非洲，主要是为了出口。

### 北美

2014年，北美有机食品（含饮料）销售额达到了385亿美元。虽然北美只占了全球不足7%的有机农地，它却是世界最大的有机市场。

虽然生鲜产品（有机水果、蔬菜和乳制品）贡献了最多的销售额，但是，北美的有机加工产品种类最为广泛。有机即食餐、冷冻食品、碳酸饮料、糖果点心和相关有机产品都很受欢迎。

销售额继续由有机天然食品专营店向大众市场零售店转移。50%以上的有机食品销售额来自于大众市场零售店，包含超市、会员折扣店和大型批发商。所有领先的食物零售商都使用自有品牌营销有机产品。美国和加拿大最成功的有机食品品牌分别是西夫韦公司（Safeway）的O Organics和Loblaws公司的PC Organics。近年来，最大的两家食品零售商沃尔玛和塔吉特（Target）也承诺经营有机食品。

为了应对主流企业日益激烈的竞争，全食超市计划开更低价格的天然食品连锁店。这些连锁店锁定年轻的消费者，希望这些人能够每天都买全食超市的产品。全食超市和 Trader Joe's 是美国天然食品零售业的领军企业，旗下的零售店均超过 400 家。

供应链这端主要把持在大型企业的手里。WhiteWave Foods 通过并购一些公司巩固了其有机食品最大企业的地位。2014 年 1 月，通过收购 Earthbound Farms，它的业务进入到了生鲜领域。至今它已经收购了 So Delicious, Vega 和 Wallaby，并在纽交所挂牌上市，WhiteWave Foods 2014 年公布的销售额为 34 亿美元。有机天然食品公司 Hain Celestial 也通过一系列的并购有所扩张。2014 年 9 月，通过收购 Annie's，通用磨坊（General Mills）成为有机食品产业的主要经营者。

美国是全球最大的有机食品出口国之一。为了促进出口，美国政府签订了一系列的有机互认等效协议，除欧盟以外，美国已经与加拿大、瑞士、日本和韩国签订了等效协议。

### 欧洲

欧洲是第二大有机食品（饮料）市场，估值约 350 亿美元。德国是世界上第二大有机产品市场，价值约 105 亿美元。法国是欧洲第二大市场，再其次是英国和意大利市场。这四个国家占了欧洲 2/3 销售额。其他重要的市场分别是瑞士、奥地利、瑞典、丹麦和荷兰。欧盟市场规模和人均销售额上有明显的区别。

超市是有机食品最重要的销售渠道。自有品牌的优点显而易见；超市、大卖场、折扣店、药店、化妆品杂货店和有机食品店都使用自有品牌进行销售。两个最成功的自有品牌是丹麦的 Anglamarck（Coop Denmark）和瑞士的 Naturaplan（Coop Switzerland）。

在该地区，有机食品店的数量在持续增加。德国发展速度最快，每年新开 50 多个有机超市。有机食品公司 Dennree 在德国和奥地利管理着 100 多家名为 Denn's Biomarkt 的有机超市。Biocoop 在法国有 320 多家有机食品连锁店，与此同时，EcorNaturaSi 在意大利经营着超过 100 家的有机超市。一些大的常规超市也在开有机超市，例如 Rewe 的 its Temma 连锁店，欧尚的 Coeur de Nature 商店。

欧洲是主要的有机食品生产商和出口商。多数的出口商都在德国、法国、比荷卢经济联盟设有总部。Hipp、De Vau Ge、Rapunzel、Royal Wessanen 和 the Lea Nature Group 是欧洲主要的有机食品出口集团。

中欧与东欧（CEE）有机产品的市场规模小但是正在增长。捷克共和国、波兰和匈牙利是重要的消费市场。总体而言，这些区域是有机初级产品有机谷物大的生产和出口区域。这些有机作物出口到西欧，完成加工后的成品再从西欧进口过来。

### 其他区域

2014 年有机食品在亚洲、澳洲和其他区域的销售额为 65 亿美元。

亚洲是有机食品消费的第三大市场。尽管亚洲有 300 多万公顷有机农地，但是很多有机食品还是依赖进口。中国生产的许多有机作物供给国内市场；然而，其他国家的初级作物主要用于出口。大多数国家，包含日本、新加坡、台湾和韩国都设有有机食品进口部门。



中国是许多有机出口商的目标市场。它对有机产品有着强烈需求，部分原因是源于接二连三的食品安全丑闻。自2008年的三氯氰胺丑闻事件以来，有机乳制品（特别是婴儿配方奶粉）需求猛增。澳大利亚的Bellamy's Organic公司在上海设立了销售办公室以满足中国市场对其有机产品的强烈需求。有机谷（Organic Valley）、Triballat Noyal和恒天然集团（Fonterra）等也是向中国出口有机乳制品的一些企业。

在拉丁美洲，巴西有最大的有机产品市场。像欧洲一样，大多数的销售额是由大型的食品零售商比如Pao du Azucar和家乐福等来贡献的。这个区域的自有品牌也在逐渐受到欢迎。阿根廷、秘鲁、智利和哥伦比亚是重要的有机作物生产国和出口国。

澳大利亚有机产品市场巨大并正在增长。在超市和主要的食品零售店越来越能便利地买到有机食品。澳大利亚和新西兰的生产商重点关注出口市场，主要出口到亚洲国家。

中东有机食品市场规模小但是正在增长。需求集中于大城市，如迪拜、阿布扎比、开罗和利雅得等。

## 未来挑战和增长

有机市场研究机构Organic Monitor预测，虽然面临着很大的挑战，有机产品市场还是会呈现积极增长的态势。标准是一个主要的挑战。有机产业受到了良好的监管，超过80个国家有国家有机农业法规。另外的15个国家有有机农业国家标准但没有法规。标准间的不统一，带来了有机标识传播的关注。甚至在已经实现互认的欧盟和美国，有机产品有多个有机标签的现象也很普遍。这些不同有机标识的传播将会在消费者之间产生混淆，从而抑制他们的需求。

2014年，有约170个国家从事有机农业实践。欧洲和北美以外的地区是主要的出口市场。虽然欧盟和美国有独立的有机产品标准，但是，有意向日本、中国、澳大利亚或巴西出口产品的生产商，还是不得不采用这些国家推行的有机标准。缺乏一个统一的有机标准，或者是多个有机标准的存在，阻碍了全球有机产品贸易。此外，满足多个标准需要更多的检测和审计费用，增加了产品的成本，从而导致产品的售价升高。

贸易伙伴间积极地进行有机互认（例如美国—欧盟和美国—日本），以避免多次认证。但是，这些有机标准的区别在互认中也有很大的不同。例如，美国—欧盟因为标准的不同，有机贸易互认不包含有机家畜产品。在理想的世界里，统一或者相近的有机标准将会促进全球贸易。

需求集中是第二个挑战。有机作物种植在世界各个角落，然而两个区域（北美和欧洲）贡献了超过全球90%的销售额。消费者寻找有机产品，然而，进口产品的环境足迹陷入被质疑的境地。例如，欧洲大量的有机苹果和梨来自智利和阿根廷。尽管有人争辩说常规的苹果和梨也存在同样的问题，这些产品也进入了本地的市场，要对常规和有机的苹果和梨一视同仁。同样的，在非洲生产的有机蔬菜、水果、草药主要用于出口。如果有机产业要更可持续地发展，需要有适合有机产品的本地市场。

最后，有机食品市场的增长也取决于经济条件。2016年全球经济不稳定，IMF（国际货币基金组织）预测有3.6%的增长（2015年12月预测）。中国经济放缓和发展中国家货币贬值将会影响有机食品的销售。然而，如果美国经济持续健康发展，欧洲国家陆续走出债务危机，有机产品市场将会继续健康增长。

## 6) 各大洲有机农业

### 亚洲

#### 2015 年亚洲有机农业概况

#### 摘要

2015 年对于有机行业来说是均衡的一年。有机生产和国内市场在亚洲这个地区都得到了很好的发展。在一些区域有机行业的规模虽然比较小，但是政府正在积极推进行业的发展。

在喜马拉雅高原，不丹政府批准了一项生产和供应生物投入的计划，并启动了不丹有机本土保障体系（Bhutan Organic Domestic Assurance System）。经过几年陆续的支持，尼泊尔在其农业远景规划框架涵盖了有机农业的推广，并且在其最新的 2015 农业发展战略中也采取了一些对有机农业的支持性措施。印度新的中央政府计划给两个有机农业项目提供 6400 万美元的支持。同时，梅加拉亚邦（印度邦名）计划在 2020 年之前将 20 万公顷农田转换为有机生产。

对于亚洲东北部地区来说，中国扩大了用于有机认证的有机产品目录清单，并且简化了认证规则；蒙古承担了一个在世界粮农组织项目下的咨询任务，项目的目的是发展有机法规、建立国家 PGS 和有机出口认证。虽然日本已经和欧盟、美国和加拿大达成了有机互认协议，日本的有机行业却并没有多少增长。国家的经济停滞并没有展现出多大的改观。JAS 有机标准将进入第三个五年修订周期。核辐射问题一直困扰着福岛，日本也正期待着 2020 年东京奥运会对其经济的推动。

在东盟，马来西亚正在努力解决由于推行国家有机标签法规所带来的问题。泰国农业和合作部改写并将有机列入前五个“紧急议程”，与此同时，此部门还在考虑转基因作物的立法。对于此地区的首次国家层面的有机市场研究已经完成了。虽然在泰国建立了公共和私人认证计划，关于是否实行标签法规还存在争论。报告揭示，越南政府并未在推动有机行业发展中起到积极的作用。然而，国内市场仍在繁荣发展，私人机构也在这个国家研究有机索赔的真实性。

在这个地区，能使消费者对有机产品感兴趣的一个关键原因是食品安全问题。由越南工商部和东盟和东亚经济研究所共同举办的在湄公河地区关于开发农业价值链研讨会上，来自于老挝、柬埔寨、缅甸和越南的三个政府部门（农业部、商务部和交通部）的副部长和包括来自于泰国、马来西亚、新加坡和日本的参与者共同参与，他们认为食品安全是首要关注要素，保证生产、加工操作，包括运输中食品安全的能力是可以为食品增加价值的，虽然也有很多人并不认为运输是增加价值的一个方面。在越南的某些区域，如永旺超市，其采购政策正在关注国家良好农业规范或者有机认证。

#### 挑战

正如在 2014 年报告中提到的，当某一地区的国内市场建立起来并且发展势头良好，政府和私人机构都会面临这样的问题：“如何保证产品是有机的？”对于很多人来说，很快速的应对方法是实施有机标签管理办法。然而，尤其是对于那些有着频繁进出口的有机行业的新兴市场来说，管理办法很难执行。通过政府系统执行管理办法很复杂，因为从初级农产品到零售的产品链通常比司法部的管辖权跨度还要广。此外，由于政府与政府之间并没有达成互认，对于有机产品出口

市场也会带来一定的障碍。互认还有很长一段路要走。此外，根据本国国标监督海外有机认证问题多多，对于有此问题的国家主管部门来说，他们并没有准备好如何去解决注册和监督无论是在本国内外有业务的国外有机认证机构。因此，强制执行有机标签管理办法会扰乱已经存在的有机供应链，对于正在兴起的有机行业是毁灭性的打击而不是提供支持和保险。所以，在马来西亚、印尼和菲律宾有机标准并没有完全执行。

幸运的是，智能公私关系模型已经在马来西亚和老挝出现，在这里私人代理机构被授予处理申请和检查的权利，包括被当局决定进口的产品的核查。这样的安排也允许私人代理安排和检查出口认证的产品，允许对于国内和出口认证作为一个整体的程序去申请和检查，节省了时间和费用。

这一方法被亚洲开发银行（Asia Development Bank）技术援助项目之一“实施大湄公河次区域核心农业支持计划（2期）”采纳，在柬埔寨、老挝、缅甸和越南实施。私人代理机构在项目中确定被邀请与认证联盟（CertAll）进行合作。这个平台，包括曼谷的泰国 ACT（Agriculture Certification Thailand）认证机构（提供欧盟等效，加拿大，和 IFOAM 认证）、中国的 OFDC（Organic Farming Development Centre；提供中国有机认证）和美国佛罗里达州的 QCS（Quality Certification Services）（提供欧盟等效和美国 NOP 认证），现在还包括澳大利的 ACO（Australia Certified Organic）对于日本和韩国的认证安排。

虽然正在取得进展，但是认证过程的复杂性，用以满足用户友好期望，实施起来可能需要比计划更长的时间。2014年12月，CertAll 决议要做完整的认证清单，允许合作伙伴间多个证书的单检查报告条目录入 Ecert 软件还没有实现，但是 2016 年将会继续努力。

社区支持农业（CSA）和参与式保证认证体系（PGS）作为第三方认证方案的替代品正在发展。遗憾的是，即使国家当局（不丹、印度和蒙古除外）自己在实施高成本的第三方认证中挣扎，也并不重视这两种方式作为有效的，低成本的以社区为基础的解决方案。显然，有机产品要成为主流，就必须有符合成本效益的系统以服务传统市场，在这个新兴市场中，大多数工人阶级消费者会发挥他们的购买力。

## 向着一个东盟和国际的有机经济社区迈进

在 2014 年完成了东盟有机农业标准（ASEAN Standard for Organic Agriculture, ASOA）之后，AOSA 专案组接到任务，跟进 2015 年认证认可的发展。针对于发展解释条例、对等评估和针对 ASOA 成员国国家有机标准的同行评审的研讨会分别在巴厘岛、印度尼西亚、巴科洛德和菲律宾进行。一个战略行动计划草案（2016 - 2020）将于 2016 年完成并开始实施。

欧盟、美国、加拿大和日本的有机从业者之间的任何两方交易只需要一个单独的认证体系即可，但是在其他国家的有机从业者与以上四个市场的交易就需要多个认证体系（最少三个）来实现。有机行业对于国际性认证体系的需求越强烈，对于建立一个单独的认证体系的兴趣就愈少。现在，互认已经成为双边共识。东盟将 10 个成员国纳入其组织，建立了多边认证，让我们期望东盟成为接纳世界其他国家的范本吧！

## 不丹正朝着 100% 有机努力

不丹向着实现 100% 有机的目标迈出坚实的一步。农业和森林部门已经批准了关于生产和供

应生物投入品的计划。这其中包括通过政府系统来辅助生物投入品的分配以保证全国的有机种植者都能拿到他们所需的生物投入品。2015年12月5日，政府启动了不丹国内的有机保障系统。同时，不丹也和IFOAM国际有机联盟合作，一起检验他们的国家有机标准是否达到了国际的认可，他们想要建立一个有机认证的系统。更重要的是，有机可能是更好更有吸引力的农耕方式。高中生和大学毕业生都有人选择有机农业作为谋生之道和商业发展的机遇。企业家们对于有机行业从生产到销售的过程都非常感兴趣。商业机遇信息中心会根据政府出台的经济计划向本地的商户提供低利率的财政支援。希望可以通过这些行为刺激当地的经济（用当地的材料进行生产）。信息中心报告97%已通过的项目是和农业有关，其中很大一部分是关于有机生产的项目。

同时，不丹政府也着手准备建立专业研究有机生产和营销的研发中心。不丹有机行业的发展前景非常光明。如果限制，哪怕一丁点，也会成为人力资源去支持来自于农民和企业家兴趣渐长的短板。

### 尼泊尔正式推广有机农业

在经过了几年对有机农业全面的支持后，尼泊尔政府正式将有机农业的推广纳入了农业发展的框架计划中。2015年农业发展战略中也包括了对有机农业支持性的措施。

- 修改2014年的政策：对有能建立有机肥料厂并且能够给农民每购买1公斤有机肥料补贴10尼泊尔币的厂家以资金支持。

- 支持进行牛棚的改建，并将该项目纳入国家项目中并扩展到尼泊尔的60至75个地区。

- 另外给乡村发展委员会增加25%的预算用于有机农业实践，比如在村庄中实现有机的

“一揽子计划”（organic pockets）。

- 继续为出口认证提供补贴并且要补贴建立内部控制系统（ICS）。

国家有机农业认证委员会（NOAAB）已经开始对认证机构和组织进行认可，其中尼泊尔有机认证协会（OCN）已经得到委员会的认可。

不论是在国际市场还是在国内市场，有机咖啡和有机茶的需求都非常大。90%以上的咖啡小农场都豁免为有机种植方式。这是因为之前推广咖啡的有机种植方式是用于进行防止水土流失而非将咖啡转化为商业种植的作物。Helvetas是一个在尼泊尔的基金组织，他们在2015年修改了与咖啡相关的政策，包括推广用于出口目的的已认证的有机咖啡。如今，有近50%的咖啡已经经过了有机认证。

### 印度的大动作

今年印度有机农产地的面积没有太大的增长，但是在商业上有长足的进步。有机产品出口增长了25-30%，国内市场增长更快，达到了40%。今年新中央政府有两个主要的动作：一是政府投入了10亿卢比（约为1600万美元）为了发展印度东北部地区（8个州）的有机市场。二是政府承诺在2015-2016年投入30亿卢比（约为4800万美元）用于启动PGS项目。

在所有的州中，梅加拉亚邦做出了承诺，即从2015年的4万公顷有机农地开始，到2020年，

有机农地面积要达到 20 万公顷。印度有机农业中心 (ICCOA) 是该项目的重要合作伙伴。锡金的目标是达到 100% 有机，总理和州总长有望会在 2016 年初宣布该项计划，之后会在 2016 年上半年举行州赞助的相关会议。促进有机行业在印度内外发展的机会有很多。但是中央和州政府对于市场的期望和目标的数量都过高所以可能不能够完全认识到实施计划的复杂性。

### 斯里兰卡在提供出口支持的同时也开始提供对国内有机发展的支持

多年来，斯里兰卡出口发展协会一直在推广斯里兰卡的有机展品并且协助出口商们寻求新的有机产品市场。现在其他政府机构也参与到推广有机农业生产中。2015 年，有机行业也从新的政府政策中获益，例如政府禁止使用草甘膦，政府为农民提供肥料津贴，也包括提供有机肥料。

虽然大部分的有机商品还是出口至美国、加拿大、欧盟、日本和澳大利亚，出口至中东的数量也在增长。国内的有机市场正在从城市社区扩大到农村区域，农业生产也在农村中扎根，本地的社区已经成为有机商品消费的主力。

国内现有的 4 个主要的连锁超市都对有机市场非常感兴趣，其中两家已经开始涉足有机领域。作为一个新成立的受欢迎的周六市场平台，Good Market 已经将 PGS 下的有机商品作为自己的特色产品了。当地的认证是国内有机市场发展的影响因素，这些认证可以提供市场担保并且提高消费者对产品的信心。除了第三方认证外，PGS 也开始做认证了。兰卡有机农业运动委员会 (LOAM) 是国家有机食品协会，已经参与到了这两个不同的保障系统的开发中。

由 LOAM 发起的最新调查中显示，78502 公顷土地已经在 2015 年末进行了有机方式管理。这些土地中包括了用 PGS 方式管理的土地以及处于转换期的农地。总计共有 62560 公顷的农地已经得到了认证。有机农业用地总面积占总农业用地的 4%。农场共有 1213 个，其中 524 个和 62 个农民组织已经得到了认证。近 223 个出口商出口 1346 吨有机商品，价值 2.28 亿美元。

### 中国简化了认证程序并派出了更多的检查员

在中国，《有机产品认证目录》中增加了 30 多种产品。从公众的评论来看，国家监管部门有可能会将认证产品名单改为未获得认证的产品名单。有越来越多的中国检查员在海外进行中国有机标准的认证工作，以保证海外有机产品符合中国有机标准并可以贴上中国有机认证标识。

有机认证机构的注册规则已经被简化了，有机认证检查员现在也只需要参加一个考试就可以完成注册成为检查员。之前，他们必须在参加培训和面试后才能参加考试完成注册。中国有机认证机构现在不用事先取得国家权力机关的授权就可以直接开始对海外有机证书的检查 and 认证工作。但是，认证活动还是需要上报给监管机关。

在基层的有机活跃分子越来越多。11 月在北京举行的第六届世界社区支持农业会议和第七届国家社区支持农业会议有超过 700 个参与者。IFOAM 国际有机联盟的会员数量也在持续增加。

### 日本备战东京 2020 年奥运会

和之前的报告相似 (Ong 2015)，日本的有机证书数量没有明显的增长，违规的现象全年也只有 2 例。开始于 2015 年的每五年一次的日本有机标准复核，目前还在进行中。福岛核电站

还依然是个集结点。去年8月，5个与有机相关的国际机构在福岛核电站集合商量后续处理核能和核事故的方法。参与IFOAM国际有机联盟世界大会和会员大会的IFOAM日本代表团也包括福岛的生产者。

2020年的东京奥运会可能预示着更光明的未来。有机食品市场推广组织计划在2020奥运会之前到每个和奥运会有关的活动上推广有机产品。为位于马来西亚的日本连锁超市AEON供货的马来西亚供应商已经宣布，将会为2020年奥运会提供获得清真认证和有机认证的食品。

### 马来西亚解决认证实施问题

马来西亚有机联盟刚解决了关于进口等效互认的确认和对于加工商和进口分销商的认证等问题，国家有机商品协会在马来西亚农业部(DOA)的任命下开始负责对加工商和进口经销商的认证，同时卫生部也发布了商品加工和进口的有机认证标准和流程。这种解决办法的初衷是为了填补之前让行业内非常困惑的政策空缺。这造成了一种新的局面：两个政府颁布的有机认证标准和流程有两个不同的名字和标志，且由两个国家部门负责执行。据说今年将全年实施该类政策，但是运营商阻碍了该政策的实施，所以现在的状况是大家在等着两个政府部门和企业代表的对话。企业更希望只有一个有机标准和流程并由一个或多个政府部门监管执行。在该过程中，最好可以安排企业的代理商参与，这样就可以至通过一个部门或代理商进行申请。同时，如果认证过程发生任何问题，都能得到更加专业的帮助。与此同时，实施受阻的话，执法也不能保证顺利实施。

