

丹麦模式

有机方式









**有机方式**

**丹麦模式**



# 目录

- 5 前言
- 7 关于有机食品的事实
- 9 有机作物的生产
- 10 有机牛肉和牛奶的生产
- 11 有机猪的生产
- 12 有机鸡蛋和家禽的生产
- 13 有机食品的加工
- 15 通过法规和控制树立信心和信誉
- 17 案例：工作中的有机检查员
- 19 铺设成功之路
- 19 合作
- 20 政策的制定
- 21 有机领域的研究
- 23 有机市场
- 24 面向全球消费者的有机产品
- 25 零售业中的有机产品
- 26 有机产品和户外消费
- 27 案例：医院膳食的90-100%为有机食品
- 27 案例：哥本哈根—有机之都
- 29 美食与有机生产
- 31 有机农场主
- 32 案例：摄像头控制的除草机器人和无人机
- 33 给农场主的有机建议
- 35 拥有强大有机背景的大型和小型公司
- 37 案例：多种用途的有机乳制品

## 版本记录：

有机方式——丹麦模式

编辑：丹麦农业与食品委员会，有机丹麦，食品之国

平面设计：萨罗米特平面公司

## 图片：

色彩盒：第2-3页

丹麦农业与食品委员会：第9、13、21、27、28、34、37、38页

亨瑞克 比扬格邬：第11、12页

米克洛斯 萨博：封面，

第6、14、17、22、30页

摩尼姆特工作室：第10、18页

瑟恩 伽摩玛可：第27页

爱克瑟莫森有限公司：第32页

UNSPLASH.COM：第5页

印刷：PE平板印刷有限公司



Danish Agriculture  
& Food Council



出版得到有机农业基金会的支持

Fonden for økologisk landbrug

# 有机方式——丹麦模式

● **丹麦**是一个有志于有机生产的国家。我们是世界上首个引入有机生产规则、制定全国有机标准并推出有机标签的国家。我们也是世界上第一个在公共部门厨房中设立有机产品占比60%的目标的国家。

我们雄心勃勃的有机政策使丹麦成为了世界上有机食品的市场占有率最高的国家。

本文研究了有机生产的成功和促使丹麦有机食品得到本土及世界各地热捧的条件，也描述了丹麦有机产业从农场到餐桌的各种优势——这些共同构成了丹麦有机农业生产成功的秘诀

有机产品的美誉是建立在丹麦农业成功的基础上的，丹麦也因此成为为全球消费者提供高品质食品、并广受认可和尊敬的食物之国：我们的食品以高标准的食物安全、可追溯性、优质和可持续性闻名。

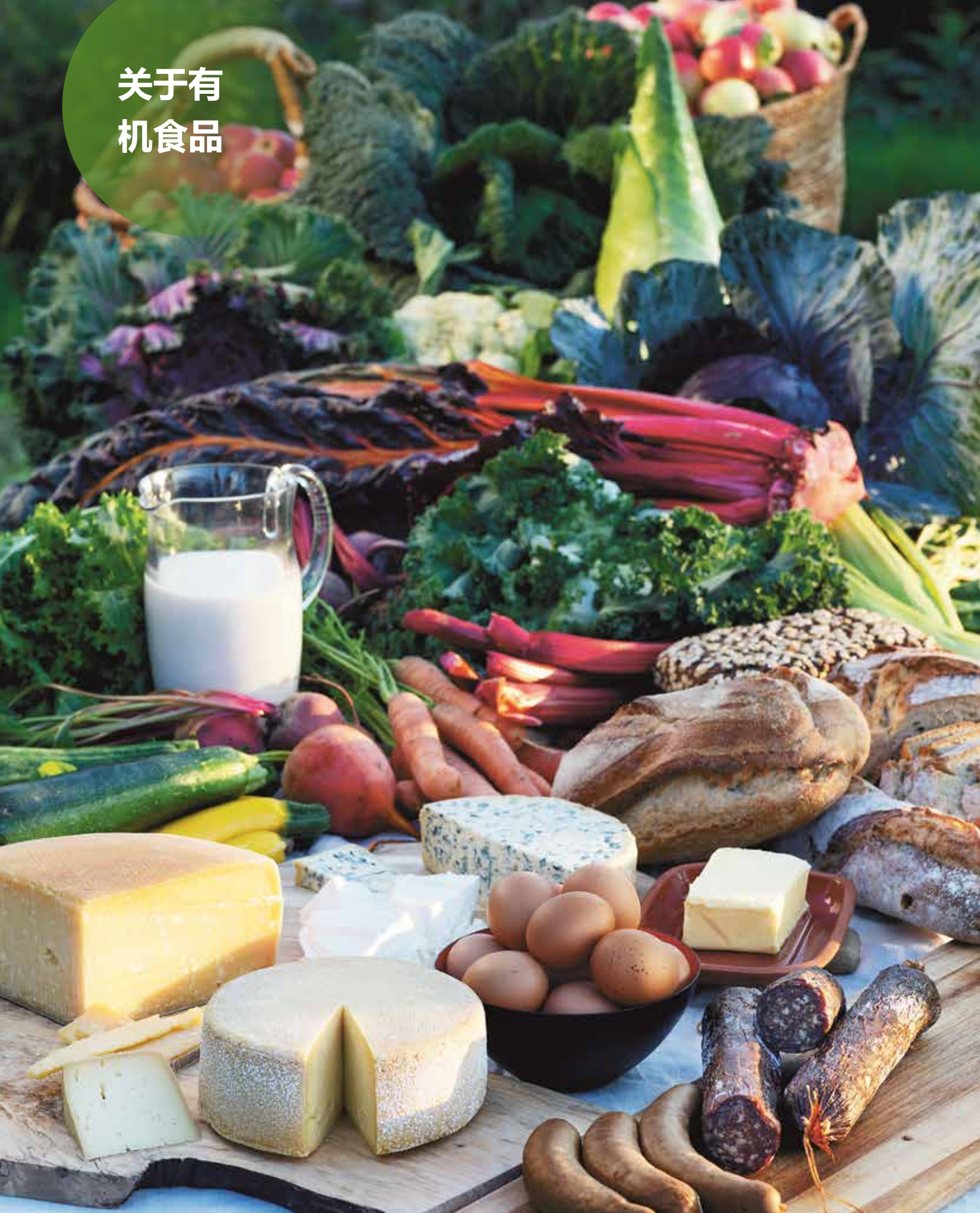
合作是有机生产成功的基础。30多年来，合作贯穿于整个价值链：农场主、企业、组织、官方机构、顾问、政客、零售业、食品服务和消费者。大家都努力发展以市场为驱动的有机产业——这种生产方式考虑环境、自然、动物福利和可持续性，正是众多现代消费者的要求。

我们邀请您把本文作为感兴趣领域的参考，或逐页阅读从而获得对“有机方式——丹麦模式”的洞见——在这个对可持续性食品的需求不断增加的世界里，有机食品是如何且为何会成为丹麦食品集群的强项之一。

