



三年

云南省打造世界一流“绿色食品品牌” 发展报告



云南省打造世界一流“绿色食品品牌”

工作领导小组办公室

2020年9月



引言

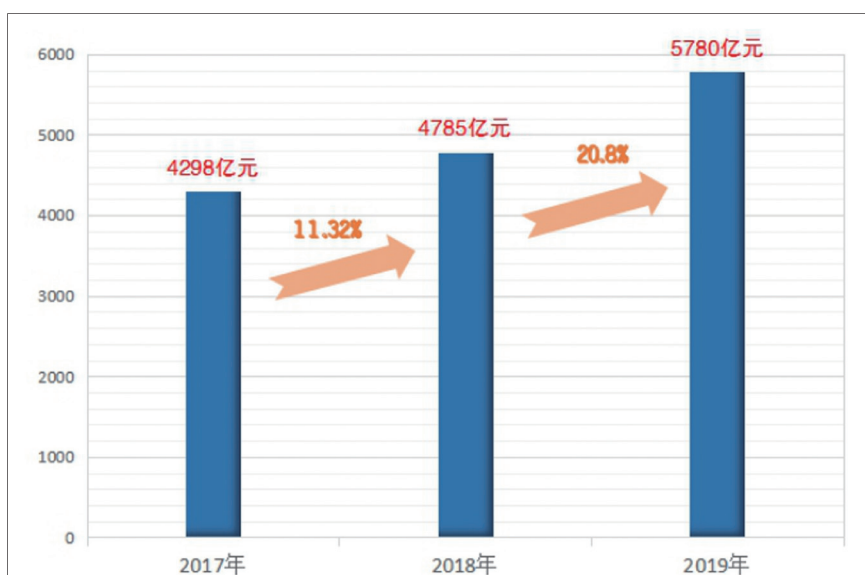
2015年1月、2020年1月，习近平总书记两次亲临云南考察，要求云南立足多样性资源这个独特基础，打好高原特色农业这张牌，做强高原特色现代农业。牢记总书记的殷殷嘱托，云南省委、省政府作出了走“两型三化”产业发展路子，打造世界一流“绿色食品牌”的重大决策部署。

三年来，经过全省上下的锐意探索和大胆实践，形成了“大产业+新主体+新平台”的总体发展思路，推出了“抓有机、创名牌、育龙头、占市场、建平台、解难题”六大工作举措。通过实施高位强力推动、健全机制联动、加大投入拉动、完善政策促动，充分激发聚合各级各部门的工作力量，全方位、多层次推动高原特色农业高质量跨越发展，在广袤的云岭大地上闯出一条资源集约、环境友好、产出高效、产品安全的现代农业绿色创新发展之路。

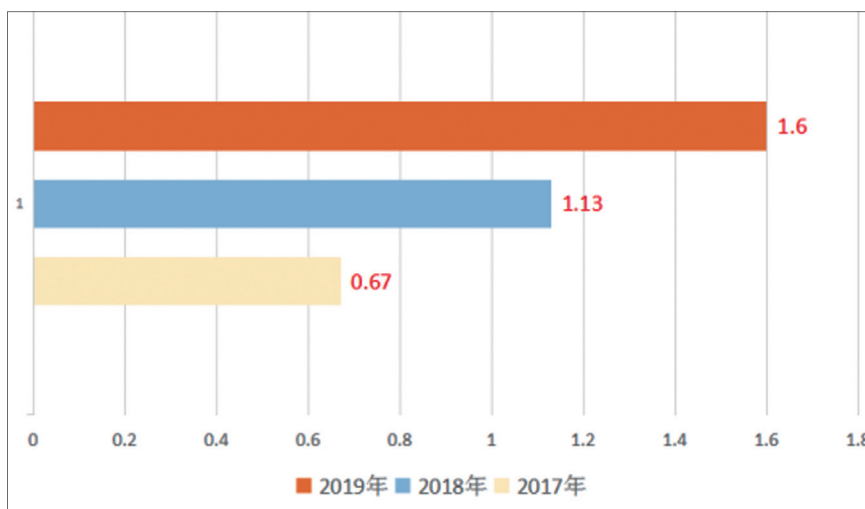


产业发展

2019年，全省茶叶、花卉、蔬菜、水果、坚果、咖啡、中药材、肉牛8个重点产业综合产值5780亿元，近三年来年均增幅高达16%，重点产业发展驶入高质量跨越发展快车道，规模持续扩大、效益逐年提升。

