

# 進口商文件不足照過關 業界擬自定標準



美國有機食品官方標籤

有機食品是指沒有用上農藥或化肥的食品，生產過程一般符合嚴格標準，近年愈來愈多消費者組織建議購買有機食品，認為有益健康、減少環境破壞和促進農業可持續發展，即使有機牛奶或雞蛋的價錢可能貴一倍，消費者也願意購買。然而，不少人開始質疑這類食品是否真正有機，美國農業部為此制定有機食品官方標籤，但被指把關不力，令標籤可信性存疑，有消費者感到受騙。業界正考慮為有機食品自行設立標準，冀挽回公眾信心。



有機食品愈來愈受消費者歡迎。網上圖片

# 美食品濫批標籤 假有機真呢錢

美國農業部在2002年設立「國家有機項目」，統一有機食品標準，並與其他組織合作，確保嚴格執行，但被指「放生」飲食業，食肆無須得到當局認證，只需採取「合理」措施，為食品加入有機成分，便可標榜售賣有機食品。即使餐廳有意遵從當局標準，但驗證過程繁複，並需培訓員工，導致成本大增，令不少食肆卻步。

## 進口穀物被誤標籤有機

美國有機貿易協會的數據顯示，有機食品去年銷售額超過450億美元(約3,532億港元)，佔全食品銷售額逾5%。但去年9月發表的聯邦審計報告指出，美國農業部未能確保進口商提供的文件，足以證明進口貨品屬有機穀物，傳媒也揭露有進口穀物被錯誤標籤為有機，令消費者愈來愈擔心名不副實。

## 標榜有機 Bareburger 沒標籤

51歲的紐約市居民羅森堡因健康考慮，4年前改為進食有機肉類，其後發現有機漢堡店Bareburger雖在菜單上列明「有機」，其供應的食品卻沒有農業部的有機標籤。羅森堡其後致函Bareburger行政總裁歐里庇得斯，獲回覆指食店除使用100%有機牛肉外，亦採用只含75%至80%有機成分的牛肉，而根據農業部對農業界的規定，任何標示「有機」的產品，必須含有95%有機成分。歐里庇得斯表示，他從未聲稱Bareburger是100%有機，亦無意為旗下41間餐廳尋求有機食品認證，但強調Bareburger不會放棄以「有機」為賣點。羅森堡批評Bareburger以「有機」作宣傳，是欺騙消費者。

## 農業部有機標準容許水耕

美國農業部表示無意更改規定，要求標榜有機的食肆取得認證，稱會善用科技和與其他組織加強協調，在全球供應鏈中加強檢查有機食品。美國不少食物生產商指出，農業部的有機標準容許水耕，即不使用土壤種植，違背有機耕作「保護土壤」的基本精神，而且沒有嚴格監控飼養動物的標準，批評有機食品標籤名不副實。業界正致力推廣「真正有機項目」，設立標準更高的有機食品標籤，並只限以泥土種植的傳統有機作物參與，在全美已獲多達60個農場響應。

香港有機認證中心總幹事曾贊安解釋指，符合一定條件的水耕其實也是有機耕作，廣受市民歡迎的大眾有機芽菜便是例子。有機耕作需符合至少兩條件，首先植物必須是以自然方式生長，例如芽菜在自然狀態下是在水中生長，那麼水耕種植的芽菜就符合有機種植原則。然而，如果一些植物原本在土壤生長，卻被放置到水植機器中生產，便不是有機。此外，有機種植亦要求排除化學物質，採用天然的殺蟲劑。 ■綜合報道



香港有機認證中心總幹事曾贊安解釋指，符合一定條件的水耕其實也是有機耕作，廣受市民歡迎的大眾有機芽菜便是例子。

# 香港有機認證中心：「一條龍」生產最可靠

香港文匯報訊(記者 蕭桂揚)香港有機認證中心總幹事曾贊安接受香港文匯報專訪時指出，香港的有機食品標籤制度與日本、台灣等地相似，大致上可分為「先發標籤」及「後發標籤」兩種模式，前者預先給予食品供應商標籤，再透過一年內數次的抽樣檢驗確保食品安全，「後發標籤」則是在種植期間，依批次抽樣化驗，合格則發予標籤，不合格便會發出警告信，甚至會引用商品說明條例提出控告。他形容後發標籤制產生更多工序，但把關力度更大，一般而言在中果期(植物迅速發育的時期)便可完成所有程序，所以不會影響農民出售收成。

