

云南省绿色农产品优质优价制约因素与对策研究

史君怡, 伏成秀, 马心灵, 曹秀思, 金桂梅* (云南省农业科学院农业环境资源研究所, 云南昆明 650205)

摘要 绿色农产品是重要的绿色农业生态产品, 通过市场实现优质优价, 能够促进云南绿色农业可持续性发展和生态文明建设。基于对云南省多个州市绿色农产品产业发展实证调研, 云南省绿色农业取得显著成绩, 农业重点产业开展了卓有成效的绿色实践, 但受制于绿色农产品经营体系发展滞后、品牌效应较弱、认证信用不足、产业链短窄薄、市场流通不畅等问题, 导致云南省绿色农产品未能有效实现优价。应强化政策引领、统筹协调、社会共治、延链补链强链和资源整合, 对云南绿色农产品提出构建现代经营体系、推进绿色农产品品牌建设、提升绿色农产品认证效能、打造高质量产业体系、实现产销畅通等方面的具体措施, 实现云南绿色农产品优质优价。

关键词 绿色农产品; 优质优价; 制约因素; 对策; 云南

中图分类号 S-9 文献标识码 A

文章编号 0517-6611(2023)11-0213-05

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2023.11.050



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

Study on the Restrictive Factors and Countermeasures of Higher Quality and Higher Price of Green Agricultural Products in Yunnan Province

SHI Jun-yi, FU Cheng-xiu, MA Xin-ling et al (Institute of Agricultural Resources and Environment, Yunnan Academy of Agricultural Sciences, Kunming, Yunnan 650205)

Abstract Green agricultural products are important green agricultural ecological products. It will promote the sustainable development of green agriculture and the construction of ecological civilization by realizing the value of green agricultural products in Yunnan Province through market price. This article is based on the empirical research on the development status of green agricultural products industry in Kunming, Chuxiong, Dali, Honghe, Qujing, Yuxi, Diqing, Nujiang, Xishuangbanna and other prefectures and cities in Yunnan Province, and makes an in-depth analysis on the aspects of business entity, brand, certification, processing, circulation, etc. It finds that remarkable achievements have been made in the development of green agriculture and fruitful green practices have been carried out in key agricultural industries in Yunnan Province. However, due to the lagging development of green agricultural product management system, weak brand effect, insufficient certification credit, short and narrow industrial chain, poor market circulation and other problems, as a result, the value of green agricultural products in Yunnan Province could not be effectively realized through the market price. It should strengthen policy guidance, overall coordination, social co-governance, chain extension, chain reinforcement and resource integration, and put forward specific measures for green agricultural products in Yunnan to build a modern management system, promote the brand construction of green agricultural products, improve the certification efficiency of green agricultural products, create a high-quality industrial system, and achieve smooth production and marketing, so as to realize the market price of green agricultural products in Yunnan.

Key words Green agricultural products; Higher quality and higher price; Restrictive factors; Countermeasures; Yunnan

绿色农产品是满足人民温饱需求向满足人民营养健康需求转型升级重要物质保证。自20世纪80年代末90年代初首次提出“绿色农产品”、实施其发展战略至今, 我国绿色农产品得到快速发展, 尤其是我国迈入中等收入国家行列, 生存型消费转为发展型消费, 农产品需求结构发生深刻变化, 绿色农业产业保持强劲的发展态势。当前, 绿色农产品有效供给不足与绿色农产品不能优质优价并存, 一方面消费者基于食品安全意识和健康营养需求, 对以绿色食品为代表的绿色农产品有较高的购买意愿^[1], 消费额以每年30%~50%的速度增长, 但受制于我国绿色农业生产占比较低, 绿色农作物种植面积与农产品总量不到总播种面积和农产品总量的10%, 绿色农产品存在市场供给不足的问题^[2]。另一方面, 消费者对于绿色农产品有较高的偏好特征但购买意愿和能力较低, 绿色农产品存在议价能力不强、附加值不高等问题, 较多绿色农产品与普通农产品价格相差几无, 经济价值并未实现最大化^[3]。

