

中国生态原产地品牌助推精准扶贫

中国生态原产地联盟常务副主任 中国林业生态旅游委员会会长 孙建

（中国（国际）大数据农业农村创新产业发展大会暨农产品质量安全论坛发言稿）



中国贫困地区经济上的贫困恰恰是区域资源尚未开发和未过度开发，是生态环境较好的地区，经济上的贫困相对的是生态的良好、贫困的劣势对应的是生态的优势。如果用中国生态原产地规范、标准、要求，来保护、引领、带动贫困地区的优势特色农业品牌的发展，贫困人口通过生产生态原产地品牌产品、为社会提供更可信的优质生态产品，将生态优势转化为品牌优势，将生态储备转化为生态资产，做到“生态保育化、产业生态化”，加快这些地区的精准脱贫，实现“生态扶贫、产业扶贫、品牌扶贫”目标。

党的十七大报告就明确提出建设生态文明的要求，并将到 2020 年成为生态环境良好的国家作为全面建设小康社会的重要要求之一。“绿色发展”被明确写入“十二五”规划并独立成篇，表明我国走绿色发展道路的决心和信心。党的十八大报告首次单篇论述生态文明，首次把“美丽中国”作为未来生态文明建设的宏伟目标，把生态文明建设摆在总体布局的高度来论述，表明我们党对中国特色社会主义总体布局认识的深化，把生态文明建设摆在五位一体的高度来概述，而在党的十八大报告中提到加大自然生态系统和环境保护力度时也提出要“增强生态产品生产能力”。作为公共产品的良好生态环境，包括清新空气、清洁水源、安全食品——这些都是人类生产生活的必

需品，消费品。“生态产品”的概念首次亮相党代会报告，体现了党对人民群众渴望优质生态产品、绿色产品、优良生态环境迫切需求的积极回应，同时也对各级政府加大环保投入、保障基本环境质量提出了更高要求。另外，在近期国内外会议上，习近平总书记多次强调要提高国际话语权，增强中国人的骨气和底气。当前和今后一个时期，我国应在参与全球治理中把握机遇，注重在构建新国际关系理论体系、共建“一带一路”、在国际农产品品牌建设等制度中提升我国国际话语权。目前什么品牌可以助推精准扶贫、可以影响世界、让中国品牌创全球影响力，实现在全球治理制度中的话语权？又有怎样的标准可以参与新时期、新领域国际规则的制定？

一、首先是“中华人民共和国生态原产地”增强我国产品的国际竞争力

1、中国生态原产地与全球治理制度性话语权

十八届五中全会提出了积极参与全球经济治理和公共产品供给，提高我国在全球经济治理中的制度性话语权。“十三五”中国将更深地融入和影响世界，中国从对外开放到全面开放，从局部参与到全面参与全球治理。根据2014年7月10日，生态文明贵阳国际论坛年会生态原产地与国际贸易分论坛上，原对外经贸部副部长龙永图回忆了中国加入世贸组织谈判的经历，当时困扰的就是原产地产品的问题，所以龙永图强调“生态原产地的重视是一个国际问题”，能够增强中国人的骨气和底气的品牌就是生态原产地品牌。

生态原产地品牌具有生态和原产地复合概念，在国家公信力和产品美誉度上均处于农产品品牌高端位置。生态，意味着生产过程要充分考虑产地生态环境保护，实现可持续发展。原产地，意味着突出区域特色优势品种；生态原产地产品保护将加快我国生态文明建设进程，增强中国品牌和中国标准在国际上的话语权，能加强中国的软实力建设，推动生态产业发展，推进美丽中国建设。

2、生态原产地是产品出口的绿色、生态通行证

(1) 中国WTO保护期到期促使中国农产品出口制度主动变革。

2001年中国加入WTO时15年保护期在2015年7月1日已经到期，这促使我国政府实施了很多改革，降低关税、减少政策壁垒、放宽准入门槛等。

2015年12月19日，世贸组织第十届部长级会议在肯尼亚内罗毕闭幕，包括中国在内的成员国首次承诺，全面取消农产品出口补贴，并将限制农产品出口信贷。会议达成了一揽子协议，发达国家必须立即取消他们的农产品补贴政策，发展中国家必须在2018年底前终结对农产品的直接出口支持。随着由美国主导的TPP协议顺利进行，WTO的影响力将减弱。为此，WTO为了保证自己的世界地位，必然要推出更加自由化、高标准的计划，农产品出口补贴的全部取消就是其中一环，我国农产品出口将要面临新的挑战。

而生态原产地产品就是一个顺应时代的绿色通行证、生态通行证；生态原产地保护，应是国家立法意义上的战略重点，必须加快对中国自身的生态原产地保护政策、制度、法规、标准建设，实现与发达国家之间的有效衔接。