丹麦农业与食品委员会和有机丹麦 ●



关于有  
机食品



# 关于有机食品的事实

有机食品的生产遵照有机规则 —— 包括从农场到餐桌，并考虑动物福利、环境和自然因素

**有机生产**是农场管理和食品生产的整体系统，包含了最佳环境实践、注重保护自然资源、高水平的生物多样性和高动物福利标准的应用

有机生产基于四项原则：生态、健康、公平和关怀。它们是由国际有机组织IFOAM制定的，为有机生产者及其思想行为方法提供了基础。这四大原则也构成了规范有机生产的法律法规之基础。

有机农场在开始种植有机作物和/或畜牧生产后，在产品能作为有机产品出售之前，必须经历一个为期两年的转换期。在此过渡期内，农场的产品不能出售或标记为有机产品

## 对环境的影响

有机农场主努力保护自然环境，包括土壤肥力，水资源和生物多样性。最重要的农业原则如下：

- 土壤肥力、农场主在土壤中添加和取走的物质、及这些活动对土壤成分的影响；
- 采用广泛多样的轮作来打破杂草和害虫的周期，在提供有用养分的同时留出土壤的恢复时间；
- 养分的供给来自豆科植物（通过对大气进行生物固氮）及有效回收利用有机物质，例如作物残余物与牲畜粪便；
- 主要使用预防性的自然方法或机械方法来控制杂草、疾病和害虫；

- 不使用化学植物保护或合成肥料，把环境当作一个整体来保护，包括湖泊、河流、饮用水等；
- 种植树篱和草地来防止土壤侵蚀和养分流失。

## 对生物多样性的影响

有机农场主尽可能地保护和促进生物多样性，比如通过多年轮作或采用机械和物理的土壤耕作方法来获得最优化的土壤健康结构。有机耕作的方法提供更多的本土动植物，并使土壤中富含更多的微生物和蚯蚓。

## 对碳排放的影响

来自欧洲数个大学的研究表明有机农业在土地上的碳排放低，最终可能帮助减少气候变化 ---- 如果有有机农业的产量可以增加，效果会更明显。可能起作用的因素包括：

- 有机物中的碳固存，因为有机农业增加了土壤中的腐殖质
- 通过垃圾和副产品的回收再利用减少了能源消耗
- 不使用通过能源密集型工艺生产出来的合成肥料
- 保留了更多原生植物和一般植被

## 动物福利

动物福利是有机农业的一个重要特点，目的是为自然表现提供适宜的条件。这意味着：

- 动物能进入草地或室外区域
- 动物的居住空间足够大



- 以有机饲料喂养动物
- 对奶牛而言，奶牛数量与可用土地面积平衡
- 禁止使用任何促生长的物质、激素、或者类似物质，来控制牲畜繁殖或其他目的。人工对抗疗法的兽药产品不用于预防性治疗

### 非转基因

不允许使用转基因生物和任何使用转基因生物生产的产品

### 有机食品的加工

加工有机食品时只使用天然的成分。欧盟批准的390种食品添加剂中仅有53种可以用在有机生产中。严禁使用合成的调味剂、着色剂、甜味剂、转基因生物和辐照

### 健康的食品

比较有机产品与常规产品的营养品质的研究显示有机产品中存在促进健康的成分

- 有机乳制品和牛肉含有明显更高水平的OMEGA-3脂肪酸，亚油酸和维生素E
- 有机的蔬菜和水果含有更高水平的抗氧化剂

### 重要的食品

- 有机食品正宗、质优、味美
- 有机标签保证有机行业的所有企业都定期接受监管部门的检查
- 有机生产提供不含合成调味剂、着色剂和甜味剂的食品
- 有机水果和蔬菜没有作物保护的痕迹
- 有机产品的加工中只允许加入限定数量的几乎纯天然的添加剂
- 有机农业和有机产品的进一步加工中严禁使用转基因生物
- 有机农业有助于提高生物多样性、保护物种及其自然栖息地
- 有机农业延长土壤的寿命和增强自然土壤肥力
- 因为禁止采用化学植物保护，有机农业有助于保护环境，也适合在饮用水保护地区推广
- 有机农业促进动物福利并为自然行为提供良好的条件，有机饲养的动物均可进入室外区域
- 严格限制抗生素和其他药物的使用，有机动物的饲养过程中不使用任何激素





## 有机作物的生产

有机农场主种植不同的农作物——谷物、豆类、种籽和各种水果蔬菜。有些出售供人类食用，其它用来饲养有机畜牧业的动物。在把农产品作为有机产品出售之前，农场主需要经历两年的转换期。

有机农业不允许使用化学植物保护或合成肥料。养分来自于豆科植物和有效回收利用有机物质，例如作物残余物和牲畜粪便。多样的轮作被用来保持土壤的肥力和打破杂草和害虫的周期。机械方法被用来预防杂草。现代技术

利用机器人、摄像头技术和无人机来帮助农场主识别杂草。重点是作物创造健康肥沃的土壤，同时保护环境、生物多样性和自然资源。有机作物的产量往往比常规作物低10-30%。这也是有机产品的价格更高的原因之一。●



## 有机牛肉与牛奶的生产

在有机畜牧业中，动物能够表达其自然行为是至关重要的。

有机牛必须在4月15日到11月1日间能够进入牧场。牛在冬季必须进入一个它们能自由活动的冬季居所系统。饲料必须为100%的有机，主要为粗饲料，并来自于农场自己的牧场。

奶牛产下牛犊后的24小时内必须和牛犊在一起。在三个月的哺乳期内，牛犊的

吮吸需求必须得到满足，可能使用牛犊栏中的假奶头。

如果一头有机饲养的奶牛因为疾病接受了兽药治疗，停药期（所产奶禁止出售的时期）为非有机饲养停药期的两倍长。具体停药期的长短取决于兽药的类型。●



## 有机猪的生产

在丹麦，有机母猪必须在一个能进入牧场的室外分娩小屋中生产。母猪会搭建一个舒适的窝，并会和它的仔猪一起生活至少7周直到它们断奶。

母猪必须能在泥浆里打滚，因为其自然行为的一部分就是用鼻子拱地及当天气炎热时在泥浆与水中打滚来给身体降温。

当在猪栏中饲养猪时，它们必须能去室外活动。猪栏中也必须提供足够的空间和充足的可以用来翻拱的秸秆。

在丹麦，有机饲养的猪使用100%的有机饲料，包括对猪的消化有益的粗饲料。

如果有机猪接受过一次以上的药物治疗，它就不再能当作有机猪出售了。

有机猪的饲养中不允许断尾。 ●





## 有机鸡蛋和家禽的生产

有机母鸡和肉鸡必须有足够的室内和室外空间，以便它们能够表达自然行为。

母鸡的室内最大放养密度为每平米6只，肉鸡为每平米10只。鸡舍必须有自然采光和至少8小时的无照明的休息时间。母鸡们必须能进入栖息的区域，而且所有的母鸡或肉鸡都必须能进入尘浴和抓挠的区域。