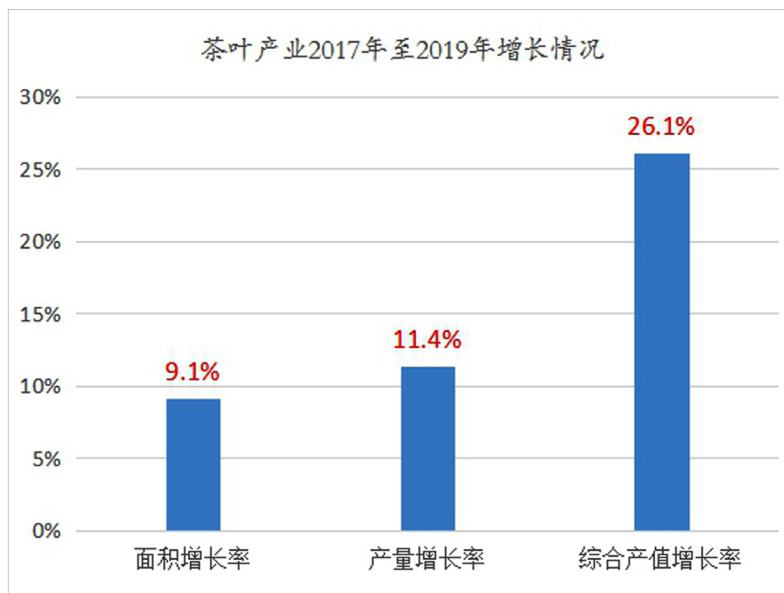


全省农林牧渔业产值与农产品加工产值之比由2017年的0.67:1提高到2019年的1.6:1，产业链不断延伸、附加值不断提高。





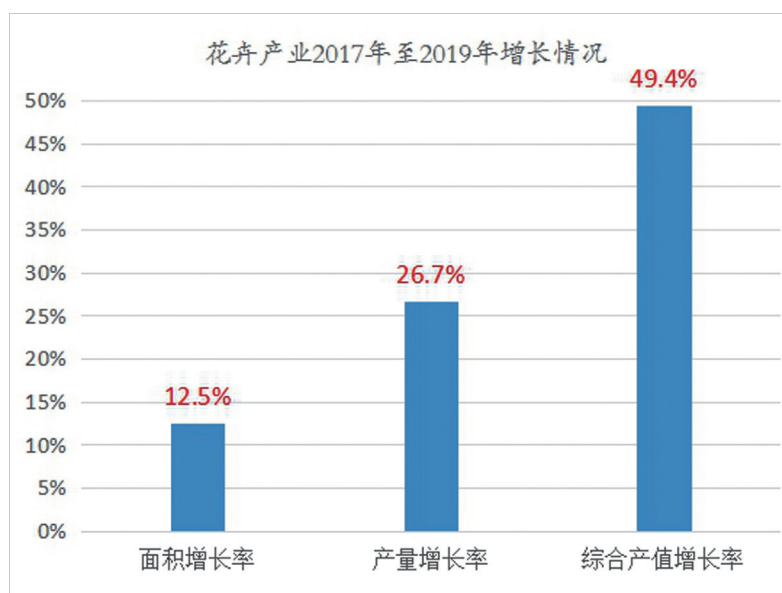
——**茶叶**。2019年，全省茶叶面积676万亩、产量43.1万吨、综合产值936亿元，较2017年分别增9.1%、11.4%、26.1%。全省茶叶精深加工量33.2万吨，占总产量的77%以上，茶叶精深加工水平全国领先。云茶税收全国第一，云南省“10大名茶”企业缴纳税收占全省茶企缴纳总额的60%以上，比上年增21%，“大益”品牌贡献税收2.94亿元。普洱茶占云茶产业半壁江山，电商销售量远高于其他类别产品。在“2019年中国茶叶区域公用品牌价值十强”评选中，“普洱茶”公用品牌价值达70.35亿元，并获“最具品牌资源力”品牌。全省有机认证茶园面积71万亩、有机产品（茶叶）认证数量350个，面积和产品认证数量均居全国第一，云茶绿色发展迈出坚实步伐。



——**花卉**。2019年，全省花卉种植面积175.7万亩、鲜切花产量139.7亿枝、综合产值751.7亿元，较2017年分别增12.5%、26.7%、49.4%。鲜切花产量占全国产量的50%以上，其中，玫瑰占全国的70%，康乃馨占全