### 泰国绘制有机市场地图，有机成为五大重要议事日程之一

泰国最主要的大事件是泰国商务部举办的有机和自然博览会，此博览会依然是泰国有机行业最大的盛会。作为泰国有机行业的长期支持者，泰国商务部还出资展开了对国内有机市场的调研学习(由有机发展中心和地球网络基金主导开展)。泰国是东盟国家中第一个将有机市场按照标准在地图上标注并且让这些信息可查的国家。

新改组的农业与合作部已经将有机农业的发展纳入到5大重要议事日程之中。但同时，他们也在考虑转基因农作物的合法化。然而，转基因作物的立法倡议遭到了有机人士、环境学家、消费者和非政府组织的强烈反对。

马来西亚政府并没有放弃要将有机标签进行规范的努力，关于是否应该规范有机标识和标签使用的辩论一直在进行中。泰国有机贸易协会认为没有规范的必要，因为邻国也面临着具体实施的诸多问题。大众对于PGS的兴趣越来越浓厚，2015年，泰国的“PGS+有机”标签计划已经启动。PGS工作组将会使用PGS的logo加上他们的自己的logo组成一个新的标志。这又为现有的政府或私人第三方机构的有机认证项目提供了另一种担保选择。

### 越南

越南的海外订单越来越多。很多公司都询问过有关茶、香料和精油的出口有机认证事宜。传统茶市场的下滑也是很多公司寻求其他发展的原因。食品安全问题依然是全社会关注的热点。媒体多次报道有机产品，国内对于有机产品尤其是茶和蔬菜的需求正在增加。在河内的许多“有机”经销商都经营茶和蔬菜。有机产品的真实性现在是个问题，2014年由农业及农村发展部(MARD)发起的有机标准和准则的起草还在进行中。越南的海外认证机构正在逐渐扩张，他们主要关注出

口证书的颁发。PGS 也在扩张，在越南的 6 个省中都有分布。现在有机会建立本地的有机认证  
检察服务。据报道，2015 年 11 月，有 4 个年轻的专业人士抓住机会成立了 Mekong Cert 认证  
机构。



## 亚洲有机农业

## 有机农地

2014年亚洲有机农地面积将近360万公顷，占该地区总农地面积的0.3%，占世界有机农地面积的8%。相较于2001年的42万公顷而言，有机农地增加了八倍。2013年至2014年，亚洲有机农地面积增加了约15.85万公顷（+4.7%），自印度2012年减少50万公顷后开始逐渐恢复增长。2000-2014年亚洲有机农地发展情况请参考图43。

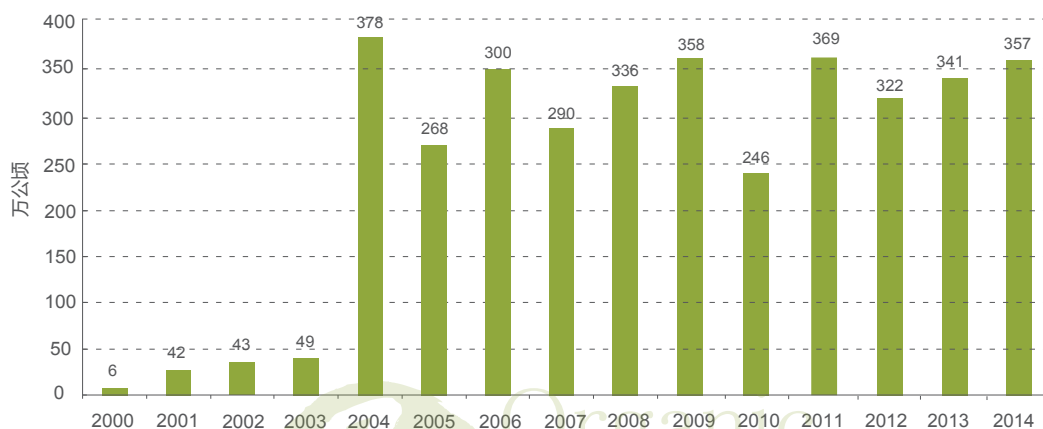


图 43 亚洲：2000-2014 年亚洲有机农地发展情况

在亚洲，中国是拥有最多的有机农地面积（190万公顷）的国家，比2013年农地减少了约20万公顷。印度和哈萨克斯坦分列二、三位（图44）。

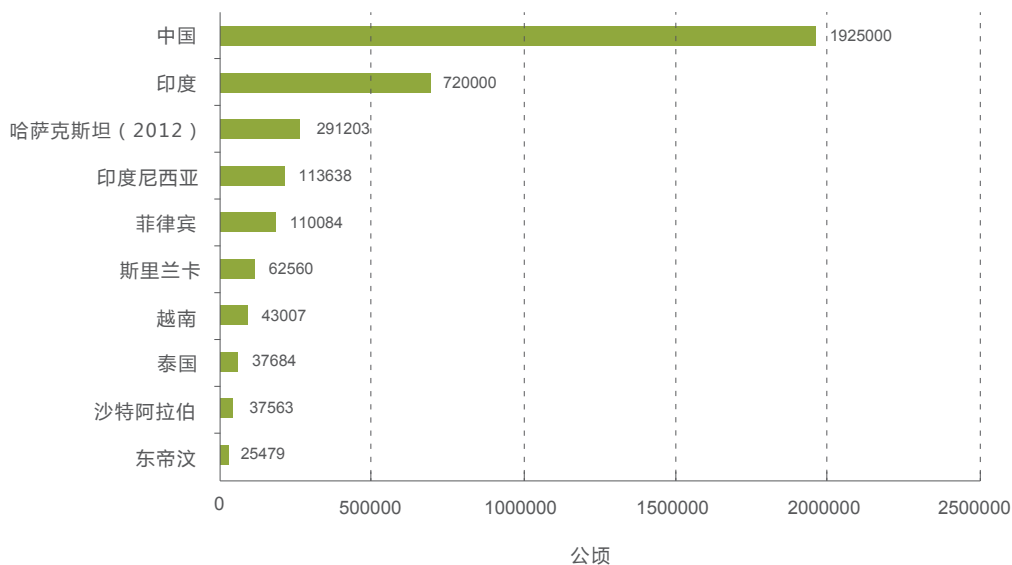


图 44 亚洲：2014 年有机农地面积位列前十位的国家或地区



印度拥有最多的有机生产者（65万）。有机农地占总农地面积比例最大的国家是东帝汶（6.8%）、斯里兰卡（2.3%）和巴勒斯坦（译注：中国有机农地占总农地比例为0.4%）（图45）。

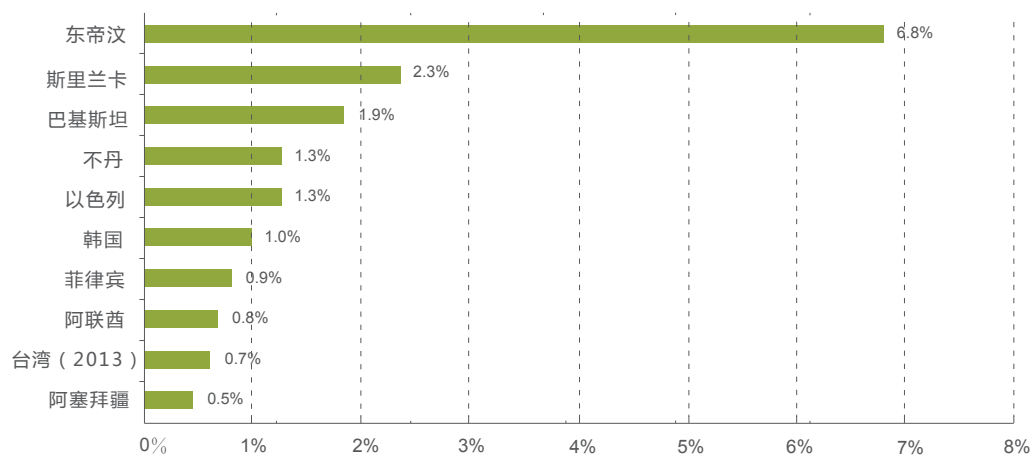


图 45 亚洲：2014 年有机农地占有率位列前十位的国家或地区

## 有机农地的用途

大约三分之一的有机农地可以获得详细的土地使用信息（图 46）。2014 年，45% 有机农地用于种植季节性作物（160 万公顷），1% 用于多年生草场 / 牧区（近 2.8 万公顷），15% 用于种植多年生作物（54.1 万公顷）。37% 的有机农地没有详细的土地使用信息，因此可以假定每个类别有机农地的比例实际上更高些。

在亚洲，谷物（主要是小麦和水稻）是主要的季节性作物，据调研报告显示总种植面积约 75.5 万公顷。大多数谷物分布在中国（近 56.6 万公顷）和哈萨克斯坦（约 13 万公顷）。油料作物（主要是大豆）也是很重要的季节性作物，种植面积至少 44.3 万公顷，主要分布于中国和印度。将近 15% 的有机农地用于种植多年生作物，其中大多数有机农地用于种植椰子（约 12.2 万公顷，主要分布在菲律宾）、咖啡（11.3 万公顷，主要分布在印度尼西亚和东帝汶）和茶（至少 5.8 万公顷，几乎全部分布在中国）。

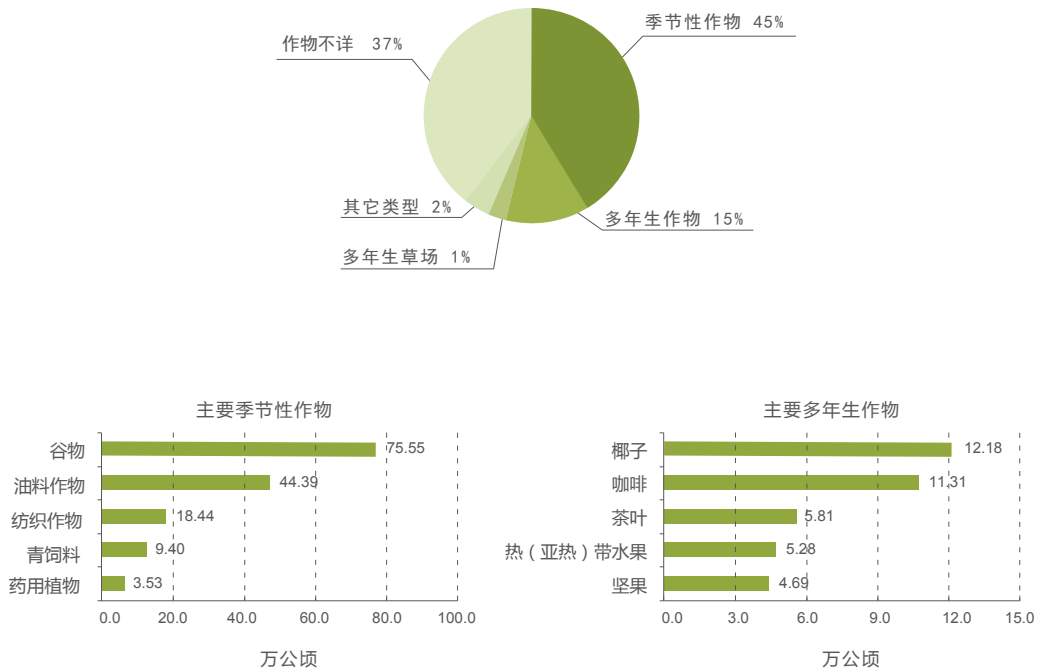


图 46 亚洲：2014 年主要有机农地类型和作物种类

### 有机市场

不是所有国家都能提供有效的市场数据，但我们可以假定市场规模不断增长。2014 年中国官方公布数据：2014 年有机产品销售额为 37 亿欧元，使中国成为世界有机产品第四大市场。

### 非洲有机农业

#### 有机农地

与 2013 年相比，2014 年非洲的有机农地面积增长了将近 5.4 万公顷 (+4.5%)，2014 年依据 39 个国家提供的有机农业数据，非洲有机农地面积有 126 万公顷，占非洲大陆农地面积的 0.1%，占世界有机农地面积的 3%。相比于 2000 年的 5.2 万公顷而言，有机农地面积增加了 100 多万公顷 (图 47)。

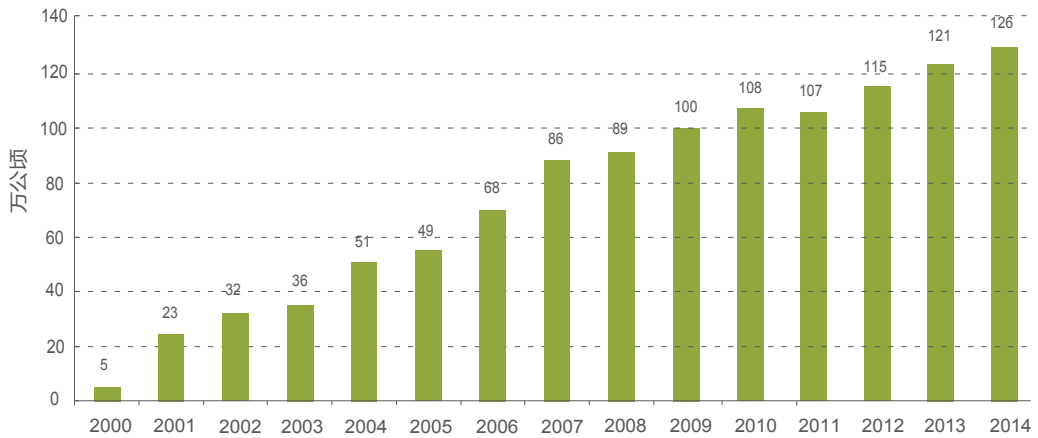


图 47 非洲：2000-2014 有机农地发展情况

乌干达有超过 24 万公顷的有机农地，是非洲拥有最多有机农地及最多有机生产者的国家（图 48）。非洲有机农地占总农地比例最高的国家是岛国圣多美和普林西比，该国 12% 的农地为有机农地，其次是埃及（2.3%；2012 年数据）和乌干达（1.7%）（图 49）。

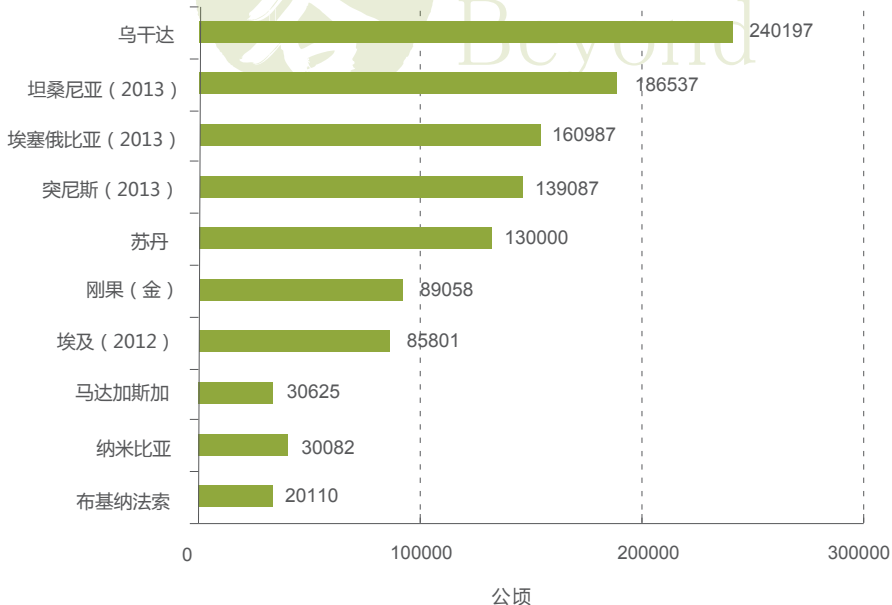


图 48 非洲：2014 年有机农地面积位列前十位的国家或地区

6) 各大洲有机农业

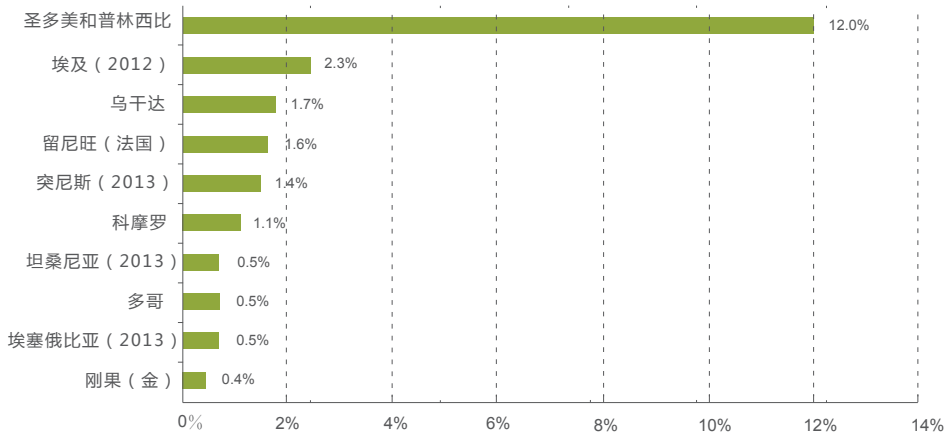


图 49 非洲：2014 年有机农地占有率位列前十位的国家或地区

有机农地的用途

大约四分之三的有机农地可以获得详细的土地使用信息 (图 50)。2014 年, 47.1% 的有机农田用于种植多年生作物 (约 60 万公顷), 18.9% 用于种植季节性作物 (24.15 万公顷), 以及 5.6% (7.1 万公顷) 为草场 / 牧区。埃塞俄比亚 (15.4 万公顷), 突尼斯 (13.5 万公顷) 和坦桑尼亚联合共和国 (约 12.4 万公顷) 的多年生作物种植面积最多。咖啡是最重要的多年生作物, 种植面积总计 20.15 万公顷。因为非洲一些大的咖啡生产商没有提供详细的信息, 可以假定有机咖啡种植面积还要更大一些。最大的有机咖啡种植区分布在埃塞俄比亚和刚果民主共和国。19% 的有机农田用于种植季节性作物, 其中大部分是油料作物 (约 12.4 万公顷), 纺织作物 (约 6.8 万公顷) 以及芳香和药用植物。2014 年, 芳香和药用植物种植面积约为 2.1 万公顷, 主要的生产国是坦桑尼亚 (1 万公顷), 马达加斯加 (大约 5000 公顷) 和摩洛哥 (超过 3000 公顷)。

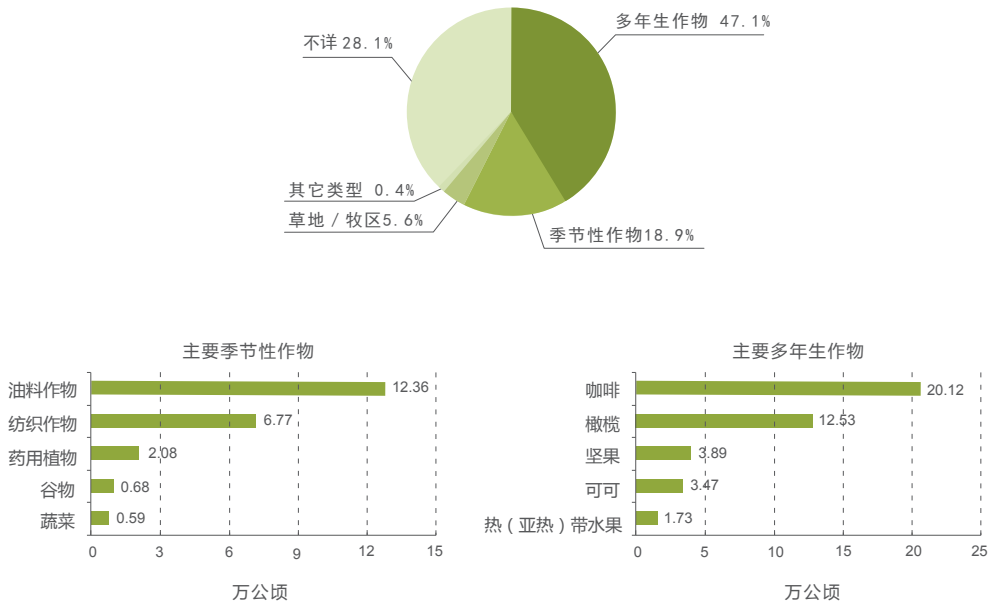


图 50 非洲：2014 年主要有机农地使用类型及作物种类

## 有机生产者

非洲有超过 59 万有机生产者。有机生产者人数最多的国家是乌干达（19.06 万），坦桑尼亚联合共和国（14.86 万）和埃塞俄比亚（13.58 万）（图 51）。鉴于一些国家仅提供农业企业 / 公司的数量，没有提供具体人数，因此可以认为有机生产者的数量比 59 万更多一些。