室外的区域必须覆盖植被——包括草、树和灌木丛。同时，植被也能吸收鸡粪中的养分。每只母鸡或肉鸡平均至少有4平米的室外面积。

母鸡和肉鸡必须用有机饲料饲养，饲料也必须含有粗饲料，例如新鲜蔬菜、青贮饲料或剩下的水果蔬菜。

用于屠宰的家禽的生产必须以生长缓慢的品种为基础。这意味着丹麦的有机肉鸡在达到2.2公斤的屠宰重量时大约是57到60日龄。而对于非有机饲养的肉鸡通常会在35到38日龄达到同样的重量。

饲养有机母鸡、肉鸡和鸭均不允许剪喙。●







## 有机食品的加工

有机的思维方式跟随原材料从农场到加工。关怀、健康和生态的原则反映了有机食品的加工规则。

有机产品的加工是一个温和的过程，加入最少的添加剂。欧盟列出的390种添加剂中仅53种可以用在有机食品的加工中。合成着色剂、甜味剂和调味剂都不允许使用，只接受天然成分。转基因生物和辐照都是被禁止的，根据丹麦法规，丹麦不允许在有机生产中添加剂亚硝酸盐。

为了生产出天然健康的产品，对有机食品所进行处理必须尽可能地温和。这就是有机牛奶没有均质化的原因。 ●



信心与  
信誉





# 通过法规和控制树立信心和信誉

世界各地的消费者对丹麦有机食品充满了信心。

这在很大程度上归功于许多法规和规则，其管理着丹麦食品生产的各个方面，并受到政府精心控制的监督。

**多年来**，丹麦一直是世界领先的食品国家之一，因此也高度重视食品安全和可追溯性。几十年来，为世界人口生产健康安全的食品一直都是其主要的优先事项。

## 世界第一个有机领域的立法

丹麦于1987年引入了有机领域的立法，因此是世界上第一个引入有机生产法规的国家。由于这些都是基于丹麦一般农业和食品法，有机农场主和饲料公司也要遵守生产食品的过程中与环境、自然、动物福利、可追溯性、卫生与食品安全等有关的规则和规定。

丹麦有机食品的生产遵照欧盟的有机法规。此外，丹麦还有相当数量的比欧盟法规还要严苛的条件。例如，根据丹麦法规，有机水果种植过程中不允许使用铜，有机产品加工中也不允许使用亚硝酸盐。此外，我们关于有机养鸡场的绿植面积要求显著高于欧盟相关规定。

## 从农场到餐桌的有机控制

丹麦也是世界上第一个建立政府有机控制的国家。那是在1987年，至今仍然向消费者保证了从农场到餐桌的所有利益相关方均遵守有机法规。

来自环境与食品部的官方检查员会核实有机生产是否

遵照法规进行。所有的有机农场、供应企业和有机食品公司每年至少会由官方检查员检查一次

官方检查员通过对农场或企业进行实地检查来确认他们是否遵守了有机法规。在定期年度检查访问之外，每年还有一些农场和企业也会被随机抽查。

## 进一步的发展

有机食品生产并非一成不变。随着消费者要求的不断提高以及新的知识和技术提供了新的可能性，丹麦有机产业一贯坚持不断发展和改善有机生产。

因此行业的组织机构提出了有机牛和猪生产的一系列建议，这些均超出了欧盟的相关要求。这是因为我们希望有机生产能持续动态地发展，从而不断提高有机生产中的动物福利、环境、气候和伦理标准。农场主和企业都支持并遵守这些自愿的、额外的有机法规。

食品公司也会进行随机的互检。这些做法确保了公司关于所采购的有机原材料的信息与供应方关于销售给相关公司的报告的一致性。

有机农场主和公司欢迎有机检查。从农场到餐桌的有效检查有助于增强有机生产的信誉，也确保了消费者对有机产品的信心。

## 标签 —— 消费者识别有机食品的指南

欧盟成员国的有机农业受到关于有机生产和有机产品标签的《理事会法规 第834/2007号》的保护，并且《委员会条例第889/2008号》也制定了实施理事会法规的细则。一个新修订后的法规将于2021年生效。

细则包括在欧盟成员国生产的、符合必要标准的有机产品预包装上使用欧盟有机标志的强制性要求。国家或私营的有机标志可以与欧盟有机标志同时存在。

95%及以上成分源自有机农业的加工产品，被允许展示有机标志并在销售描述中提及有机农业。任何提及有机农业的产品都会带有官方检查机构的识别号

## 欧盟有机标志与丹麦有机标志

丹麦国家标志创建于1989年，它表明有机食品是依照欧盟制定的有机细则生产和加工的，并受到国家的控制。几乎所有丹麦消费者（98%）都熟悉国家有机标志

有机标志和贴标系统为保持消费者对有机食品的信心提供了基础 ●



在丹麦，人们通过红色标签‘Ø’很容易识别有机食品。这个Ø标签表明丹麦官方确认从农场到餐桌的整个食品生产链都符合有机法规。

98%的丹麦人都很熟悉这个Ø标签并对之充满信心。



DK-ØKO-100<sup>1</sup>  
EU Agriculture<sup>2</sup>

### 理解欧盟有机标志

欧盟有机标志旁边会有两行文字显示：

- 1 控制产品有机状态的官方机构的识别号，例如DK-ØKO-XXX (丹麦)，DE-ÖKO-XXX (德国)
- 2 农产品的原产地：
  - 欧盟农业 —— 欧盟生产的农产品
  - 非欧盟农业 —— 第三国生产的农产品
  - 欧盟/非欧盟农业 —— 农产品的一部分产自欧盟，另一部分产自第三国



“我们会在企业进行  
全面生产时到达，  
这样我们就能得到  
准确的现实情况。”

### 案例：工作中的有机检查员

Lone B. Pedersen是丹麦政府的有机检查员。她检查生产有机食品的企业是否遵守了所有相关法规。所有有机企业每年至少会被突击检查一次。

“我们会在企业进行全面生产时到达，这样我们就能得到准确的现实情况。” Lone B. Pedersen说

作为一名检查员，Lone B. Pedersen会从检查企业的授权和其对所接收的原材料、生产条件、包装、贴标和营销的自控开始，然后再检查其生产。

“我会检查生产是如何进行的，流程是否足够好，生产是否达到了所有的有机法规的要求。” Lone B. Pedersen说。

有机检查中的一个重要工具是收支平衡，即输入的数量是否与输出的数量吻合。如有差异必须解释清楚。

“当出现新的有机法规时，我们也会向企业提供相关指导和处理的具体方法。企业欢迎我们的访问，我们也帮助保护有机生产的真实性。” ●



合作、  
政治与研究



- 在有机日，超过二十三万丹麦人会前往乡村的农场，去观看在室内度过了漫长冬季的有机奶牛们被放归到长着新鲜春草的牧场上时欢快地“跳舞”



# 铺设成功之路

## 合作

丹麦成功成为了有机销售的世界领先者，并拥有效果显著的有机食品政策。这背后是一个关于有机生产的雄心壮志与合作的故事。

**有机市场**的发展和广泛参与有机政策的发展之间独特的互动，是为有机行业增长铺平道路的关键因素。丹麦的政治举措在其广义范围内不同寻常，是强劲的市场增长和有机农业蓬勃发展的催化剂。反过来，这些又为社会和消费者提供了改善的动物福利、气候、自然和绿色增长的附加值。

