

上海市农产品地理标志管理工作实践与思考

王静芝 张维谊 丰东升 李瑞红 杨秋夏 马军

农产品地理标志，是指标示农产品来源于特定地域，产品品质和相关特征主要取决于自然生态环境和历史人文因素，并以地域名称冠名的特有农产品标志。截至目前，上海市共有 16 个农产品获得地理标志登记证书，产品涉及果品、粮食、畜产品、花卉四个类别，登记范围涉及 7 个区的 34.7 万亩土地；共有 104 家企业（合作社）获得农产品地理标志授权用标，总授权面积 2.65 万亩，总授权产量 1.94 万吨。自 2019 年启动农产品地理标志保护工程项目以来，本市共投入 3500 万元中央财政专项资金用于 8 个特色优质农产品地理标志保护工程项目建设。通过项目的高效实施，新建和完善 24 个区域特色品种繁育基地和核心生产基地，改善和提升 17 套生产设施及配套仓储保鲜设备条件，累计完成 3352 人次农民培训，新增 55 个授权用标企业，实现总产值 6.66 亿元，开展 38 次各级各类产品推介和品牌宣传活动，叫响了一批特色品牌，地理标志农产品身份化、标识化和数字化水平得到明显提升。

一、上海农产品地理标志工作主要做法

（一）依托绿色农业高质量发展

2018 年，上海市政府办公厅发布的《上海市都市现代绿色农业发展三年行动计划（2018-2020 年）》明确要以体制机制创新为动力，以绿色发展为引领，以品牌建设为抓手，以质量效益为目标，把增加绿色农产品供应放在突出位置，打造产品绿色、产出高效、产业融合、资源节约、环境友好的都市现代绿色农业发展示范区。此后经历 3 年高速发展，每年绿色食品新获证企业数和续展率均保持在全国前列；建成 2 个全国绿色食品原料标准化生产基地；实现养殖业绿色食品认证和绿色生资零的突破。截至目前，本市有效期内的绿色食品生产企业 1054 家，绿色产品 1550 个，全市绿色食品总产量占地产农产品总产量的 24%。在全市已登记的 12 个种植业地理标志农产品中大力推行绿色生产方式，按绿色食品相关标准制定质量控制规范，提倡所有授权用标企业必须严格按照绿色食品标准实施生产，持续保障地理标志农产品质量安全水平。坚持“一品一标”融合发展的“农产品地理标志+绿色食品”双品牌驱动，强化在产品销售宣传推广中应用，多品牌叠加赋能产业发展，增强市场知名度和竞争力。

（二）强化地标管理能力提升

农产品地理标志作为区域公用品牌的重要形式，其区域公用品牌的性质，决定了品牌建设要以政府领导，职能部门、行业协会、市场主体等多个不同层面、不同性质的机构与实体的分工协作。为确保地理标志农产品品牌文化内涵、品质特色、产品质量可持续发展，必须加强农产品地理标志人员队伍建设，提高品牌管理队伍的能力和水平，为区域公用品牌提供切实保障。一是建设地标保护工程项目队伍体系。强化各级领导小组组织协调能力和提高项目实施人员的工作推进效率、落地地持有人权利义务、加强用标企业标准化水平。二是提升农产品地理标志管理业务水平。组织开展地理标志及品牌建设专题培训。每年举办“上海市农业品牌及体系建设培训班”，邀请中国绿色食品发展中心、农业科研院所、技术推广服务、品牌管理、市场营销、媒体宣传推广等专家授课，通过课堂教学、现场观摩、参观交流等多种形式，持续提升区镇两级地标管理人员的业务能力。三是提升用标主体生产标准化水平。对登记主体、企业负责人、用标单位开展质量控制规范、标志使用、品牌管理等制度宣贯；分类分期开展相关培训，深入推进登记主体第一责任人意识，提高企业农产品质量安全生产意识，有序构建市区镇三级培训体系队伍，持续提升人员专业化水平。

