截至目前，全国绿色、有机和地理标志农产品数量累计达到6.2万个——

地理标志农产品为啥这么“香”？

本报记者　**孔德晨**

“2022年，在全国范围内重点支持200个地理标志农产品发展”——农业农村部近日印发的《关于做好2022年地理标志农产品保护工程实施工作的通知》强调，通过实施保护工程，使得到支持的地理标志农产品综合生产能力明显增强，产品知名度、美誉度和市场占有率显著提高，有效带动农民持续增收，形成一批地理标志农产品助力农业高质量发展、乡村产业振兴的样板。

地理标志农产品到底“香”在哪儿？

▲山西省运城市芮城县利用黄河滩涂优势大力发展特色农业，拥有芮城苹果、芮城花椒、芮城芦笋、芮城屯屯枣、芮城香椿、芮城菊花6个国家地理标志农产品。图为芮城县内的黄河滩涂。　**薛　俊**摄（**人民视觉**）

▶江苏省兴化市着力推进香葱规模化种植，“兴化香葱”成为国家地理标志农产品之一。图为兴化市王横村农民在脱水加工香葱，赶制出口订单产品。　**汤德宏**摄（**人民视觉**）

“儿时的味道”回来了

——地理标志农产品保护工程实施3年来，共支持了634个地理标志农产品保护和发展

上周，家住北京的吴先生在网上下单了两箱平谷大桃，寄给远在外地的朋友。“200克的大桃，约合4元一个，不算便宜但确实好吃。放软了香香甜甜，是记忆中的味道。”吴先生告诉记者，近两年，地理标志农产品在超市、电商平台越来越常见。“自从认识到地理标志的独特性，像平谷大桃、烟台红富士、库尔勒香梨等农产品，都成了我家果篮里的‘熟面孔’。”

吴先生购买的平谷大桃，源于北京市平谷区峪口镇西营村的平谷大桃种植标准示范基地。该基地负责人张海合告诉记者，这里种植面积1500余亩，其中有机桃种植面积500余亩，种植了涵盖红毛桃、黄毛桃、红蟠桃、黄蟠桃、油桃、油蟠桃等40多个种类，成熟期覆盖6月至11月，年产量约300万斤。“好桃出自好树，好树出自好土。我们种植的平谷大桃是受保护的地理标志农产品，它好就好在园子里的土壤有机质与别地不同。”张海合说，浓郁的桃味，让很多人感受到“儿时的味道”。“多数桃园土壤有机质含量在1.5%左右，我们基地经过10多年土壤改良，有机质含量达到3.3%，确保了平谷大桃的好口碑。”张海合自豪地介绍。

据介绍，地理标志农产品，是指产自特定区域，所具有的质量、声誉或其他特性本质上取决于该产地的自然环境和人文因素，经国家审核批准以地理名称进行命名的农产品。北京工商大学新商经研究院执行院长周清杰告诉记者，地理标志农产品以“地域名+产品名”组成，标示农产品来源于特定地域，具有一定的品质保证，同时对该区域农产品予以保护。“发展地理标志农产品，对消费和生产两端来说是‘双赢’。”周清杰说，“不仅为消费者带来真正的‘好农货’，还可以扩大相关农产品的知名度，促进农民稳定增收、助力乡村振兴。”

近年来，中国地理标志农产品保护水平持续提升。农业农村部有关负责人介绍，地理标志农产品保护工程实施3年来，共支持了634个地理标志农产品保护和发展，建设核心生产基地1672个、特色品种繁育基地892个；共授权生产主体3011个，产品平均用标率90%以上，实现销售额2700多亿元，带动1130万户农户增收360亿元。截至目前，绿色、有机和地理标志农产品数量累计达到6.2万个。

消费者认可度较高

——地道风味令人“惦记”，时令性强的新鲜农产品通过便捷的物流通道，从产地直达消费者

每到7、8月份，无锡姑娘陆露就化身为同学群里的阳山水蜜桃“代购”，将水蜜桃发往全国各地。“今年的阳山水蜜桃卖得很好，个大汁水足，找我买的同学们基本都回购了。”陆露告诉记者，早几年阳山水蜜桃只是在江浙一带有些名气，这两年知名度逐渐拓展至全国，她有一些在北方工作的同学因为惦记家乡味道，每年都找她买桃子。“现在，7到8两的大桃因为人气高，还需要排队预订！”

“得益于温度湿度、水质、地形地貌等自然因素，以及品种范围、生产控制等人为因素的综合作用，地理标志农产品的特点与别的产品区分度高，美誉度好，具有当地原汁原味的风味特色。”周清杰说，产品本身品质优良是抓住消费者的关键。