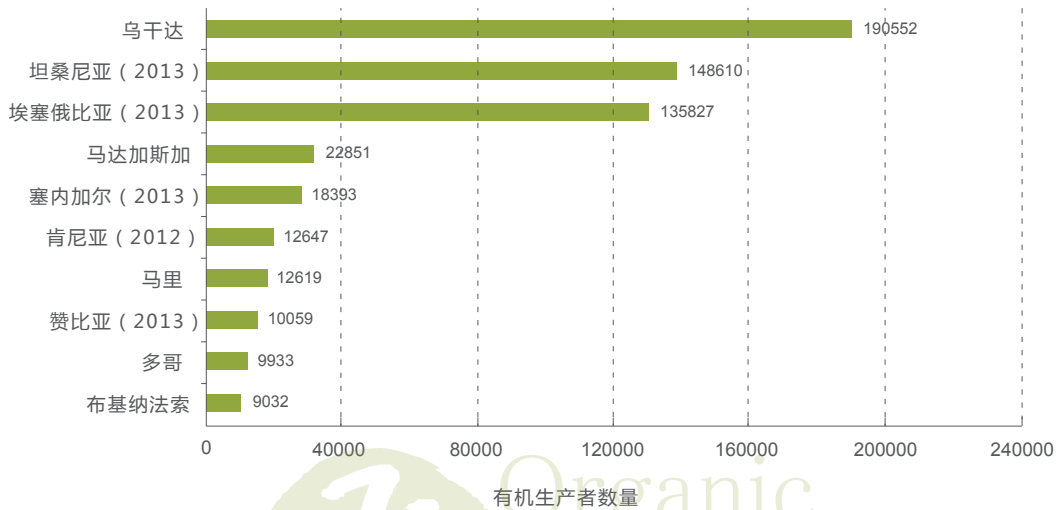


图 51 非洲：2014 年有机生产者数量位列前十位的国家或地区

## 野生采集

在非洲，野生采集是有机农业重要组成部分，经过有机认证的野生采集面积超过了 1200 万公顷。蜜蜂养殖面积最大的国家是赞比亚（约 700 万公顷），其次是纳米比亚（240 万公顷）和摩洛哥（86.1 万公顷）。药用植物如南非钩麻（*Harpagophytum procumbens*）在野生采集中是最重要的组成部分。

## 欧洲有机农业关键指标和主要国家

指标	欧洲	欧盟	主要国家
有机农地面积	1160万公顷	1030万公顷	西班牙 (170万公顷) 意大利 (140万公顷) 法国 (110万公顷)
有机农地	2.4%	5.7%	列支敦士登 (30.9%) 奥地利 (19.4%) 瑞典 (16.4%)
2013-2014增幅	2.3%	1.1%	俄罗斯 (70%) 保加利亚 (31%) 克罗地亚 (23%)
土地利用	季节性作物：510万公顷 多年生作物：140万公顷 多年生草场：480万公顷	季节性作物：410万公顷 多年生作物：120万公顷 多年生草场：460万公顷	
季节性作物	青饲料：200万公顷 谷物：190万公顷 豆类：30万公顷	青饲料：182万公顷 谷物：153万公顷 豆类：26万公顷	季节性作物面积最大的国家： 法国 (60万公顷) 意大利 (57万公顷) 德国 (44万公顷)
多年生作物	橄榄：50万公顷 葡萄：27万公顷 坚果：20万公顷	橄榄：41万公顷 葡萄：25万公顷 坚果：18万公顷	多年生作物面积最大的国家： 西班牙 (54万公顷) 意大利 (34万公顷) 法国 (10万公顷)
野生采集区域	1630万公顷	1170万公顷	芬兰 (910万公顷) 罗马尼亚 (180万公顷) 保加利亚 (70万公顷)
有机生产者	339824	257525	土耳其：71472 意大利：48662 西班牙：30602
有机加工商	51495	49968	意大利 (12641) 法国 (11198) 德国 (9497)
进口商	1847	1650	德国 (326) 意大利 (259) 瑞典 (247)
零售额	261亿欧元	239亿欧元	德国 (79.10亿欧元) 法国 (48.30亿欧元) 英国 (23.07亿欧元)
零售额增长率	7.6%	7.4%	瑞典 (45%) 挪威 (25%) 法国和荷兰 (10%)
有机市场占有率	无数据	无数据	丹麦 (7.6%) 瑞士 (7.1%) 奥地利 (6.5%；2011数据)
人均消费	34欧元	37欧元	瑞士 (221欧元) 卢森堡 (164欧元) 丹麦 (162欧元)

来源：FiBL-AMI survey 2016

## 欧洲有机农业和市场发展

### • 2014 年有机农业关键数据

欧洲目前的有机农地面积是 1160 万公顷，占欧洲大陆农业种植总面积的 2.4%。欧盟有 1030 万公顷的农业用地是有机的，占此地区 2014 年农业用地的 5.7%。欧洲有机农地发展情况请参考图 52。

有 8 个欧洲国家或地区（其中 6 个为欧盟国家）的有机农地占有率在 10%（含 10%）以上，位列前三位的国家分别是列支敦士登（30.9%）、奥地利（19.4%）和瑞典（16.4%）。过去十年，欧洲和欧盟的有机农地显著增长。自 2004 年起，陆续有 13 个新成员国（欧盟 13 国：EU-13）加入欧盟，如今有机农地的数量与最初相比已经增长了近一倍。

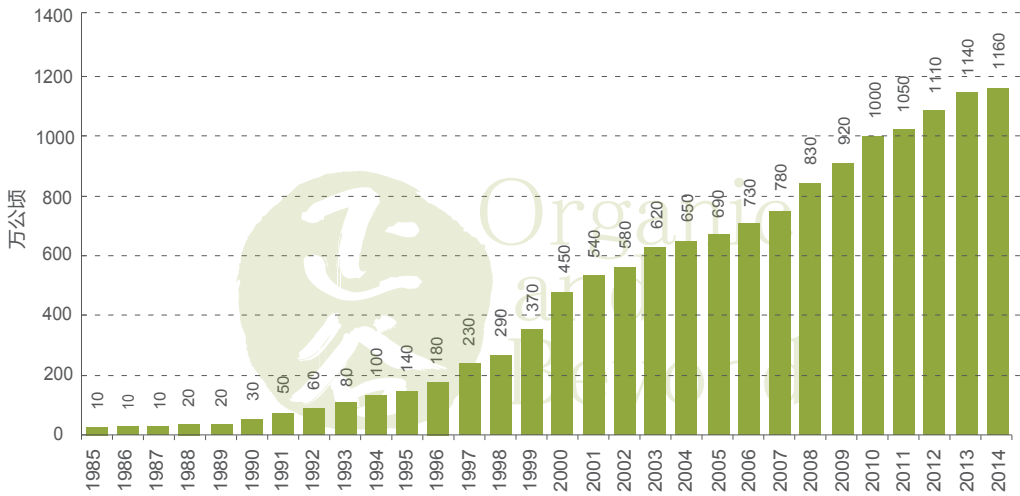


图 52 欧洲：1985-2014 有机农地发展情况

土地使用数据表明，根据市场需求，有机农业提供了种类繁多的产品。欧盟 13 国，入盟候选国和潜在入盟候选国（CPC）和其他欧洲国家填补了在 2004 年前加入欧盟的 15 个成员国（欧盟 15 国：EU-15）因产品原料不足而造成的市场缺口。

生产商的数量也有显著增长（欧盟和欧洲生产商的数量分别约为 26 万和 34 万），自 2004 年以来，欧盟 13 国的生产商增长率比欧盟 15 国的有显著增加。51000 多个加工商和 1850 个进口商中的绝大多数分布于欧盟 15 国和瑞士。

2014 年，欧盟的有机产品零售额达 239 亿欧元，是仅次于美国的第二大有机产品市场。市场的增长率几乎可达 8%。欧洲有机市场估值大约为 262 亿欧元（北美约 298 亿欧元）。欧洲有机市场份额和年人均消费在世界上均名列前茅：有 3 个国家的有机食品市场份额超过 5%，

## 6) 各大洲有机农业

分别是丹麦（7.6%），瑞士（7.1%）和奥地利（6.5%；2011年数据），而单品和产品组合的份额甚至更高。以鸡蛋为例，这些国家的有机鸡蛋销售占比可达鸡蛋销售总额的20%以上；6个国家在2014年的人均消费高达100欧元以上，其中以瑞士最高（221欧元）。虽然几乎没有进出口方面的数据，仍可设想，随着国内市场的增长，国际贸易将会增加欧盟国之间的进出口贸易。

### • 有机农业用地和转换期

2014年，欧洲有1160万公顷的有机农业用地，其中欧盟有约1030万公顷。

欧洲有机农地面积占世界的27.6%。有机农业用地面积最大的国家有西班牙（171.0万公顷）、意大利（138.8万公顷）、法国（111.9万公顷）和德国（104.8万公顷）（图53）。这四个国家也在世界有机农地面积最大的十个国家之中。

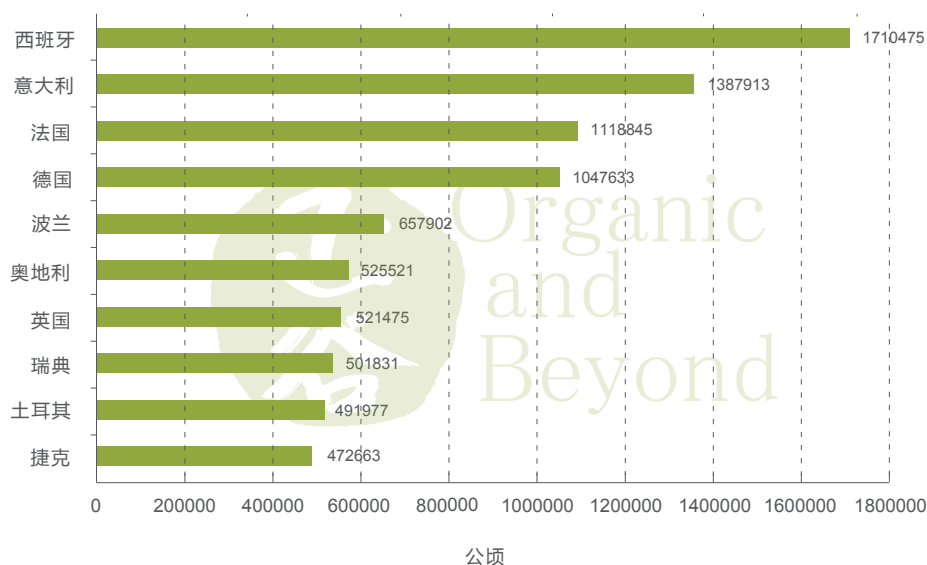


图 53 欧洲：2014 年有机农地面积位列前十位的国家或地区

在欧洲的1160万公顷的有机农业用地之中，770万公顷已经完全转换成有机农地，160万公顷正处在有机转换期。并不是所有国家都提供了完全转换和有机转换期区域的数据（奥地利、德国和瑞士）。尤其在意大利、波兰、西班牙和土耳其，大量农地处于有机转换期，因此可以预见，在不久的将来，这些国家有机产品的供应会有很大的增长。

### • 有机农业用地份额

欧洲有2.4%的农地是有机的，而在欧盟，这个数字是5.7%。有8个国家或地区（其中6个为欧盟国家）的有机农地占有率在10%以上（见图54）。有机农业用地份额占比最高的几个国家分别是：列支敦士登（30.9%）、奥地利（19.4%）、瑞典（16.4%）和爱沙尼亚（16.2%）。



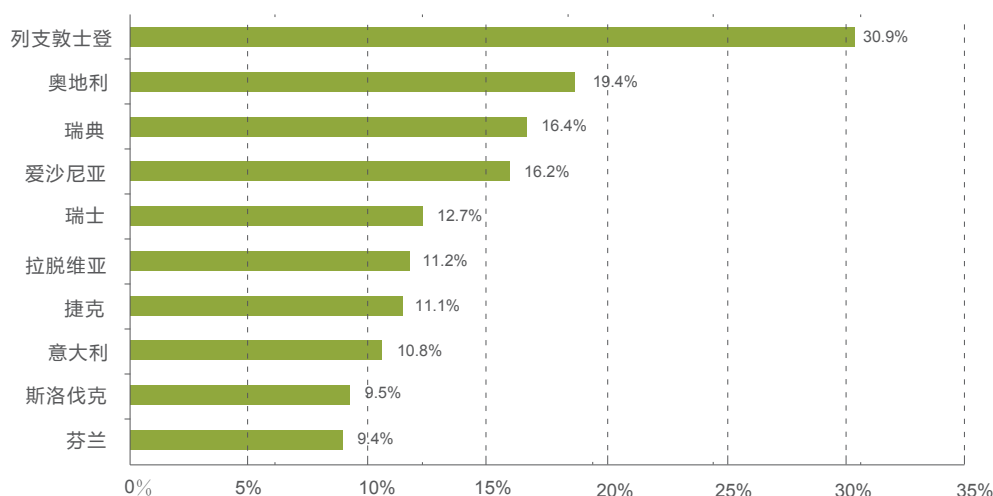


图 54 欧洲：2014 年有机农地占有率位列前十位的国家或地区

欧洲有机农地份额占比最高的（同时也是世界第二高的）国家是列支敦士登。在欧盟 15 国中，有 6.1% 的农业用地是有机的，占比比欧盟 13 国的比例要高（4.7%）。爱沙尼亚、捷克共和国和拉脱维亚作为新的成员国，有超过 10% 的农地是有机的。入盟候选国和潜在入盟候选国的有机农业用地总面积仍然很少，而瑞士（12.7%）和列支敦士登（31%）这两个欧洲自由贸易地区国家的有机农业用地占有很高的比例。

#### • 有机农业用地的增长

2014 年，欧洲有机农业用地增长了 2%，计 26 万公顷（欧盟增长了 11.3 万公顷）。

有机农业用地面积的增幅最大的国家是俄罗斯（10.1 万公顷）、西班牙（10 万公顷）和意大利（7 万）。相对增长率最大的国家是俄罗斯（70%）、保加利亚（32%）和克罗地亚（23%）。

自 2004 年 10 个新成员国加入欧盟以来，欧盟的有机农业用地增长了 72%（欧洲增长了 78%）——从 2004 年的 590 万公顷增长到了 2014 年的 1030 万公顷。欧盟 15 国增长得相对缓慢（51%），而新成员国的有机农业用地面积增至原来的三倍。在欧盟 15 国的许多国家中，有机农地在 2004 年之前就已经增长至一个相对较高的水平。入盟候选国和潜在入盟候选国有较高的增长（涨幅几乎达到 400%），土耳其在过去几年的增长最多。而欧洲自由贸易联盟的增长是比较平缓的。

## • 有机农地的用途

欧洲所有的国家，土地类型和作物详细信息都可以获得（图 55）。在这方面，欧洲很大程度上不同于世界上其他数据经常无法获得的地区。欧洲最大的有机农地类型为季节性作物，为 510 万公顷（欧盟为 410 万公顷），480 万公顷的农地被用做草场 / 牧区（欧盟 460 万公顷）和 140 万公顷农地被用于种植多年生作物（欧盟为 120 万公顷）。谷物类作为最大的农作物品种在欧盟占地面积 150 万公顷（欧洲有 190 万公顷）。

50 万公顷以上的草场（包括永久的和临时的，以及青饲料）处于转换期，同时 23 万公顷的谷物类农地、14 万公顷的橄榄种植区、6.1 万公顷的葡萄种植区和 3.7 万公顷的坚果种植区，都正处在有机转换期。

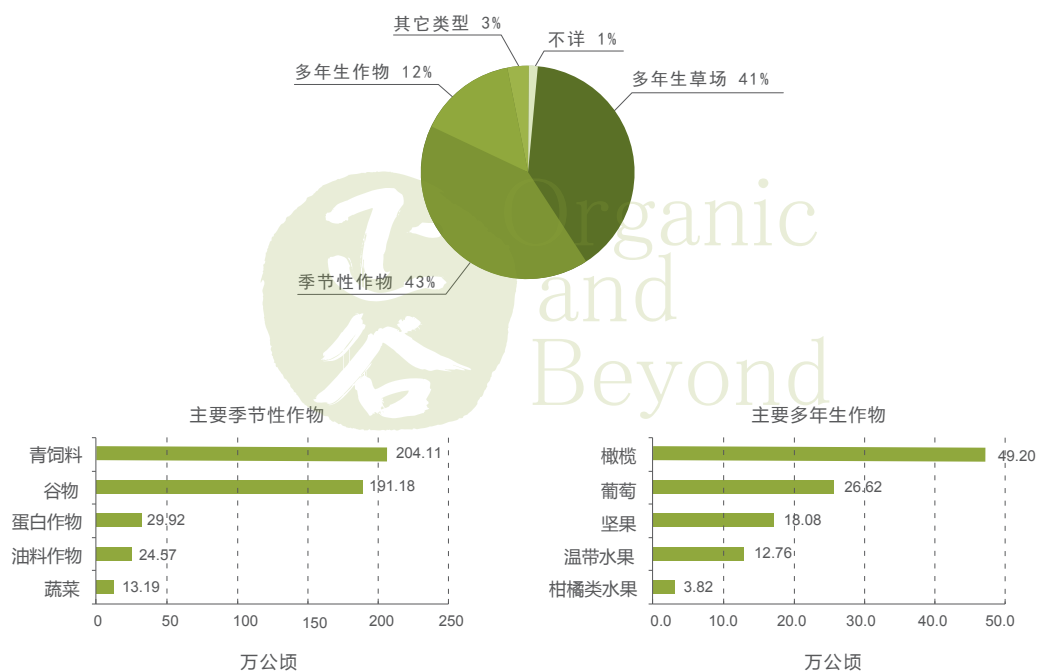


图 55 欧洲：2014 年主要有机农地类型和作物种类

尽管在 2014 年草场的面积有少量下降，但是自 2004 年以来，不同用途的有机农地类型都稳定增长。多年生作物的增长最多，自 2004 年以来几乎增至三倍。2014 年，尽管有机农地面积并没有很大增长，仍然可以预测到季节性作物和多年生作物农地有明显增长的趋势。就国家而言，西班牙拥有最大的草场 / 牧区，其次是德国和英国。拥有最大面积农作物（比如季节性作物和多年生作物整体）的国家有意大利（90 万公顷），西班牙（80 万公顷）和法国（70 万公顷）。

- 季节性作物和多年生作物

2014年，欧洲有510万公顷季节性作物。拥有最大面积的季节性作物的国家是意大利、法国和德国。主要的农作物种类是青饲料（204万公顷），其次是谷物类作物（191万公顷），在欧洲，11%的农业用地被用于种植多年生作物（140万公顷；占所有多年生作物的8.6%）（图55）。除了农业用地，欧洲还有很大面积的野生采集区域，总计有1630万公顷（2013年是1340万公顷）。面积最大的区域在芬兰（浆果），接下来是欧洲东南部的一些国家。

- 有机生产者、加工商和进口商

2014年，欧洲有34万生产者在进行有机种植或养殖；欧盟国家有机生产者的数量有26万。欧盟国家中，生产者最多的国家是意大利（约4.9万），而在欧洲，生产者最多的国家是土耳其（超过7.1万）（图56）。尽管在2014年有机生产者数量并没有增长太多，但是在过去的十年中，欧盟生产者增长了67%，欧洲增长了81%。世界有机生产者的15%分布于欧洲。2014年几乎所有欧洲国家的加工商和进口商的数量都有所增长。欧盟有近5万个加工商（欧洲超过5.1万）和1700个进口商（欧洲约有1900个）。拥有最多加工商的国家是意大利（超过12000个），拥有最多进口商的是德国（326个）。较大部分比例的加工商和进口商都分布于欧盟15国和瑞士。

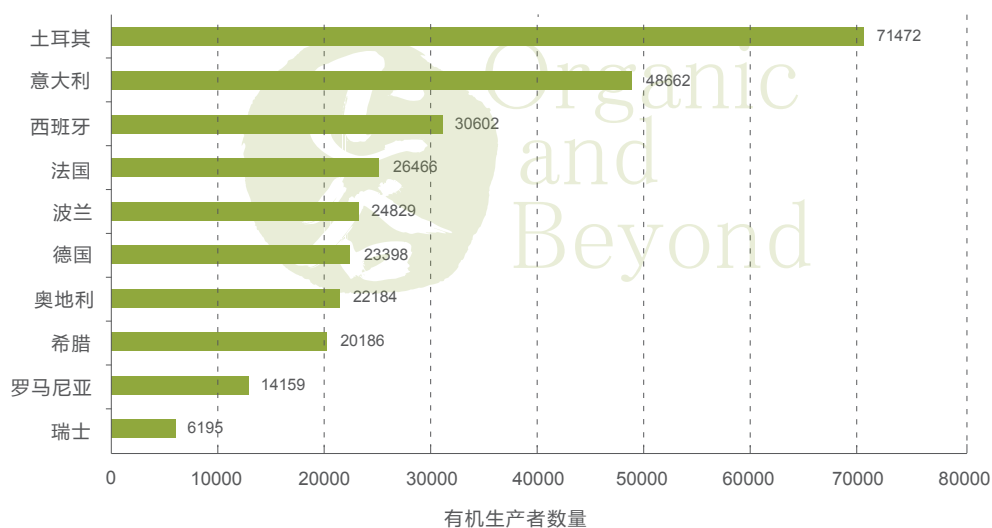


图56 欧洲：2014年有机生产者数量位列前十位的国家或地区

- 国内市场发展

- 不同国别零售额

欧洲的有机市场增值至262亿欧元，增长了7.6%（欧盟：239亿欧元，增长了7.4%）。遗憾的是，并不是所有的国家都定期提供他们本国的数据。

## 6) 各大洲有机农业

德国是欧洲最大的有机市场（79 亿欧元），是仅次于美国的世界第二大有机市场。欧洲第二大有机市场是法国，市值 48 亿欧元。近些年来，法国有机市场表现出强有力的增长。英国是欧洲第三大有机市场（23 亿欧元），接下来是意大利（21 亿欧元）（图 57）。