云南是我国绿色农产品生产大省, 是长三角、粤港澳大湾区绿色农产品重要供应地。相比常规农业, 绿色农业因投入绿色农业技术、物资等扩大投资量^[4], 增加了农业生产成本, 云南省绿色农业尚处于产业化的初级阶段, 绿色农产品优质不优价的现实困境, 对农产品绿色生产农户、合作社、涉农企业等相关主体的绿色生产意愿有较大的负向影响, 制约全省绿色农业可持续性发展。基于对云南省昆明、楚雄、大理、红河、曲靖、玉溪、迪庆、怒江、西双版纳等多个市(州)的实证调研, 全面梳理、分析云南绿色农产品产业发展现状、绿色认证、市场机制等主要内容, 明确其实现优质优价的制约因素, 探讨有效的实现路径, 为云南省绿色农产品优质优价和农业综合效益提升提供政策借鉴。

1 云南绿色农产品产业发展现状

自确定“努力成为生态文明建设排头兵”的战略定位和明确提出要打造世界一流“绿色食品品牌”以来, 云南省农业重点产业开展了卓有成效的绿色实践。在茶产业, 推进茶园绿色化、编制古茶山保护利用规划、古茶树保护专项整治行动, 规范茶叶初制所建设, 启动实施“茶产业三产融合建设示范”“现代农业(茶叶)产业园”项目, 2020每年按照《云南省茶产业绿色发展政策支持资金申报指南》对绿色有机茶园建设奖补资金8886万元; 在花卉产业, 建设绿色生产高效生产示范

基金项目 云南省重大科技专项(202002AE320005); 云南省财政厅高原特色农业绿色生产技术创新与产业发展专项(530000221-100000648476)。

作者简介 史君怡(1992—), 女, 陕西宝鸡人, 研究实习员, 硕士, 从事土壤治理与农业生态环境研究。*通信作者, 副研究员, 硕士, 从事农业生态环境研究。

收稿日期 2022-11-14

区,推广肥水循环无土栽培绿色生产技术,其中食用玫瑰种植面积达0.633万 hm^2 ,成为全国重要的食用玫瑰加工原料供应基地,开发了较多以食用玫瑰为原料的加工产品,如鲜花饼已经成为知名的云南旅游伴手礼;在蔬菜产业,以“一县一业”示范创建、高原蔬菜优势特色产业集群建设为抓手,鼓励和支持企业开展绿色食品、有机农产品和农产品地理标志“两品一标”认证,各级政府给予获证后奖补和推广化肥农药减量、废弃物资源化利用等技术,并与云南“孔雀码”对接,实现蔬菜生产大棚销售各环节溯源;在水果产业,全省水果种植主要集中于自然环境保护较好的山区半山区,推动绿色、有机水果认证,分别在农业农村部、市场监管总局和生态环境部多渠道开展有机农业基地(示范区)创建,全省现有8个县(区)进入国家有机产品认证示范创建区,普洱市有机西番莲基地被列入国家有机食品生产基地;在中药材产业,依据“绿色食品”基地建设管理实施方案,重点推荐中药材种植基地绿色、有机和标准化建设,将云南省中药材种植养殖协会“云药量追溯平台”与商务部追溯平台数据对接,构建完成覆盖全省的权威中药材追溯体系^[5]。通过制定产业准入负面清单、推行减量化投入、建设绿色产业基地、农产品加工绿色转型、绿色农业品牌创建、经营主体培育等多项措施,全省农业生产绿色生态发展迅速,绿色农业发展取得显著成绩。截至2020年末,全省农用药肥施用量相比2015年减少15.19%,连续5年负增长;鼓励开发使用生物农药,减少化学农药投入,推广植物保护绿色防控,主要农作物绿色防控覆盖率达37.4%;累计有效认证有机产品2723个、认证数量居全国第三,绿色食品认证2065个、认证数量居全国第七,86个农产品通过国家农产品地理标志登记保护。以云南茶叶为例,2020年全省茶叶认证绿色食品、有机产品和农产品地理标志产品数分别为504个、1014个和6个,相比2015年分别增长了284.73%、137.47%和200.00%。

