

003

2012/04

正谷有机简报

正谷有机农业技术中心发行

总第003期 北京 | 上海 | 杭州 | 广州 | 深圳 | 天津



Contents

目录

有机政策 | Policy

P02 中国新的有机产品认证标志7月1日启用

行业资讯 | Information

P03 有机葡萄酒发展驶入“快车道”

P04 墨西哥环保新举措 废纸可换有机蔬菜

正谷新闻 | BOBC News

P05 汇源与正谷达成战略合作 合力发展有机农业

有机知识 | Knowledge

P06 有机种子与品种的抉择

基地动态 | BOBC Farm Development

P08 正谷有机农业技术中心积极开发南方优质水果资源

P09 池田秀夫一行来访，指导基地堆肥生产

环球博览 | Global Sights

P10 《2012年世界有机农业概况与趋势预测》发表

P11 名牌算什么，穿有机服装才“派头”

热点追踪 | Hotspot

P12 有机标准互认

有机杂谈 | Views

P14 那些年，我们一起生活的果园

Policy

有机政策

中国新的有机产品认证标志7月1日启用

自2012年3月1日起，有机产品生产企业应在销售的有机产品或者产品的最小销售包装上，加施国家有机产品认证标志（含有机转换产品认证标志）及其唯一编号（有机码）、认证机构名称或者其标识。2012年3月1日前，已从认证机构领取旧版有机产品认证标志或已印制带有旧版有机产品认证标志的产品包装的，应在2012年7月1日前使用完毕。

有机产品认证机构和生产企业应采取有效措施，保证有机产品认证标志仅在认证证书限定的产

品范围、数量内使用，严禁在认证证书覆盖范围外的场所进行二次分装、加贴标识等行为。

在2012年3月1日后，初次获得“有机转换产品”认证证书的生产单元一年内生产的有机转换产品，只能以常规产品销售，不得使用有机转换产品认证标志及相关文字说明。



消息来源：南京国环有机产品认证中心

Information

行业资讯

有机葡萄酒发展驶入“快车道”

《华夏酒报》记者在日前举办的德国ProWein葡萄酒与烈酒展会上看到，近年来蓬勃发展的有机葡萄酒首次开辟了一个极为醒目的中心展区，这意味着有机葡萄酒未来或将拥有良好的市场前景。

西班牙是欧洲最重要的有机葡萄酒生产国，其有机葡萄种植面积自2010年以来翻了三番，目前已达54,000公顷。西班牙有机葡萄酒生产商联合会（Federation of Organic Producing Companies）称，这一强劲增长主要是受该国众多葡萄酒合作社以及桃乐斯（Torres）等大型企业纷纷发展有机生产的推动。卡斯蒂利亚—拉曼恰（Castilla-La Mancha）地区的有机葡萄园面积一年增长了一倍，达29,000公顷。

德国葡萄酒协会的Ernst Buscher表示，德国是有机产品制造的先驱国之一，于30年前便开始了有机生产，目前有机葡萄园的面积占总数的5%，约为5,000公顷。“如今，人们非常愿意多花点钱来享用有机葡萄酒。英国、德国、瑞士和斯堪的纳维亚国家是最主要的有机葡萄酒消费市场。”

据了解，法国目前的有机葡萄园所占比例约为6%，其中阿尔萨斯的有机葡萄园比例最高，占9.1%；朗格多克—鲁西永（Languedoc Rousaillon）产区的有机葡萄种植面积最大，约为12,600公顷。法国生态葡萄酒行业联合会（FNIVAB）的数据显示，目前法国共有2,800家有机葡萄酒生产商，约占总产量的10%，并且表现出强劲的增长态势。

意大利的有机葡萄酒发展也相当迅猛，自2008年以来增长了6%，达42,700公顷。此外，新西兰等国家也在大力发展有机葡萄酒业，其目标是到2020年，有机葡萄种植面积占到20%。

近年来，欧美主要国家有机葡萄酒的进口商和贸易商的销售额都实现了快速增长。随着消费者对有机葡萄酒需求的不断增加，越来越多的酒商加入到绿色酿酒的队伍，开始重视葡萄园的有机管理。最新的Credoc调查报告指出：如果想让葡萄酒产品更有竞争力，可以把目光放在有机市场，这一新兴的市场可为生产者带来可观的回报。