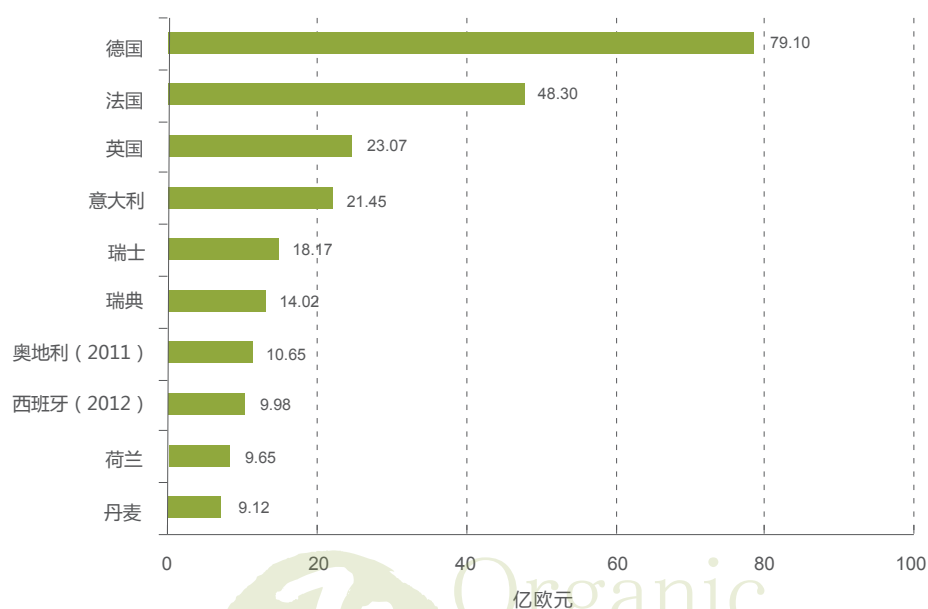


图 57 欧洲：有机食品（含饮料）市场位列前十位的国家或地区

对比世界范围内各国的单一有机市场，美国独占鳌头，占全球有机产品零售额的 43%（271 亿欧元），其次是欧盟。对比洲际之间的零售额，北美依然是最大的有机市场（298 亿欧元）。

### • 市场增长

2014 年，欧洲和欧盟的有机市场增幅大约为 7.6%。最新数据表明所有国家的有机市场都有所增长。德国作为欧洲最大的有机市场，增幅为 4.8%，第二大有机市场法国的增幅为 10%。瑞典的市场增长非常明显，增长了 40% 还要多，对于一个成熟的市场来说，表现非凡（详见瑞典有机农业章节）。

英国有机零售业市场在之前的几年一直都在减少，但在 2014 年有了 3.8% 的增长。在 2015 年，许多欧洲国家的有机市场经历了更为明显的增长，增长率接近于 2014 年的数据（预计最终数据能在 2016 年 1 月发布）。

尽管有机产品不得不跟其他可持续和区域性标识进行竞争，但是消费者对于有机产品的消费意愿依然高涨。

### • 市场份额和年人均消费额

有机零售业的市场份额占零售业总额的比例是有机市场在一个特定国家重要程度的重要指标。2014 年，有机市场份额最高的国家是丹麦（7.6%），瑞士（7.1%）和奥地利（6.5%；2011 年数据）（图 58）。

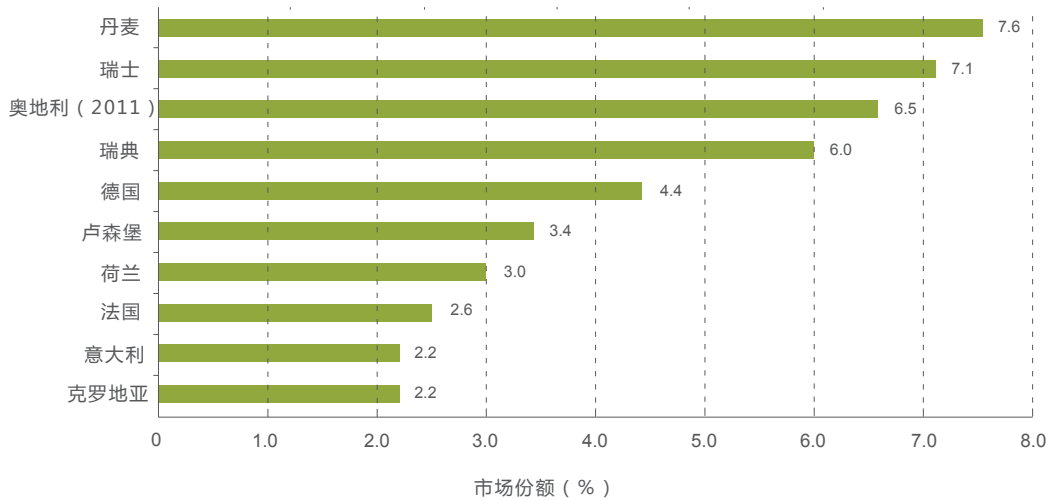


图 58 欧洲：2014 年有机食品市场份额位列前十位的国家或地区

有机食品年人均消费额最高的国家是瑞士 (221 欧元)，卢森堡 (164 欧元) 和丹麦 (163 欧元) (图 59)。然而，解读这些数据时，需要考虑到不同国家的消费水平差异。

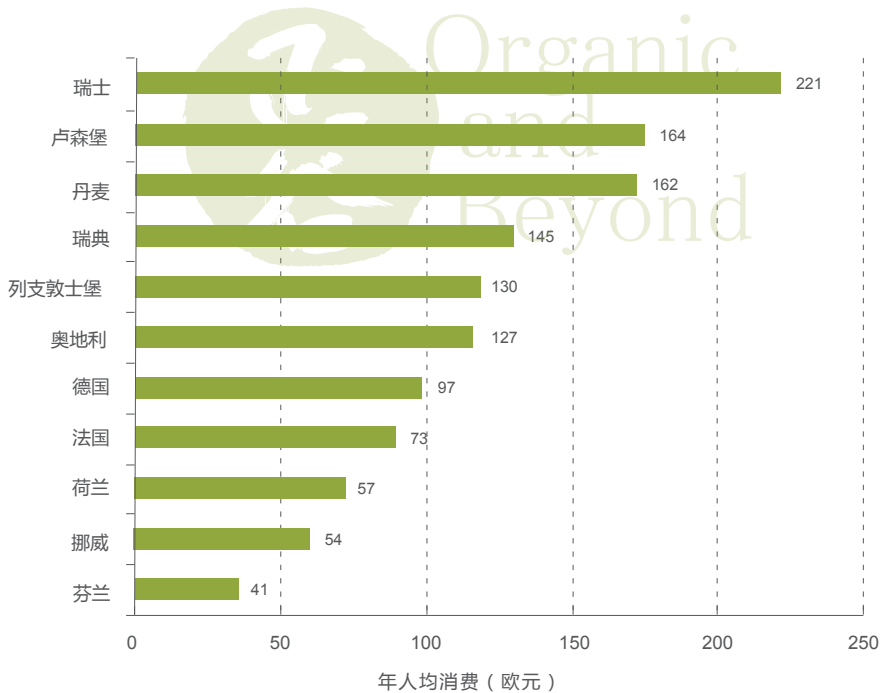


图 59 欧洲：2014 年欧洲有机产品人均消费最高的十二个国家或地区

#### • 有机产品、产品组的对比

- 在许多国家，有机鸡蛋是有机零售市场的成功案例之一。例如瑞士和法国，有机鸡蛋占有的市场份额超过 20%。

## 6) 各大洲有机农业

- 有机水果和蔬菜仍然持续受到欧洲有机消费者的高度欢迎。有机蔬菜的市场占有率仅次于有机鸡蛋,占到瑞士、奥地利和德国所有蔬菜销售额的9-15%。举例来说,单单是胡萝卜这个单品,在德国的市场份额就达到了30%。

- 在许多国家,有机乳制品达到乳制品总销售额的5%左右。瑞士的此数据甚至可达11%。

- 单品可占更高的市场份额。有机婴儿食品(德国占比40%以上)或者有机代肉类(德国占比60%)都是很好的例子。

- 另外,有一些产品例如有机饮料(红酒除外)和肉类(尤其是禽肉类),一般市场份额较低。这些产品通常都是经过深加工或者在传统市场中的价格非常低的。

### • 市场渠道

有一部分国家根据市场渠道来整合细化他们零售业的数据。还有一些国家甚至可以通过产品和市场渠道来进行数据细化分析。另外,有一些国家有餐饮业的相关数据,还有一些国家能够提供直销和宅配的数据。

图60的市场渠道显示了不同的市场渠道在不同国家的重要性。以往,有大量一级零售商的国家的有机市场有显著增长(例如奥地利、丹麦、瑞士和英国)。然而,经济危机表明过于依赖超市是一件很危险的事情。在经济危机的那些年,英国市场紧缩,而德国的零售业销售则非常不景气,但是某些特定渠道的销售还在持续地增长。法国、意大利和德国是市场显著增长的最典型的国家,同时在这些国家中,专卖零售商有着非常重要的作用。

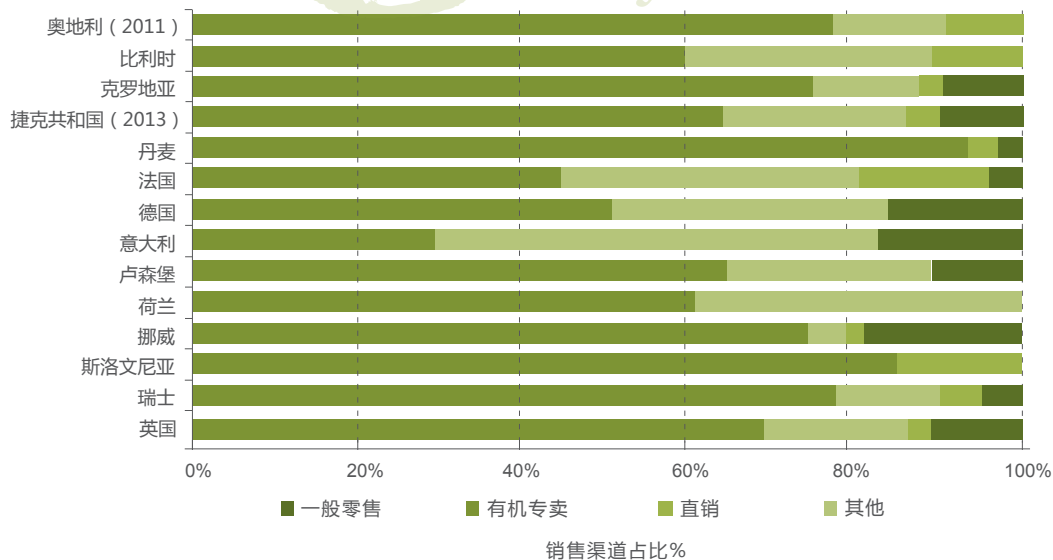


图 60 欧洲：2014 年所选国家有机产品销售渠道情况

---

• 结论

现有的全球和欧洲的有机农业和市场数据表明，在国际化的大环境下，欧洲的有机行业得到了很好的发展。相对较高的农地占比，持续增加的种植面积和经营者数量，以及快速增长的市场，都表明此市场的无与伦比的活力。

在许多国家，有机市场增长的速度比生产速度要快，造成了国内有机市场的供不应求。因此，许多有机组织或市场参与者鼓励更多的农民参与到有机事业中来。

此报告中数据分析表明欧洲国家之间仍然存在很大的差异性。尽管一些中东欧国家的有机农业用地占比很高，但是有机消费比例增长仍然缓慢。

另一个需要解决的问题是数据的可获得性。例如，在欧盟内外的贸易中，进出口起着非常重要的作用，但是几乎没有相关数据存在。此外，虽然国内市场数据的可获得性正在增加，但是这些数据通过各种方式收集，所以严格来说并没有可比性。有机数据网站在线数据库增加了有机市场数据的有效性和可获得性，并且清晰地表明了目前的不足之处。因此，我们建议增加数据的有效性和可获得性，将数据的种类、命名和定义进行统一，尤其是有机市场数据的专业用语，并提高数据的准确性。



## 北美洲有机农业

### 有机农地和有机生产者

2014年，北美洲有机农地面积约有308万公顷（图61），占全部农地的0.8%，有机农地面积约为2000年（106万公顷）的三倍，占世界有机农地的7%。

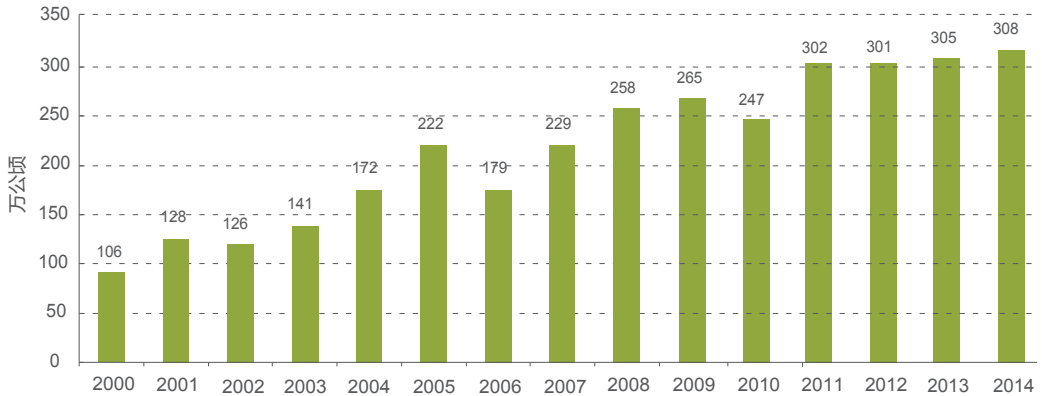


图 61 北美洲：2000-2014 年有机农地发展情况

2013 到 2014 年间，该地区有机农地面积增加了 35000 公顷 (+1.1%)，主要增长地区是加拿大，美国从 2011 年开始数据就没有进行更新（图 62）。加拿大有机耕地占农地的比例超过 1.3%，美国该比例占 0.6%（图 63）。北美洲拥有有机农业生产者 16600 人，其中约 80% 在美国。

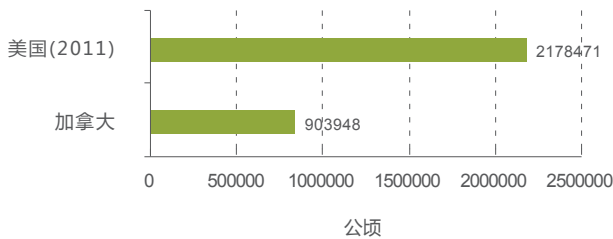


图 62 北美洲：2014 年加拿大和美国有机农地面积



图 63 北美洲：2014 年加拿大和美国有机农地占有率



## 有机农地的用途

该地区两个国家有机农地的用途记录比较详细，其中超过 82% 的有机农地用于季节性作物和草地 / 牧场，只有 2% 的有机农地用于种植多年生作物（比如咖啡），约有 67525 公顷。

主要的季节性作物为谷物，为 55.7 万公顷，约占季节性作物种植面积的 50%。主要种植的谷物种类为小麦，种植面积占比超过季节性作物面积的 40%，为 24 万公顷，其次为燕麦和玉米。多年生作物种植最多的是温带水果，超过 1.9 万公顷，其次是葡萄约有 1.6 万公顷，坚果约有 9460 公顷（图 64）。

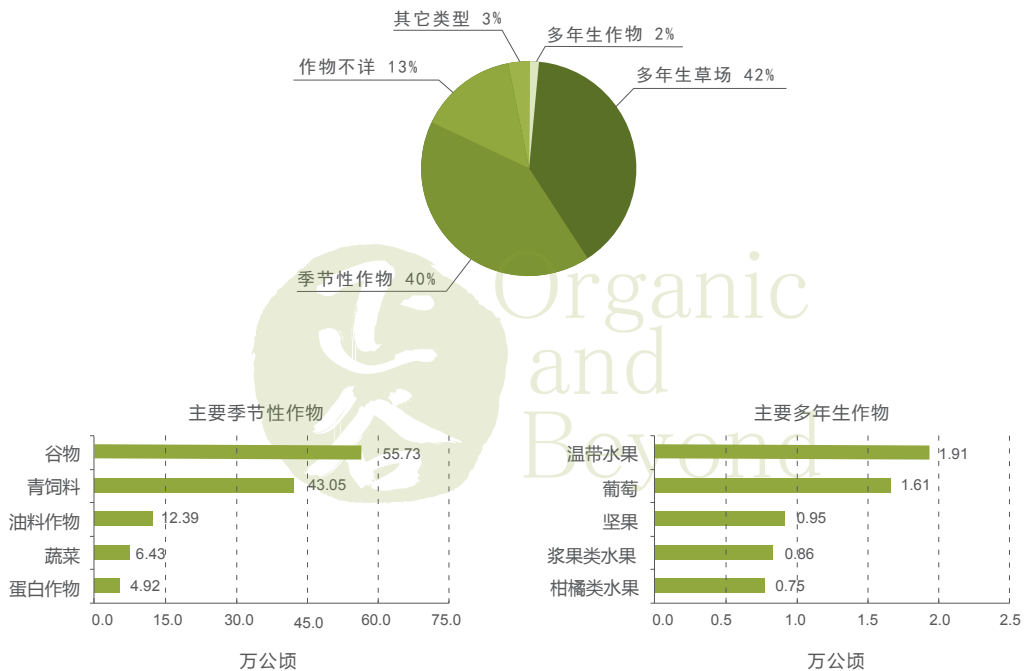


图 64 北美洲：2014 年主要有机农地类型和作物种类

## 有机市场

2014 年，北美地区有机市场继续增长，销售额接近 280 亿欧元。其中加拿大增长了 20 个百分点，美国增长了 11 个百分点。美国是世界上最大的独立有机市场，北美洲地区依然是世界最大的有机市场。

## 拉丁美洲和加勒比海地区有机农业

### 有机农地

2014年，拉丁美洲和加勒比海地区以有机方式进行管理的农地有679万公顷，占整个地区农地的1.1%，世界有机农地的16%。2014年该地区有机农地比2013年减少超过了约3万公顷，这可能部分归因于阿根廷草场/牧区的大幅下降（至少减少20万公顷）（图65）。然而，有些国家的农地在2014年是显著增加的，比如乌拉圭，因数据多年没有更新，2014年最新数据显示其新增有机农地超过37万公顷。2000年，该地区有机农地有391万公顷，现在比过去增加了约70%。

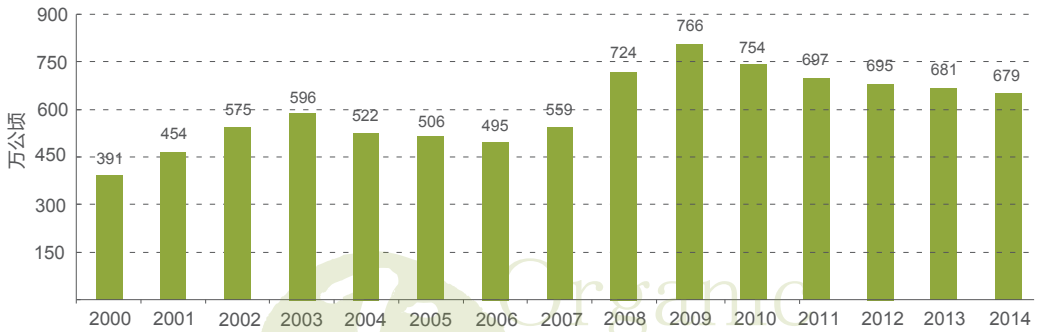


图 65 拉丁美洲和加勒比海地区：2000-2014 年有机农地发展情况

该地区阿根廷拥有的有机农地最多，为306万公顷（图66），墨西哥拥有有机农业生产者最多，超过16.9万，福克兰群岛/马尔维纳斯群岛的有机农地占有率最高，为36.3%以上，也是世界上有机农地占有率最高的国家（图67）。