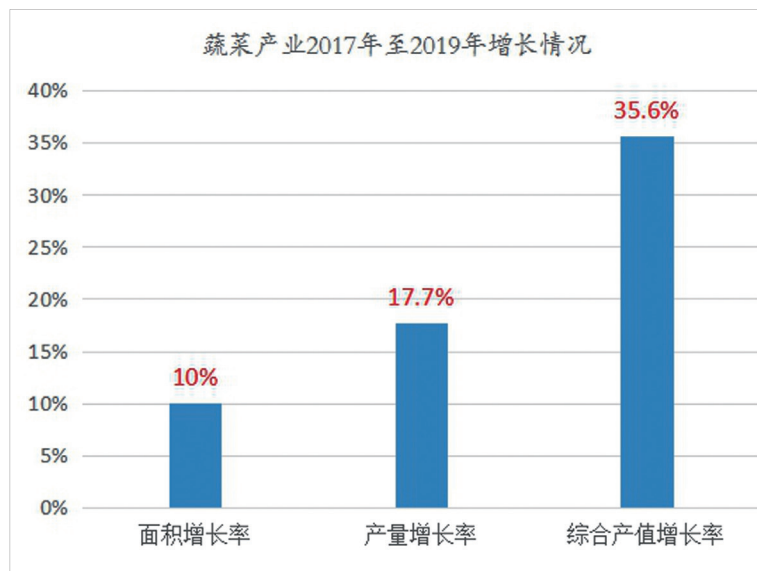
国的90%。斗南花卉市场交易量达80亿枝、交易额达85亿元，是亚洲第一、世界第二大花卉交易中心。全省引进花卉新品种392个，累计培育推广新品种600余个，新品规模居全国第一。杨月季公司自主培育的多个绣球品种已在欧盟注册推广，实现花卉育种由输入向输出的历史性突破。开远市现代花卉产业园以“七彩云菊”为代表的菊花新品种已成为花卉育种业的新标杆。荷兰、法国、美国、澳大利亚等众多国际一流的花卉巨头纷纷来滇建立高端育种和生产基地。目前，云南无土栽培绿色高效种植模式已成为全国花卉产业提质增效的示范引领，“数字云花”“远程拍卖”等创新实践有效拓展了花卉业发展新领域。



——蔬菜。2019年，全省蔬菜种植面积1789.6万亩、产量2445万吨、综合产值1030.5亿元，较2017年分别增长10%、17.7%、35.6%。全省蔬菜设施面积71.31万亩、喷滴灌技术应用200余万亩。绿色生态云菜销往全国150余个大中城市，其中，每年销往北京新发地市场、上海西郊国际市



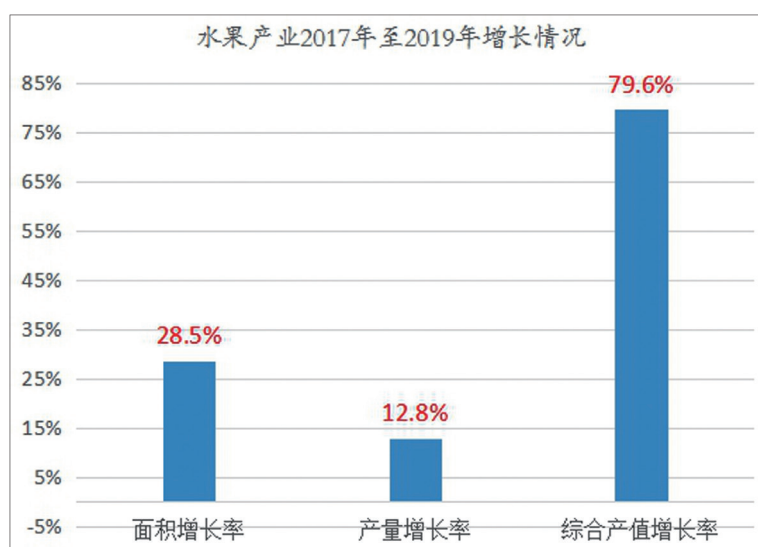
场、广州江南市场、深圳海吉星市场的产品分别达 42、20、92.6、54.8 万吨，分别占 4 个市场供应量的 6.2%、10%、25%、25%，为丰富京津冀、粤港澳、长三角等地“菜篮子”作出积极贡献。云菜出口 45 个国家和地区，出口额 14.92 亿美元，占港澳地区、泰国曼谷、越南河内蔬菜进口市场的 50%、50%、70%。2019 年，全省有机蔬菜快速发展，有机产品认证达 523 个。主攻有机蔬菜产销的芸岭鲜生公司在新冠肺炎疫情中紧抓商机，2020 年单月销售收入突破 2000 万元，是 2019 年的 3 倍，跻身全国有机蔬菜企业前列。