2 云南绿色农产品市场价格困境表现

云南省绿色农业产业主要特征是“大资源、大产业、低效益”,绿色农产品属于生态产品的重要组成部分,集生态价值、经济价值、社会价值、政治价值与伦理价值于一体^[6],相比普通农产品具有更多的价值属性,在市场机制中,云南省绿色农产品的生态增值未能通过市场实现,较多重点产业的绿色农产品优质不优价,如有机茶产品附加值不高,市场认可度低,议价能力不强;地理标志水果知名度较低,未能体现地理标志农产品应有的附加值,绿色水果市场价格“接地气”;绿色蔬菜消费比例较低,与普通蔬菜相比市场辨识度不高,进入商超渠道的绿色蔬菜损耗较大;绿色有机认证中药材种植面积比重偏小,绿色中药材产品市场价值尚未得到较好体现,经济效益不佳。甚至投入绿色农业成本增量未必能够通过市场弥补,譬如云南绿色森林蔬菜产业,主要种类包括香椿、叶菜、竹叶菜、榕木、臭菜、刺五加、树头菜等市场热捧的云南特色绿色生态时鲜农产品,全省种植面积8250 hm^2 ,产量1.27万t,产值14065.06万元,平均单价11.07元/kg,考虑到林区水电路基础设施薄弱、产业经营管

理成本高,其市场价格不能覆盖其绿色生产投入成本。

3 绿色农产品市场优价的制约因素

3.1 绿色农业经营体系发展滞后 一是土地规模经营不足。受农村社会保障部分缺口与滞后、农民对土地存在较高的依赖性、地方产权交易市场机制不够完善、土地流转价格机制不够规范等影响^[7],尤其是占国土面积94%的山区在集体林权制度改革后,土地流转、土地托管、土地入股等多种形式尚未成型,制约了云南省土地适度规模经营的更深层次拓展,严重影响了产地环境及适宜性布局、健康土壤培育、有机高效生产、绿色防控等绿色农业产业技术和微生物菌肥、可降解环保农药、有机肥等绿色农资在碎片化土地上高效、经济推广和利用,小规模经营已成为限制绿色农业发展主要因素之一^[8]。二是绿色农业产业化龙头企业整体实力不强。全国农业产业化国家重点龙头企业413家,云南省19家,占比4.60%,全国农业产业化头部企业100强,云南仅3家,占比3.00%。同时,能匹配绿色农业产业链“链主”主体和在产销各个环节都占主导地位的龙头企业少之又少,如在全国拥有较高名誉的茶产业尚无百亿产值的市场主体,荣获全省茶叶“十大名品”并排序第一的澜沧古茶2021年产值仅4.32亿元。三是农民合作社发展质量不高。云南省农民合作社总体综合实力“弱”,县级以上示范社仅占全省农民合作社的7%,多数农民合作社存在市场信息不对称、产销对接不畅、市场化程度低、抗市场风险能力弱、融资能力弱、服务功能不明显等问题,作为新型绿色农业技术推广的重要主体,农民合作社参与绿色农业生产和推广绿色农业技术程度较低^[9]。四是家庭农场培育不足。当前云南省家庭农场发展尚无省级财政和州(市)专项财政资金支持,家庭农场贷款融资约束较多,土地流转交易对象多、交易成本高,家庭农场主文化程度低,缺乏新品种引进、市场信息、产品质量、实用技术等方面配套服务,在推进绿色农业规模经营瓶颈制约较多^[10]。

3.2 绿色农产品品牌效应较弱 云南省绿色农产品品牌的声誉激励机制尚未形成,品牌整体竞争力较弱,消费者无法在场景消费短时间内进行有效甄别,其心理上存在高价购买低质农产品的风险^[11],影响消费者支付意愿及绿色农产品市场表现,许多绿色、有机、无公害优质农产品“藏在深闺人未知”,市场竞争力不强,优质未能获优价。在品牌培育上,经营主体内生动力不强。企业大多注册商标,但市场推广和品牌建设滞后,知名度不高,全省农民合作社注册商标仅占3.10%,如省级部门强化宣传推介,省农业部门连续4年评选表彰“10大名菜”“十大名果”,多数获得殊荣的企业仅将其作为企业发展成绩摆放于公司内部,未能有效释放社会影响力和市场竞争力。在区域公共品牌和企业商业品牌的联动上,机制不完善。2021年云南省绿色食品品牌目录中共有26个区域公用品牌和519个企业和产品品牌,但两者并未有效形成合力提升品牌价值和竞争力,如中药材领域“文山三七”“昭通天麻”区域公共品牌知名度较高,但涉及三七、天麻的企业、产品品牌寡闻少见;茶产业产品品牌“勐库戎氏”全