（2）生态原产地产品破解国外绿色壁垒

很多发达国家以保护生态资源、生物多样性、环境和人类健康为理由，设置一系列苛刻的高于国际公认或绝大多数国家不能接受的环保法规和标准，对外国商品进口采取准入限制或禁止措施，多少年来就一直是全球贸易保护主义者手中挥舞的利器。非关税壁垒的制高点就是绿色壁垒、环境壁垒、生态壁垒。绿色环境标志制度、绿色包装和标签制度、绿色卫生检疫制度等各种形式的市场准入标准就曾经充当这样的角色。但在21世纪的今天，生态问题已经上升成为世界性的道德高地，遏制资源和环境的恶化、防止气候变暖、防止生物多样性减少、减少生态灾害，已经成为攸关人类生存和发展的重大问题，促使人们的思维方式、消费行为和价值观念发生了全面空前的变化，绿色发展、生态环保成为新的价值观念，是世界大势所向。

生态环保是人类共同的责任，是人类走向进步和文明的标志，这要求我们必须极大地提高自己的生态环保水平，必须积极主动地跨越生态壁垒，积极主动地冲出包围，顺应世界生态环保的潮流，提高中华人民共和国产品的国际竞争力。

（3）生态标签产品在国际上有认知度

绿色标志、环境标志、生态标志制度在国际上有认知度，欧盟于1992年出台了“生态标签”体系，经过多年的发展，在欧洲市场上享有了很高的声誉。欧盟持续组织大规模的“生态标签”普及宣传活动，提高消费者的环保意识，

出台了《政府采购应符合生态标准》的指南，鼓励政府采购并使用“绿色产品”，并成立了欧盟生态标签委员会，影响极为深远。欧盟生态标签制度的目的是提高生态保护，使产品从设计、生产、销售到使用，直至最后处理的整个生命周期内都不会对生态环境带来危害。生态标签认证制度，使得获得标签的企业塑造了生态环保的社会形象，赢得了消费者及社会的信赖，提高了产品的附加值，通行于欧洲并受到保护。在亚洲，日本 1988 年启动了生态标志制度、韩国 1992 年推出了生态标签制度、泰国 1994 年实施了绿色标签制度。

2、生态原产地与农产品品牌化的“三品一标一产地”

生态原产地产品，是指在形成全过程中符合绿色环保、低碳节能、资源节约要求并具有原产地特征和特性的良好生态型产品。包括原产地标记产品、原产地名称保护产品、生物物种起源产品、具有历史传承的名、优、特产品或自主知识产权的创新型产品等。我们传统的农产品品牌“三品一标”是指无公害农产品、绿色食品、有机食品和农产品地理标志。随着社会经济和农产品国际贸易的迅速发展、人民生活水平不断提高，大家对生态、健康的认识更加深入，消费者对农产品的需求已渐渐由“量变”转为“质变”，对农产品的质量安全问题提出了更高的要求。为满足人类和社会对生态农产品的共同追求，生态、优质、原产地与国际接轨的农产品标准呼之欲出，而生态原产地产品是顺应自然、顺势而为、呼之已出的好产品，也是现代农业向生态保育型农业转变的重要标志。纵观“三品一标”发展历程，因为“安全”是对农产品的基本要求和具备的基本属性，农产品公共品牌应由安全优质提升为生态优质，“三品一标”上升为“三品一标一产地”，其中一产地即中华人民共和国生态原产地产品。未来品牌将过渡为“二品一标一产地”。

3、生态原产地是特色突出、核心竞争力强的农业品牌

农产品品牌化、发展品牌农业是推动农业大国向农业强国转变的重要标志，能显著提升农产品标准化程度。我国不少农产品总产量位居全球第一，但缺少一批在国际市场上具有竞争力的农产品品牌。推动农业品牌化，就要更好地发挥政府服务作用。要研究我国农业的独特性，形成多方互动的区域公用品牌、企业品牌、产品品牌和农户品牌的组合金字塔。生态原产地产品保护有利于培育特色突出、核心竞争力强的农业品牌，各级农业产业化龙头

企业、示范合作社、外向型等各类企业、家庭农场、特色精品企业都可以申请保护评定。

4、生态原产地标志是知识产权、代表主权国家的形象

生态原产地产品保护评定，是一项全新的事业。“中华人民共和国生态原产地产品”标志是知识产权，代表一个主权国家的形象，受到国际和国家行政的保护，是对中国创造、民族精品的保护。

