

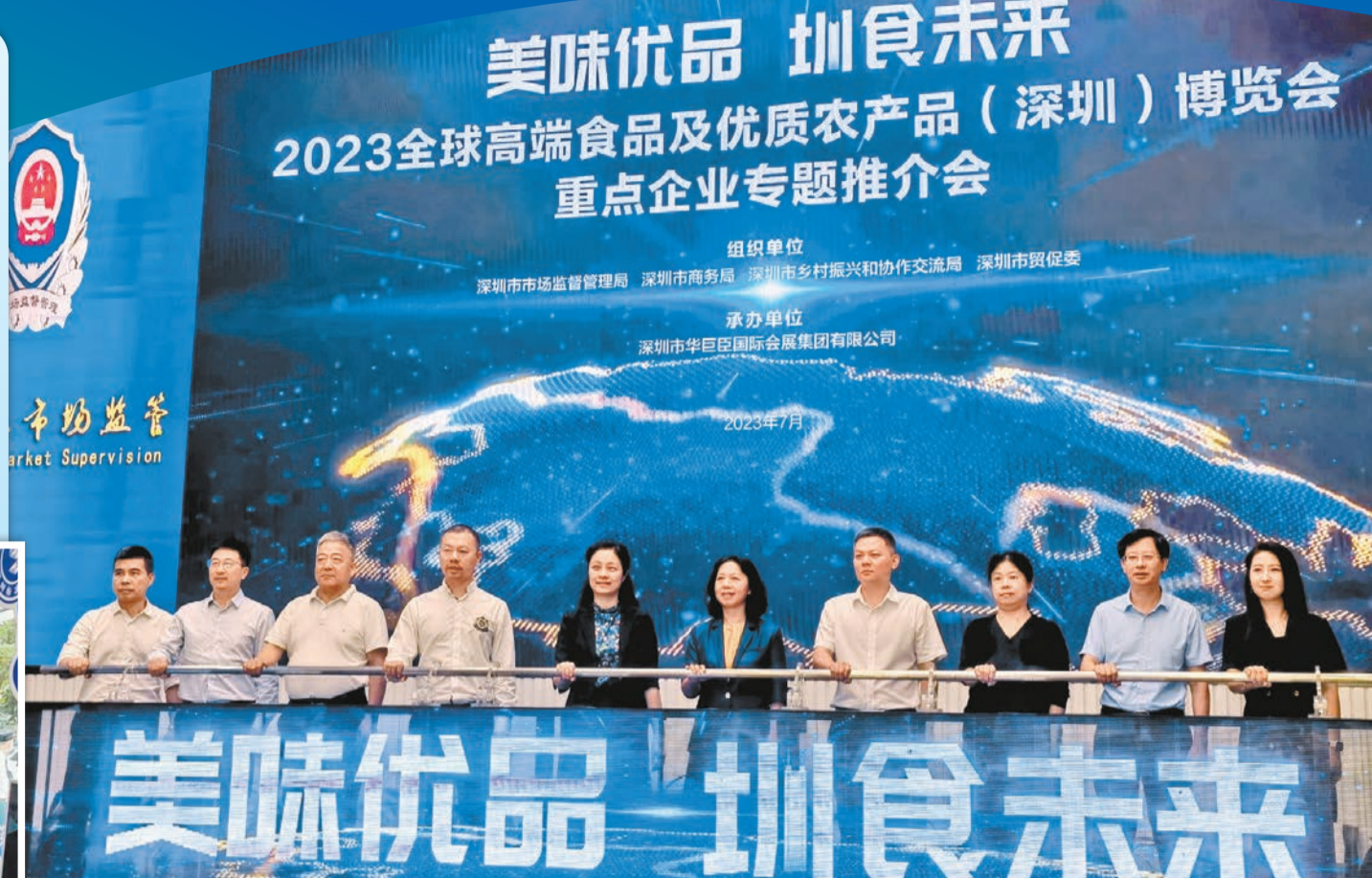
優質 安全 豐富

# 「圳品」正加快融入粵港澳大灣區市場

明者因時而變，知者隨事而制。

數據顯示，在深圳生活的人口達到2200萬人，作為超大型城市，日消耗食品達2.2萬噸，但深圳僅有基本農田5.8萬畝，因此，95%的食用農產品、85%的食品以及100%的糧食依靠外地輸入，食品安全面臨顯著的輸入性風險。為貫徹落實國家主席習近平提出的食品安全的「四個最嚴」重要指示精神，基於市民對食品安全保障以及對更高標準更高質量的食品需求，深圳市委、市政府根據2018年出台的《食品安全戰略工作方案》，打造出高標準食品城市品牌——「圳品」。

今年7月以來，港人湧入深圳尤其是福田區消費成為常態。在深圳各大商圍及不同特色餐飲店內，隨處可見港人身影。業界認為，深圳之所以引起港人赴深消費潮，正是得益於優質、安全、豐富的「圳品」及高標準更高質量的食品保障。



▲「美味优品 圳食未来」2023年全球高端食品及優質農產品(深圳)博覽會重点企业专题推介會在深圳市市場監督管理局舉辦，展會屆時將設「圳品專區」，並舉辦「圳品」專題論壇。  
◀2023年4月，國家市場監督總局領導赴深圳市市場監督管理局調研「圳品」工作。



## 1235個產品獲評「圳品」 範圍輻射全國28省538個基地

據了解，「圳品」已被列入《國家市場監督總局「十四五」認證認可檢驗檢測發展規劃》《廣東省國民經濟和社會發展第十四個五年規劃和2035年遠景目標綱要》《深圳市國民經濟和社會發展第十四個五年規劃和2035年遠景目標綱要》《深圳市第七次黨代會工作報告》等近四十項政策文件以及2022、2023年連續兩年被列入深圳市十大民生實事