### 有机市场发展中的密切合作

自上世纪八十年代以来，来丹麦的访客都对丹麦超市中有机产品销售的成功感到惊讶。在此成功的背后是丹麦连锁超市和有机丹麦之间特有的合作。有机丹麦在战略层面与丹麦所有的超市合作密切，并支持他们不断扩张有机产品线。结果，有机产品在商店里变得更明显，与消费者关于有机生产之益处的交流也得到了加强。因此，这一重要的合作是丹麦有机销售增长的关键推动力。丹麦也举办了各种课程和研讨会来为小型有机企业与零售和食品服务领域的合作提供支持。公司也能得到产品开发等领域的建议。

### 激励消费者

为什么80%的丹麦人购买有机食品，且每周购买有机食品的人数超过一半？消费者意识的倡议使得了丹麦有机标签——红Ø达到了98%的认知度，并且大家对有机食品高度信任。超过5%的丹麦人口每年会去参观有机农场，近距离感受有机农业对动物和环境带来的好处。在“生态日”，全国的有机奶牛场会邀请公众来见证有机奶牛们在室内呆了一个漫长的冬天后，被放到长着新鲜青草的春季牧场的过程。每年丹麦公众也被邀请去有机养猪场来一同庆祝全国有机市场的丰收。

### 与丹麦食品行业的合作概况

丹麦有机农业的发展也得益于与整个丹麦食品行业的广泛合作，以及丹麦农业与食品委员会的早期参与。这一合作包括设立咨询服务、向有机农场主传达最新知识和制定有机农业政策。有机农业已经成为丹麦农业很自然的组成部分，在有机农业实践和向有机农业转变的方面创造了开放的对话、获得了更多人的接受并引起了更大兴趣。 ●

# 政策的制定

丹麦是有机政治的先行者。丹麦的有机政策是有机创新与增长的催化剂。

**● 丹麦**是首个引入有机标签、有机规则和公共检查的国家，也是第一个在1995年就起草了有机行动计划的国家。创新性的有机政策一直都是丹麦新知识、新市场以及有机产业发展的驱动力。

## 众多利益相关方的参与

访问丹麦的人不仅常对有机农场主和食品公司之间的参与度感到惊讶，而且消费者、劳动力市场、环境组织与农场组织之间就制定丹麦有机食品政策方面的互动也使他们感到意外。所有政党和不断变化的政府对有机农业的支持也引起了国际关注。在环境与食品部的有机食品咨询委员会，这些组织一起开会并讨论发展有机业的各种举措。

## 推拉策略

丹麦有机政策既通过支持提高消费者意识的活动、有机领域的营销和公共采购有机产品来提高市场的拉动力，也通过支持农场的有机转变、农场主培训和发展能改善品质、产量、动物福利和气候变化的新有机农场实践，来产生推动效应。创新性的政策如“实验农场研究”和农场主的免费转变计划均得到有机农业基金的支持。

## 广泛国家政策的工具

丹麦政治的独有特色之一是“嵌入”的概念——积极使用有机农业成为各种有关保护自然、饮用水供应、气候、绿色增长和农场发展的国家政策工具。在地方一级，各县市都使用有机转变来保护自然和饮用水资源。

## 公共部门厨房中有机食品占60%

与结合有机行业总动员的宏伟有机政策的力度相比，丹麦在公共部门厨房中使用更多有机食品的创新性举措更为引人注目。推广有机的举措包括公共部门厨房有机食材占比60%的政治目标，有机食品30%、60%和90%的丹麦有机餐食标签，以及一千五百多万欧元的培训拨款。

## 丹麦有机政治工作成果：丹麦荣获联合国奖项

丹麦因为有效和创新的有机政策在2018年荣获联合国未来政策奖。国际有机农业运动联盟有机政策经理，Joelle Katte-Andrighetto如此评论：

●● 丹麦的有机政策既有创造性、有效性，也充满了雄心壮志。这是世人学习的榜样，尤其是他们为了把有机食品纳入公共部门厨房所做的努力和对研究与市场开发的支持。很明显，积极的有机政策帮助丹麦成为了世界领先的有机国家。 ●



# 有机领域的研究

有机生产的发展是建立在知识和创新的基础上的。

二十多年来针对有机农业和食品生产的研究促进了丹麦有机生产的成功——而且研究仍在继续。

**紧随1995年**第一个有机行动计划，丹麦环境与食品部于1996年发起了第一个对有机农业和食品生产的全国研究计划。这是一个四年计划，包括了11个丹麦研究机构。不少成功的研究项目已经启动，丹麦也获得了有机农业领先国之一的国际声誉。我们也成立了国际有机农业与食品系统研究中心ICROFS的前身。这些都为有机农业和粮食系统的强大研究传统奠定了基础。

## 研究课题

有机研究支持在从农场到餐桌的整个供应链中开发新解决方案和新知识。新的知识可以使丹麦有机业向更高的可持续性，更气候友好的生产，更高生产力和完善的经济地位转变。研究课题包括

- 如何通过丹麦有机农作物生产获得更高产量；
- 如何从三叶草中提取可用在猪和家禽饲料中的蛋白质，如何用残余产品生产沼气；
- 如何增加土壤中的碳结合以有利于气候；
- 如何提高畜牧业生产中的动物福利。

## 利益相关方推动的研究

有机研究的一个特点就是由利益相关方驱动。科学家、从业者、顾问和其他专业人士共同努力，开发实用并能加强有机生产的新解决方案和机会。这有助于确保从新知识到农场和企业实际实施经过的路径较短。

## 研究政治议程

行业机构与国际有机农业与食品系统研究中心(ICROFS)合作，不断推动政治议程上的有机研究与开发。重要的是，定期分配资金专门用于研究有机部门的特殊挑战，以便它能够持续发展并为社会福利做出贡献。

## 共享的知识

知识共享是重要的，所以各种会议和研讨会不断在组织举行，来向行业的利益相关者们介绍最新的知识。在国际有机农业与食品系统研究中心(ICROFS)的支持下，一个国际文章数据库——Organic Eprints被建立起来了，这是有机农业和食品领域最大的开放在线档案库，其收集了来自世界各地的20,000多个的出版物。 ●



有机市场





# 有机市场

丹麦消费者是有机消费的世界冠军。

丹麦有机食品的市场份额高于世界上其他任何国家，而且消费量还在逐年增长。

**丹麦人**购买的食品中有机食品超过13%，在公共部门如酒店、餐厅、食堂、学院和医院的厨房中，有机食品的消耗量迅速增长。这样丹麦就成了世界上有机食品市场份额最大的国家。

## 购买有机食品的原因

当被问到为什么购买有机食品时，丹麦人给出的理由是基于健康的考虑，也伴有为更好的环境和更高的动物福利标准作出贡献的希望。

## 丹麦人在哪里购买有机产品？

有机销售的大部分——约80%——通过零售业和网上交易进行。基本商品的网上交易正变得越来越受欢迎，消费者对配好原料和菜谱的主餐餐盒尤其感兴趣。这是流行的忙碌家庭解决方案。