## 「分拆上市」易受細菌污染

本港現時有兩間有機食品認證機構，包括香港有機認證中心，以及香港有機資源中心認證有限公司。食環署亦會抽樣化驗進口有機食品，經測試的農藥成分達300項，同時能夠追蹤食品來源，曾贊安認為，總括而言屬於安全。不過，曾贊安提到，市民若遇上非「一條龍」式生產的有機食品，應小心提防。有不法商人以「分拆上市」方式，在加工有機食品時摻入非有機食材，再高價出售，過程中食品更有可能受細菌污染。若有機食品的種植、加工及包裝過程都在同一地點進行，其標籤則較可信。此外，街市小販有時會在未取得認證下，以有機食品作招徠，消費者需要警惕。市民若有懷疑，應要求商販提供證明，大型超級市場亦會在有機食品貨架附近，貼上認證標籤。曾贊安坦言，香港有機食品市場不大，種植條件與市場脫節，加上港府仍未有真正的農業政策，令本地有機農業進入萎縮。他認為，香港農場亦可循休閒型及教育型方向發展，港府亦應協助推廣本地有機食品認證標籤，提高透明度，加深市民對有機食品的了解。

# 歐美追捧有機食品 市場價值增至萬億

有機飲食備受消費者推崇，帶動相關市場蓬勃發展，調查機構Transparency Market Research(TMR)指出，全球對有機飲食的需求，將以平均每年15.5%的比率增長，預計市場規模將於明年底前增至1,879億美元(約1.5萬億港元)，以北美和歐洲的需求最大，亞太地區的利潤則最具增長潛力。有機飲食市場不斷擴大，除因消費者更重視健康飲食外，亦受惠於有機食品商戶和供應鏈規模擴張、業界採納新標準，以及發展中國家人均收入上升。TMR的報告將有機食品市場劃分為蔬果、奶類製品、肉類、魚和家禽等範疇，預計蔬果的需求增速最快。報告認為，政府加強支援有機種植行業，加上食品種類多元化，擴大有機食品市場規模，由於進入市場的門檻低，吸引不同國家及地區的商戶和農民，紛紛種植有機食材。但報告同時指出，百事、可口可樂、雀巢、家樂氏和

Whole Foods Market等大型食品及飲料製造商，藉着龐大財力進行鋪天蓋地宣傳，打造自家有機飲食品牌，估計能霸佔有機食品一半市場，限制小企業的生存空間。市場研究機構Zion Market Research的估算則顯示，去年全球有機食品市場總收入約為1,248億美元(約9,748億港元)，估計在2024年將升至3,231億美元(約2.5萬億港元)，增幅達1.6倍，其中北美地區的有機食品市佔率及未來增長率均是最高。 ■綜合報道



有機蔬果的需求增速最快。

# 年輕農夫看準商「機」

有機食品及以環保方式耕種的食物，近年愈來愈受歡迎，吸引不少年輕人投身農業。28歲的庫里洛6年前於賓夕法尼亞州西切斯特大學修讀政治，曾考慮成為環境法律師，最後決定當農夫。庫里洛表示，估計未來5年會有一億英畝農田易手，但沒有足夠的人接手，他決定與商業拍檔經營一個10英畝的有機農場。庫里洛於大學時曾與其他社區農場合作，他發覺很多年輕人傾向捨棄傳統耕種方法，尋求以有機或更環保的方式，種植農作物及飼養牲畜。庫里洛隸屬的國家年輕農夫聯盟發現，年輕人加入有機耕種行業面對不少困難，例如土地及種植成本高企，而且農地主要由年長的農民持有，他們不願意將手上農地出讓給外人，較多選擇留給家人，即使出讓也寧願售予地產發展商，使新手農夫覓地非常困難，35歲以下農民的人數，只相當於65歲以上人數的1/6。美國農業部數據顯示，去年美國農場的主要經營者，平均年齡為58歲。庫里洛認為，加入務農的年輕人持續增加，但平均年齡仍高，反映新舊交替的進度仍然緩慢。非牟利組織「費城農業推廣組織」前總裁希克斯指出，有機或環保種植方式愈來愈受歡迎，即使有機食物的生產成本較高，但有不少顧客願意支付更多金錢，購買認為有益健康的食物，為年輕農夫參與有機種植開闢大門。 ■綜合報道

# 黑商騙900萬津貼 意檢百噸「假貨」

有機食品日趨受歡迎，但意大利有不法商人乘機魚目混珠，售賣不符標準的產品。意大利執法部門由今年3月至5月間，進行186次巡查，合共檢獲逾100噸不符合規定的「有機食品」，南部的西西里島更有奸商蓄意把使用傳統農業種植的作物，訛稱為有機食品，藉此騙取歐盟津貼。歐盟為鼓勵農場轉為有機耕作，向農場提供補貼，意大利稅務部門卻發現，西西里島最少9間標榜生產有機食品的企業，從歐盟取得100萬歐元(約917萬港元)資助後，卻使用傳統殺蟲劑耕作，並把農作物標籤為「有機食品」推出市場，形同詐騙意大利政府和歐盟。執法人員去年初起展開調查，鎖定目標企業後，多個月來進行監視和追蹤，並分析它們的銀行交易記錄，終於發現證據。意大利當局在早前的執法行動中，亦發現約1,500項包裝食品因標籤錯誤、衛生欠佳和保存期限等問題，不再適宜上架銷售，涉及31間零售商，合共49宗違例個案，共處以5.5萬歐元(約50萬港元)罰款。 ■綜合報道