（三）以地标保护工程项目为抓手

2019年开始，连续3年共遴选出8个地理标志农产品，累计利用中央财政专项资金3500万元用于项目建设。一是支持核心生产基地建设。建设种源保护基地和核心示范基地，改善设施设备、加强配套设施建设、提升加工工艺和产业链延伸、支持保护产地环境。二是提升产品质量和特色品质。强化质量控制和特色品质保持，严格落实生产技术规程，推动全产业链标准化生产。三是加强品牌建设。深入挖掘传统农耕文化，讲好历史故事，培育一批品牌，支持一批生产经营主体，促进特色产品与质量安全融合发展，提高品牌认知度和市场竞争力。四是推动信息化管理。组织16个地标产品的授权企业开展生产地块GIS图上标注工作，至2021年底，基本完成地标产品生产基地图上标注，并与农委“农业一张图”对接，实现地标产品可视化呈现；规范标志授权使用，强化产品带标上市，完善生产档案管理，强化产品全程可追溯。

（四）高标准实施质量安全监管

市级财政专项经费支持，更高标准、更严要求实施地理标志农产品等绿色优质农产品质量安全风险监测、评估和监督管理。一是完善生产记录档案。建立健全地理标志农产品、绿色食品生产主体生产记录档案管理制度，推动农业绿色发展全产业、全链条、全方位智慧监管。二是强化质量安全监管。实施地理标志农产品等绿色优质农产品质量安全风险监测、评估和监督管理，做到绿色食品和地理标志农产品抽检全覆盖。坚持检打联动，强化抽检结果应用。三是加强信息化管理。加快上海市绿色食品管理系统建设，提高绿色优质农产品质量认定和监管效率。

（五）强化品牌培育和产销对接

一是将品牌建设纳入乡村振兴考核。重点推进区域特色明显、市场知名度高、发展潜力大、带动能力强的农产品区域公用品牌，提升品牌整体价值度。二是组织参加各类展会。组织地标主体和绿色食品企业参加中国国际农产品交易会、中国绿色食品博览会、丰收节和农高会等专业展会；借助每年一届的“食品安全宣传月”“绿色食品宣传周”等宣传活动扩大地理标志农产品品牌知名度。三是开展地产农产品评优推介和品牌直销。鼓励地标主体和绿色食品企业参加评优推介、品牌直销和直播带货活动，促进产销对接，大幅提升地产农产品口碑和知名度。四是搭建供需合作平台。在市级主流媒体平台“上农App”“上海三农”等新媒体平台开设地产优质农产品推介专栏。

二、上海市地理标志农产品发展中存在的问题

（一）对农产品地理标志重视不足，缺乏科学认识

上海市农产品地理标志起步相对较迟，但发展速度非常快。对农产品地理标志的整体认识不足、管理经验缺乏、保护制度不完善、品牌宣传力度不够，导致目前农产品地理标志的管理者和生产者普遍存在“三重三轻”问题，重产量、轻质量，重登记、轻管理，重生产、轻品牌。地标登记主体缺乏农业品牌保护和管理经验和意识，农户缺乏相关生产技术培训指导，村镇级地标管理者缺乏农产品地理标志管理知识，区级机构缺乏配套的品牌发展规划和政策支持，市场和消费者对农产品地理标志的品牌认知度较低。

（二）是组织化和规模化程度相对较低

目前本市16个已登记的地理标志农产品中，除马陆葡萄、青浦薄稻米、奉贤黄桃等6个产品具有一定生产规模外，其他大部分产品均在保种边缘徘徊，没有形成规模化产量，缺乏优质产品持续供给能力，无法形成品牌影响力；即使是作为登记范围最大、授权企业最多、生产主体最多的青浦薄稻米，由于缺乏组织化、规模化生产企业，同一生产区域内，生产管理水平和品质特色不明显，没有形成品牌认知度，在一定程度上制约了农产品地理标志品牌的进一步发展。