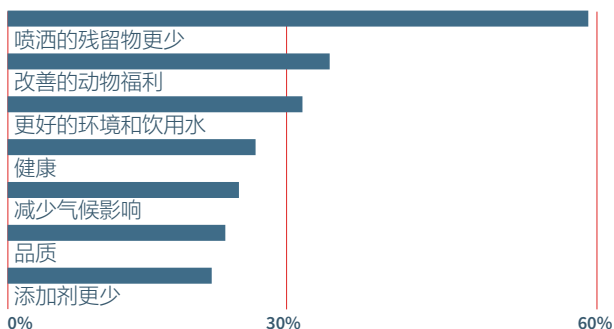
近15%的有机食品通过食品服务业售出，且增长率高。因此市场和农场商店的销售额仅占全部有机销售额的一小部分。

## 丹麦人购买什么？

丹麦所有有机产品的种类都在增多。有机燕麦片占有最大市场份额52%，其次是胡萝卜占42%，鸡蛋33%，牛奶32%。但是有机肉的消耗却有些落后。饮品如果汁、汽水、啤酒和葡萄酒都是快速增长的类别。（来源：2017年GFK 201消费者扫描）

奥胡斯大学的调查显示，一旦消费者开始购买一类有机产品，他们接着就会根据特定的一种模式购买更多产品，即消费者先购买基本品，如有机的牛奶、鸡蛋、蔬菜，然后就会转向奢侈品，如有机葡萄酒、啤酒、巧克力、冰淇淋和蛋糕。●

## 购买有机食品的主要原因



数据来源：2018年丹麦农业与食品委员会进行的访谈和分析

## 丹麦的“有机阶梯”



来源：COOP

# 面向全球消费者的有机产品

丹麦在国际上以生产高品质的食品并拥有最高标准的食品安全著称。

**丹麦企业**在传统上一直重视食品安全，这也是为什么许多国家，包括亚洲国家，都热衷于进口丹麦的食品。此外，丹麦食品拥有始终如一的高品质。这一批货和下一批不会有质量差异。

## 对丹麦产品充满信心

此外，丹麦拥有一个独特的有机控制系统，这一点得到了公认。有机检查和有机证书的签发都由丹麦政府雇佣的检查员进行，检查员完全独立于有机农场主和企业。

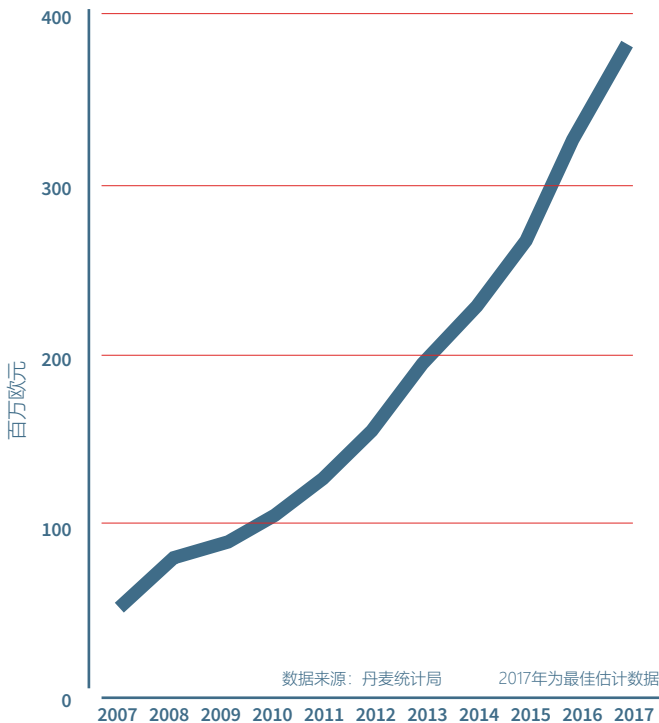
因此，丹麦消费者和国外市场对有机产品都有很高的信心。这也是丹麦成为世界上有机食品占据最高市场份额的国家之关键原因。

## 出口翻倍

高标准的食物安全、健康优质的食品 and 独特的有机控制系统是有机食品出口逐年增长的主要原因。在过去的五年里，有机产品出口翻了一番，达到约4亿欧元。丹麦企业的产品既出口到德国、瑞典与法国等邻近市场，也远销至亚洲、中东和美国市场。2017年的三大出口市场分别为德国、瑞典和中国。



## 丹麦有机食品的出口



丹麦有许多畜牧业生产企业（大型和小型）都致力于有机生产和出口。因此最多的出口产品是乳制品如鲜奶、奶酪、黄油、奶粉和猪肉就不足为奇了。丹麦企业也在供应鸡蛋、家禽和蔬菜产品如饲料、蔬菜、杂货和饮料方面处于有利地位。

## 进口

丹麦大量消费有机食品，因此也进口大量的有机食品。最重要的进口产品是水果和蔬菜，因为出于气候的原因，大量的水果和蔬菜无法在丹麦种植。大量进口的有机水果包括香蕉、橙子、柠檬等。咖啡、茶叶和葡萄酒也是其它无法在丹麦生产的重要进口品。谷物和饲料也是进口的，其中一部分会再出口至邻近市场。与出口相比，有机产品进口的价值略高。●



# 零售业中的有机产品

有机产业经过25余年的发展已经创造出了丹麦商店里的多种有机食品，也使丹麦人成为了有机产品消费的世界冠军。

**今天**，所有的产品组都有一种或多种有机版本。零售业中有机产品的销售额逐年增长。目前零售业中有机产品销售的市场份额约为14%，预计未来几年销售额将继续增长10-15%。

超市连锁店——从折扣店到高端商店——都引入了有机产品，并各用自己的方式帮助把有机产品推销给丹麦消费者。

展示有机产品已经成为大多数丹麦超市品牌营销策略的一部分。除了把有机食品安排在商店的中心位置，超市也把有机作为一个吸引具有超强购买力的消费者，包括有孩子家庭的要素。

## 来自丹麦超市的实例

消费者所有的超市连锁店Coop是首个早在1981年就列出有机产品的商店。其在2016年开展了一项把促进有机产品销售作为公司责任战略的活动。他们降低了价格，增加了产品数量，把有机产品列上议事日程。这不仅促