——**水果**。2019 年，全省水果种植面积 1015 万亩、产量 897 万吨、综合产值 546 亿元，较 2017 年分别增 28.5%、12.8%、79.6%，水果产业种植结构调整成效显著，高端化进程明显加快。2019 年水果出口额 21.3 亿美元，占全省农产品出口额的 45%，成为农业领域第一大出口创汇产业。卓莓、科思达等世界水果巨头纷纷来滇抢摊布局，云南已成为国内外水果从业者



心目中的“果业天堂”。以蓝莓、树莓、草莓为代表的小浆果和以沃柑为代表的柑橘类、以阳光玫瑰为代表的葡萄类、以昭通苹果为代表的温带水果，已经成为全国高端果品的代表。

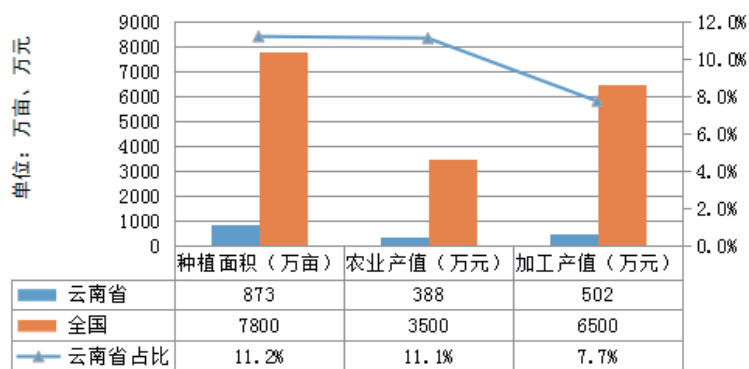


——**坚果**。2019年，全省核桃种植面积4300万亩、产量120万吨，分别占全国总量的35.8%、28.7%，面积和产量均居全球第一。核桃“水洗果”引领标准化加工新风向，临沧顺宁坚果、永平果亮等公司凭借“水洗果”敲开白俄罗斯、迪拜等国际市场大门，创汇600余万美元，“水洗果”正逐步成为核桃产业未来发展趋势。全省澳洲坚果种植面积330万亩、产量4.68万吨，与2017年相比分别增长50%、192.5%，占全球种植面积的60.6%，云南成为全球第一大澳洲坚果种植区和生产区，山地坚果种植模式对世界澳洲坚果业产生了巨大影响。2018年，临沧市承办“第八届国际澳洲坚果大会”，临沧市成为国际澳洲坚果大会委员会秘书处常设地，标志着云南澳洲坚果正式迈上国际化发展新征程，与此同时，国内坚果类三大电商巨头良品铺子、百草味、三只松鼠闻风而动，齐聚云南。



——咖啡。2019年，全省咖啡种植面积156.7万亩、产量14.6万吨、综合产值达318亿元。普洱、临沧、保山等咖啡主产州（市）持续优化布局，提高标准化种植水平，精品咖啡种植、加工、三产融合和市场拓展、品牌打造已在逆境中启步。连续五年在全国50余个城市组织“云南咖啡杯”冲煮大赛，提升了云南小粒咖啡的市场知名度。

——中药材。2019年，全省中药材种植面积872.7万亩、产量95万吨，综合产值1071.1亿元，种植面积和产量连续三年稳居全国第一。三七、天麻、灯盏花、滇重楼等10余种滇产药材占全国中药材市场份额半壁江山。全省共建设中药材标准化基地126万亩，获得绿色认证的基地面积4.5万亩，获得有机认证的基地面积3.2万亩。三七、天麻、重楼、云木香、砂仁等17个品种种植面积突破10万亩，持续推进100个“定制药园”评选认定，目前已认定65个、种植面积47万亩，实现了中药材种植与加工环节的衔接。