国知名,但区域公共品牌“勐库大叶种茶”的推广尚未“出圈”。在适应市场变化上,知名农产品品牌能力不足。多数云南绿色农产品企业过于依赖传统产品及传统渠道,在新消费时代产品创新、品牌推广较为滞后,未能培育出在年轻化、个性化、便利化方面有影响力的新式茶饮品牌和创新产品,中国茶叶流通协会评选的“2021年度新茶饮战略领导品牌”“2021年度茶业新锐品牌”榜单无云南企业上榜。

3.3 绿色农产品认证信用不足 农产品认证制度本质是解决消费者对食品质量安全存在信息的不对称,绿色农产品受政府规制(“三品一标”认证)理应比普通农产品能够给予消费者更多的“信任”意识,同时绿色食品优质实现优价需要认证制度来支撑。当前我国绿色农产品认证存在信用不足的问题是绿色农产品的市场价格与其品质不匹配、与普通农产品价格差距不明显的重要因素。主要原因有:认证过程和监管不规范,标准的一致性较差。各省在推进现代绿色农业发展中,出台多项激励政策鼓励经营主体以绿色、有机标准组织生产和积极申请产品认证,认证机构工作量暴增但有效监管不足,致使认证过程中存在不规范的行为^[12]。目前全国具有有机产品认证资质的认证机构有103家,在云南省开展认证活动并发证就有42家,市场部门多次发现少部分认证机构存在把关不严、认证门槛较低、认证检测项目少等问题。获得认证的经营主体农业生产存在背德行为。为降低成本、增加产量、提高利润,少部分经营主体获得认证后,违反绿色农产品生产规范进行生产实践,由于对绿色农产品弄虚作假惩罚力度不够强,对企业来讲“犯罪成本”过低^[13],在消费市场绿色农产品不合格现象始终存在。云南少部分有机农产品生产主体在获得认证证书后不按标准生产、加工有机农产品,甚至施用违禁农药、化肥,导致部分产品检出农药残留,市场监管部门连续4年安排有机产品监督检查,每年均有发现不合格有机农产品。消费者对绿色农产品认知度和信任度较低。绿色认证是企业专业、权威的组织按照严格标准审核下对于自身在绿色生产方面所做努力的证明^[14],受地方政府和企业绿色农产品方面宣传力度较低,绿色教育质量不高,同时缺乏有效监管存在普通农产品“搭便车”行为,消费者对认证的绿色农产品存在认知偏见,相比绿色农产品的认证标识,消费者更关心产品的品牌知名度^[15]。

3.4 绿色农产品产业链短窄薄 云南省是我国西南经济发展欠发达的农业大省,良好的生态环境、丰富的资源条件给绿色农业发展得天独厚的资源禀赋优势,受制于全省农产品精深加工能力不足,大部分绿色农产品以初级农产品状态进入交易环节,致使云南绿色农产品以产品档次、技术含量和附加值“三低”状态呈现于消费市场,无法彰显优质优价。当前云南省绿色农产品产业链短、窄、薄特征明显^[16],绿色生产、绿色加工、绿色营销为一体的绿色农业经营体系发展滞后^[17]。云南省绿色农产品加工转化率低。2021年云南省和全国农产品加工产值与农业总产值之比分别为1.68:1和2.4:1,差距明显。部分产业绿色农产品处于原料直销阶段,仅为国内外知名品牌的供应原料,如滇西南区域是雀巢、星