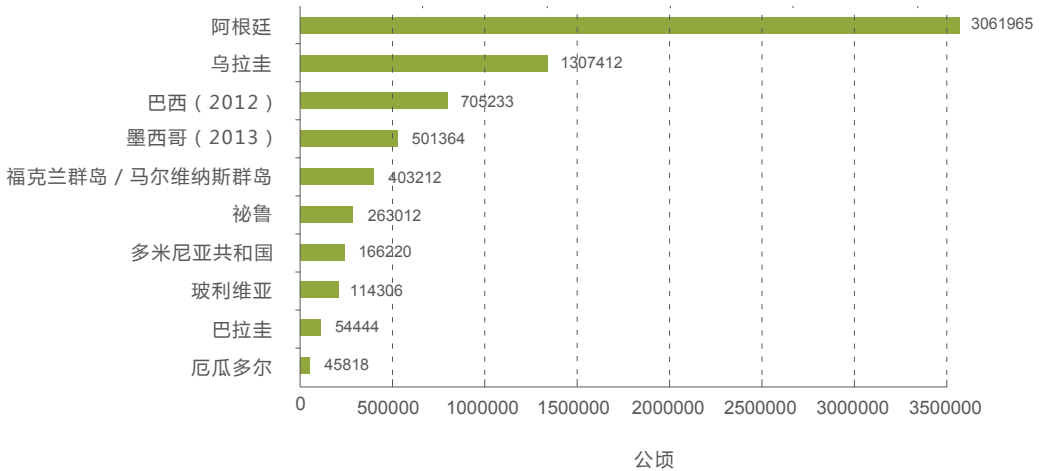


图 66 拉丁美洲和加勒比海地区：2014 年有机农地位列前十位的国家或地区

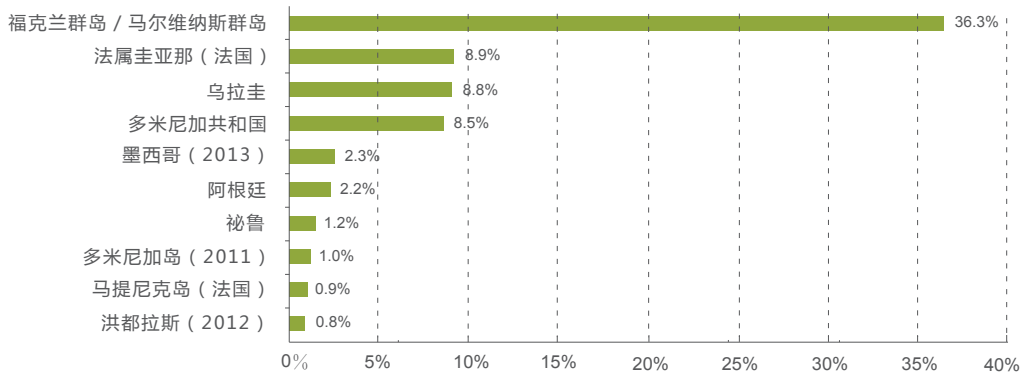


图 67 拉丁美洲和加勒比海地区：2014 年有机农地占有率位列前十位的国家或地区

### 有机农地的用途

超过 80% 的有机农地的用途具有详细的记录 (图 68)。2014 年, 只有 5% 的有机农地用于种植季节性作物, 约为 32.8 万公顷; 近 67% 的农地为草场 / 牧区, 约为 450 万公顷; 12% 的农地用于种植多年生作物, 约为 79.8 万公顷。阿根廷 (约 280 万公顷), 乌拉圭 (130 万公顷), 福克兰群岛 / 马尔维纳斯群岛是拥有多年生草场 / 牧区面积最大 (40 万公顷) 的国家。主要的季节性作物为谷物, 约占该地区季节性作物面积的 40%, 达到 12.3 万多公顷。谷物种植最多的国家是玻利维亚, 约有 8.7 万公顷, 品种主要为藜麦和苋菜; 其次为阿根廷, 约有 21345 公顷, 主要作物为小麦; 居于第三位的为秘鲁, 约有 6000 公顷, 主要品种为藜麦。2014 年, 有机甘蔗的种植面积超过 6.1 万公顷, 其中种植面积最大的是巴拉圭, 约有 4 万公顷, 其次为阿根廷, 约有 1.1 万公顷。主要的多年生作物为咖啡 (超过 40 万公顷)、可可 (约 20.6 万公顷), 热带和亚热带水果 (约 12.4 万公顷)。

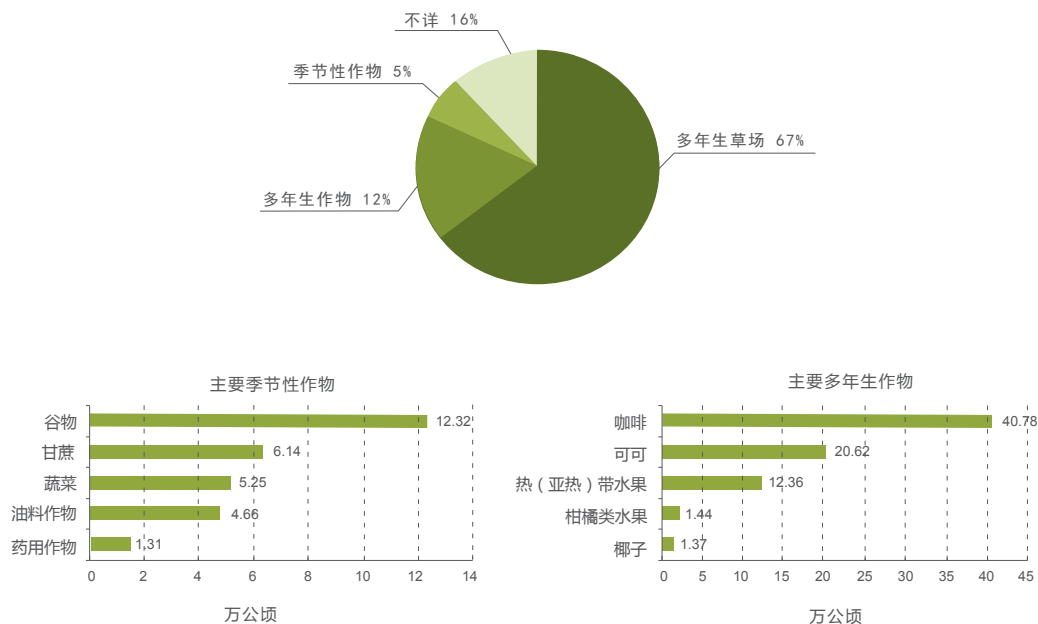


图 68 拉丁美洲和加勒比海地区：2014 年主要有机农地类型和作物种类

## 野生采集

野生采集在拉丁美洲和加勒比海地区的有机农业中起着重要的作用，有机认证面积超过 300 万公顷，主要包括野生坚果（超过 100 万公顷）、棕榈芯（近 6.4 万公顷）、玫瑰果（5.8 万公顷）和浆果（1.8 万公顷）。鉴于一些国家并未统计和记录野生采集的信息，因此可以假定野生采集的总面积要稍高于此报告所体现数据。

## 大洋洲

### 有机农地

2014 年，大洋洲有机农地面积有显著增长，达到 1734 万公顷，占该地区农地的 4.1%，占世界有机农地的 40%。自 2000 年（531 万公顷）始，有机农地增长了两倍多（图 69）。2013 年至 2014 年间，更多的国家有机农地的面积增加了，如斐济（超过 7054 公顷）、萨摩亚（约 7000 多公顷），以及所罗门群岛（约 4000 多公顷）。数据的可得性提高也是增长产生的部分原因。

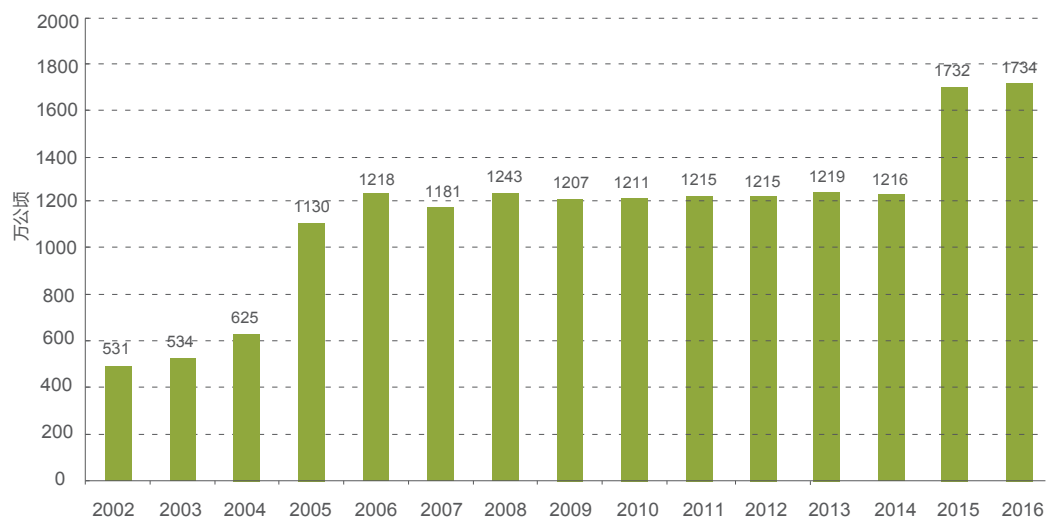


图 69 大洋洲：2000-2014 年有机农地发展情况

澳大利亚是拥有有机农地面积最大的国家，有约 1720 万公顷（图 70）。有机农地占有率最高的国家是萨摩亚群岛，超过 10% 的土地进行有机种植（图 71）。

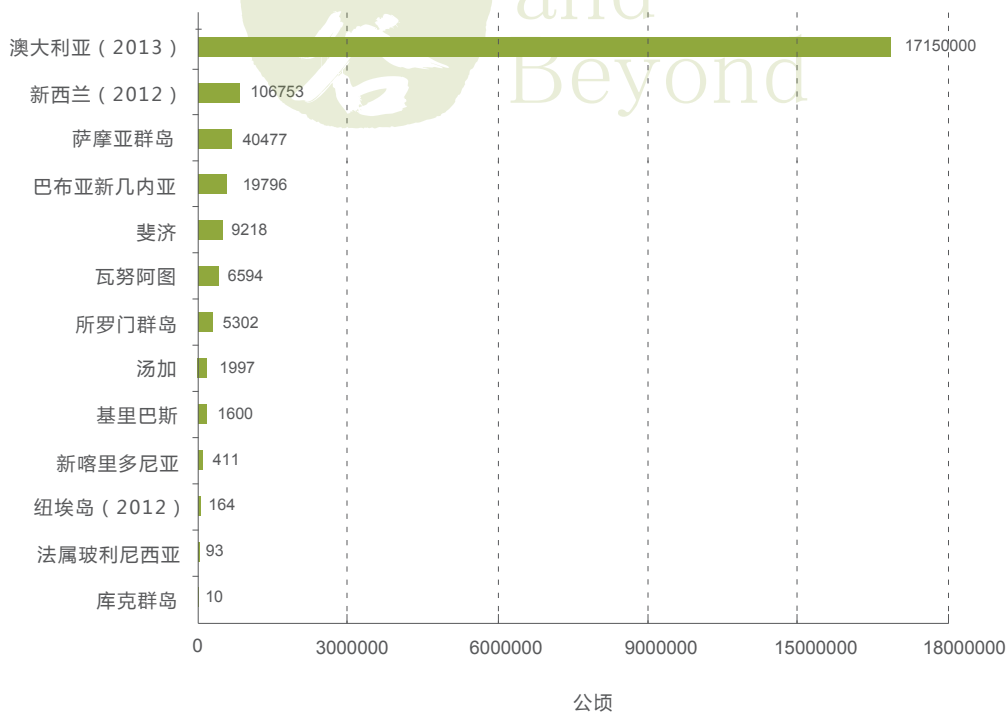


图 70 大洋洲：2014 年大洋洲国家或地区有机农地面积

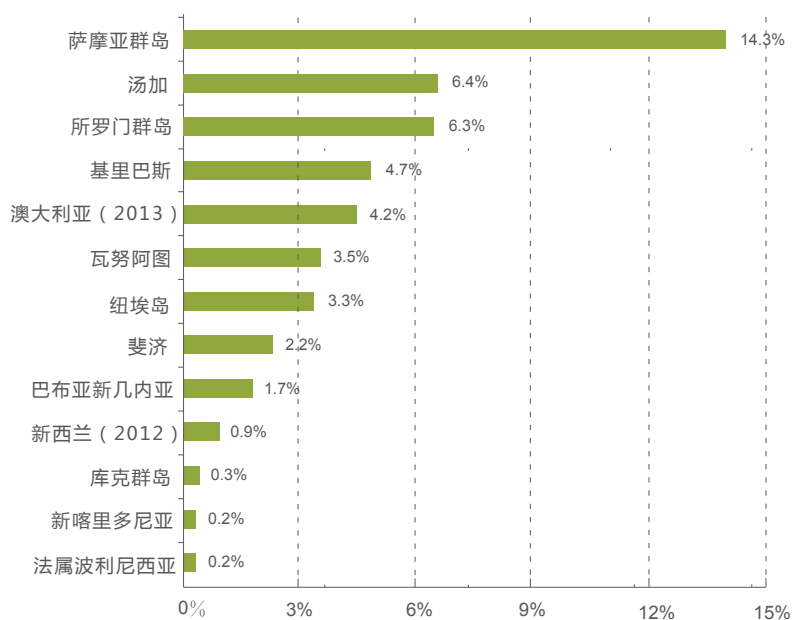


图 71 大洋洲：2014 年大洋洲国家或地区有机农地占有率

### 有机农地的用途

2014 年，该地区几乎 96% 的有机农地为草场 / 牧区，约有 1670 万公顷。然而，该地区大多数国家有机农地使用类别及季节性和多年生作物详细信息并不清楚。

### 有机生产者

该地区有机生产者约有 2.2 万人，占世界有机生产者的 1%。其中，巴布亚新几内亚分布最多，有超过 1.3 万人；其次为澳大利亚（1707 人）和汤加（1326 人）。

### 有机市场

2014 年，我们并未得到关于有机市场的最新数据。在 2013 年，大洋洲地区澳大利亚和新西兰两个国家的有机产品销售额总计约为 11 亿欧元。最大的有机市场的是澳大利亚，有机销售额约为 10 亿欧元。澳大利亚有机食品年人均消费为 41 欧元，新西兰为 19 欧元。

## 7) 一些典型国家的有机农业

### 美国的有机行业持续增长

根据有机贸易协会（OTA）《2015年有机行业调查》中的数据，2014年美国有机食品和非食品类产品的销售额创造了新的记录——391亿美元，比2013年上涨了11.4%。

虽然有机原料和食材的供应依然紧俏，但是有机食品的销售额上涨了11%达到了359亿美元。而非食品类的有机产品销售额增长了14%，迎来了六年内最大涨幅，并达到了32亿美元。有机食品的销售额占美国所有食品销售额的5%，其涨幅为11%，又一次超过了美国所有食品销售额3%的涨幅。

在主流超市中，有机食品销售额有史以来第一次占有所有食品销售额的50%。另外一个趋势是，餐饮行业包括快餐行业也开始越来越多地使用有机食品。例如，有机汉堡连锁店Elevation Burger和刚刚在2015年开业的艾米得来速快餐厅。

有机产品依旧是最大的销售种类。事实上，有机产品的销售额占美国所有售出产品销售额的12%。

2015年的销售数据正在统计，数据将会用在2016年有机行业调查的报告中，今年5月之前还不会发布。但是，2015年的调查报告预计2015年有机食品的销售额将会继续上涨11%，而有机非食品类产品的销售额有可能上涨14.5%。

同时，根据有机贸易协会《2015年美国家庭对有机的心态和信念研究报告》中的数据，2015年有83%的美国家庭都或多或少的购买过有机产品，较6年前73%的比率有较大的增长。另外，有机产品购买者的人口结构也能够反映美国社会的人口结构，它跨越了年龄、收入水平和种族。全国大多数家庭都把有机产品作为他们日常购物的一个选择。

### 更多经过认证的有机操作

4月，美国农业部宣布美国国内的有机认证业务数量达到19474项，全球的有机认证业务数量为27814项。从美国农业部国家有机项目组（NOP）发布的数据来看，美国国内的有机证书数量在过去一年中增加了5%以上。美国有机认证业务从2002年开始统计，目前本地的业务量已经增加了超过250%。

通过管理成本分担方案以抵消美国生产商和经营商有机认证的费用，2015年全年美国农业部通过州农业部向这些企业发放了将近1190万美元的津贴。这些津贴通过两个项目发放：国家有机认证补贴项目（约为1100万美元）以及针对15个州的农业管理协助有机认证项目（约为90万美元）。

为了提高有机农户的联邦农作物保险投保数量，美国农业部扩大了可溢价收购的有机农作物的数量，进一步加强了有机安全网。

另外，美国农业部还用2014年农业法案的资金建立了完整的有机产品数据库。该数据库是一个现代化的有机认证操作数据库，能定期提供准确的认证操作信息。2015年年底，NOP项目组发布了第一版的数据库，取代了之前每年都会发布的认证名单。

同时，美国农业部的农业市场服务部门发布了 2015 年 NOP 合规及执行 / 上诉的总结报告，在 2015 年财政年度报告中特别指出了已完成和进行中的投诉、初始行动以及案件处理（包括和解和违反 NOP 的处罚）的数量。该部门准备每个季度更新一次数据。

美国农业部的国家农业统计局（NASS）在 9 月中旬报道：已认证的和豁免认证的美国有机农场在 2014 年的销售了价值为 55 亿美元的有机产品，和 2008 年的数据相比，上涨了 72%。豁免认证的农场标准为：种植方法达到有机种植的标准但是年销售额小于 5000 美元的农场。在 2014 年有机调查发布后，NASS 称经过认证的有机农场数量跟 2014 年相比上涨了 16%，达到了 12634 个。但是值得注意的是，NASS 在分析数据时没有把已认证的农地数量和豁免的农地种类进行区分。因此，在分析美国认证的有机农地增长情况时可能会出现不准确的情况。

其他统计的数据显示，5300 个美国有机生产者都想在未来 5 年中扩大有机生产规模和数量。并且目前有将近 17 万英亩的美国农地处于转换期。

美国农场销售的已认证的有机商品品种多样，从乳制品、蛋白质品到水果、蔬菜和谷物。最受欢迎的 5 类有机商品是牛奶、鸡蛋、肉用鸡，生菜和苹果。这些数据来自于 NASS 和美国农业部风险管理部门发起的调查，是美国农业普查的一部分。

### 紧俏的有机供给

紧俏的原料供给是阻碍美国有机产品销售的最大障碍。和 1990 相比，有机农地的面积已经扩大了 5 倍，但是还是不足全国 9 亿英亩农作物和牧场面积的 1%。同时，对有机商品的需求猛涨了 30 倍，在 2014 年达到了 400 亿美元并且还在持续增长。2002-2014 年美国有机零售额发展情况请参考图 72。



图 72 美国：2002-2014 年有机市场零售额增长情况

来源：Organic Trade Association, various years



国内有机生产根本无法跟上强劲的需求。为了满足国人越来越大的“胃口”，美国必须持续增加有机食品的进口。因此，达成的共识是：美国需要更多的有机农场和有机产品。

美国贸易协会将在 2016 年向美国农业部提交申请，希望能够通过农民贸易咨询委员会向中小型有机农民、牧场主以及种植者提供三年转换期的帮助和投入。这个项目的目标是为了在需求涨势明显而供应不足且需要更多进口有机商品的情况下，向想要转型为有机种植的农民提供经济补贴。

## 国际贸易

2015 年期间，欧洲委员会重新审核了 2012 年签订的欧盟 - 美国有机等效协议，委员会认为该协议在逐渐扩大的有机市场形势下可以招募到更多的生产商、扩大客户的选择以及帮助规范合作形式。在给 Miles McEvoy (NOP 副理事长) 的一封信中，欧盟委员会在 5 月已经重申了其有机等效协议的承诺。

2015 年 7 月 9 日，美国和瑞士的官方代表签署了有机等效协议，为宝贵的欧洲市场向美国的有机部门开放完成了最后一步。该协议也成为美国一系列有机等效协议中的一份（2009 年与加拿大签署、2012 年与欧盟签署、2014 年与日本和韩国签署，以及在 2009 年与台湾签署的单向等效协议）。

2015 年，美国有机贸易协会委托进行了两项关于有机贸易的研究，并希望这两项研究可以帮助有机从业者和政策制定者更好的做商业决策和政策决策。第一项研究于 4 月发布，首次通过编译官方可追溯的进出口有机产品编码洞察有机全球贸易。这项研究显示，全球对美国有机商品的需求越来越高，而且也提供了没有种植更多有机农作物的农民失去了关键市场的有力证据。随后在 12 月发布的研究表明签署了等效协议后，与未签署协议的情况相比，美国有机产品出口的年收入在 2011-2014 年间增长了 58%，并且对各方产生了积极的影响。

2011 年，美国农业部开始使用统一的 HS 编码追踪一部分有机进出口产品。如今，有 34 种出口和 40 种进口有机产品 HS 编码，美国有机产品年出口额约为 32 亿美元。自从签署并实施了等效协议后，美国向欧盟的有机产品出口上涨了 44%，向日本的出口增长了 17%，向加拿大的出口也增长了 14%。从进出口额看，有机苹果、生菜、葡萄、菠菜和草莓是有机产品出口的前五名，而有机咖啡和大豆是进口额最多的有机产品。

## 对标准的严格要求

国家有机标准委员会作为美国农业部和 NOP 的志愿顾问，每两年公开讨论并对允许投入物质清单内容和其他有机标准相关内容进行投票。2015 年，委员会花费了大量的时间对他们 5 年的落日复审计划进行审查。这个复审过程将会决定是否可以将某个物质添加或者从名单中剔除。

本轮复审史无前例的从国家清单中剔除了 11 个投入物、否决了 2 项人工合成投入物的申请，但是批准了将更加严格控制天然调味料在有机加工产品中的使用。国家有机标准委员会的行动反应出有机实践的创新可以使得合成投入物的使用量越来越少。一旦 NOP 批准了复审计划提供的建议，那些被剔除的投入物就不能在任何有机食品生产、加工或者运输过程中使用了。

同时，有机农业的独特需求和实践得到了联邦政策和规定者的认可，也会在新的法律法规中体现。在实施《食品安全现代化法案》的最后阶段，美国食品药品监督管理局修订了早期对堆肥和粪便的处理建议和其他相关法规，以避免这些法规对有机生产产生负面影响。

### 有机目标的完成？

2015年期间，美国农业部实施了2014农业法案的条例，通过提议一条规则允许美国有机种植农民和经营者选择将津贴用来参与常规商品验讫项目或者自行决定如何花费这笔津贴。在这个规则下，豁免条件从持有100%有机标签的生产、加工、运输和进口商扩展到只需要持有至少95%的生产、加工、运输和进口有机和传统产品的经营者。最终版本的规则12月31日发布，并于2016年2月29日生效。同时，美国有机行业也迎来了一个突破性的进展，有机贸易协会在5月向美国农业部申请开展关于对有机商品的研究和推广的投票。2015年已经接近尾声，美国有机行业还在等待美国农业部提出建议并收集公众意见。