在安徽，定远猪、太平猴魁、砀山黄桃、天柱山瓜蒌籽等11个产品日前入围了新一批地理标志农产品保护工程。“这些年在外，每年我都会托父母给我寄些家乡的太平猴魁，茶香四溢，我们就好喝这口。”家住黑龙江省哈尔滨市的安徽人付先生说，“拿来送礼也是很好的选择，口味好、品质佳，还代表了当地特色。”

地理标志农产品在电商平台的表现亮眼。打开盒马、叮咚买菜等生鲜APP，标有“时令”“特色”等宣传语的地理标志农产品十分醒目，有些平台还设置了地理标志农产品专区，供消费者选购。盒马公关团队负责人李天宇告诉记者，盒马在每个财年初都会对地理标志农产品进行统一盘点和计划，即“品牌推广计划”。“我们会提前做调研，盘点出一些重要品牌，分析其产能、产地、市场需求情况等，再由采购业务负责人逐一对接，针对不同的品牌做营销和推广。”李天宇说，“现在，盒马在架的大部分农产品都是受地理标志保护的，消费者对这一标志认可度高，也带动了当地农民增收。”

地理标志农产品卖得好，还得益于便捷的物流体系。“仙居杨梅就是地理标志农产品。凌晨腾起的水汽与白天光照带来的甜分融合，此时口感最佳。”浙江仙居新农人郭帅介绍，采摘下来的杨梅迅速用冷风吹干送入冷藏室，并马上包装进入运输链，才能最大限度保持鲜味。“江浙沪次日达、一般城市双日达的特快物流，使杨梅的新鲜口感得到保证，也让更多消费者尝到了咱们的好味道。”郭帅说。畅通的物流扩大了农产品销售半径。过去只能在本地和周边销售的时令性强的地理标志农产品，如今坐上飞机、火车、冷链货车，送到全国各地，从产地直达餐桌。

管好用好地理标志产品

——建立以地理标志产品生产为主导，储藏、加工、运输、销售、文旅等上下游产业联动的发展格局，积极推动地理标志互认

如何管好、用好地理标志产品？

据了解，为推动地理标志农产品更好发展，国家出台多项政策，规划了“路线图”。

2021年，农业农村部印发《农业生产“三品一标”提升行动实施方案》，明确到2025年，育种创新取得重要进展，农产品品质明显提升，农业品牌建设取得较大突破，农业质量效益和竞争力持续提高，绿色食品、有机农产品、地理标志农产品数量达到6万个以上。

今年3月，中国绿色食品发展中心印发《2022年绿色食品、有机农产品和农产品地理标志工作要点》，提出深入推进地理标志农产品保护工程，示范保护一批地理标志农产品，全年计划登记200个农产品地理标志。

5月30日，农业农村部办公厅印发《关于做好2022年地理标志农产品保护工程实施工作的通知》提出，今年在全国范围内再重点支持200个地理标志农产品发展。通知明确，要构建产品特征品质指标体系，推动分等分级和包装标识，促进产品特色化。以传统生产方式为基础，结合现代农业新技术新装备的应用，构建全产业链标准体系和标准综合体，加快关键环节标准制修订。

“一系列政策出台，为发展农业地理标志产品提供了参考。”周清杰认为，推动促进地理标志农产品产地溯源机制的建立也应是未来工作重点。“由于这类农产品比普通产品定价更高、获利更多，容易出现以次充好的现象。”周清杰说，“应充分利用数字化手段，探索建立生产、经营、流通、销售等全环节数字化、智能化，实现原产地可溯源机制透明，加强监督，保证消费者买到手的是正品、优品。”

推动地理标志互认，为中国优秀农产品“走出去”添了一把柴，开拓了更广阔的海外市场。

2021年3月，中欧地理标志协定正式生效，目前双方已经顺利实现共244个地理标志产品的互认互保。中国的六安瓜片、安溪铁观音、库尔勒香梨、安丘大葱等地域特色农产品纳入其中。

制定统一的团体标准帮助行业健康发展、搭建良好的常态化沟通平台助推优质产品走出国门、有力促进中欧双边贸易关系的发展……中欧地理标志互认一年多来，既服务中国市场，也利好了海外出口。在山东，金乡大蒜作为中欧地理标志互认产品，今年已累计实现出口超55万吨，同比增长超八成。

“从长远看，发展地理标志农产品，不是打造一批‘爆品’即可。要考虑让产业链延伸、融合，衍生发展更多产业。”周清杰认为，应推动地理标志产业实现跨界融合发展，建立以地理标志产品生产为主导，储藏、加工、运输、销售、文旅等上下游产业联动的发展格局，促进地理标志与旅游、文创等关联产业相融互促，加快形成完整产业链。