巴克重要的咖啡豆产地,常年为其提供高质量的咖啡豆,同样,滇西、滇西南种植的坚果(核桃、澳洲坚果)相当比例为“三只松鼠”“良品铺子”等产品原材料。精深加工产品较为单一。较多绿色农产品停留在初级加工阶段,高附加值的精深加工产品品种较为单一,如云南是全球澳洲坚果种植面积最大的区域,分别占世界和全国种植面积的54%和88%,精深加工产品中开口坚果产品占比90%,果仁产品占5%,坚果油、功能性坚果胶囊、化妆品、生物质能源利用等涉及保健品、化妆品、工艺品、新型材料等高附加值的精深产品开发利用较少或未形成商品化生产^[18]。全省绿色农产品产业市场竞争力不强。由于“链主”企业培育不足,在引导绿色农产品产业链中下游小微企业、农民专业合作社、村集体经济组织、家庭农(林)场和农户向“绿色食品”重点产业链集聚不够,助力“绿色食品”重点产业集群化能力不足,以及农业科技转化成果转化率较低、农业产业创新人才支撑不足等制约,农业供给体系的质量效率不高^[19]。

3.5 绿色农产品市场流通不畅 绿色农产品产业链基本由农事生产、农产品加工和市场流通环节组成,每个环节都能创造和提升附加值^[20],但增值的“厚度”存在差异。在“微笑曲线”理论的视角下市场流通环节属于全产业链附加值最高的部分之一^[21],云南省绿色农产品物资流动供需矛盾普遍存在,“最先一公里”和“最后一公里”作为产品流通与消费环节堵点同时存在,严重制约了绿色农产品作为一种完全竞争性生态私人产品通过市场交易实现价值。云南省绿色农产品上行“最先一公里”瓶颈问题突出。作为山区面积占全省面积94%的山地大省,云南绿色农产品的生产分散带来产品流通的分散,受制于交通不便、运距远,各种田间地头与基地冷藏初加工设施发展滞后及生产者组织化程度低、渠道关系松散等因素,使得辐射到村寨的“毛细血管”还不畅通,冷链运输成本高甚至无法实现,绿色农产品销售半径受限难以便捷迅速进入市场,“最先一公里”的现实问题降低了农作物成为产业商品的转化率和综合效益,在常温运输中,不仅提高绿色农产品产后损耗率,同时绿色农产品保持安全、鲜活和品质得不到保证,降低了绿色农产品的经济效益。“最后一公里”堵点较多。在对大理、玉溪、曲靖等州市产业化龙头企业绿色蔬菜种植专业合作社调研发现,作为中国“南菜北运”“西菜东运”重要蔬菜生产省份,地方70%以上的蔬菜产量销往省外,绿色农产品占比更高,疫情期间绿色农产品电商销售得到快速拓展,但依赖传统批发市场和超市渠道占主要的格局未变,绿色农产品从田地至终端消费市场需要经过多达4~5次的贩售,最终才能进入消费者的购物车,受产品保鲜技术的制约,品质下降、营养流失在所难免^[22],对优质绿色农产品的优质价格无法提供有效支撑。另外,本地农产品交易市场建设标准低。省内绿色农产品的交易场景多数发生在农产品交易市场和商超,全省农产品交易市场总数较多,共有134个农产品批发市场、2100个农贸市场,但标准化、信息化和规范化水平较低,进行标准化建设改造的农贸市场322个,仅占全省总体的

15.33%,农产品交易市场在绿色农产品供应链体系中更多只是交易媒介^[23],与普通农产品销售“一体化、同质化”,突出绿色农产品标识信息不够,使得消费者不能有效获得绿色农产品的“信息源、知识源”,降低了消费者支付更高的价格去购买绿色农产品的意愿。