从收集反馈意见到整理其中包括的内容，有机工作的验讫花费了三年的时间。工作的动力之一是需要教育公众何为有机以及如何将有机标识与其他标识如“天然”和“非转基因”相区分。目前，有相当一部分消费者错误地将有机产品的益处归于不受监管的产品。

当然，更主要的还是对有机农业的调查研究。关于有机研究调查的经费历来是不足的。虽然2014年农业法案将对有机研究的预算涨到了1亿美元（5年），但是和联邦政府全年农业投入的12亿美元研究经费相比，还是太小的一部分。关于有机育种、长期有机试验田以及农作物病虫害防治的有机代替品都需要大量的经费和支持。有机工作验讫计划的支持者认为，这些研究可以帮助有机农民获得成功，并且可以培养新的有机生产者。

如果美国有机利益相关者批准了工作验讫计划，那么这一举措将改变对有机行业的投资现状。这将使该部门能够筹集资金，促进有机研究，推广有机品牌，增加美国的有机种植面积。能否通过这一计划大概是2016年最重要的议题。

## 瑞典的有机农业

### 2014 年和 2015 年瑞典有机农业空前繁盛

在 2014 年和 2015 年，瑞典有机市场经历了一个前所未有的增长，市场增加了 40% 以上——对于一个已经完善的市场来说也是非常引人注目的速度。在这篇文章里，我们将会揭示发展背后的原因。

#### • 市场结构

自上世纪 80 年代末和 90 年代初以来，瑞典有机市场是靠或多或少的有机产品零售网点发展起来的。在许多年里，大多数商店里的有机产品范围都很狭窄，但在 2007 年到 2009 年之间，瑞典经历了有机产品销售额的快速增长，这段时间可以视为对有机零售业的一次“唤醒”。在这个时间点上，主要的投资力度都在建立自主品牌和增加有机产品种类上。这让消费者去挑选有机产品时更方便，不用换商店，甚至在商店的同一区域内就可以买到。因此，这一时期重要的零售基础设施都可以快速进行升级。

2010 年，有机市场发展速度放缓下来了，然而现在，农民们开始发生转变，最重要的是，牛奶场开始和很多养殖户签订合同。这导致在接下来的几年，有机牛肉和牛奶产能过剩，并产生严重经济损失。但因此，这也意味着，当 2013 年有机市场改善并快速增长时，提供充足的有机乳制品和牛肉产品并不是一个大问题。

#### • 社会经济条件

瑞典躲过了 2008 年的金融危机和近几年的欧元动荡，经济形势从 2006 年后一直保持着稳定增长。议会也对税收制度进行了调整，降低了高收入人群的税收，使他们有更多钱可以消费。另外，在房产方面，家庭负债的上升和增长也提高了消费者的流动性。到 2013 年，许多瑞典人感到财政安全，觉得他们可以负担起想要的食物。他们也不需要其他方面省钱或者购买有折扣的产品。

#### • 2013 年引爆点

调查显示，在购物时，瑞典消费者比大多数其他欧洲国家的消费者更具有利他主义。另外一项研究表明乐活（LOHAS）人群在瑞典占比较大，约为 35%-37%。LOHAS 人群会在购物中寻找品质、口感、健康度高的食物。这部分人群一般有高于平均水平的收入，是属于比较有安全感的社会层级。很多瑞典的 LOHAS 人群在 2013 年就意识到有机产品是一个更好的选择，但他们还没有被完全说服去改变购买习惯。

2012 年后期和整个 2013 年，一系列的媒体活动影响到了有机市场，这些包含：

1、泛欧马肉丑闻使消费者寻找更可靠的替代品，比如有机产品。

2、首次分析发现农药残留不仅出现在香蕉皮上，还出现在了香蕉果肉上，由于家长们非常喜欢购买香蕉，此次分析结果析触到了他们对于健康的敏感神经。

3、在瑞典自然保护协会发起的活动中，对葡萄和葡萄酒中的农药残留检测得出了惊人的结果，这个结果刺激到了特别喜爱 LOHAS 的美食家，他们突然发现葡萄和葡萄酒没有以前那么更好了。

同时，KRAV(<http://www.krav.se/english.>) 在 2013 年也在各种问题上做了较有成果的媒体工作：最重要的可能是向学校厨房展示了可以用和普通学校相同的花费，使用 100% 有机食材做学生餐（大约 1.2 欧元 / 每餐）。通过这项活动，KRAV 想传达的信息是：有机食品不一定很贵；这个价格取决于你烹饪的方式和选择的饮食习惯。

鉴于以上的事件和发展，2013 年 10 月至 11 月，有机销售额突然开始增加。这个结果非常出人预料，而且突然出现有机鸡蛋、牛奶、香蕉、肉类都有可能被售罄的信号。这样迅速的发展不可能仅由一个原因引起，而更像是达到了一个临界点或临界量。

### • 2014 年

2014 年，市场上大部分参与者主要关心的是向市场提供有机产品，也就是前面所提到的过剩的牛奶和牛肉得到了使用；因为有大量产品可以供应，所以没有由于需要转换新农场而延迟时间。对水果和蔬菜的需求也有较大的增长，但是蔬果相对容易地从国际市场获得。媒体密切关注着有机行业的蓬勃发展，这进一步推动了有机产品的市场。

2014 年下半年，零售连锁店很大程度上解决了供需矛盾问题，并推出了市场推广宣传和一些卓有成效的活动。然而，因为采购货源的问题，大型活动仍然是很难组织的。

2004-2014 年瑞典的有机零售额发展情况请参考图 73。

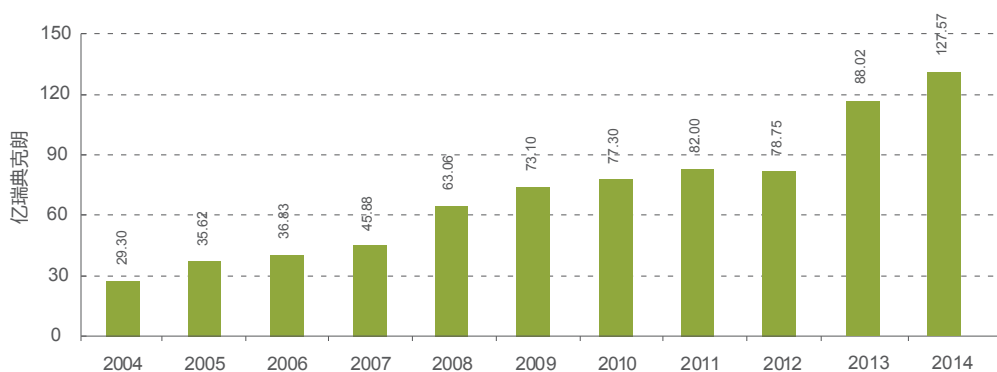


图 73 瑞典：2004-2014 年有机市场零售额发展情况

来源：Statistics Sweden

---

- 2015 年

2015 年有机产品零售连锁店开始举行大型活动。Willy's 和 COOP 这两个连锁店已经进入人们的视线。当零售商有能力保证有足够的所需产品来源时，大型活动就可以进行了。

市场上有机产品种类也急剧增加。例如 KRAV 认证的产品数量从 6500 种增加到了 8000 多种，增长了约 25%。这意味着市场将进入新一轮的扩张，但最大的问题是原材料的不足；有 75% 的相关食品加工企业上报了暂时或永久的原材料短缺情况。

自 2009 年以来，乳制品厂和肉类公司第一次寻找新的养殖户。到今年年底从农场收购的有机牛奶价格溢价也上涨了。

在第三季度，领先的零售商 ICA 在过去一年中的有机销售额增长了 56%（来源：ICA Gruppen 2015），他们认为购买有机产品已经不是一种消费趋势，而将成为新的消费习惯。与 2014 年前九个月相比，酒类专卖店在 2015 年同期有机产品部分的销售额增加了 78%。

- 前景

2016 年伊始，大多数零售商都能够锁定不同产品让有机市场持续增长。然而，无法获得足够的原材料还依旧是有机市场增长的主要限制。虽然如此，2016 年也应该会有 20%-30% 的市场增长。



## 澳大利亚有机农业

### • 发展历史和立法现状

澳大利亚支持有机农业的主要立法框架仍然是《出口控制法案》(Export Control Act)，它明确了有机食品是定义产品，因此，有机食品需要农业部认可的认证机构来进行认证。这就需要通过行政管理来规范第三方认证，并将有机行业纳入到一个国家标准(National Standard (NS))的框架之下。此国家标准目前正在修订，用以更为有效地满足目前澳大利亚有机出口商的需求。

澳大利亚并没有具体的国内立法能够对有机产品的生产和营销给出明确的标准。2010年引入的新的消费法可以为澳大利亚竞争和消费者委员会(ACCC)去追查和起诉企业在有意或无意中企图滥用有机标签的参考。这导致许多企业不得不在国内市场上删除“有机”字样，因为这样的使用并不符合行业公认的有机标准。

1991年，澳大利亚农业部制定了有机和生物动力学产品的国家标准(2015年修订)，这是在一个共同的监管体制内通过第三方认证的使用进行行政管理的。此政府标准是由有机产业标准和认证委员会(OISCC)进行控制的，其应用是由市场驱动的，澳大利亚的大型连锁超市需要对进口的有机产品进行认证或等效认可认证。澳大利亚有机认证机构ACO与大型超市紧密合作，以保证各大超市货架上的产品符合行业公认的国内和国际有机产品标准。

自2007年以来，该行业耗费了大量的时间和资源开发平行的国家有机标准：AS 6000(澳大利亚有机和生物动力学产品标准)。然而，由OISCC进行管理的有机和生物动力学产品国家标准还是作为澳大利亚国内市场或者出口产品市场贸易的认证标准。截至发稿，AS6000和NS有机标准是等同有效的。通过OISCC峰会，目前有机行业正在研讨何种标准将会用于将来的市场。现状表明，行业有充分的意愿回到只有一个国家级的有机标准的状态，以节省时间和资源，并在国际上避免不必要的双重标准。

类似于“私人”(或行业组织拥有)有机标准，未来国家标准或AS 6000标准会被ACCC或者其他方用于起诉那些未按照标准生产或者使用标签的生产者或销售商。这样，联邦政府监管机构连同认证机构就可以对不遵守市场的行为(通过测试，现场审计和市场提示)做出警惕和反应，并在具体有机立法缺失的情况下，为国内正常的市场渠道(传统零售)提供一个相对统一的标准要求。

### • 认证机构

澳大利亚现阶段有6家国家认可的认证机构。项目二十世纪90年代出口项目开始以来，已经有五到七家国家认可的认证机构。在过去的十年间，ACO这家认证机构(Australian Certified Organic，之前叫做BFA Co-op有限公司)整合了其他几家认证机构(Organic Vignerons of Australia, Organic Growers of Australia; and Tasmanian Organic-Dynamic Producers (TOP))，代表了澳大利亚市场中大多数有机认证产品。与TOP的整合是在2014年完成的，除被强制使用ACO的花蕾型logo外，塔斯马尼亚的生产者还可以继续使用塔斯马尼亚的logo。

第一个正式的行业协会是生物动力学研究所(Bio-Dynamic Research Institute (BDRI))于1952年成立的，研究所拥有自己的行业标准。其他行业协会在上世纪80年代(澳大利亚国家可持续农业协会(NASAA)公司和BFA公司)成立，并建立开发了自己的私人行业协会标准和认

证程序。1991年，联邦政府的出口项目的创建将所有这些（和其他一些）组织纳入到同一个国家标准之下。目前这些被认可的认证机构是：

ACO – Australian Certified Organic

AUSQUAL

BDRI – Bio-Dynamic Research Institute

NCO – NASAA Certified Organic

OFC – Organic Food Chain

SFQ – Safe Food Production Queensland

#### • 机构支持，研究与发展

有机产业是由 OISCC 峰值协会监督的，OISCC 给国家标准委员会 (NSSC) 提供建议，反过来 NSSC 也可以给联邦政府提供建议，对国家标准和《1982 出口管制法案》（出口控制法令—有机产品认证—2005）进行修正说明等有关事项。

自从农村工业研究与发展公司（Rural Industry Research and Development Corporation (RIRDC)）放弃掉它每年价值 30 万澳元的有机项目开始，有机行业现在几乎得不到联邦政府的直接支持了。

西澳大利亚政府已经向一个为期三年的食品工业创新项目投资了 450 万澳元，希望可以获得高端国内市场和出口市场的机会，预计这部分资金将专门用于发展该州的有机产业。目前，虽然大多数相关部门自称支持有机行业工作，但是其他州或地区政府并没有具体的有机项目。

澳大利亚园艺创新公司（Horticulture Innovation Australia (HIA)）是该行业的国家商品集团（national commodity group）。通过与澳洲有机有限公司（Australian Organic Ltd.）、ACO 母公司的一份共同出资协议，他们已经联合投资了 120 万澳元支持一个为期三年的项目，用于监督市场数据分析（《澳大利亚有机市场报告》）、产业开发，以及与行业的相关沟通。这个项目是建立在澳大利亚有机有限公司以前的研究基础之上的。

#### • 市场，趋势和展望

根据最新发布数据，截止到 2014 年 6 月，通过有机认证的土地有 2200 多万公顷。这些土地报告转换完成的土地（1715 万公顷）、转换期土地（119 万公顷）和预认证土地（430 万公顷）。这些数据已经公布，但是我们还应该认识到可能由于新的土地正在评估认证和转换期间，数据还存在一些偏差。因此，在 2016 年，澳大利亚统计局（ABS）在下次发布有机农地的正式数据时，极有可能是一个保守的数据。

根据《澳大利亚有机市场报告》（Mascitelli et al., 2014）最新标杆方法，澳大利亚有机行业估值约 17.2 亿澳元（零售额 + 出口），自从 2012 年以来，出口额已经增加了一倍多。在国内，乳制品继续在澳大利亚有机市场的最大份额（22.3%），紧随其后的是肉类行业，份额为 16.2%。水果和蔬菜及加工食品的份额都在 11% 以上。1990-2014 澳大利亚有机零售额发展情况请参考图 74。

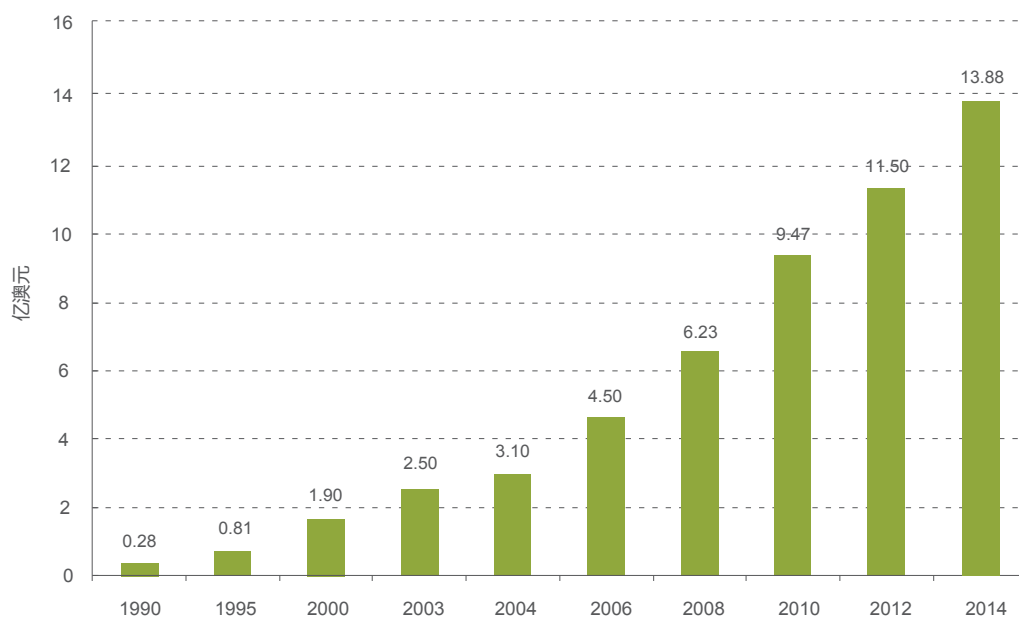


图 74 澳大利亚：1990-2014 年澳大利亚有机市场零售额增长情况  
来源：Australia Organic 2014

69% 的消费者在包括科尔斯 (Coles), Woolworths, IGA 和阿尔迪 (ALDI) 等主要的零售店购买有机水果和蔬菜 (表 1)。

表一：澳大利亚：2014 年市场渠道有机零售额

渠道	有机零售份额	零售额 (亿澳元)
超市	69%	9.54
折扣店	2%	0.24
便利店	3%	0.45
独立杂货店	16%	2.11
网络零售商	4%	0.52
其他零售渠道	7%	1.02
总计	100%	13.88

考虑到有机零售业的持续增长，再加上额外的竞争（由于对阿尔迪商店在澳大利亚的扩张），预计该行业将会继续推动市场和影响商业规模生产系统，以满足供应的挑战。



《澳大利亚有机市场报告》(Mascitelli et al., 2014) 提供最新的行业研究。调查显示有机行业有一个非常积极的前景, 多数单个部门经历了年度增长, 整个有机行业的年增长速度也达到了 15.4%。

园艺行业需要协调供求差距, 制定战略以尽量减少供大于求的状况。我们希望, 随着这个行业的成熟, 它将为从国内零售家庭配送到国外出口和加工等方式提供一个更广泛多样的市场出路。

近年来, 由于传统有机农田不能使用已获许可的水源进行生产, 且消费者对有机谷物的需求快速增长, 用于人(畜)消费的有机谷物仍然明显不足。有机粮食供给量目前只有澳大利亚东海岸磨坊主和加工商声称所需求量的 1/3。如果有有机谷物供应再长期没有保障, 那这个行业的发展将会受到很大限制。

有机谷物价格会出现耦合效应, 面粉和饲料加工商直接互相竞争, 把有机谷物的价格推高到了常规粮食价格的三倍左右。这对澳大利亚奶制品、家禽、蛋和猪肉等下游行业有着明显的影响, 供应量的有限直接影响到了目前的肉禽蛋奶产量。最近有机谷物行业的工作目标是扭转这一粮食短缺现象, 预计该现象可能会持续一段时间。

羊毛和棉花行业是澳大利亚的商业部门, 也是传统生产系统中的 2 个部门, 它们几乎或完全没有有机产品的特征。尽管目前澳大利亚市场对这些产品的需求量日益增长, 这些产品还是依赖于进口。纺织工业的有机认证只有 ACO 一家机构可以进行。他们也是唯一由澳大利亚政府认可, 可以依据特定的化妆品标准, 对化妆品行业提供认证服务的机构, 化妆品业的年增长率为 18%。

总体而言, 澳大利亚的有机工业(出口和零售业)份额约为澳大利亚食品(含饮料)市场的 1% 左右。参考北美和欧洲的市场份额的数据, 预计澳大利亚的有机行业有相当大的增长和发展空间。如果不考虑供需限制和全球经济条件的话, 这一增长预计将持续, 年增长率在 15% 左右。

参考文献和进一步了解:

Mascitelli et al. (2014) : Australian Organic Market Report 2014. Australian Organic Ltd, Nundah, Brisbane, Australia. Available from <http://austorganic.com/ao-market-report/>

Monk et al. (2012) : Australian Organic Market Report 2012, BFA Ltd, Chermside, Brisbane, Australia

更多链接:

- › Australian Organic Ltd – [www.austorganic.com](http://www.austorganic.com)
- › Australian Organic Schools - [www.organicsschools.com.au](http://www.organicsschools.com.au)
- › Organic Industry Standards and Certification Council (OISCC) - [www.oiscc.org](http://www.oiscc.org)
- › Department of Agriculture - [www.agriculture.gov.au/ag-farm-food/food/organic-biodynamic](http://www.agriculture.gov.au/ag-farm-food/food/organic-biodynamic)

---

## 02 发展趋势

---

## 有机 3.0 时代 - 真正持续的农耕和消费时代



本讨论文件是在持续有机农业行动网（SOAAN）与 IFOAM 国际有机联盟（IFOAM-OI）的智囊团集思广益的基础上由马库斯·阿本兹（Markus Arbenz）、戴维·戈德（David Gould）和克里斯多夫·思图普斯（Christopher Stopes）合作编写的。本文件在国际有机农业研究学会（ISOFAR）的 2015 槐山郡世界有机农产业博览会上正式发布。

此中文翻译文件是由周海燕老师、周泽江老师和正谷有机农业技术中心共同参与翻译完成。

## 02 发展趋势

---

目录	74
前言	75
1) 执行摘要	77
2) 内容简介	79
3) 背景：有机 1.0-2.0-3.0 继续前行	80
背景	80
有机 1.0 时代 - 来自全球的先驱	80
有机 2.0 时代 - 规范期和执行期	81
有机 3.0 时代的需求	82
4) 有机 3.0 时代的框架	83
有机 3.0 时代的总体思路和目标	83
有机 3.0 时代的模式及其主要特征	84
6 个关键特征	85
5) 有机 3.0 时代——结果和影响	86
6) 有机 3.0 时代——对潜力的响应；确定操作目标	87
7) 付诸实施——让我们共同努力	88
实现有机 2.0 时代过渡到有机 3.0 时代	88
8) 下一步的工作	92

## 前言

欢迎您参阅这份重要的文件，编写此文件的目的是引导开展关于有机 3.0 时代的全球性的大讨论。

有机 1.0 时代是由我们的许多先驱者开创的，这些先驱者在 19 世纪末到 20 世纪初发现了当时世界农业在发展方向上存在的问题，并指出了发生根本变化的必要性。

有机 2.0 时代始于 1970 年代，在此期间，有机先驱者们的著作和他们所创建的农业体系逐步发展成为标准并最终成为法规体系。

有机 3.0 时代是有机运动的第三个发展阶段，是一种新的发展模式。有机 3.0 时代是引导有机事业从小众向主流发展的阶段，是将有机体系定位为应对我们的地球和物种所面临的众多重大挑战的解决方案之一，是有机界制定新的共同愿景以及积极参与解决全球重大问题的时代。