（三）标准化程度不高

特异性、一致性和稳定性是农产品地理标志产品作为一种特色商品必须具备的“三性”。然而，同一生产区域内，不同生产主体对质量控制规范和生产操作规程的掌握不一致，导致同一地理标志农产品的质量和品质出现两极分化，水平参差不齐，无法持续保持地理标志农产品特征品质指标的一致性，亦无法形成统一的品牌核心竞争力。

三、思考与建议

地理标志农产品是一项新兴的涉农知识产权，是农业传统优势资源和地方特色农产品的重要保护途径。加强地理标志产品保护对于推进特色农产品区域布局建设、提高农产品质量安全水平、促进农产品产业化经营，以及增加农民收入有着极其深远的意义。基于以上工作中发现的问题，提出以下设想。

（一）强品质

地理标志农产品独特的品质是其竞争力的基础和核心。品质的持续保持是通过品种培优、技术提升和标准化生产实现的。因此，地标登记主体和生产者要充分利用现代农业科学技术，持续开展品种培优和品质提高技术研究，保证产品质量；地理标志农产品所在的农业主管部门、地方政府、生产企业和农户应共同建立相关质量标准体系，保护地理标志农产品的生产运营和市场推广。通过品牌建设，提升品牌文化内涵，将产品独特的品质优势转化为竞争优势。

（二）强管理

一要不断完善农产品地理标志保护和管理制度规范。农产品地理标志保护与管理的制度尚未完全建立，例如产地环境保护、农产品品种以及统一标识等制度还未建立，相关的工作开展缺乏有效依据。二要不断加强四支队伍建设。提升管理者队伍的业务能力，提高地标登记主体的品牌管理能力和意识，强化地标授权企业的标准化生产管理能力和培养农产品地理标志登记范围内农户的品牌维护和经营理念。三要质量监管与维权打假双管齐下。既要建立健全地理标志农产品质量安全风险监测、评估和监督管理体系，又要配合制订严密、细化、系统的地理标志品牌管理制度结构，严厉打击假冒伪劣产品，提高冒用地理标志农产品的违法成本，维护好品牌受益人的利益，促使经营者有信心投入资金到地理标志农产品的品牌建设中。

（三）强保障

加强农产品地理标志保护的服务保障。为进一步推动地理标志农产品的发展，各级农业主管部门应积极发挥引领作用，吸引、扶持龙头企业与农户。鼓励龙头企业、行业协会、科研院所、技术推广单位等积极参与国家、行业和地方标准制修订，培育发展农产品团体标准，制定严于国家、行业标准的企业标准，建立地理标志农产品全产业链标准体系，有机联结生产、加工、流通、销售等环节，促进产业融合和集聚，将地理标志农产品打造成区域的名片。

（四）促创新

地理标志农产品要不断创新品牌经营理念和运营模式，要利用互联网、云计算、大数据等先进技术，挖掘与农业相关的产业，发挥协同效应；在精准捕捉消费者需求前提下努力探索与开发定制农业、平台农业、数据农业等新的营销方式，挖掘传统农业的价值潜力；通过多样化、精准化、数字化营销提升地理标志农产品品牌的影响力；通过“农业+旅游”“农业+休闲”“农业+生态”等新型农业产业化模式提升农业品牌附加值。

（五）创品牌

首先，应着力打造地理标志农产品品牌龙头企业，切实发挥其引领和带动作用，协同推进其他相关品牌的发展；其次，制定

地理标志农产品品牌生产、加工、销售的统一标准，运用现代科技实现区域品牌的统一商标、统一质量、统一服务，走品牌内涵发展道路，提升市场竞争力；其三，建立科学的农产品可追溯体系，保证农产品区域品牌质量安全，实现从生产源头到餐桌全程信息可查质量可控。