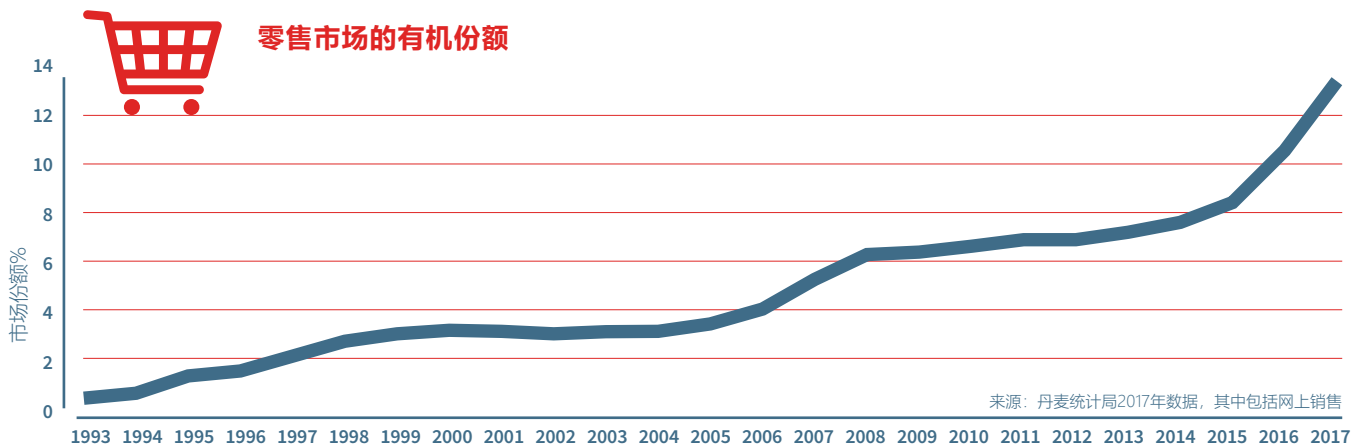
进了Coop有机产品的销售增长，而且使互相竞争的零售连锁店更加注重加强自己的有机产品营销。

为响应印在彩纸条、购物袋和卡车上的口号——“人人都应买得起有机产品”，折扣连锁店Netto已使每个人都能享用有机产品了。而且随着他们自有的有机标签“ØGO”的发展，Netto作为丹麦有机产品销售额最大的零售连锁店的领先地位得到了进一步加强。

高端超市Irma销售的商品中28%为有机的，其在哥本哈根也开设了一家专营有机产品的超市。

超市连锁店Rema1000收购了有机产业公司 Gram Slot的一部分，开始了与其的合作伙伴关系，由该产业公司向Rema1000的300多家商店供应有机乳制品、燕麦片、土豆、洋葱和面粉等。

其他超市也积极参与有机营销。近年来，Føtex积极推广有机产品。在发起会员卡ØKO+的同时，Føtex也提高了他们的目标，决定到2020年要拥有2,000种有机产品。●



# 有机产品和户外消费

在过去的十年中，食品服务行业的有机食品销售有了显著发展，年增长率为20%。有机食品占食品服务行业接近10%的市场份额，预计增长仍将继续

**公共部门**厨房和私营食堂一直是推动食品服务行业发展的动力。有机产品现在开始成为酒店和餐厅菜单的特色。事实上，酒店和餐饮业目前贡献了食品服务行业有机消费的一半。

## 政治愿景和行动计划

有机产品在食品服务行业的成功很大程度上归功于有远见的有机政策与该行业分配到培训和信息活动的资金之间的紧密互动。

2012年推出了“2020年有机行动计划”：该计划为有机产业的发展设立了明确的目标—而非要求。这个目标是为了使公共部门厨房使用的食品达到60%有机。资金被调配用于帮助厨房过渡，并培训厨房专业人员如何采购有机产品又不超过预算。对培训的重视使得人们更加关注时令蔬菜，从头开始烹饪而不是使用半成品，减少肉类和食物浪费。

## 动员批发商

丹麦也关注通过批发商来供应有机食品，从而为公共部门厨房采购有机产品提供便利。起初，让批发商们供应全面的有机产品是一个挑战，因为他们担心需求不足。然而针对批发商的信息活动成功地创造了平衡，现在丹麦主要的批发商拥有的有机产品已涵盖了全部产品组并有各种各样的选择。

## 有机餐食标签

丹麦消费者外出用餐时应该能选择有机食品——无论在公共还是私人的场所。2009年丹麦兽医与食品管理局推出了有机餐食标签，标签上显示了公共部门厨房中所用有机产品的百分比。有机餐食标签有三种：金标（90-100%有机），银标（60-90%有机），铜标（30-60%有机）。●



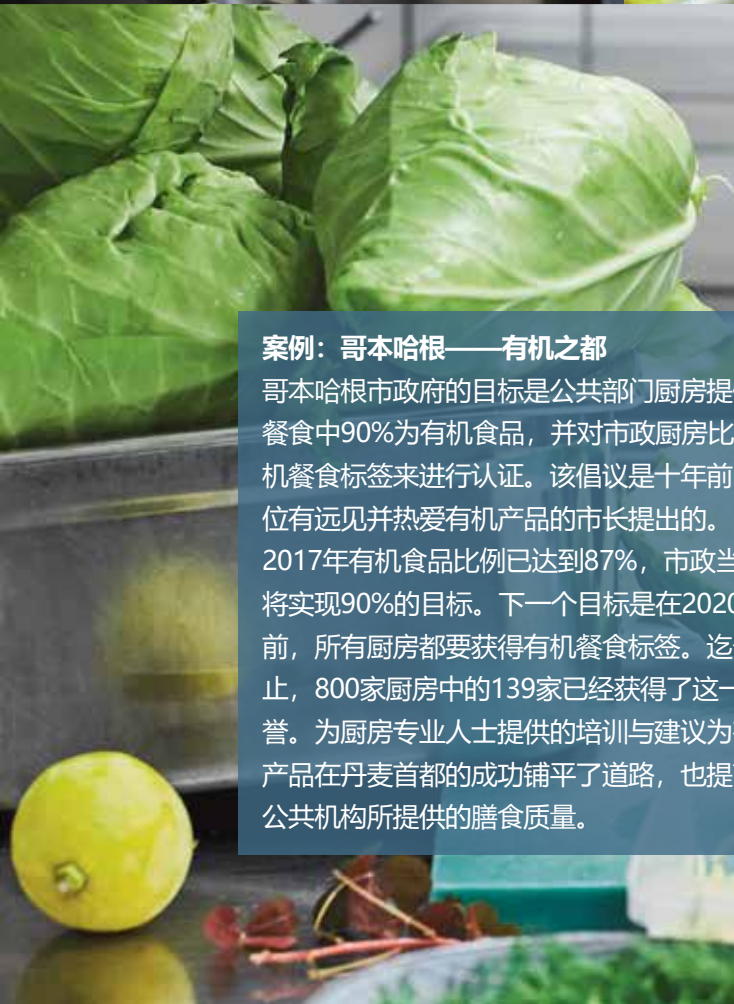
截至2018年10月1日，丹麦有2546家厨房被授予有机餐食标签，此数字还在逐月增长。其中，16%为金标，39%为银标，45%为铜标





### 案例：医院膳食中的90-100%为有机食品

在Randers医院，厨房从2009年就开始努力向有机转变。2016年，为医院患者提供餐食的厨房获得了有机餐食金色标签，这是丹麦首家也是唯一一家这样做的医院。成功的秘诀也包括采用应季原材料，减少食物浪费、减少肉类消费，更多的豆类和小扁豆，以及逐渐淘汰半成品。结果就是患者现在吃上了从头开始烹制的健康有机食品。这一举动也提升了厨房员工的工作满意度。所有这些都是



