

# 实施“五大行动”提升优质绿色农产品供给能力

## 《2020年绿色食品有机农产品和农产品地理标志工作要点》印发

□ 黄慧

今年的中央一号文件明确提出,调结构,提品质,增加优质绿色农产品供给。加强绿色食品、有机农产品、地理标志农产品认证和管理,打造地方知名农产品品牌,强化全过程农产品质量安全和食品安全监管,建立健全追溯体系,确保人民群众“舌尖上的安全”。为贯彻落实中央一号文件精神,扎实推进质量兴农、绿色兴农,近日,农业农村部中国绿色食品发展中心和农产品地理标志工作要点》(简称《要点》),提出按照农业农村部总体工作部署和农产品质量安全监管工作要求,围绕保供给、保增收、保小康重点任务,以“提质量、稳增长、防风险、补短板、强品牌”为目标,在认真做好新冠肺炎疫情防控的同时,突出工作重点,加强统筹协调,强化责任落实,组织实施品牌扶贫、规程进企入户、规范用标、品牌宣传月、服务企业“五大行动”,推进绿色食品、有机农产品和农产品地理标志高质量发展,为实施乡村振兴战略、打赢脱贫攻坚战、全面实现小康目标做出新的贡献。

### 标准至上质量第一，推动“两品一标”健康发展

坚持“标准至上、质量第一”的原则,按照“稳定存量、优化增量”的要求,《要点》提出,要着力提升绿色食品产业发展

水平,不断推动有机农产品高质量发展,深入实施地理标志农产品保护工程。

绿色食品要突出重点地区、重点企业和重点产品的发展,创造条件加快绿色食品畜禽水产品的发展。推动绿色食品原料标准化生产基地与加工企业有效对接。有机农产品要统筹用好国际国内“两个市场、两种资源”,因地制宜开展认证,发展有机农业一二三产业融合园区,提升中绿华夏有机品牌的权威性和影响力。同时,要做大做强做响农产品地理标志品牌。按照“一标一品一产业”思路,指导地标证书持有人发展特色生产基地,培育壮大特色产业,加强农产品地理标志原生生态特定品种繁育基地建设。配合修订相关制度,加强农产品地理标志知识产权保护。

今年是脱贫攻坚收官之年,发展产业是实现脱贫的根本之策。《要点》提出,要大力实施品牌扶贫行动,助力脱贫攻坚决战决胜。对于贫困地区继续采取优先受理、优先检查、优先审核、优先评审、优先颁证“五优先”措施和费用全部免除政策。重点聚焦“三区三州”深度贫困地区,简化申报材料,优化认证流程,强化对口帮扶,加强产销对接,举办“两品一标”培训班。优先在国家级贫困县创建“两品一标”标准化生产基地,促进贫困地区产业融合发展。

### 确保产品质量和规范用标，切实维护品牌公信力

在稳步扩大“两品一标”供给规模的同时,着眼提高产品质量,严格证后监管,做到“量质双升”,才能更好地维护品牌公信力和美誉度。

如何把好“两品一标”质量审查关口?《要点》强调,要坚持“严”字当头,严谨执行标准,严格履行程序,严肃落实责任。

绿色食品标志许可要严格准入条件,加强对合作社、家庭农场等申报主体审查。落实分级审查职责,强化审查工作综合评价机制。有机农产品认证要突出现场检查、抽样检测审查,确保认证工作的规范性、真实性和有效性。地理标志农产品要突出历史、文化、环境、品种、品质等特性,严格评审和登记,确保产品信誉。

为确保不发生重大质量安全事件,《要点》要求压紧压实各级工作机构监管职责,强化证后监管。鼓励地方加大产品抽检力度,形成中心、省、地、市三级工作机构抽检协同机制,提高产品抽检覆盖率。全年计划抽检绿色食品3000个,有机食品410个。并且,要落实2020年风险预警监测项目,重点对专业合作社产品以及茶叶、调味品等产品开展风险监测与预警,强化预警结果应用。

为解决绿色食品标准推广“最后一公里”问题,《要点》提

出将在部分省份全面开展绿色食品生产操作规程“进企入户”示范行动。通过举办培训班、发放生产操作规程、挂图和农事操作历、树立技术指导匾牌等形式,为企业和基地提供技术指导和服务。同时,继续开展绿色食品规范用标行动,推进绿色食品防伪标签使用方式的改革,探索在产品包装上使用粘贴式绿色食品标志,提高绿色食品标志使用率。