在中国，随着人们对有机食品的青睐，有机葡萄酒也悄然升温。但无论从应对进口葡萄酒竞争的需要还是为了更好地满足消费者对食品安全的要求来看，发展有机葡萄园、生产有机葡萄酒都必将是中国葡萄酒未来发展的一个趋势。



文章来源：《华夏酒报》

Information

行业资讯

墨西哥环保新举措 废纸可换有机蔬菜



近几年来，墨西哥一直在致力于提高人们环境保护与循环利用的意识。而最近，首都墨西哥城又有了新举措——人们可以利用可回收废品来换取“绿色点数”，在指定市场里购买有机蔬菜。

当地时间4月1日，大约3000名市民来到墨西哥城的查普特佩克公园，参加在这里举办的“废旧品换食品”的活动。人们从家中翻出大包小包的废品，早早地来到这里排起了长龙。无论是塑料瓶、

玻璃制品还是废纸，只要可回收，在这里都能够用来换取相应的“绿色点数”。然后，人们就可以利用这些“绿色点数”去指定的市场里换取有机蔬菜。组织者称，这一活动的目的在于让人们意识到废品的价值，提高人们回收利用的意识。

据了解，人们用“绿色点数”购买的农产品都是由当地的有机农场提供的，这些绿色健康的有机食品受到了人们的普遍欢迎。

消息来源：必胜印刷网

BOBC News

正谷新闻

汇源与正谷达成战略合作 合力发展有机农业

2012年4月10日下午，北京汇源集团与正谷（北京）农业发展有限公司战略合作签约仪式暨新闻发布会在北京汇源总部举行。

十届全国人大农业与农村工作委员会副主任舒惠国、联合国前副秘书长金永健、原中国农科院党组书记沈桂芳等80多位嘉宾应邀出席，中华环境保护基金会第五届绿色大使、北京电视台著名主持人王小佳主持仪式。

汇源集团董事长朱新礼、党委书记赵金林、汇源农业执行总裁江旭，正谷（北京）农业发展有限公司董事长张向东、高级副总裁张铭、执行总裁徐新、执行总裁张建伟及首席运营官邢建平出席发布会。

汇源与正谷的合作，正是基于加快有机农业发

展、促进有机食品消费、与更多的人分享健康的生活。双方通过战略合作，将要联合开发有机农业生产基地，共同组建有机农业技术与研发中心，合力推广有机农业理念，携手开展基地参观和有机农业生产、消费的体验式推广。未来，不排除在其他方面的合作。

对此次合作，业内人士指出：有机农业属于新兴的朝阳产业，拥有广阔的发展前景和消费市场。而目前中国的有机农业正处于起步阶段，特别需要龙头企业的带动。而汇源与正谷，一个是中国果汁的第一品牌，一个是中国有机农业的行业专家，双方都在农业领域有着卓越的建树和丰富的经验。此次强强联合，有望为中国有机农业的发展提供新的经验，以推动中国有机农业的全新发展。



Knowledge

有机知识

有机种子与品种的抉择

目前，很多有机农业生产者面临着一个严峻的问题：怎样获取有机种子？荷兰有些种子销售公司销售的有机种子价格非常贵，堪比黄金的价格。国内目前还没有有机种子的生产、销售企业，而我们有机种植者一般都会选择非转基因、非包衣的商业种苗。

早期农民都自行留种，各地区的品系可能不一样。随着科学的发展，不论是国有研究机构或者私有种苗公司，都有专家根据遗传学进行育种，然后将新品种繁殖卖给农民播种。各个品种的育种目标稍有差别，有的是抗病，有的是提高产量，而这些品种的相同点则是在施用大量化学农药和肥料的情况下选育出来的。改良品种产量大增，使农民对旧有的品种弃之不用，于是就不再留种。粮食、蔬菜的增产就是化学肥料配合高产品种的结果。不过其后遗症却是土壤的逐渐劣化，农田生物多样性的减少以及品种数目的锐减。

有机农场选定种植品种要从法规、成本、



理念与技术等方面考虑。欧洲种苗规定的比较严格，品种上市要经过验证登录，否则其种子不准贩卖。然而验证有一定的标准，具特色的地方品种通常难以通过，导致无法买到。这样的规定原意是要防止农民购买到不良品种，却违反了生物多样性原则，已不合时宜。因此欧盟在2008年就立法免除地方品种的验证登录。小型有机农场或农民更喜欢地方品种，大型有机农场或公司常会选购一般商业品种，他们以产品为主要收入，成本是重要的考虑因素。