### 案例：哥本哈根——有机之都

哥本哈根市政府的目标是公共部门厨房提供的餐食中90%为有机食品，并对市政厨房比照有机餐食标签来进行认证。该倡议是十年前由一位有远见并热爱有机产品的市长提出的。2017年有机食品比例已达到87%，市政当局即将实现90%的目标。下一个目标是在2020年以前，所有厨房都要获得有机餐食标签。迄今为止，800家厨房中的139家已经获得了这一荣誉。为厨房专业人士提供的培训与建议为有机产品在丹麦首都的成功铺平了道路，也提高了公共机构所提供的膳食质量。





美食  
与有机  
生产





# 美食与有机生产

在过去的15年中，新北欧美食给丹麦引入了新的美食标准。有机食品在丹麦烹饪得到国际认可的过程中发挥着重要作用。

**● 丹麦**在过去的15年里进行了一场美食革命，使丹麦从此跻身世界美食地图。

## 新北欧美食

一切始于2004年的北欧美食宣言，当时一群有志厨师联合起来创造了一种新的北欧饮食文化。新北欧美食以创新且有创意的方法来使用当地的、自然的时令原料。

新北欧美食迎来了丹麦美食新纪元。宣言也传播到了丹麦的整个烹饪界，充满雄心的厨师们正在根据新北欧烹饪理念创造着新颖又令人激动的美食。

## 米其林星

丹麦厨师强烈的烹饪野心得到了回报，获得令人垂涎的米其林星级的丹麦餐厅数量显著增加。的确，获得米其林星级的丹麦餐厅的数量从2010年的12家增长到了2018年的31家。

简单、自然、创新、有机生产、使用当地采购的季节性原料，再加上很少的加工，是新北欧美食的特点。

## 有机生产者供应原料

丹麦有机原料在新北欧美食的成功中发挥着关键作用，因为有机生产的基本原则——天然、动物福利和可持续性——与新北欧美食的愿望密切相关。

丹麦农业与食品委员会2017年的一份调查显示，绝大多数为丹麦米其林星级餐厅供应原料的农场都是有机生产者。基于这些特别的原料，丹麦的明星厨师们成功地如变魔法般创造出了值得追求的独特味觉体验。 ●

●● 新北欧美食以创新且有创意的方法来使用当地的、自然的时令原料。

有机  
农场主



●● 有机农场主  
希望成为世界有机生产  
冠军



# 有机农场主

丹麦10%的农场是有机的。有机农场主专注于高水平的专业化和质量，生产优良健康的食物，最关心动物福利与环境。

● **目前**丹麦约有4000名有机农场主，他们为有机公司提供原材料。人们对有机农业的兴趣很高，在过去的五年里，有机农场主的数量增加了近50%。目前丹麦农场主中10%为有机生产者，他们耕作着丹麦11%的农业用地。他们有一个共同点：他们的动机是生产优质健康的原材料，同时关注环境、生物多样性和动物福利。

丹麦所有的农场主都接受了3-5年的农业专业培训。他们与许多顾问和研究人员一起，帮助确保有机原材料生产中的高度专业化和质量。

丹麦农场主的愿望是不断发展和改善生产。他们致力于通过完善的有机实践来开发和改进他们的产品和产量。

## 可持续性议程上的重点

丹麦农场主希望为实现联合国全球可持续性发展目标作出贡献。因此，可持续的生产和如何改善农场的可持续性倍受关注。

利用国际公认的可持续性模型RISE，有机农场主努力在10个领域发展农场的可持续性：生物多样性、能源与气候、水资源的利用、养分流动，动物福利、土壤肥力、管理、经济、生活质量和劳动条件。

人们正在开发另一个模型ØKOLOGILØFT，以系统地改善农场的可持续性。

有机农场主希望成为世界有机生产冠军。他们致力于确保土壤的生命力和肥力，减少生产对气候的影响，提高资源使用效率，为动物创造最佳福利和关怀。

## 农业生产多样化

许多丹麦的农场都是高度专业化的，专注于生产蔬菜、牛、猪或家禽。

然而也有很多农场生产多种产品，他们通过农场商店、网上店铺或与当地商店合作直接销售给公众

每个农场的大小不同。但是无论规模，有机规则都是他们农业实践的指导原则。●



## 案例：摄像头控制的除草机器人和无人机

由于有机农业不允许使用化学作物保护，保持有机蔬菜地无杂草可能是劳动密集型的工作。这正是现代技术能提供很大帮助的地方。

丹麦最大的有机蔬菜种植户之一就使用五个由摄像头控制的除草机器人来除草。当机器人穿过田地时，摄像头会检测到每一株作物和杂草。经过图像分析后，再杀死杂草。

除草机器人减少了耗时的手动作业，节约的时间可以用于发展生产。

无人机技术也在有机生产中得到了应用。在500公顷甚至更大的农地上，无人机帮助确定收割有机蔬菜的最佳时间。在适当的时间收割蔬菜时，其质量更好，保鲜期也更长。●





# 给农场主的有机建议

丹麦农场主有寻求专业建议以改进生产的悠久传统。

有机生产专家向有机农场主提供农作物生产、畜牧业、自然保护等方面的建议。

**丹麦农场主**有建立合作制企业和农业协会的悠久传统。这帮助加强了丹麦农业的专业化和商业化。合作社传统上负责加工、创新和销售农产品，而农业协会则确保了农场主对农业政策的影响并提供专家建议。

## 公正的当地农业顾问

今天，在丹麦农业咨询服务（DLBR）下，有31个地方咨询中心。这些中心是由协会所有，而协会又由农场主所有。

咨询中心向农场主提供各方面的公正的建议，从农作物生产、环境保护、可持续生产、畜禽健康、到福利和金融。

当地农业顾问通常拥有大学学历和特定领域的专业知识。有些是有机农业和畜牧业专家，他们帮助保证提供的有机原材料是高质量且具有竞争力的。

## 有机建议

有些中心把有机顾问们组成了一个有机办公室，在此他们专门为有机农场主提供建议。在其它中心，顾问们为有机生产者和常规生产者提供建议。还有一个独立的咨询公司专门提供有机建议，该公司是由丹麦农业咨询服务（DLBR）下的五个协会与有机丹麦共同所有。当地有机顾问帮助农场主了解最新知识。

## SEGES——研究与当地建议间的联系

农业知识中心（SEGES）为顾问提供支持。该中心拥有650多名专家，他们在大学、研究和实用农业之间架起了桥梁。有机创新是农业知识中心的有机部门，该部门的任务是确保丹麦农业的有机创新和发展。在各种活动部门内，他们进行项目开发和研究，以通过采用新知识与技术来优化并进一步发展农业。

农业知识中心（SEGES）把研发的最新研究成果传播给顾问，使这些新知识对农场主而言是切实可行的。该中心也管理许多数据库，以确保丹麦农业生产的可追溯性和质量。中心还建立了一个大型学术图书馆，在那里，所有的专业知识都可供顾问、农场主、公司以及其他希望订阅的人使用。●