(1) 生态原产地产品保护，主要方向是面向国际市场提高产品出口，因此，认证的重要目标之一就是创造一切条件，积极主动地推进国际社会的认可与互认，这是中华人民共和国政府的重要职责。唯其如此，认证才能真正起到推进中华人民共和国生态原产地产品在国际市场上的竞争力，提升中国生态原产地产品在国际市场的整体形象、消费者信心、国际知名度和美誉度、产品附加值等，唯其如此，才能跨越国际市场的生态壁垒，打开国际市场的绿色通道，保护中国产品的合法权益。中国产品要走出第一步，在向发达国家生态产品认证的标准靠拢的同时，要主动进行交流、宣传，探索开辟互认的渠道，努力实现与发达国家的互认保护。

(2) 生态原产地产品认证有利于取得政府的政策支持。中国政府不断加大对生态环保产品的扶持力度，特别是对取得认证的生态、绿色产品，相应制定扶持政策，包括科技资金支持、列入优先采购清单、开辟海关绿色通道、减免所得税等等。生态原产地产品，其生态的内核就是绿色安全、节能高效、低碳环保、科技创新、循环经济，并且通过严格的认证，应当树立形象、积极宣传，争取早日获得政府的政策支持。例如，根据中华人民共和国国家质检总局的规定，产品拥有原产地标记可以优先进入绿色通道，并在出口检验检疫方面享有更优先的便利。

(2) 生态原产地品牌是地方优势特色产品最显著的标志，具有巨大的无形资产，地域的不可替代性和品质的不可复制性使其蕴含着巨大的市场空间和品牌潜力，对产品所在地的整个地域经济的发展具有极大的带动作用。生态原产地产品标志是产品的“金”字招牌，部分产品在获得生态原产地产品保护后，不断加大对外宣传推介力度，扩大品牌影响力和辐射力，向社会各界宣传生态原产地产品，塑造产品特色品牌形象，提升产品品牌，提高产品

附加值，为当地的生态产业发展增添了新的活力和生机。因此，保护、利用好生态原产地产品品牌，可以开拓国内外市场，推动生态产业化发展和企业增效，在中国生态经济发展史上具有重大里程碑意义。

二、生态原产地产品与农业优势特色产业

2015年6月财政部启动了《农业综合开发扶持农业优势特色产业规划（2016—2018年）》编制，11月又出台了农业综合开发扶持农业优势特色产业促进农业产业化发展的指导意见，要求在各农业综合开发县初步形成1-2个优势特色产业，以省为单位各形成10个左右、在全国初步形成百个资源比较优势大、产业链条延伸长、一二三产业融合发展、示范带动作用强的区域农业优势产业集群，推动一批新型农业经营主体发展壮大。显著提升生态原产地产品效益和水平，使生态原产地成为推动农业优势特色产业发展、转变农业发展方式、推动农业现代化建设和促进农民持续增收的重要力量。

1、促进我国优势农产品的发展

相对于美、加、澳等世界耕地资源丰富的国家，我国在粮、油、棉这类资源性农产品生产方面，基本缺乏绝对竞争力。但是我国在非资源型农产品生产方面我们具有国际竞争优势：（1）资源多类型的优势，美、加这类国家某一种资源很丰富，但是资源缺乏多样性，日、韩这样的国家农业资源单一化程度更高，中国农业资源多样化表现在我们有山地、丘陵、平原，资源多类型使我们在生产农产品、产业选择有巨大的空间。（2）有比较产业优势。资源多样化决定了中国农业产业多样化，我们在茶叶、猕猴桃、水果生产方面，我们的资源产业优势就可以充分显示出来。中国为世界提供了品种多元化的农产品，中国也是全世界农产品品种生产最多的国家。（3）比较竞争力优势。我们劳动密集，技术密集，下一步资本密集的非资源性生产是有相对优势，比如水果、蔬菜、茶叶、药材、花卉的生产。

2、增加优势特色产业发展后劲

习总书记近日两次提到“供给侧结构性改革”，其所指改革的重点就在于目前产能过剩、消费疲软导致经济下行压力加大的一个重要原因，就是大量落后、低效的产能生产出的大量低品质的产品已经不能满足包括出口和内需市场的消费需求，从而导致经济发展乏力，必须加以改革。农产品领域也

不例外，长期以来，我国农产品绝大多数依靠产量实现效益，于是不仅产品品质下降，甚至出现急功近利追求产量而使用违禁投入品造成食品安全事件，或者采取违规方式生产，造成严重生态破坏的情况。这些情况，在实现全面小康、建设生态文明的过程中，都必须加以调整，必须通过既提高产品品质又能保护环境的生产方式和产品，拉动市场消费，提升产业收益，增加产业发展后劲。