小农场或农户自行留种又面临两个问题：首先是技术上的门坎。留种的技术有难有易，许多蔬菜和粮食作物经过农民自行留种后，很容易产生品种劣化；其次是品种不易寻获。高产品种的大面积推广导致地方品种越来越少。实际上科研机构或者种苗公司都拥有不少老品种，准备作为育种材料。这些品种可能具有的特色如香气、风味等，很合适小众市场。政府有义务将这些取自于民间的材料再度释放给民间用，配合留种采种技术的教导，让有机小农场自己每年筛选种子，作为原种保育的另一股力量。

2000年12月1日起施行的种子法是我国第一部对种子行业的法律，十二年后看来已经稍显简略，对种子发芽能力要求较低，显然和欧美相比有相当大的落差。此外在转基因产品的法规和认证方面并不完备，也没有规定有机种苗认证标准。



我认为有机从业者可以进一步和种子销售公司合作，以有机种植的要求进行扩繁生产有机种苗。种子销售公司利用自身的育种材料，选育适合有机栽培的作物品种，从抗病性、口感、根系大小等目标上作为育种方向，而不是片面追求高产、货架期长、耐运输等特点。大型有机种植者和种子销售公司合作，扩繁的有机种苗既可以内部种植，也可以利用种子销售公司进行销售，并制定相关检测、生产技术标准，走

在市场前列。

2009年10月，“华恢1号”和“Bt汕优63”出现在中国生物安全网公布的《2009年第二批农业转基因生物安全证书批准清单》。转基因生物在国内外各地引起各种争议，下一期将探讨转基因生物的是是非非。

李万硕供稿

BOBC Farm Development 基地动态

正谷有机农业技术中心积极开发南方优质水果资源



2012年4月13至17日，在四川省农科院园艺研究所以及四川农业大学食品学院的专家指导下，正谷有机农业技术中心同事在四川省考察了当地有机水果种植基地。此行主要考察了双流县、龙泉驿区、仁寿县、都江堰市等地的有机枇杷、草莓、猕猴桃、水蜜桃等当地特色水果。技术中心同当地科研单位及水果种植基地就有机生产技术交流、产品质量控制、市场的共同开发等事项进行了商谈并达成合作意向。



四川省是我国西南地区的水果大省，当地很多水果品质优良并具有地域优势，正谷公司将积极开拓当地水果基地的建设及有机生产技术的交流与合作。



池田秀夫一行来访，指导基地堆肥生产

2012年4月15日，日本专家池田秀夫一行在正谷公司几位同事的陪同下，到延庆蔬菜基地指导堆肥生产。

据池田秀夫的学生彭月丽介绍，池田老师原来为媒体工作者，1995年退休后计划做一名中、日、韩三国交流的志愿者。1997年，池田老师乘飞机到济南，因为当地农民焚烧秸秆产生很大烟雾，导致飞机无法降落。他受到了很大的触动，秸秆是很好的有机肥的原料，农民为什么要烧掉呢？自那次经历之后，池田老师就开始研究堆肥技术。他将树皮堆肥的技术从日本引入中国，并且在山东做堆肥的

相关研究工作达15年之久，在这方面积累了非常丰富的实践经验。

池田老师在基地人员的陪同下，参观了正谷延庆蔬菜基地的堆肥发酵池和沼液池。他对基地的有机肥发酵提出了很多非常好的建议，在发酵菌种的制备上也为我们提供了一些方法。跟池田老师的深入交流，使正谷产品基地部和有机农业技术中心的同事们对堆肥制作有了更加深入的了解。大家均表示受益良多，希望这种交流机会多多益善，通过学习实践为公司的有机农业技术积累做出更多的贡献。



Global Sights

环球博览

《2012年世界有机农业概况与趋势预测》发表

日前，由正谷有机农业技术中心摘译整理的《2012年世界有机农业概况与趋势预测》正式发表。该书所有数据来源于2012年有机农业研究所（FiBL）和国际有机农业运动联盟（IFOAM）对160个国家的有机农业的发展情况进行的调查，资料截止到2010年年底。该书数据全面、信息权威，一经发出，便得到业内相关人士的广泛好评。

文章摘要：中国有机农业用地面积为139万公顷，世界排名第六，其有机产品主要用于出口。2010年全球有机食品和饮料的销售额为591亿美元，中国的销售约为16亿美元。