4 云南绿色农产品市场优价的路径

4.1 强化政策引领,构建现代经营体系 加快土地适度规模经营。各市州用好和发挥好国家、省制定的有关农村土地流转政策,健全土地承包经营权登记制度、推进确权登记颁证工作完善农村土地承包关系,因地制宜创新转包、出租、互换、转让及入股等多种流转方式,科学分析和解决规模化流转障碍因素,规范引导土地经营权有序流转,有效保障农民合法权益不受损害,防止因短期利益失去长期生产资料。积极培育绿色农业新型经营主体。外引内培,做大做强做优农业龙头企业。加大龙头企业的培育力度,合理兼顾中小农业产业化龙头企业,通过本地培养与省外引进并举壮大本地绿色农业龙头企业产业集群,形成绿色农业产业规模聚集效应,统筹整合绿色农产品生产、流通、消费等各环节,有效、畅通地增加优质绿色农产品的市场供给。推进农民合作社、家庭农场组织化标准化。对实施绿色农业的农民合作社、家庭农场优先担当绿色农业项目、加大绿色资金补贴,完善新型经营主体绿色金融支持,探索生态产品收益权质押贷款,实行多种形式的绿色农业贷款制度,鼓励农民合作社、家庭农场等新型农业经营主体建设现代绿色农产品生产基地,宣传推广绿色农业生产技术,绿色农业技术提升绿色农产品产业组织化水平,开展示范创建强化示范引导力。组建绿色农产品产业化联合体。建立“公司+合作社+农户”“公司+基地+农户”等多种绿色农业产业化模式,引导农业产业化龙头企业、农民专业合作社、家庭农场、农业社会化服务组织充分利用自身优势,建立契约型、股权型利益联结机制,打造一批规模大、特色显的绿色农产品产业化联合体,推动绿色农业产业集中化,促进绿色农产品生产基地建设和产品深度开发。

4.2 强化统筹协调,推进绿色农产品品牌建设 绿色农产品经专门机构认证获得绿色、有机、农产品地理相关标志仅为获得绿色食品“身份证”,要将其“身份证”中的质量信息传递给市场、消费者,品牌是绿色农产品最重要的“市场名片”^[24]。提升经营主体品牌意识。结合云南省“绿色食品”品牌目录制度,对全省绿色农产品品牌规范化、专业化、系统化管理,对绿色农产品经营主体开展有关品牌的培育政策、品牌价值、经营管理、成功案例经验等多层次活动,提高企业重视“品牌的力量”和打造绿色农产品品牌的内生动力,以品牌化引领规模化生产、标准化管理和产业化经营。打造三位一体的绿色农产品品牌矩阵。完善区域公共品牌、企业品牌、产品品牌的联动机制,实现农户、农民专业合作社、企业共同参与区域绿色农产品品牌合作建设,制定品牌农产品质量标准体系,加强农业“物联网”技术推广和应用,提升农产品生产主体管理、包装标识、追溯赋码、信息采集等追溯管理技

术,解决品牌建设面临的技术困境和信任风险,提升农产品品牌的名誉度和竞争力。加强绿色农产品品牌推介。充分运用新媒体平台,利用展销会、新闻报道、公益广告等多种方式,加大对特色农产品的展示和推介力度,提高特色农产品辨识度、知名度和美誉度,增强农产品网络消费市场竞争力。引导品牌创新发展。深刻把握消费者在满足产品高品质前提下对于多元化消费产品需求,借鉴、学习当前在茶饮、乳品、酒类饮品、普通零食领域不断爆发的食品新消费品牌,对产品营销、产品包装、产品生产做科学合理规划,通过及时更新迭代满足消费者细分需求,实现市场份额和品牌竞争力的共同提升,增强消费者对品牌溢价支付意愿。