有机  
公司






# 拥有强大有机背景的大型和小型公司

丹麦有机食品生产的发展是由拥有强大有机背景的大公司推动的，同时也离不开众多小型创新公司的参与。

创新并响应消费趋势已使丹麦转型为有机食品消费的世界冠军。

 **合作社**运动在丹麦农业的成功中发挥了重要作用，包括有机生产的成功。通常，合作制公司负责农产品开发、加工和销售，以便农场主能集中精力生产作物和养殖禽畜。大型和小型合作社都是有机食品生产发展中的关键角色。

## 牛奶生产——有机发展的驱动力

牛奶生产一直是有机发展的驱动力。在常规牛奶以外，一些最大的乳业合作社选择专注于有机乳制品，而其他合作公司已成功地选择专注于为国内外消费者提供创新的乳制品。与有机生产一起，他们都成为丹麦乳业的重要参与者。今天，丹麦乳制品业跻身有机出口市场的领先者之列——从西方的德国到中东再到东方的中国。丹麦乳制品厂是世界上第一批被允许出口有机产品至中国的乳制品厂。

## 为世界各地的消费者提供有机肉类和鸡蛋

丹麦也处于有机肉业的最前沿：欧洲最大的有机肉类公司从1992年开始运营，它与其它农场主所有的以及私营肉类公司一道，为欧亚的消费者供应了有机家禽、牛肉和猪肉。这同样适用于销往中东的丹麦有机鸡蛋。

## 蔬菜产品

丹麦公司也积极参与全球有机蔬菜产品市场。丹麦主要的饲料公司在很多国家买卖谷物和饲料，包括用于动物饲料与面包生产中的谷物。丹麦同样擅长生产其他蔬菜产品，即土豆、根茎蔬菜和生菜。此外，近年来，许多公司已成功地进入有机杂货与饮料市场，并为丹麦本土市场和远近出口市场进行生产。

## 有机与非有机生产

有些公司专注于有机生产，而另一些公司同时生产有机和传统方式生产的食品。如果一家公司同时拥有有机和非有机的生产线，则要有严格的规则和程序来管理生产。此外，公司必须能够向当局展示他们行动的记录。这对保持有机生产的信誉非常重要。

## 小型有机公司的强大创新

与大型公司并行的，是一些较小的有机食品公司，它们也对有机食品的开发作出了贡献，并帮助确保了有机基本产品与奢侈产品的高度多样性。通过创造性思维、创新与高度响应消费趋势和要求，他们在确保所有产品类别中都有丰富多样的有机食品方面发挥了作用。

# ●● 有机生产伊始，有机公司就具有卓越的创新能力和快速适应生产变化的能力。

## 产品开发

有机生产伊始，有机公司就具有卓越的创新能力和快速适应生产变化的能力。原因之一为，在有机产品对一个细分市场至关重要的时期，为了经济上能生存下去，有机公司与零售商合作，不得不试着预测先发的消费者可能想要什么。然后公司先生产少量的新产品供以有机为主的零售商来销售。如果消费者的需求足够强劲，公司就扩大生产，反之，则在公司遭受重大损失前停止生产。

有机公司经常成为新产品的潮流引领者，而后市面上会再出现常规方式生产的版本。最好的例子就是以含有高蛋白为特点的乳制品Skyr。另一个例子是餐盒的概念，消费者可以在网上预订每周发送的食品盒。这一案例的先驱是一家专注于有机蔬菜的有机公司。

## 生产者与消费者之间的亲密关系

一些农场主希望把自己的产品送到消费者的家门前。例如，通过与当地屠宰场合作，他们生产的香肠和其他肉类熟食要么通过农场商店直接出售给消费者，要么通过与当地超市的协议来销售。就近和正宗是很重要的，我们的食品是如何生产和谁生产了食品的故事已经成为对消费者而言很重要的考虑因素了。●





### 案例：多种用途的有机乳制品

乳制品行业非常注重创新和开发。基于牛奶的潜力和全球消费趋势，他们正在开发新的产品，以满足未来消费者在不同情况下对健康、营养与味觉享受的需求——从有机婴儿配方奶粉到以传统方法生产的特色奶酪的烹饪口味体验。

牛奶不仅仅是牛奶。奶牛的品种、饲料及其饲养方式都对牛奶的质量产生影响。乳制品有不同的脂肪和蛋白质含量，以满足的消费者不同偏好。消费者经常能买到新

型牛奶，例如完全以青草和草本植物为食的奶牛生产的新鲜有机奶，其Omega-3脂肪酸和抗氧化剂的含量更高。

乳制品专家和美食厨师共同开发独特的奶酪系列，同时与咖啡师合作开发出含有固定蛋白质含量的牛奶，它能给许多城市咖啡店供应的咖啡提供柔软和奶油状的泡沫。对牛奶特性和潜力的研究在乳制品业开发创新性新产品方面发挥着关键作用。 ●



**ORGANIC DENMARK.**

有机丹麦 (Organic Denmark) 是丹麦有机农场主、消费者、食品专业人士和公司的联合会，占有有机销售额的90%以上。有机丹麦通过消费者意识和与所有零售连锁店的紧密战略性合作来推动市场发展，使丹麦成为有机产品销售的世界领导者。

有机丹麦与农场主密切合作开发有机农业，并在制定丹麦宏伟的有机政治目标和政策方面发挥着主导作用，包括在所有公共部门厨房实现60%有机的目标。有机丹麦与世界各地的政府、非政府组织和主要零售商就有机市场战略和政策制定进行磋商。

关于我们的更多信息请查阅[www.organicdenmark.com](http://www.organicdenmark.com)

联系邮箱: [organicdenmark@okologi.dk](mailto:organicdenmark@okologi.dk)



Solutions of tomorrow  
By Denmark

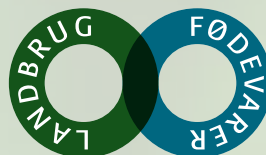
食品之国 (Food Nation) 是由丹麦政府与主要私营组织和公司建立的公私合作的组织。食品之国旨在让人们意识到丹麦是创新、可持续和高效食品生产的全球领跑者。食品之国代表整个价值链中所有的利益相关方，涵盖把丹麦变成世界领先食品国家的各方面：从初级和加工食品生产、食品技术和配料行业、到专有技术和研究。

关于我们的更多信息请查阅[www.foodnationdenmark.dk](http://www.foodnationdenmark.dk)

联系邮箱: [foodnation@foodnationdenmark.dk](mailto:foodnation@foodnationdenmark.dk)



## Danish Agriculture & Food Council




丹麦农业与食品委员会（Danish Agriculture and Food Council）是一个代表丹麦食品集群的贸易组织，包括所有类型的农场主、食品公司和农业。该组织拥有1500名有机农场主成员和有机食品加工的主要部分。丹麦农业与食品委员会力求为丹麦有机生产和有机行业的进一步发展创造一个良好的框架，因此委员会专注于有机政策、有机法规与原则、销售与市场开发，以及专业发展，从而为丹麦及其他地区的有机生产和消费者创造价值。

更多信息请查阅[www.agricultureandfood.dk](http://www.agricultureandfood.dk)

联系邮箱：[info@lf.dk](mailto:info@lf.dk)





**“有机方式——丹麦模式”**研究了有机生产的成功和促使丹麦有机食品得到本国和世界各地追捧的条件。文章也描述了有机行业从农场到餐桌的各种优势，这些共同构成了丹麦有机农业和生产成功的秘诀。

Fonden for **økologisk landbrug**