大家若想了解最新国际有机农业信息，可通过@微信分享文件“2012年，世界有机农业概况与趋势预测.pdf”下载：<http://t.cn/zOKm5sb>。



名牌算什么，穿有机服装才“派头”

综观当今全球有机市场，从有机农场到有机食品，只要冠上有机的字号，价格就比普通产品高出许多，却始终能让消费者慷慨解囊。国际有机棉协会1月13日公布一份题为《有机农业和棉纤年度报告》称，全球2009/2010年度有机棉花产量增加了15%，达到24万多吨，尽管在金融危机影响下全球经济增长乏力，但有机棉的需求却持续增长。绿色消费主义风潮正在兴起。

耐克作为全球运动休闲用品的厂商，是最早把眼光瞄准有机棉商品市场的零售商之一。早在2004年，该公司将环境可持续经营理念与公司实际经营及产品的设计合并。2006年，该公司已有52%的棉产品含有5%的有机棉，其目标到2010年100%的棉服饰必须至少含有5%的有机棉。2009年5月耐克推出了最新“耐克运动装”系列产品。打造充满环保氛围的“现代生活方式”是其主打的概念，而“耐克运动装”产品100%采用有机棉面料。

同时，世界最大零售商沃尔玛也打出了环保牌，根据有机棉交易所发布的资料显示，沃尔玛连续于2006年、2007年及2008年在全球使用有机棉数量的榜单上排名第一。至今沃尔玛已经采购超过2800万磅有机棉，并首度把FadedGlory品牌T恤推向市场，在新生儿、婴幼儿、幼童、男孩、女童、女士及男士等部门销售，售价从3.5美元至6美元不等。

牛仔服装的第一品牌李维斯也打出环保的旗号，以牛仔裤“外蓝内绿”为口号。该品牌于2008年推出李维斯生态系列牛仔休闲时装，不仅使用100%的有机棉，而且在染色工艺上也使用天然染色原料和环保处理方法。至于牛仔服装的配件和饰物，也是尽量回收再利用，如扣子、铁钉和拉链等。公司已经把过去一向使用的红色商标改成绿色，以示环保。

美国知名品牌天伯伦（Timberland）也是有棉的拥趸，有机棉在天伯伦的商品中，其种类以每年增加30%的速度摆上货架，每件服装的有机棉含量至少高达一成，T恤的含量则为100%。天伯伦一家门店的店长说：“保护环境和人类健康，是我们坚持的理念。”



消息来源：中国服装网

Hotspot

热点追踪

有机标准互认

01/ 欧盟和美国有机标准互认

欧盟和美国两个世界最大的有机产品生产国，近日正式宣布：2012年6月1日起，欧盟和美国将彼此接受各自认证的有机产品。这一举措将有助于促进有机产品行业发展和相关人员的就业。

有机产品互认后，欧盟、美国两地的有机产品无需同时满足两地的相关标准、无需同时获得两地有机证书、不用同时接受两地的相关检查、大大节省了有机产品的管理费用，特别是对中小企业是一个好消息。有机产品互认范围将涵盖有机农产品、肉类、谷物或葡萄酒。

尽管欧美已正式达成有机互认，但欧盟及美国的有机认证仍然存在一定差异，例如在违禁抗生素管理方面，美国农业部有机产品管理规定要求“有机苹果和梨生产过程中为控制细菌感染情况下，可以使用抗生素”；而欧盟则是“抗生素使用仅限于治疗生病动物情况下”。在互认条件下，欧美两地认证机构需要对禁止使用抗生素品种进行确认。

同时，欧美贸易过程中的有机产品必须提供有机产品出口证书，用以说明相关有机产品的生产地、颁发有机产品证书的机构、相关产品达到欧美有机产品互认协议条件要求，并确保该产品出现问题情况下得到追溯。

消息来源：国家食品安全信息中心



欧盟有机认证标志



美国有机认证标志

02/ 美国与日本有机标准互认

美国和日本相互认可对方的有机生产及其控制体系。美国农业部（USDA）和日本农林省（MAFF）之间达成了一项认可协议，允许日本认证机构进行USDA有机标准认证。同时，美日还达成出口协议允许美国生产的有机产品在日本作为有机产品销售。作为协商的一部分，USDA人员访问了日本，以对其有机生产、认证及认可体系进行评估，并对保障日本体系与USDA有机标准的符合性的所必需的控制措施是否到位进行评定。