4.3 强化社会共治,提升绿色农产品认证效能 规范认证机构服务质量。农产品质量监督管理部门强化对认证机构开展绿色农产品认证工作的监督和管理,对有效、规范、严格认证的机构纳入地区绿色农产品推荐认证组织名单,同时完善惩戒机制,对违规违法的认证机构增加其“违规成本”,根据情况严重程度分别作出取消其认证资质、行政告诫、限期整改等措施,并提高监管频率。强化经营主体绿色农业发展理念。加强绿色农业政策辅导,推动农户、农民合作社、企业深刻理解认识和领会新时代农业绿色发展的新使命,增强绿色农业主体的社会责任意识,既要规范绿色农产品认证,更要把绿色农业贯穿于整个生产过程。农民合作社强化农户绿色农产品生产的服务与监督,建立健全绿色农产品生产质量控制机制,合作社与农户、农户与农户要构建绿色农产品利益共同体,对规范执行绿色农产品生产的农户予以奖励,对违反绿色农产品生产规范的农户进行惩罚,提高“搭便车”违规成本;对获得绿色农产品认证的企业强化事前监督、杜绝“伪绿色农产品”的生产和流通,对未按照相关标准生产、加工绿色农产品的企业,地方职能部门加大惩罚力度增加企业违约成本。提高认证经营主体绿色补贴。由于“优质不优价”市场无法有效弥补绿色农产品经营主体绿色生产成本,将经营主体外溢成本内部化的成本通过绿色补贴予以补偿。云南省涉农资金由省财政下达由县级统筹安排,县级对本地区规范执行绿色农产品生产行为、为社会提供优质绿色农产品的绿色经营主体加大扶持力度,提高绿色农业物资购买、农机购置、示范基地建设等补贴标准,提升主体绿色补贴标准。提升社会对绿色农产品认证的认知。采取政府引导、经营主体、社会参与的方式,做好绿色农产品和绿色农产品认证的科普教育和舆论引导,利用好各类新媒体、多场景加强绿色农产品认证的宣传,提升消费者对绿色农产品相关认证的认知和对绿色认证的信任程度。

4.4 强化延链补链强链,打造高质量产业体系 提升绿色农产品加工率。围绕茶叶、花卉、水果、蔬菜、坚果、咖啡、中药材等云南优势特色产业,构建云南绿色农产品现代加工业体系,注重全省各州市社会经济差异,统筹推进全省绿色农产品初加工和精深加工协调发展,在农业产业化发展底子薄的县级地区建设标准、规范、绿色的绿色农产品加工基地,推进储藏、保鲜、烘干、预冷、仓储、分级等产地初加工

技术提升,提高产地初加工率;在农业产业化发展综合能力较强的县级区域,强化科技服务支撑,结合“一县一业”推动绿色农产品产业集群发展,发展特色农产品精深加工业。提升中高端绿色农产品供给。健全绿色农产品加工科创体系。优化和联动食品、生物、保鲜、医药等相关学科的科技资源,实施一批农产品加工领域的重大科技创新工程,完善和提升国家农业产业强镇、农业优势特色产业群、省级现代农业产业园、省级特色农业产业园等农业产业融合发展项目,引导地方政府、农业龙头企业与科研院所共建“利益共享、风险共担”合作机制,打造地方优势特色绿色农产品精深加工的系统创新链,促进科技与产业深度融合,提升国家、省级、州市级龙头企业精深加工能力和新产品研发水平,实现云南优势特色绿色农产品精深加工产品种类和规模的扩大。

4.5 强化资源整合,实现绿色农产品产销畅通 用好国家、省级支持农产品冷链物流设施建设相关政策。州市、县级结合实际深入研究制定相关配套措施,对社会主体投资建设冷藏初加工项目给予明确的政策界定和扶持标准,完善资金支持、用地保障、用电补助具体措施,充分发挥政策效益,积极整合涉农项目,让区域绿色农产品“最先一公里”能够在政策的享受下实现快速发展。强化政策引领完善专项规划。根据实际需求和前景科学编制冷藏初加工实施方案,引导冷藏初加工设施建设科学合理、健康有序,鼓励各类新型经营主体投资建设,完善规模化种植区域绿色农产品分拣分级、预冷、包装、烘干脱水、仓储保鲜等商品化功能设施,提升区域绿色农产品的商品化率。推动电子商务与绿色农产品深度融合。鼓励阿里、京东、拼多多、苏宁、每日生鲜、永辉生活等国内生鲜电商平台企业入驻村寨;深化农邮惠农合作项目,将邮政网络优势拓展到全省农民合作社全覆盖,加快农产品的寄递与交易,深化京东、阿里、苏宁等平台的云南旗舰店、特产馆、扶贫馆的线上销售渠道,借助平台主体数字化流通网络让田间地头的绿色农产品迅速成为销售全国的绿色农产品。加强绿色农产品市场建设。支持绿色农产品重要生产县、绿色农产品集散地开展产地市场建设,培育标准化、信息化、规范化和具有影响力的特色绿色农产品交易中心;支持绿色农产品经营主体抱团“走出去”,发展“订单式”生产。