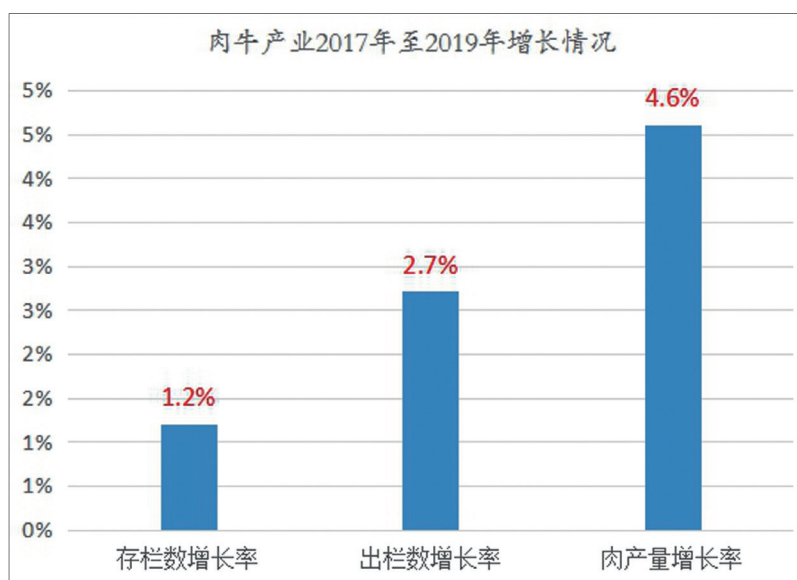


图：云南中药材产业产值在全国的地位与种植面积、农业产值占比较高极不匹配，且加工产值农业产值=1.3:1，显示产业后端不足，挖掘潜力较大。

——肉牛。2019年，全省牛存栏827.9万头、出栏326.4万头、肉产量39万吨，较2017年分别增1.2%、2.71%和4.6%，肉牛存栏、出栏和肉



产量分别居全国第2位、第4位、第7位，肉牛产业稳步健康发展。加大云岭牛育种、繁育、推广工作力度，三江并流、齐和牧业、广南谷多、爱妮农牧、金孔雀绿色牧业等一大批企业投身云岭牛扩繁、饲养，云岭牛市场影响力不断提升。听牧牛肉、爱妮牛肉、谷多牛肉等企业品牌正在加速走向全国。



——**生猪**。2019年，全省生猪存栏2342.5万头、全国排位第四，出栏3423.1万头、全国排位第六，猪肉产量287.5万吨、全国排位第六；净调出生猪402.1万头，全国排位第七，为全国猪肉市场稳定供应作出重要贡献。全省生猪规模化养殖比重由2017年的13.14%提升到2019年的18.74%。随着国家生猪产业布局调整和云南生猪产业专项扶持政策和投资鼓励办法的实施，牧原、温氏、正邦、大北农、东方希望等一大批企业在云南加快了种猪扩繁及养殖布局，有效提升了全省仔猪供应能力，云南正在逐步成为全国仔猪供应的重要基地。随着物联网、“猪脸识别”、自动定量饲喂等先进技术试点运用和逐步推开，全省生猪产业科技化水平得到提升。



工作措施

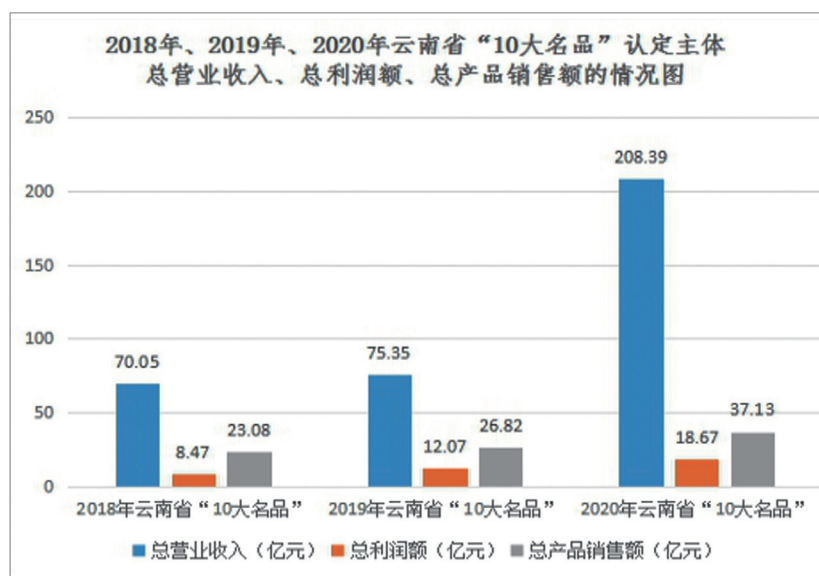
全省上下按照“大产业+新主体+新平台”的发展思路，遵循“切口小一点、研究深一点、更管用一点”的原则，落实落细“抓有机、创名牌、育龙头、占市场、建平台、解难题”六项措施，全力推进重点产业转型升级和提质增效。