链　接

农产品地理标志，是指标志农产品来源于特定地域，产品品质和相关特征主要取决于自然生态环境和历史人文因素，并以地域名称冠名的特有农产品标志。

地理标志农产品主要包括两类：一是来自本地区的种植、养殖产品；二是原材料全部来自本地区或部分来自其他地区并在本地区按照特定工艺生产和加工的产品。

上半年国内黄金产量增长超百分之十四——

黄金消费快速恢复

本报记者　**李　婕**

“这几天顾客变多了，来看黄金首饰和金条的都有”“线上询价也热起来，有消费者看好款式就直接入手”“国潮火爆，富有传统文化气息的古法金产品对年轻消费者仍有强烈的吸引力”……近期，国内黄金市场逐渐升温。

今年以来，黄金产销情况如何？中国黄金协会7月27日发布的最新统计数据显示，上半年国内黄金产量同比增加，销量同比有所下降，但6月黄金消费呈现快速恢复势头。

看产量——上半年，国内原料黄金产量174.687吨，比去年上半年增产21.934吨，同比上升14.36%。上半年进口原料产金55.658吨，同比上升6.65%，若加上这部分进口原料产金，全国共生产黄金230.345吨，同比上升12.4%。

产金大省山东黄金生产企业复工复产效果明显，上半年矿产金产量大幅回升123.64%。黄金主产区生产的恢复，带动全国黄金产量大幅上涨。大型黄金企业（集团）境内矿山矿产金产量73.546吨，占全国的比重为52.85%，较去年同期增加3.54个百分点。大型黄金企业（集团）继续拓展海外业务，海外项目黄金产量显著提升。紫金矿业、山东黄金和赤峰黄金等企业境外矿山矿产金产量共计23.864吨，同比增长48.42%。

看销量——上半年，全国黄金消费量476.82吨，与去年同期相比下降12.84%。中国黄金协会分析，上半年，受国内疫情影响，叠加上年度形成的高基数，黄金首饰消费量出现明显下滑；国际环境复杂演变、金价大幅波动继续支撑黄金投资需求，部分大型黄金零售商和商业银行金条及金币销量仍保持增长，而标准小金条出库量的下降拉低了金条及金币整体销量，但二季度降幅已明显收窄。6月份黄金消费呈现快速恢复势头，黄金消费有望保持恢复趋势。

业内人士介绍，二季度是金饰消费的传统淡季，随着三四季度金饰需求进入旺季，金饰消费表现有望回升。一系列促消费政策的实施，也有望提供额外助力。投资方面，受经济复苏和季节性因素的推动以及金价表现影响，金条和金币需求有可能出现环比上升。

上半年，黄金现货成交量企稳回升。上海黄金交易所全部黄金品种累计成交量双边1.93万吨（单边0.96万吨），同比上升4.54%，成交额双边7.56万亿元（单边3.78万亿元），同比上升8.59%。期货交易量受其他大宗商品板块资金分流影响有所回落。上海期货交易所全部黄金品种累计成交量双边4.44万吨（单边2.22万吨），同比下降12.26%，成交额双边15.96万亿元（单边7.98万亿元），同比下降10.77%。

今年以来，黄金价格一度逼近历史最高水平，之后从高位回撤，但仍处于较高水平。6月底，伦敦现货黄金定盘价为1817.00美元/盎司，较年初上涨0.31%，基本持平。上海黄金交易所Au9999黄金以373.00元/克开盘，6月底收于391.70元/克，较年初上涨5.01%，上半年加权平均价格为389.58元/克，较上年同期上涨3.44%。

长三角铁路增开百余趟列车

中国铁路上海局集团有限公司介绍，为满足旅客出行需求，长三角铁路近日恢复开行、增开100余趟列车。

截至7月28日，全国铁路暑运以来累计发送旅客2.01亿人次、发送货物3.69亿吨，铁路运输供给质量持续提升。

图为7月29日，动车组驶出沪苏通铁路跨长江控制性工程沪苏通长江公铁大桥。

许丛军摄（**人民视觉**）

央行发行二十四节气金银纪念币

本报北京8月2日电（记者**徐佩玉**）记者从中国人民银行获悉，该行定于8月7日发行二十四节气（光阴的故事）金银纪念币一套。该套金银纪念币共28枚，其中金质纪念币4枚，银质纪念币24枚，均为中华人民共和国法定货币。

该套金银纪念币正面图案均为装饰圭表造型，衬以桃花、麦穗、稻穗、梅花等组合设计，并刊国名、年号。

背面图案各有不同。其中，3克圆形金质纪念币背面图案分别为装饰燕子、青蛙、松鼠及松塔、鹿造型，并分别刊“春”“夏”“秋”“冬”字样及面额。8克正方形银质纪念币背面图案分别展现二十四节气不同习俗，包括立春时节“鱼陟负冰”物候现象、“打春牛”习俗，春分时节“放风筝”“竖蛋”习俗，清明时节“荡秋千”习俗，立夏时节“立夏称人”“立夏挂蛋”习俗等。

据悉，3克圆形金质纪念币面额50元，最大发行量4×30000枚。8克正方形银质纪念币面额3元，最大发行量24×60000枚。