参考文献

- [1] 高齐圣,王秋芬,杨晶.绿色农产品消费动机、认知水平与购买行为研究[J].复杂系统与复杂性科学,2022,19(1):88-95.
- [2] 沈琼,赵地,王亚栋.市场结构、生产决策与绿色农产品供给不足[J].河南农业大学学报,2019,53(6):1003-1010.
- [3] 李晓燕,王彬彬,黄一粟.基于绿色创新价值链视角的农业生态产品价值实现路径研究[J].农村经济,2020(10):54-61.
- [4] 宋成军,王久臣,孙仁华,等.基于全生命周期的农业绿色发展成本增量研究[J].生态经济,2019,35(7):116-120.
- [5] 云南省绿色食品发展中心.云南省重点产业发展报告[R].昆明:云南省农业农村厅,2021.
- [6] 周斌,陈雪梅.新时代中国生态产品价值实现机制研究[J].价格月刊,2022(5):28-33.
- [7] 何佳玲,王静,谢萍.乡村振兴背景下云南农地“三权分置”可持续发展评价及对策[J].农业展望,2020,16(9):27-33.
- [8] 谷保静,段佳莹,任琛琛,等.规模化经营推动中国农业绿色发展[J].农业资源与环境学报,2021,38(5):709-715.
- [9] 郑丽琳,刘东升.关于农民合作社助推农业绿色发展存在的问题与对策研究[J].中国合作经济,2021(8):35-37.
- [10] 詹孟于.绿色发展下新型农业经营主体在乡村振兴中的功能及发展策略[J].中国农学通报,2021,37(35):141-146.
- [11] 蒋玉,于海龙,丁玉莲,等.电子商务对绿色农产品消费溢价的影响分析:基于产品展示机制和声誉激励机制[J].中国农村经济,2021(10):44-63.
- [12] 王常伟,顾海英.逆向选择、信号发送与我国绿色食品认证机制的效果分析[J].软科学,2012,26(10):54-58.
- [13] 韩晶,姜岩.农产品生产企业认证绿色食品的影响因素:基于鱼骨分析法[J].天津农业科学,2017,23(10):50-54.
- [14] 杜瑛瑛.产品绿色属性信息对消费者绿色购买意愿影响研究[D].济南:山东大学,2021.
- [15] 沈兴兴,段晋苑,刘帅.普通小农户绿色农产品优价路径初探[J].中国农业资源与区划,2021,42(8):6-12.
- [16] 戴孝悌.中国农业产业价值链现状、问题与对策分析[J].农业经济,2016(1):6-8.
- [17] 柳一桥,肖小虹.以绿色发展引领乡村振兴:民族山区绿色农业产业链的形成机理与演进路径[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2022,42(1):148-156,187.
- [18] 云南省林业和草原局.云南省澳洲坚果产业发展规划[EB/OL].(2022-04-12)[2022-05-25].http://lcj.yn.gov.cn/html/2022/fazhanguihua_0412/65655.html.
- [19] 尹昌斌,李福夺,王术,等.中国农业绿色发展的概念、内涵与原则[J].中国农业资源与区划,2021,42(1):1-6.
- [20] 冯赟,起建凌,普雁翔,等.延伸农业产业链对云南省农产品价值链的影响[J].农业展望,2019,15(10):76-80.
- [21] 樊慧玲.基于“微笑曲线”分析农业产业价值链优化的路径选择[J].江苏农业科学,2014,42(1):397-399.
- [22] 周丹.乡村振兴目标下绿色农产品流通体系构建的对策分析[J].农业经济,2020(8):133-135.
- [23] 张益丰,颜冠群.农产品交易市场能成为小农户与现代农业有机衔接的载体吗:基于供应链学习理论的案例比较[J].农业经济问题,2021,42(12):69-80.
- [24] 楚德江,张玥.权能共享:绿色农产品品牌建设中“搭便车”行为的治理[J].西北农林科技大学学报(社会科学版),2021,21(6):52-62.