——“抓有机”，牢牢把握现代农业发展方向。率先对茶叶绿色有机发展实施奖补，推动绿色成为云南农业发展最鲜明的底色。2019年，全省绿色食品认证产品由2017年的793个增长至1746个，年均增幅48.4%，全国排名由第11位上升至第8位；获证企业由301户增加至501户，年均增长29%。全省有机产品获证数量由2017年的806个增长至1023个，年均增长12.6%，全国排名由第8位上升至第6位。普洱祖祥、自然之星、芸岭鲜生等一大批企业已在茶叶、蔬菜、水果等产业深耕绿色有机，成为产业高质量发展的引领。

——“创名牌”，打造绿色云品金字招牌。注册推广云南省“绿色食品牌”标识商标，塑造云南绿色农产品统一营销标识。连续三年开展“10大名品”和“10强企业”“20佳创新企业”评选，省委、省政府高规格进行表彰，树立引领行业发展的标杆。昆明、楚雄、大理、丽江、临沧等州（市）举办不同规模的名品名企评选表彰活动，组团式培育区域农业品牌。名品名企评选活动影响力与日俱增，特别是卓莓、佳沃等一批世界级企业主动参与，活动国际化效应正在显现。“10大名品”长水机场展销中心月销售额，由2019年10月份开业之初的2万元迅速增加至2020年8月的147万元，获奖企业和产品得到了市场普遍认可和消费者的广泛赞誉。2019年，云南“10大名品”销售额较2018年平均增17.8%，其中“10大名茶”增幅高达29.5%；“10强企业”营业收入总额153.5亿元、同比增21%，入库税收总额10.6亿元、同比增28%；“20佳创新企业”营业收入同比增31.4%；评选活动为获奖企业和产品提升了市场

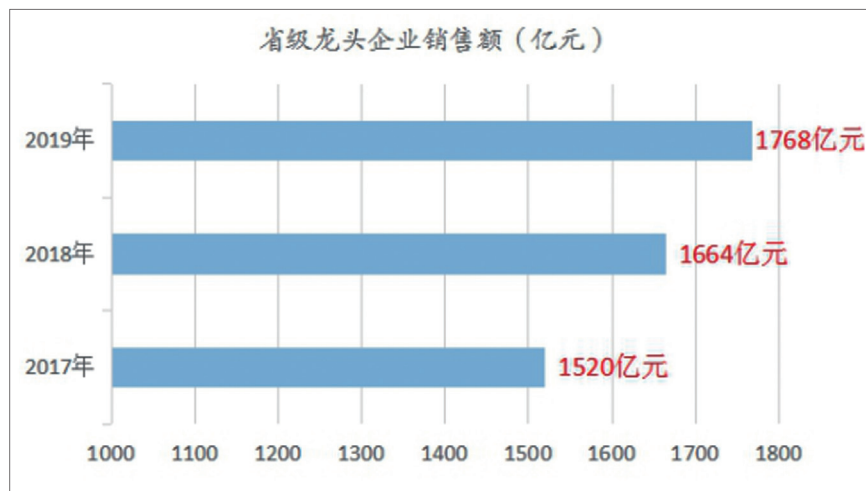
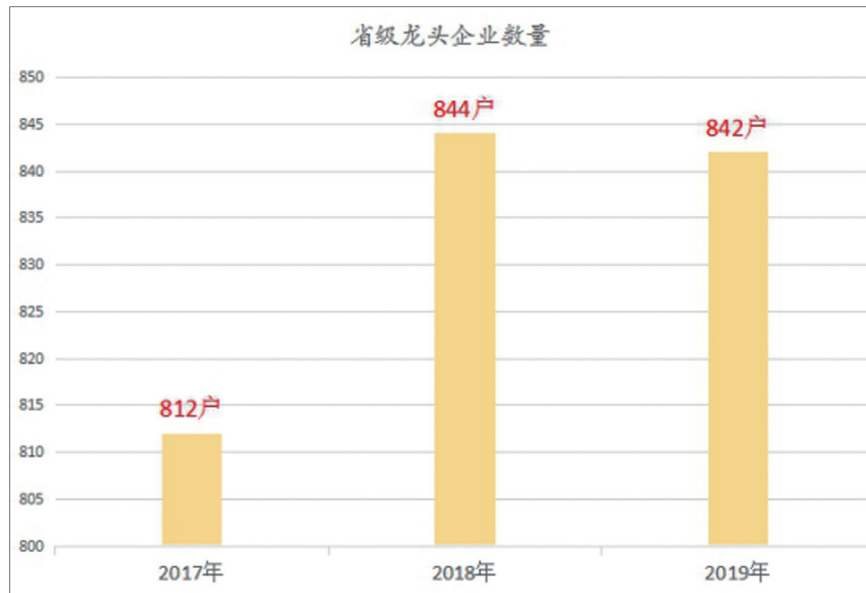