本文件述及了全球面临的许多重大问题，并提出了我们对解决这些问题的战略建议。我们希望您能拨冗垂阅，为有机行业发展方向塑造做出贡献。



**André Leu**

President, IFOAM -  
Organics International

André Leu, President, IFOAM - Organics International

IFOAM 国际有机联盟主席 安德鲁·路易



**Urs Niggli**

Chair  
SOAAN

Urs Niggli, Chair, SOAAN

国际持续有机农业行动网（SOAAN）主席 乌尔斯·尼格里

## 专栏 1 | 致谢

IFOAM 国际有机联盟 (IFOAM-OI) 感谢参与到此文件形成发展过程当中的许多人和参与到有机 3.0 时代概念的讨论当中并从区域和行业角度提供了具体观点的组织。他们对 SOAAN 在这本宣传册中描述有机 3.0 时代的过程投入了大量的精力和灵感。

我们尤其感谢马库斯·阿本兹 (Markus Arbenz)、戴维·戈德 (David Gould) 和克里斯多夫·思图普斯 (Christopher Stopes) 主导这一进程；感谢槐山郡允许我们在韩国继续讨论“有机 3.0 时代：下一个阶段”的议题；感谢德国纽伦堡展馆，通过 BIOFACH 博览会每年都会在他们的全球议程当中放入这个主题；感谢 SOAAN 贡献他们的时间和专长；感谢 IFOAM 国际有机联盟世界理事会的指导和引领。

我们在此谨向为我们提供以下报告并为我们提供参考的各智库表示感谢，

- 2014 和 2015 年 BIOFACH 国际博览会期间发布的 IFOAM 有机 3.0 论坛摘编
- IFOAM 国际有机联盟 2014 年伊斯坦布尔世界有机大会发布的研究汇编及最终宣言
- 瑞士有机农业研究所 (FiBL)，瑞士 Bio Suisse, 德国 Naturland, 奥地利 Bio Austria 和德国 Bioland 智库组的有机 3.0 报告
- IFOAM 欧盟的关于“食物与农业的变革—2030 年欧洲的有机愿景”报告
- IFOAM 技术创新平台 (TIPI) 的“有机农业研究的全球愿景与战略”
- 德国农业研究联盟的“未来有机研究战略大会”报告
- 有机群 (Organic Cluster) 的“2025 年的有机展望”
- 奥地利 Zukunftsinstitut 研究所“有机 3.0 时代—趋势和潜力分析”
- SOEL 的有机培训计划报告“Die neue Generation denkt das neue Bio”

## 1. 执行摘要

从那些认识到人类的生活、饮食、农耕方式与人类和地球的健康之间关系的人们提出“有机”的起始阶段，即“有机 1.0 时代”，到有机运动的形成，标准和强制性法规的制定，82 个国家开展了有机农业，并形成了年市场价值超过 720 亿美元的“有机 2.0 时代”，有机事业的时间跨度已经经历了将近一百年。本宣传册是一个展望未来的行动呼吁，呼吁将有机事业的发展模式转移到下一个阶段，即“有机 3.0 时代”，提出了在此新阶段我们能做到的和应该做到的各个方面。

有机 2.0 时代使先驱们的愿景成为了现实，有机激励了全球的生产者和消费者，改变了他们的那些不可持续的习惯做法。有证据表明，有机在包括消费者健康、生物多样性、动物福利和改善生产者生计等广泛的重要问题上产生了积极的影响。国家政府和民间机构所维护的标准主要规定了有机生产与加工的最低要求。但是，它们往往无法全面地符合作为有机哲学核心的健康、生态、公平和关爱原则。有机 2.0 的规则和法规也导致有机运动面临两种限制。首先，我们将许多从事着有机生产但没有获得有机认证的生产者排除在外：小农场主和个体农民——往往是妇女，而且特别是地球南部的经济最不发达国家的这些人在养活世界大部分人口方面扮演了重要的角色。其次，我们限制了自己与其他可持续运动组织之间建立桥梁的机会，这些组织包括生态农业组织、公平贸易组织、粮食运动组织、小农场主和家庭农夫运动组织、社区支持农业组织、都市农业组织和许多其他组织。这些组织的标准与我们的有机标准不尽相同，但却有着与我们共同的目标。

尽管有机运动取得了许多重大的成就，并且获得了世界范围的认可，但现实是经过一个世纪的破旧和创新，获得认证的有机农业甚至尚未达到全球农业用地或食物消费的 1%。作为一个促进变革的运动组织，我们必须确定应该如何扩大我们的影响，以及如何与更广泛的农民与消费者分享我们的知识和经验。

在饥饿、不公平、能源消耗、污染、气候变化、生物多样性丧失和自然资源枯竭等全球性问题上，农业都是主导因素之一。一个真正可持续发展的农业所带来的环境、社会和经济的积极和多方面的效益可以为解决世界大多数主要问题作出贡献。如果主流农业能够采用更多的有机实践和原则，则有机 2.0 时代就可以终结。但是直到现在，有机农业在解决全球重大问题上的作用还没有被充分发挥出来。有机 3.0 时代的理念就是要寻求改变这种现状，就是要将有机定位为一种突出强调其农业成果和影响的现代创新体系。

### 有机 3.0 时代的目标和概念

有机 3.0 时代的总目标是促使对基于有机原则的真正可持续农业体系和市场的广泛理解和接受，同时贯穿一种努力创新、向最佳实践不断改进、透明诚信、包容合作、体系完善和真实价值定价的文化。

有机 3.0 时代的概念是通过将有机定义为一种现代和创新的体系来寻求解决前述挑战，突出强调体系的成果与影响。我们面临的各种重大问题，诸如应对和适应气候变化，获取资本和应有的收入，保护动物福利，确保获得土地、水、种子和健康的饮食，避免粮食与农业系统的浪费等等，不可能都依靠不断扩容的标准和规则来解决。因此，我们需要采取一种更加全面完整的和动态的发展模式。

有机 3.0 时代的核心是描述性的而非指定性的，其模式是基于结果的和不断适应当地环境的，而不是制定一套最低准则以实现一个最终不变的结果。有机 3.0 时代将仍然基于那些有清晰定义的最低要求，诸如世界上许多的政府规章和民间体系以及《IFOAM 标准要求》所维护的内容，但

## 1. 执行摘要

---

该模式还将从这些基本要求向外扩展：呼唤一种持续改进的文化，并将根据各地的优先级，通过由民间和利益相关者所开展的行动，向最佳实践努力。我们可从《IFOAM 最佳实践指南》看到相关的具体介绍。

### 有机 3.0 战略

有机 3.0 战略包括 6 个主要特征，我们认识到并不存在一种普遍适用的方法，而应努力寻找可以持续促进以多样性为核心的有机实践：

- **创新的文化**，以吸引更多的农民向有机农业转化，采用最佳实践方法，提升整体产出；
- 在本地化和区域化的层面上，**向着最优化的实践持续改进**；
- **以多种方式确保透明诚信**，在第三方担保和认证体系之外，进一步拓展有机农业的诚信模式；
- 通过与许多在实现真正可持续食物和农业体系方面具有互补性质的运动和组织结盟，争取更广泛的可持续性效益；
- **加强从农场到终产品的整体性联系**，认可价值链上的相互依存以及真正的伙伴关系；
- **真正的价值与公平贸易**，内化成本，鼓励面向消费者和政策制定者的透明度，强化农民作为全面合作伙伴的地位。

为了看到有机行业这种范式转移的实现，IFOAM 国际有机联盟发布了本宣传册，目的在于启发大家参与讨论并为我们要努力实现的美好愿景做出贡献。本文提出了 6 个具有可操作性的目标，并将密切注视其进展，同时也指出了其实施途径。这一途径将从使有机 3.0 内化于所有有机利益相关者以及我们的机构和组织开始。然后我们必须扩展我们传统圈子的外缘；我们必须建设起与其他团体、研究组织、整个价值链上的运营者、媒体、政策制定者和国际机构之间的桥梁。

这是对农民、加工者、政府和消费者采取行动的呼吁；但最重要的是，这是对有机行业自身采取行动的呼吁，从而找到将有机 3.0 时代的愿景与我们的所有工作相结合的方式。这是一个大胆的愿景；它是对我们目前运动的根基的挑战，并且这个愿景能否顺利实现尚未可知，但本文就是开始这种对话的重要一步——它对我们说：我们的时代已经大大前进了，我们无法再停留在原地，而是有更多的事情需要我们去做的。



## 2. 内容简介

今天的社会面临着挑战，对处于这个星球上的所有生命可能会发生的结局和我们星球的濒危状态都令我们表示担忧。

人类依靠农业（渔业 / 水产养殖）获取食物和其他产品来满足人类最基本的需求。可悲的是，饥饿，食品安全问题和肥胖仍然是威胁数十亿人生命的因素。农业，最普遍的实践，显然有助于解决诸如生物多样性丧失或气候变化之类的问题。

考虑到子孙后代的利益，尤其是人口不断增长的环境，他们要获得等同或者改善环境的先决条件，需要农业系统做出深入变化，不能再延迟。积极、多方位的环境、社会和真正可持续农业的经济效益能够显著减少当前的问题，帮助我们很好地应对将来的挑战。

**持续性的含义是：在不损害子孙后代利益的前提下满足当前的需求，避免损耗和破坏自然资源，保持生态平衡。**

Ifoam 国际有机联盟的宗旨是：全方位地引导，组织并协助有机农业运动。在有机农业原则基础上并在全球范围内推广使用具有生态、社会和经济意义的、合理的农业系统。这些原则是强健而有意义的，可以塑造任何的农业和生态系统，无论他们提供的是食物、纺织品、护理产品、能源、生态系统服务，还是休闲或其他产品。如本文档中所述，他们是该提案要实现有机 3.0 时代的基础。除了有机运动，各领域的先驱者和数量众多的组织和企业、农民和食品生产商呈现了很多用于改变农业可持续性的方式：生态农业、公平贸易、慢食运动、小农户和家庭农场运动、CSA、食品运动、都市农业和其他方式。他们都分享上述有机运动的美好愿景，而且需被纳入到利于有机 3.0 时代发展的任何思想中。

这本宣传册提供了关于有机 3.0 时代概念的概述，并为它的实施提出了总体战略。这是对努力改善人类的全球可持续性社会（很大程度上基于农业）的所有人的一个行动呼吁。它想要刺激和启用适当的生产和消费模式、市场机制，政策和法规，这些对于无论身处在南半球还是北半球的人来说，都是很关键的。通过协商和修订，这本宣传册对有机运动未来方向的最新理解和共享可以形成共同的基础。

### 3. 背景：有机 1.0-2.0-3.0 继续前行

#### 专栏 2 | 有机先驱

阿尔伯特·霍华德（英国）、安娜·普里玛西（巴西）、巴斯卡·萨夫（印度）、伊娃·巴尔芙（英国）、汉斯 & 玛丽亚缪勒夫妇（瑞士）、杰罗姆·罗代尔（美国）、雷切尔·卡森（美国）、福冈正信（日本）、鲁道夫·斯坦纳（德国、奥地利、瑞士）

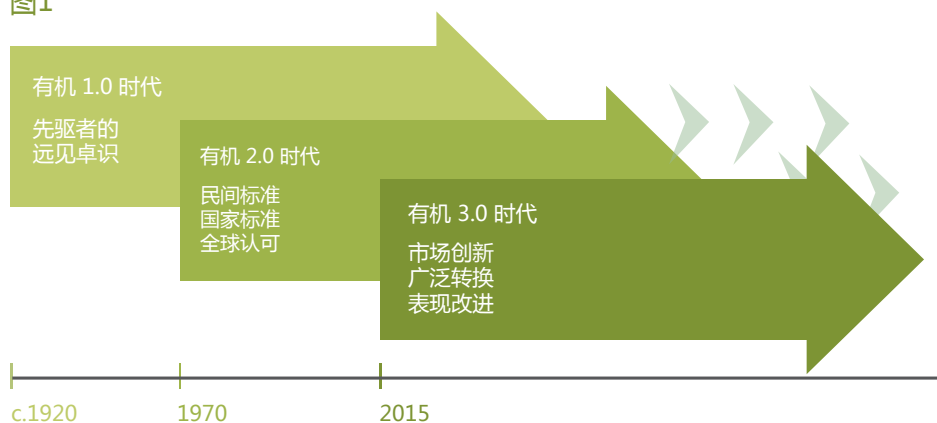
#### 背景

IFOAM 国际有机联盟是有机运动的全球性组织，于 1977 年在瑞士召开了其第一届全球会议，在这次会议上，伊娃·巴尔芙夫人（Lady Eve Balfour）发表了讲话，告诫不要过于严格地执着于一套有限的规则。

她说：与一些人的看法相反，我坚信有机农业的技术是不能被禁锢在一套死板的规则里的，它们在本质上取决于农民的态度。如果没有积极和生态的方式和态度，就没有可能做到以有机方式开展农业生产。

作为有机先驱和 IFOAM 国际有机联盟的创始人，巴尔芙夫人当时已经在担心有机产业可能会自我封闭，可能会以一种排他的方式定义自己，因此她主张一种以农民为中心的态度，以此来决定为了促成一个多样化的、生机勃勃的世界所需要优先取得的成果与发挥的影响。本宣传册所要揭示的就是当今世界有机运动所面临的巴尔芙夫人所曾经指出过的这样一种形势。

图1



#### 有机 1.0 — 来自全球的先驱

有机运动是大约 100 年前由有远见的先驱们所创立的，这些先驱们看到了我们的生活方式、我们吃的食物、我们生产食物的方式、我们的健康以及地球的健康之间的联系。

有机概念产生于世界的多个地方。“有机”是先驱们用来描述和定义他们的多种探索的许多个术语之一。以拉丁美洲、日本和印度的本土运动为例，他们还认识到了生物与文化多样性的价值。为了更好地代表这种对食物和农业的思考方式，一个共同的有机运动在上世纪七十年代初诞生了，那就是由一些重要组织和个人在 1972 年发起建立的 IFOAM 国际有机联盟。我们将有机运动在此之前所走过的这一个世纪定义为有机运动的第一个阶段，即有机 1.0 时代。

## 有机 2.0——规范期和执行期

有机 2.0 时代是 20 世纪 70 年代初随着 IFOAM 国际有机联盟的建立而开始的。

在接下来的几十年中，世界各地的有机组织制定了有机生产与加工标准，引入了认证体系，对“有机”作出了非常详细的规范。上世纪 80 年代，在欧洲和美国首先出现了有机法规。到 2015 年，已经有遍布非洲、美洲、亚洲、欧洲和大洋洲的 82 个国家先后制定了有机法规。有机标准以及通过检查和认证进行的控制赢得了消费者和政策制定者的信任，获得有机认证的土地面积和产品产值快速增长。2013 年全世界已经有 170 个国家的 7800 万公顷土地获得了有机认证，获得认证的有机食品的销售额达到 720 亿美元。

但是，有机体系的重要性要远大于上述这些只代表了获得认证的有机生产与消费的数字。事实上，是地球南部经济最不发达国家的小农场主和农民——往往是妇女，保证了世界上大部分家庭有足够的食物。他们中的很多人没有能力购买那些成为工业化集约农业和化学农业支柱的投入品，他们的农业在实质上已经主要是有机的了，因此他们只要改进其农场的农业生态设计即可从中极大地受益。

过去几十年中，各方的协同努力赢得了政治和管理方面的支持和市场的发展，因而使人们可以获取更好的食物、纺织品、个人护理品和其他健康产品。通过研究所、大学和农民在农田中进行的参与式项目的研发，也解决了很多技术方面的挑战。

### 专栏 3 | 有机 1.0 和 2.0 时代的成就：范例

- 从小范围的政策认可的农业经规模化增长成为具有明确法律框架的农业。
- 在欧洲一些国家，有机农地的比例可以占到 20%，而在一些高山地区，甚至有绝大多数农民用有机方式管理他们的土地。
- 在一些国家，有机婴儿食品可以占到婴儿食品 80% 的市场份额。
- 拉丁美洲的一些国家，有机农作物如咖啡、可可和香蕉出口的比例要比常规的高。
- 内部控制系统和集团认证的引入改善了小农户进入国际市场的通道和联系。
- 一些喜马拉雅的政府已承诺实现 100% 有机。
- 一些有机农业模式产量很高并且更有效地提供一系列的生态系统服务。
- 有证据表明有机产品可以改善健康素质。

### 对有机 3.0 时代的需求

图2 有机3.0的需求



有机 2.0 时代的一个战略就是建立得到政府法规支持的可靠认证体系，使有机事业从世界上很多小区域的农民的实践不断成长为一个具有数以百万计生产者和消费者的全球性的综合产业。

先驱们预见的实践已经得到验证和复制并在全球扩展。有证据显示有机对于诸如消费者健康、生物多样性和改善生产者生计等范围广泛的重要问题产生了积极的影响。有机整体系统观不仅仅着眼于短期市场的开发机遇，事实证明她是富有活力的，即使在许多国家遇到经济危机的时期，这个产业也继续保持着增长。

虽然有机行业是健康发展和普遍繁荣的，许多利益相关者仍然表达了对于改革的需求，呼吁转换模式以实现生产和消费的真正可持续。尽管成就显著是无可争议的事实，但经过认证的有机农田却依然还不到全球农业用地的 1%，有机食品的消费也不到全球食品消费的 1%。要想实现有机产业对地球的可持续发展产生影响的目标，就需要进一步扩大产业规模和向主流化迈进，必须发掘未被利用的潜能，解放束缚。

专栏 4 | 有机 2.0 时代面临的以下一些典型挑战强烈印证了开创有机 3.0 时代的必要性：

- 在很多国家，有机产业的规模太小以至于无法产生明显的影响。
- 向有机农业转换的比例不高，有机农业用地的增长也远低于动态市场的发展。
- 有机标准仅设置了最低要求而非较高的目标，在某些情况下这会导致生产虽然能满足标准的要求，却不符合有机原则，也没有改进。
- 并非所有生产技术和标准都与现代科学步调一致（例如园艺作物、家畜用药、营养再循环等）。
- 有机 2.0 时代的认证、第三方验证和详细的标准给农民和价值链带来了负担。小规模生产者几乎都无力承担这类额外的负担。
- 认证体系有可能产生欺诈，尤其在较长的产业链中。
- 一些需要优先考虑的领域，例如社会性的要求或贸易中的公平性等有机标准中没有得到直接反映，因而无法就此作出要求，尽管有许多农民和企业在这些方面做得很好。
- 生态系统服务和公共产品的有效提供往往得不到回报。
- 有机被很好地定位为高价值和健康的产品，对其的信任是定位在生态过程和动物福利上的，但在其他可持续性方面却没有得到足够的定位，因而很少被政策制定者考虑作为主流农业战略的选项。

## 4. 有机 3.0 时代的框架

### 有机 3.0 时代的总体思路和目标

有机 3.0 时代扩展了选择范围，加强了整体性体系发展，将有机定位于一种现代和创新的农业体系。

相对于有机 2.0 时代专注于清晰定义产品的最低要求和产品的有机标识，有机 3.0 时代则优先强调有机农业系统的影响。有机 1.0 时代和有机 2.0 时代的方法和成就不会被弃之不用，而是要在其模式中注入新的特点，以及对有机运动重新进行定位。

通过对有机 3.0 时代的新的理解和采取的新战略，我们希望与全球数十亿人一起探讨对于大家共同关心的重大问题产生真正影响的方法——诸如确保气候变化条件下的恢复能力和适应性，获取资本和应有的收入，确保获得土地、水、种子和健康的饮食，避免粮食与农业系统的浪费等等。

#### 4. 有机 3.0 时代的框架

肥沃的土壤、清洁的水、适当的基因资源、男女平等的社会与经济机会，以及提供识别和获取传统与科学知识的途径的文化遗产，这些都只是涉及到子孙后代的十分重要的脆弱资源的一些方面。有机 3.0 时代在注重传统、文化与科学的基础上制定战略，组织实施和推广，其发展的基础是科学的证据以及其健康、生态、公平和关爱的原则。

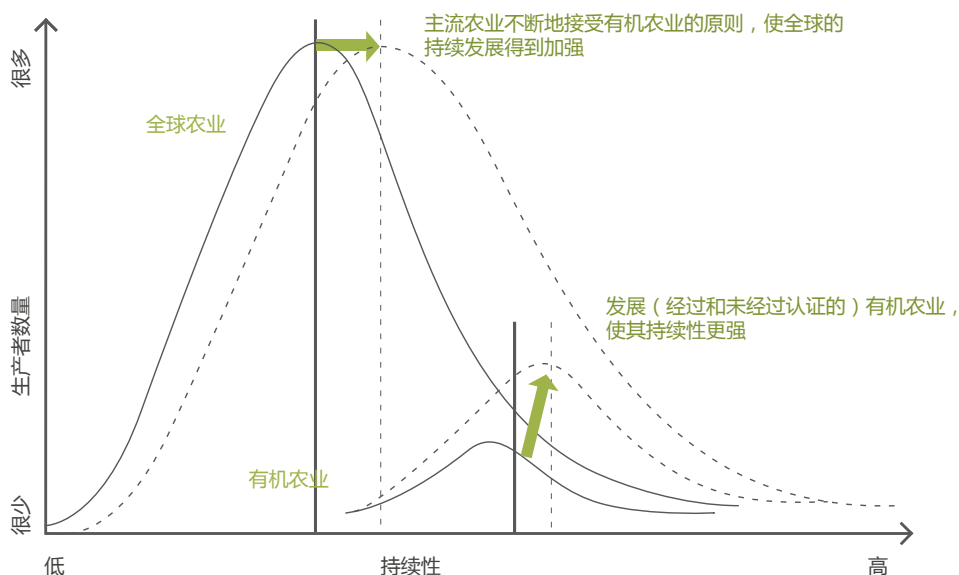
有机 3.0 时代的总体目标是促使大家广泛理解和接受以有机原则为基础的真正的可持续农业体系和市场，在此过程中始终贯穿一种创新的，向最佳实践不断改进的，透明诚信、包容合作和系统功能完整的，以及能反映真实价值的价格定位的文化。