3、促进农业、林业生态旅游发展

生态原产地的品牌建设极大提升了我们过去对传统农产品的商品认知，同时，越来越重视农业、林业的非生产功能、生态和旅游职能。随着生态原产地项目区保护，观光旅游休闲，生态庄园、生态林业园、文化产品，体验式产业越来越成为农林业发展的选择，利用贫困地区原生态的资源和乡土民俗民风，发展耕育旅游，推进耕育文化传承，一定能加快贫困地区的脱贫致富。

三、中国生态原产地建设如何助推精准扶贫

1、加快贫困地区生态原产地品牌的建设工作

贯彻落实国家“产业扶贫、精准扶贫”要求，打造贫困地区生态原产地品牌、结合电子商务平台销售，提高生态原产地产品附加值，探索贫困地区产业扶贫。以生态原产地产品和品牌为纽带，帮助贫困地区的农产品销售、农产品加工、提高收入等方面做出贡献；贫困地区之所以贫困，不是因为缺少资源，缺少优质农产品，而恰恰相反，贫困地区往往资源丰富、生态良好、拥有大批天然或人工栽培的优质农产品；他们的贫困是因为缺少品牌，缺少市场，优质的农产品卖不出匹配的价格，甚至根本卖不出，而生态原产地品牌，具有生态和原产地的突出特征，是具有国家公信力和产品美誉度的农产品品牌，贫困地区的优质农产品配上生态原产地品牌犹如“良马配上好鞍”，必定促进贫困地区人口的生态脱贫、产业脱贫、品牌脱贫。同时，对调整贫困地区的产业结构调整，实现产业专业化、规模化、组织化生产，提高贫困户的抗风险能力，引导贫困户有序地进入市场，有效增加收入，使生态原产地产品增加附加值，延长产业链，增加扶贫帮困面，将对我国贫困地区的产业扶贫开发提出了新的思路。

2、落实“十三五”时期中央“三农”政策

生态原产地保护站在国家生态和全民健康高度上，引领社会朝生态环保健康的方向发展，通过普及生态和耕育知识，加强全民生态教育特别是贫困地区的教育，让全国民众了解生态原产地，再通过三品汇优质农产品电商销售平台打造“千品万店”模式，提供生态安全食品体验模式，让全国更多人注重生态并吃上生态健康食品，自觉抵制各种危害生态和不健康的生活方式，促进生态健康、全民健康。

2015年12月24日至25日中央农村工作会议在北京召开，习近平强调，重农固本，是安民之基。“十三五”时期，必须坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重，牢固树立和切实贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，加大强农惠农富农力度，深入推进农村各项改革，破解“三农”难题、增强创新动力、厚植发展优势，积极推进农业现代化，扎实做好扶贫开发工作，提高社会主义新农村建设水平，让农业农村成为可以大有作为的广阔天地。

2015年11月中央扶贫开发工作会议上。习近平强调，消除贫困、改善民生、逐步实现共同富裕，对全国人民的庄严承诺，确保到2020年全国7000多万农村贫困人口脱贫。习近平指出，要坚持精准扶贫、精准脱贫，重在提高脱贫攻坚成效。关键是要找准路子、构建好的体制机制，在精准施策上出实招、在精准推进上下实功、在精准落地上见实效。要解决好“怎么扶”的问题，按照贫困地区和贫困人口的具体情况，实施生态补偿脱贫一批，加大贫困地区生态保护修复力度。从“扶贫”到“脱贫”，精准帮扶促进贫困地区民生改善，通过发展产业、加强培训、推动创业促进有贫困人口找到适合自己的脱贫致富门路。加强教育扶贫，生态扶贫、产业扶贫。

3、打赢脱贫攻坚战

十八届五中全会审议通过了《关于打赢脱贫攻坚战的决定》，其中，产业扶贫就是决定确定的五大举措之一。同时，也特别强调了扶贫开发不能以牺牲生态环境为代价。因此，进一步深入挖掘生态原产地保护产品在相对贫困地区但生态良好、生态储备丰厚地区促进农民脱贫致富，同时保护和改善生态环境的积极作用，及时总结经验，做好试点示范，同时积极推动相关耕

育知识，将好的机制固定下来，为采取有针对性、符合当地情况和发展实际的措施，支持地方经济建设，提供制度依据。

希望有志于生态建设的同仁们加强联系，实现各部门联动，共同促进包括生态原产地等生态产业发展，推动农民脱贫致富、提高生态环境保护水平、提升可持续发展能力方面，落实习总书记“绿水青山就是金山银山”的要求，向生态保护、生态产品要效益，更充分发挥生态原产地的品牌作用，为国家生态文明建设、全面实现小康目标及生态中国的愿景贡献力量。