竞争力，带来了品牌溢价效应。



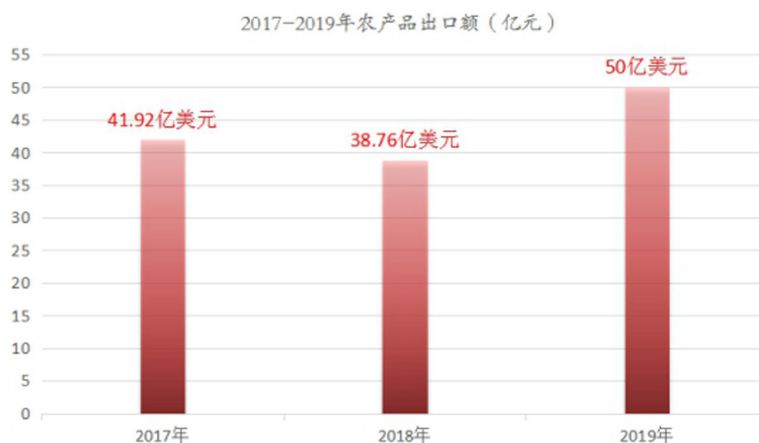
——“育龙头”，锻造产业发展领军力量。2018年8月，省级出台了绿色食品鼓励投资办法；2020年7月份，根据运行情况调整奖励标准，将固定资产投资规模标准由10亿元、5亿元统一调整为1亿元，奖励标准统一上调为10%，成为全国农业领域奖励标准最高的鼓励投资办法，引起各类经营主体的强烈反响，在疫情中，有效提振了投资者发展信心。经初步摸底，有65户企业自报投资额超过亿元，申报投资总额129亿元。美国卓莓、广东温氏、陕西海升、百果园、神威药业等一批大企业、大集团已落地云南。2019年，全省农业龙头企业由2017年的3796户增加至4240户，其中国家级龙头企业由26户增加至39户，省级龙头企业由812户增加至842户；龙头企业销售额由2531亿元增加至3009亿元，其中省级以上龙头企业销售额由1520亿元增加至1768亿元，年均增幅7.7%；省级以上龙头企业销售额占有龙头企业销售额比例稳定在60%左右，成为市场拓展的主力军。

——“占市场”，培育壮大云品消费群体。展会推介宣传。以南博会、昆明花展、普洱茶博览会等为重点，打造国际区域展会平台。协同驻京办、驻





沪办等单位，连续在上海、北京举办云南高原特色农产品推介活动，持续扩大云南优势特色农产品国内市场占有率。组织企业赴重点目标国家和地区参与各类展会，进一步扩大云南农业国际影响力。**电商加快发展。**与阿里、京东等平台合作，开设云品旗舰店、特产馆，为云品搭建线上销售网络。2019年，云南农产品通过阿里电商平台销售额超65亿元，同比增长22%；其中，销往北京、上海、广东、浙江、江苏的增速接近60%，云南农产品在高消费人群中的认可度快速提升。**销售渠道拓宽。**推动全省100个产业基地与阿里旗下盒马鲜生建立直供直采合作，依托其线上线下新零售渠道，加快云南优质特色农产品拓展全国的战略进程。2019年，全省出口农产品50亿美元，同比增长29%，农产品出口连续多年稳居西部省区第一。2020年上半年，在全国农产品出口同比下降3.8%的情况下，云南农产品出口19.1亿美元，同比逆势增长15.1%。