在评估过程中，USDA官员对日本的认证和审计体系进行了审核。他们首先对MAFF在东京的总部的业务操作进行了审核，并对政府的符合性和执行功能进行了评估。

他们还两家被MAFF认可的可进行NOP标准认证的日本认证机构，日本天然和有机食品协会以及日本有机农民组织中心进行了评估。此外，USDA官员还访问了3家通过NOP认证的操作者。

最后，USDA报道这次审核结果“证明了日本政府有合适的教育、培训和经验去履行与NOP达成的认可协议”。目前，双方政府正在讨论如何协调他们的标签系统以减少贸易壁垒。

消息来源：ECOCERT

03/ 国际等效互认对中国有机农业发展的意义

相互承认彼此的认证是突破国际技术性贸易壁垒的重要途径，合作的方式包括加强有机认证认可信息交流，资助有机认证标准和认可体系的比较研究，推动国际标准的采纳和实施。目前中国有机农业标准和认证认可体系与国际一致化的目标尚有差距，需要进一步开展这方面的研究工作。因此，中国有机农业主管部门和机构应积极开展或参与国际认证认可组织的交流与合作，为实现中国有机产品与其他国家的多边互认奠定基础，清除中国有机产品在出口市场中的贸易壁垒，促进中国有机农业的健康发展。

消息来源：《中国农学通报》

Views

有机杂谈

广州分公司 / 岳义虎 供稿

那些年，我们一起生活的果园

在这繁华的都市，风轻云淡的午后，柔和的春光扬扬(洋洋)洒落。窗外的林荫道，花絮翻飞，吹落一年一年循环往复的芬芳。这时脑海中总会浮现几年前在湖北咸宁横沟有机果园的日子。

那是08年12月，天格外的冷。一枚枚枯黄的落叶在岁月的催促下落入泥土，空气中落叶的清香一天天冷清。我们几个年轻人，远离了喧闹繁华城市，怀揣着梦想来到了离城区20公里的郊外的一片有机果园，这里没有城市的车水马龙，也没有网吧、麦当劳、肯德基，陪伴我们的是园里的桃树、李树、梨树、杨梅，还有一头威武的藏獒。

我的果园工作生活就此开始了。

秋冬季节，果树刚孕育完一批果实，很疲惫的开始了休息。在他们休息期间，我们开始忙起来。修剪、施肥、消毒杀菌是冬季果树的必修课。修剪是门技术活，去掉衰弱枝、细弱斜生枝、重叠枝、病虫枝、枯死枝、位置不当和不充实的徒长枝、轮生枝、交叉枝和并生枝，修剪完成后要清除修剪的果枝；紧接着对果树基部两侧挖穴，施我们自制的有机肥——鸡粪，施肥结束后盖穴；为了来年病虫害少，我们又开始紧锣密鼓的熬制石硫合剂，对常绿树和落叶果树按照不同浓度进行全园喷洒，果园空地也

不能漏过。

春季，果树开始进入生长旺季。发芽、开花、结实，简直是一天一个样。我们也天天围绕着她们不停的转，抹芽、疏花、疏果、套袋。进入旺盛生长季节，开始控制树势，平衡营养生长和生殖生长，提高果实品质。我们劳动的时候，藏獒仿佛也感受到了劳动的快乐，总是围绕着我们蹦呀跳呀。

夏季是我们收获的季节，一枚枚果实骄傲的挺起胸膛。果实采摘前，我们会去采摘下来直接入口品尝，体验口感；对外开园时，引导观光采摘的客人，推荐适合他们口感的有机水果。看着游人灿烂的笑脸，我总是畅想着几年后我种下的那棵柑橘也能硕果累累挂满枝头。

没有不变的流年，三年过去了，我再次来到了繁华的都市。但是我依然念念不忘那片果园，还有那只我们一忙碌就跟在我们后面摇尾巴的藏獒，但我更念念不忘的是我一直坚持的有机事业。做放心的有机产品是我的事业，更是我的理念。首先自己要有责任心，自己吃着放心，大家吃着口感不错，得到消费者的认可，才会被市场接受。今天的正谷正在努力的向这个方向坚定不移的前进着。而今天的食品安全为什么会这样的局面，应值得我们所有人深思！



正谷有机简报

正谷有机农业技术中心发行

总编：张建伟

主编：潘成杰

副主编：张友廷

执行主编：赵惠娟 李金玉

美术编辑：郭琳茜

正谷有机农业技术中心邮箱：oatc@oabc.cc

微博地址：<http://weibo.com/oatc>