#### 有机 3.0 时代的模式及其主要特征

有机 3.0 时代是有着更大抱负和共同公益目标的一种新的认识 and 定位，因此也是特别强调所有相关方的态度、价值观和战略计划的。

有机 3.0 时代呼吁各级政府通过建立法规框架和加强公共投资创造一种更有利于各相关方发挥作用的环境，并提倡采取一种可以不断发掘最佳实践的动态发展战略。有机 3.0 时代采用这样的更深入更适当的方式（见图 3）不仅是为了增强有机这一有限的小众产业自身的相关性和可信性，也是为了使它们成为所有国家社会整体发展的一个组成部分。这一战略清楚地定义了其最低要求，就如在世界上许多国家的法规中的那些要求以及在 IFOAM 标准中所定义的那些目标一样。这一战略也显示出了一一种由民间和各相关方的行动所推动的不断进取的文化，这一文化倡导按照“IFOAM 最佳实践准则”采用最适用于本地的最佳实践。图 5 展示了有机 3.0 时代的 6 个基本特征，并配有进一步的具体介绍。

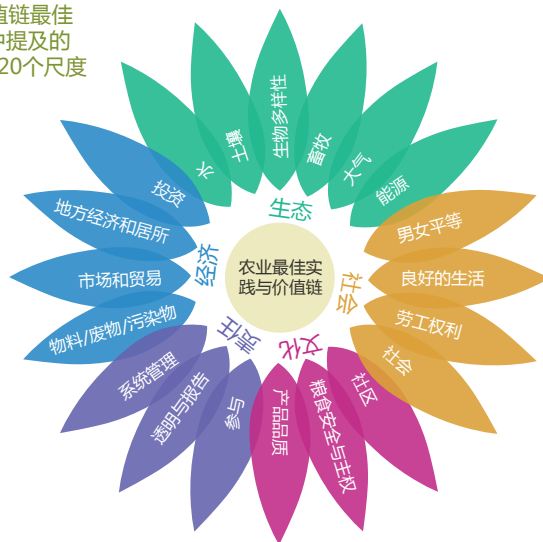
图3 发展更为持续的农业

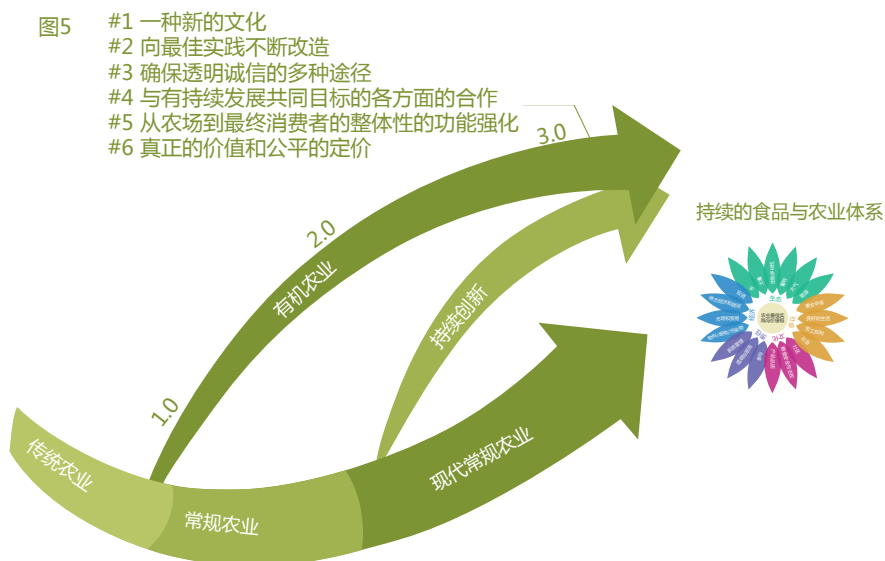


## 有机 3.0 时代概述

- 有机 3.0 时代是以有机农业的原则为基础，从以实证为基础的科学评价发展到以创新为基础的新技术的前瞻性评估。（有机 3.0 时代的特征 #1：创新的文化）
- 有机 3.0 时代期待整个价值链上的所有环节都能承诺进行持续改进，并致力于解决生态、社会、经济、文化和责任等多方面的问题。（有机 3.0 时代的特征 #2：以最佳实践为目标持续改进）
- 有机 3.0 时代能为所有人提供更多的信任保障，并以包容和透明的方式为他们提供更多的机遇，有机 3.0 时代还揭示和减少了公私各层次中存在的利益冲突。（有机 3.0 时代的特征 #3：多途径确保透明诚信）
- 有机 3.0 时代提倡包容和积极地与有着相同理念的各类国际组织结成联盟，这样的联盟是建立在共同愿景和求同存异而不是相互竞争的基础上的。而且有机 3.0 时代也清楚地表明了其与非持续农业体系以及与所谓“绿色”活动的差异。（有机 3.0 时代的特征 #4：在持续性领域开展更广泛的合作）
- 有机 3.0 时代以整体和系统的态度促进小区和地区的进一步发展，特别强调全球小农户的核心地位，尤其重视男女平等和贸易公平。有机 3.0 时代肯定了良好管理的驱动力，尤其是面对着快速变化的技术环境以及快速发展的城市化，更将消费者的需求和健康放在首位。（有机 3.0 时代的特征 #5：强化从农场到终产品的整体功能）
- 有机 3.0 时代要建立起核算真实成本的实用方法，根据真实价值来导出真实价格，从而以不断增强的透明度，不断内化的外部成本及效益，以及不断强化的所有相关方的公平贸易关系，创造出能够激励真正持续发展的体系。将这类定价模式的长期社会效益应用到公共政策的讨论中将有利于纠正当前被扭曲了的市场所造成的不可持续的做法。（有机 3.0 时代的特征 #6：真实的价值和公平的价格）

图4 农业和价值链最佳  
实践指南中提及的  
5个方面和20个尺度





## 5. 有机 3.0 时代 - 结果和影响

有机 3.0 时代意味着将迎来一系列新的特点；而这些特点从以下 5 个可持续性的维度上综合展现出来，即生态、社会、经济、文化以及责任。

不同的情况将导致不同的结果和影响，具体包括：

- 有利于降低人为导致的气候变化所带来的不良影响；
- 保护与稳固了生物的多样性；
- 保护了基因的多样性，改善了植物品种多样性，以及适应农业生态产品的家畜；
- 降低了对于不可再生资源 and 物质生成系统中营养循环的依赖；
- 加强了生态系统的健康指数和恢复力；
- 提高了有机系统的生产产出（产量和营养物质质量）；
- 保持并加强了水质、空气质量以及土壤肥力；
- 通过阻止有毒物质在食物生产加工过程中的积累，改善了人类健康状态；
- 保证并支持所有人公平且体面的生活；
- 促进了性别平等；
- 保护并支持文化的多样性和发展；
- 结合使用预警原则，以及依据食品加工和种植价值链中的真正成本核算原则，降低经营风险。



## 6. 有机 3.0 时代 - 对潜力的影响：确定操作目标

有机 3.0 时代拥有巨大的增长潜力。许多以食品安全和食品主权作为其最重要的日常工作事务的组织，认识到有机农业是实现可持续食品和农业生产的关键途径。

有机农业可以帮助小农户改善其生活水平，也可以给大型农场提供更好的机遇。供养城市中日益增长的人口也是非常重要的，正如需要建立一个城乡居民之间更为成熟的相互投资联系，都市和城郊农业之间的联系也势必成为有机 3.0 发展的目标。因此，有机 2.0 时代的有机标准的一些内容将不再适用。

全球绝大多数的农业从业者都是小农户，他们在生物多样性的管理过程中扮演了基础性的角色。基于农业生态学的科学性规律，有机农业可以帮助改善小农户农业的关于生态的、农业经济的以及社会经济的发展。我们必须在小农户采用不可持续的农业实践之前，引导他们以及年轻的农业生产者使用正确的技术和方法。农户之间的合作是必不可少的，尤其对于那些小农户而言，独立或者单独工作往往意味着不可行。拓展农户之间的合作关系，必须建立在发展互助、分享信息知识的基础之上，而这些知识可以帮助到贫困者和弱势群体。虽然由技术和工业发展所带动的化学农业发展模式可以带来直观的、快速的效益，但是这种模式正在衰落；一种可替代的方式势必趋向主导。

基于清晰的证据和相互印证的论证，由 IFOAM 国际有机联盟所发出的对有机 3.0 时代的强大拥护，将是极为关键的。

与帮助有机 2.0 顺利过渡为有机 3.0 的 6 个特征相关的有 6 个业务目标：

1. 评定成果，评估影响，以及鉴别未来发展中的瓶颈，均是为了确定创新的机遇。
2. 通过持续不断的改进，以向最佳实践不断迈进，已成为有机农业的共识。
3. 为保证透明度的完整性，多种适当的方法得到了发展和促进。
4. 有机 3.0 是更广泛的持续性争议中的一部分，有机运动与那些同其具有相同志向的运动一起协作，就是为了寻求更为一致的目标。
5. 通过系统，赋予大多数最脆弱的利益相关者以权力，使他们成为真正的合作伙伴。
6. 简便真实成本核算的方法会被应用起来，而且被看作是公平价格的基础。

以上六个目标的达成，取决于全球范围内的利益相关者对于不同情况、情势所作出的具体反应。实际存在不同的系统和环境、不同的文化和诉求，并没有“一刀切”的解决方式，多样性是有机 3.0 时代的核心。

## 7. 付诸实施 – 让我们共同努力

本文件是一份提供给广大相关方讨论的草案，在将于 2016 年底举办的有机运动全球会员大会对本档进行修改和批准后，我们愿邀请所有的相关方以新的姿态来实现必要的变化，通过共同努力来实现我们的理想。

### 从有机 2.0 过渡到有机 3.0

从有机 2.0 时代向有机 3.0 时代的转变采用的不是革命的而是演进的模式，是一种内外思维的变化，是一种由所有利益相关方进行的对结构和机制的改革。呼吁行动包括对六类主要目标群体的呼吁：

#### 1. 所有的利益相关者和机构

所有有机利益相关者在其管理和运营过程中，引入变化，采取必要的改革。他们参与了有机 3.0 所有 6 个特征的形成，并集中导致了特征 5 的产生，即加强从农场到产品的整体性联系。这些采取行动的需求包括：

- 接受并选择有机 3.0 所具有的特征和原则，并同时兼顾国际范围内相关的主流政策；
- 设定行动计划，建立基准评价，多方印证核对，监测全球政策与有机 3.0 的弥合性；
- 承认并能因此遵循从农场到终产品的过程中，优先给与大多数经营能力薄弱的利益相关者系统性的认证。

#### 2. 本地的、国内的、地域的以及全球范围内的伞式组织

地区性质的、国家性质的，以及国际伞式组织，包括 IFOAM 及其自组的其他分支机构，负责其所在域范围内产生的影响变化；例如地理区划或者其整合后的范围。这些组织积极参与到有机 3.0 的 6 个特征之中，并在促成所有有机 3.0 概念的过程中发挥了主导作用，也直接引发了特征 5 的生成：包含了更广泛的可持续性利益。

这些对于行动的需求包括：

- 产生对变化的自主意识和展示的意愿；
- 在转变策略方面，可以与利益相关者达成共识，包括认同自我系统变化和拥护有机 3.0 的内涵。在实现过程中，给与利益相关者建议和便利。监控转变进程，并且能交流所取得的成就和所遇到的阻碍。
- 阐释有机标准中硬性规定的对于提供所需的结果至关重要的元素，并且为实现最佳实践所需的持续改变创建系统和文化氛围。
- 建立并且主持具有国内和国际水平的、拥有出色的有机和生态农业专家委员会，包括农民、食品加工商、经销商等成员，寻求并精确评估正在发生的改革和潜在的冲突。

- 识别、严肃评价并且评估这些具有相同志向的组织或者活动的目标与成果。具体包含：基于共同的认知与目标，建立联络、奖励措施以及战略联盟。

- 确保经营力不足的利益相关者，能够参与其中并且具有一定的权力，让他们能够代表自己的利益，发挥出应有的能力。

### 3. 研究与发展

研究与发展引发了有机 3.0 的特征 1：“一种创新的文化”，并且以系统性的建议和创造性的解决办法支持了其他特征的形成。这些举措的需求包括：

- 在社会和全球所面临的巨大挑战的大环境下，开诚布公地评价我们的成就并且评估我们所带来的影响，拥护倡议和有根据地进行交流沟通。

- 能够辨别限制有机发展规模的瓶颈，而发展规模受限问题将通过更好更多的研究得到解决。评价以科学和证据为基准的创新机会（包括自然科学和社会科学），从而认识到与有机原则相一致的其他选择方式。

- 支持运营者和核查机构所作出的努力，他们通过发展更好的标杆和其他工具，为持续改进和透明性示范付出诸多努力。

- 在家庭、本地、国家或者国际水平上，创新、测试并拓展小农户家庭农场方法在有机行业方面的机遇。开发低投入成本的有机转换方式，整合能够通过强化的系统设计而带动产出的方法。

- 引入一种真实成本核算的系统，无论在简单的价值链条还是复杂的价值链条中都可以使用；而且在执行计算过程中更实用，可以经得住科学分析。

### 4. 价值链上的运营商

运营商在有机 3.0 概念的特征中发挥了主导作用，例如在特征 2 “向最佳实践不断改进”，在特征 3 “确保透明诚信的多种途径”以及在特征 6 “真实的价值和公平的定价”中都得到了体现，同样在特征 1 和特征 5 的形成中也扮演了重要的作用。对于行动的需求包括以下几方面：

- 提高内外部对最佳操作实践和可持续农业所涉及所有维度的认知程度。采纳持续改进的策略而不是对现有标准进行优化。建立对同行和自己过去表现的评判标准，并记录自己改进的方面。

- 评估与有机保障相关的现行项目，并且创新客户关系建立方法。透明性和共同的利益性势必成为保证系统基础性的组织原则。

- 确认真实成本，公布并且拥护真正价值和公平定价原则。发布和倡导让利益相关者对真正价值和公平定价进行谈判，在合适的地方拓宽其运用。

- 与伞式组织合作，以获得不同部门之间的协作性和战略形成；同研究与发展组织合作，以获得技术的、社会的以及政策创新。

- 在价值链的全过程，给予合作伙伴授权许可；在实际操作中，关注各个级别的性别比例，让男女平等主流化。

### 5. 消费者与市民组织

消费者和市民组织引导大众消费者，这样的力量最终会拉动有机行业发展。这些市民组织在解释有机过渡过程中扮演了重要的角色，并且代表了消费者和市民的声音。他们虽没有直接引发有机 3.0 的某一特征，却在特征 1、3、5 以及 6 的形成中充当了最基本的角色，并且直接引导了关于消费方式的交流与沟通。需要呼吁以下行动：

- 善于从消费者和市民的角度接受长远利益；并且能与有机运动之间保持对话。
- 以理解并接纳有机 3.0 概念的方式，并以通过不同观点和反馈予以支持的方式，致力于在所有运营者之中推行创新和不断改进的文化观念。对于释义透明化和整合性的新方法，持有开放的态度；从事与有机运营者关系的建立。
- 基于相互认同的基准，而非仅仅单个问题、单个产品和单个错误的示范，要关注整体行为和影响，消费习惯和健康营养。
- 告知消费者关于农业的现状，进而培养消费者和农民之间的关系，理解消费选择的力量。
- 在价值链中，建构影响贸易互动公平性的研究价值。
- 确认脆弱群体所获得的权利，其中包括公平定价。确保设定政治诉求以达到真实的成本核算、污染者付费原则以及真正的定价。

### 6. 服务提供者

服务提供者支持了所有有机 3.0 的特征，并且与其他因素一起引发了特征 3 “确保透明诚信的多种途径”。需要呼吁以下行动：

- 鼓舞与支持所有利益相关者关于过渡到有机 3.0 时代的建议。
- 使经营者能够选择适合的担保概念，因此增加了保证性和完整性的质量。透明化和共同的利益应该成为担保系统的根本组织原则。
- 改进信息基础结构以使区域性和全球性的合作在共同的利益原则下成为可能，例如报告平台、评估生产材料的登记、对技术的检验、认证和贸易数据、危险评估模型、同行评审标准等等。
- 专业媒体促进了有机 3.0 策略日常性的需求，并且帮助包括生产者 and 消费者在内的利益相关者之间建立意识。

### 7. 政府与组织（如世界粮农组织、联合国环境规划署、联合国贸发会等）

政府和跨政府组织确立了监管框架，并且在所有的特征中均扮演了十分重要的角色，这也是由于政策和法规调整所必需的。需要呼吁以下行动：

回顾农业政策，识别有机 3.0 的机遇以及采用与有机行业相一致的最新有机策略。变革有机政策，以配合有机 3.0 的实现。这具体包括创新的农业实践，采取对有机法规持续改进的原则，扩张期权的合格评估，扩大范围提高到整体理解的高度，以及成本真实核算制度。

- 根据有机 3.0 的研究日程和研究预算，将创新文化引入到有机 3.0 中；同时，也将公共产品等必需品回馈于广大农民这样的制度引入到有机 3.0 中。
- 支持不同的问责制倡议，促进个体经营者和行业的整体发展。
- 在公共采购政策中，调控有机产品的采购。
- 评估有机农业对于社会公平和环境可持续性的影响，并能利用这种影响构建政府优先解决方案。
- 运用顾及农业生产的积极和外部影响的金融工具。根据相应的公共利益条款进行奖励。



## 8. 下一步的工作

通过与 SOAAN（有机农业可持续发展行动网络）为期一年时间的密切合作，IFOAM 国际有机联盟在韩国槐山所举办的 2015 年世界有机农产业博览会上展出了这本手册。

此举的目的在于，引发并激发在“有机 3.0”标题下对于有农业未来发展的讨论；而这样的讨论在 2014 年之处就已经被发起。关于“什么是有机 3.0”这样的问题，第一次得到了具体的回答。

“有机 3.0 — 有机发展的下一个阶段：愿景、趋势和创新”是 ISOFAR 世界有机农产业博览会研讨会的题目，在这次来自韩国国内的和来自国际的参与者来到槐山参与讨论，他们的意见和建议形成了未来有机的一部分。这次论坛讨论的内容，作为对这些观点的首次检验，被收录在这本手册中。这些讨论内容将引导我们更进一步发展此文件，同时也有助于我们去做出判断，有机 3.0 概念中哪些部分是被认同的，而哪些部分是有待修正的。

当世界有机农产业博览会闭幕之后不久，这一已经展开的讨论将通过网络在全球范围内开展下去，希望大家尽量提供各种回馈意见。2016 年纽伦堡世界有机博览会将会有 40000 多名参观者，这将是我们就采取实质性行动而征集意见的另一个重要机遇。届时全球的各种组织、政治家和记者将恭候并聆听全球有机界领导者们就本草案中所陈述和总结的内容提出他们的宝贵意见。

2016 年，IFOAM 国际有机联盟将通过邀请会员递交提案的方式继续对征集到的意见进行提炼和整理，这些提案和建议将最终提交给 IFOAM 国际有机联盟的全体会员大会讨论和表决，这意味着将会采取一系列的行动来争取公众和决策者的积极参与，并就有机 3.0 时代的概念作出决定。



(数据来源：FiBL and IFOAM-Organics International)

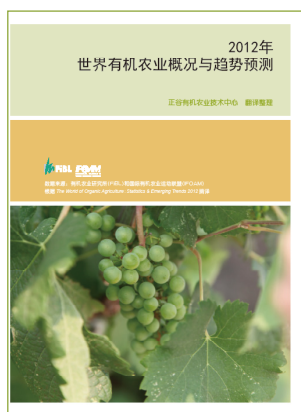
Willer, Helga and Julia Lernoud (Eds.) (2016)

The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2016. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn

ORGANIC 3.0 - for truly sustainable farming & consumption

Discussion paper by Markus Arbenz, David Gould and Christopher Stopes, based on think tanking by SOAAN & IFOAM - Organics International and launched at the ISOFAR International Organic EXPO 2015, Goesan County

## 往期翻译封面和下载地址



《2012年世界有机农业概况与趋势预测》



《2013年世界有机农业概况与趋势预测》



《2014年世界有机农业概况与趋势预测》



《2015年世界有机农业概况与趋势预测》



《2016年世界有机农业概况与趋势预测》

下载地址：

<http://www.oabc.cc/about/mag.asp>



正谷官方微信

正谷（北京）农业发展有限公司  
正谷有机农业技术中心

地 址：北京市朝阳区东三环北路丙2号天元港中心B座1103室  
邮 编：100027  
邮 箱：oatc@oabc.cc  
网 址：www.oabc.cc



详情请关注  
正谷有机农业技术中心微博  
<http://weibo.com/oatc>

支持环保，鼓励下载！

下载地址：<http://www.oabc.cc/about/mag.asp>