——“建平台”，创新产业发展支撑服务。一是推进云南绿色食品国际交流合作研究中心建设，以国际一流科技服务为支撑，有效提升云南农业核心竞争力。二是充分发挥昆明长水国际机场窗口辐射作用，建设云南省“10大名品”展示销售中心，并在“天猫”平台开设“10大名品”集合店，打造云品线上宣传展示推介平台。三是开发“绿色食品牌”招商引资重点企业服务平台，实现政企之间沟通在线、协同在线、服务在线，搭建政企互动的“连心桥”。



目前已入驻招商引资重点企业 156 户，服务落地项目 167 个，涉及协议总投资额 1145 亿元、实际落地金额 117 亿元。

——“**解难题**”，营造产业发展良好环境。一是强化高位推动。2018 年上半年，省、州（市）政府相继建立以主要领导任组长的高规格领导小组。截至 2020 年 9 月份，省委主要领导组织召开常委会议 10 次，省政府主要领导主持召开领导小组会议 16 次，系统研究“绿色食品牌”重大政策、重要工作、重大项目。力度之大，前所未有。二是强化政策供给。围绕着重点产业发展中的重点难点问题，相继制定绿色生产、加工提升、市场拓展、招商引资、品牌打造、科技支撑等方面政策性文件 20 余个，逐步构建并不断完善打造世界一流“绿色食品牌”政策支撑体系。三是强化投入保障。省委、省政府每年设立 10 亿元专项资金，从绿色有机基地建设、主体培育、科技支撑、品牌打造、市场拓展、平台搭建等方面，实施全产业链扶持。2019 年至 2021 年，每年投入 6 个亿 3 年共计 18 个亿，按照规模化、专业化、组织化、绿色化、市场化的要求，全力推进“一县一业”示范县和特色县创建。四是强化难题破解。围绕涉农企业无抵押物和设施、设备、资产金融属性差等瓶颈问题，探索构建“银、政、保、担”服务“三农”新机制，探索贷款难、贷款慢、贷款贵难题的破解之策。2019 年 12 月，建行云南省分行启动“一部手机云企贷”数字化平台试点，以会员制为核心支撑，综合运用政策赋能、资产设备抵押、惠农补贴增信等方式，为企业和农户高效贷款。截至 2020 年 9 月，“一部手机云企贷”累计授信金额 66.6 亿元，贷款余额 49.7 亿元。农行云南省分行创新推出“普洱贷”“云花贷”“云牛贷”等系列金融产品，满足“三农”领域各类经营主体的融资需求。2018 年，省税务部门研究提出企业汇总和跨区开具农产品收购发票创新举措，推动解决“农产品收购发票领购繁琐、供应不足、开具复杂”的难题，扭转了税制改革后农产品出口下滑的趋势。



前景展望

经过三年来的探索和实践，打造“绿色食品牌”已成为全省上下的普遍共识，绿色成为云南农业发展的主旋律，品牌成为云南农业发展的总抓手，提质增效和转型升级已迈出坚实步伐。与此同时，对标“中国最优、世界一流”目标的实现仍然任重而道远，上下联动政企合力仍待进一步加强，关键难点问题破解尚未形成制度化的稳定保障，政府与市场的边界尚需在实践中进一步明晰，市场的决定性作用尚待在实践中进一步深化。

疫情冲击，为打造世界一流“绿色食品牌”带来了新的机遇和挑战，需要全省上下坚定不移坚持“两型三化”发展路子，加快形成以国内大循环为主、国内国际双循环相互促进的新发展格局，坚持“一大两新”发展思路，落实落细“抓有机、创名牌、育龙头、占市场、建平台、解难题”六项举措，促进农业生产端精耕细作、农产品终端精深加工，全力推进“一县一业”和产业基地建设，打造规模化、市场化、组织化发展的标杆示范；组织好一年一度的云南“10大名品”和“10强企业”“20佳创新企业”评选表彰活动，进一步强化宣传推介和市场拓展；运用区块链等数字技术，强化从田头到餐桌的全程质量监管，加快拓展盒马鲜生、百果园等品牌营销渠道，推动云南优质特色绿色云品更多、更快地走向国内外中高端市场。

长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。美好蓝图催人奋进，打造世界一流“绿色食品牌”是我们光荣的使命和责任，我们将不断强化政策引导和政企互动，不断激发各类经营主体能动性，推动“产品落在品牌上，品牌落在企业上，企业落在基地上”，全力实现云南“绿色食品牌”万亿大产业宏伟目标，为全面建成小康社会、全力推进乡村振兴，作出新的更大贡献。