### 加强宣传和服务，提升品牌影响力

品牌是优质农产品的价值所在。提升品牌影响力需要加大宣传服务力度,积极培育消费市场,不断增强市场拉动力。

《要点》指出,要以绿色食品事业创立30周年为契机,组织一系列宣传活动。将评选“最美绿色食品企业”,开展“我与绿色食品30年”宣传作品征集活动,举办绿色食品事业30年成果展示,召开“发展绿色食品、助力乡村振兴”研讨会。同时,将以“春风万里 绿食有你”为主题,在全国继续组织开展绿色食品宣传月行动。举办绿色食品进超市、进社区、进学校、进企业、进基地等活动,邀请大型经销商与绿色食品企业开展现场对接签约、产业交流,共同营造绿色食品事业发展良好氛围。

为增强市场拉动力,满足消费需求,《要点》提出,要继续办好专业展会。今年将组织举

办第二十一届中国绿色食品博览会和第十四届中国国际有机食品博览会,通过招商引资、经贸洽谈、交流合作和宣传推介,进一步提升展会的专业化、市场化和国际化水平。同时,鼓励支持生产企业和专业经销商开展形式多样的产品营销,开设一批实体营销网点,打造一批电子商务平台,培育一批专业经销队伍,线上线下同发力,共同搞活“两品一标”市场流通,保障有效供给。

由于受到突如其来的新冠肺炎疫情影响,今年部分“两品一标”企业发展遇到困难。对此,《要点》提出,要积极开展助力企业发展服务行动,提供增值服务、暖心服务、优质服务,帮助企业排忧解难。多措并举,搭建领证用标、品牌宣传、市场营销、技术指导和政策支持等多方面的服务平台。各地要拓展服务渠道,创新服务手段,创造良好的发展环境和条件,进一步调动各类新型农业生产经营主体发展绿色优质农产品的积极性,不断增强“两品一标”发展的内生动力。

此外,《要点》还提出,要夯实产业发展基础,增强事业发展支撑保障能力。加快标准制修订工作,加强重大课题研究,推进信息化建设。要进一步开展境外交流与合作,做好首批35个中欧互认地理标志农产品的宣传推介工作,启动在台湾地区申请注册绿色食品证明商标工作。

## 北京农产品流通协会食材供应专委

## “点对点”精准对接爱心助农

本报讯 李爱华 新型肺炎疫情的影响下,给全国农产品正常流通造成了极大影响,致使农产品同时出现了农户滞销和消费者买难的问题,供需两端的政府、农户和消费者都苦不堪言。近日,通州区漷县镇后元化生态采摘园种植的8个棚的香菜和15个棚的娃娃菜,共计24万斤将在3月底和4月中旬分别上市。由于受疫情影响,到目前为止无人定购,急得菜农团团转。为了帮助菜农脱困,助力疫情下稳定农业经济,在北京市农业农村局带领下,北京农产品流通协会组织“点对点”食材供应专委会成员企业一同走进北京市通州区漷县镇后元化生态采摘园,为园区直接解

决蔬菜滞销问题。

参加此次蔬菜滞销精准对接、爱心助农的“点对点”食材供应配送企业有:北京军盛商贸有限公司、北京百程利通商贸有限公司、北京送万佳果蔬商贸有限公司、北京维佳弘盛商贸有限公司、北京金硕园农业贸易发展有限公司。对接现场,这5家“点对点”食材供应配送企业直接解决了元化生态采摘园近35万元的蔬菜上市问题,免去了菜农卖不出菜的后顾之忧。

据了解,疫情期间,为保障复工复产的企事业单位对蔬菜等农产品采购和配送需求,北京农产品流通协会的“点对点”食材供应专委会,是在北京

市商务局指导和各区商务局帮助下,应运而生。2020年2月份,北京农产品流通协会向本市农产品流通企业发出征集通知,经企业自愿申报和协会推荐,确定了本市“点对点”食材供应配送企业182家、社区蔬菜直通车配送企业16家,旨在有力保障各单位食堂或员工的食材采购需求,同时,北京农产品流通协会成立了“点对点”食材供应专委会。

为全力保障蔬菜市场供应,“点对点”食材供应配送企业积极行动、勇挑重担,探索开展了多种服务模式,保障居民日常生活。同时也保障了本市复工复产企事业单位食堂、部分餐饮企业、社区居民等多方面的刚性采购需求,提高了农产品流通效率、创造了疫情期间农产品流通新模式。通过“点对点”上门服务,减少单位食堂人员对员工外出采购,助力实现人员分流、减少交叉感染。

本报讯 国务院联防联控机制24日召开新闻发布会,介绍新冠肺炎疫情防控与医疗诊治有关情况。

中国疾控中心研究员吴尊友表示,无症状感染者是指在体内检出新冠肺炎病毒,但没有任何临床症状的人。无症状感染者的发现通常来自于流行病学调查后的密切接触者隔离观察。“无论是否出现症状,无症状感染者都已在密切接触者的管理之中。他们均来自密切接触者,都是独立隔离观察,一旦出现症状,就转入医院治疗,不会造成社会上的传播扩散。”吴尊友说。

专家：无症状感染者不会造成传播扩散