「圳品」在山姆會員商店銷售。

等重點項目予以重點推進與落實。善謀者行遠，實幹者乃成。「圳品」構建了以標準體系為基礎依據，評價體系為方法手段，監督體系為保障措施的「圳品」工作三大支撐體系，正是這種嚴之又嚴的高標準高要求，牢牢守住食品安全的原則底線。

截至目前，已召開了十三次供深食品標準工作委員會「圳品」審定工作會議，共有370家企業1235個產品獲評「圳品」，基地範圍輻射全國28省137市301縣538個基地，涵蓋32大類198個品種，基本滿足市民群體的日常所需。

當批「圳品」以參展、進商超等多種活動形式舉行上市發布會，讓更多的市民群體更好地了解、認識「圳品」，有效提升了「圳品」的知名度。為更好地推動「圳品」發展，深圳市市場監督管理局早在2020年9月就推出了「圳品官」制度。在「圳品官」中，既有長期關注食品安全的人大代表、學者，也有「圳品」企業的負責人、律師和媒體人，他們共同履行「圳品」推廣大使的職責，向深圳市

民宣傳、推廣和普及「圳品」。

2022年6月，為打通「圳品」最後一公里，積極推動「圳品」預製菜及「圳品」餐廳建設工作，現今已推出146種「圳品」預製菜產品，評價出「圳品」餐廳數十家，有效地延伸了「圳品」產業後端，拓展了「圳品」產品體系。

為持續擴大「圳品」的影響力，在深圳市委、市政府的大力推動下，大力推動「圳品」進入深圳山姆、盒馬、天虹、錢大媽等主流商超，門店總數超1000家，目前部分商超端銷售額已近40億元；推動「圳品」進入全市60%農貿市場，設立「圳品」專櫃；推動「圳品」進駐全市、區百家黨群服務中心；推動「圳品」進駐圳幫扶、本來生活、廣視優品等電商平台，同時打造智慧圳品供應鏈管理服務平台、「圳品真好」平台專屬銷售平台，拓寬和延伸市場銷售渠道，讓市民群體足不出戶就能購買到心儀的「圳品」產品；推動「圳品」進入企業機關單位及校園食堂，從根本守牢食品安全底線。

## 助鄉村振興促消費幫扶 「圳品」帶動深圳對口地區脫貧致富

自「圳品」誕生以來，一直秉承「感恩改革開放，回報全國人民」的歷史責任，堅守着回饋社會、助力鄉村振興、促進消費幫扶的責任。截至目前，累計推出深圳48個對口縣112家企業229個特色產品成為「圳品」。

2023年2月5日央視一套《焦點訪談》播出《合力打通「出山路」》專題，報道深圳依託「圳品」從根本上幫扶廣西大化農戶致富。廣西大化七百弄雞獲評「圳品」後，走出山路，沿着完整的產業鏈條，走向更廣袤的市場。圍繞深圳海吉星消費幫扶中心打造

「圳品」幫扶銷售專區，助力更多深圳對口地區的「圳品」進入深圳市場，以「圳品」為紐帶，助力對口地區產業提質升級，推動企業標準化建設，帶動深圳對口地區脫貧致富，有效助力當地鄉村振興，為各地特色產品高質量貢獻「圳品」力量。

## 積極摸索市場化新道路 加快融入粵港澳大灣區新發展格局

「圳品」工作團隊為持續推動「圳品」品牌建設及影響力提升，也在積極摸索市場化的新道路。

「圳品」品牌市場化要從標準認定開始到品牌建設，要深入剖析標準研製和品牌建設的制度性開放。「圳品」的標準體系、評價體系、監督體系的三大支撐體系，提升了標準水平，完善了標準認定結構。食品 and 食用農產品從田間地頭到商超再到餐桌，依靠「圳品」標準體系保障，以「圳品」為紐帶，形成完整產業鏈，提高產品品牌效益。

粵港澳大灣區作為中國開放程度最高、經濟活力最強的區域之一，在國家發展大局中具有重要戰略地位。深圳作為粵港澳大灣區引擎城市，充分發揮粵港澳綜合優勢，深化內地與港澳合作，進一步提升粵港澳大灣區在國家經濟發展和對外開放中的支撐引領作用。

「圳品」也是積極響應深圳市委、市政府工作部署安排，加快融入粵港澳大灣區新發展格局。加快構建以國內大循環為主體、國內國際雙循環相互促進的新發展格局，迅速加入到粵港澳大灣區統一大市場建設，擴大「圳品」品牌影響力，增強市場資源聯動效應。通過「圳品」充分發揮區域性品牌優勢，加強與粵港澳大灣區、全國、國際大市場的互聯互通、規則銜接和機制對接，穩步推動「圳品」工作快速發展。

一是推進粵港澳大灣區食品安全標準體系構建，保障舌尖上的大灣區安全。自2019年2月《粵港澳大灣區發展規劃綱要》發布以來，粵港澳大灣區一直在積極研製修訂灣區共同執行標準—「灣區標準」，致力於推動檢驗認證規則對接和結果互認互信，推動檢驗檢測認證服務交流合作，以更高標準提供「灣區認證」服務。

深圳市標準院、標促會「圳品」工作團隊積極參與「灣區標準」建設，利用全球食品安全標準與技術法規動態比對數據庫資源優勢，通過比對全球38個國際組織、國家和地區的食品安全標準，以「高於國標、不低於香港規例」及「取其嚴、取其全」的原則助力「灣區標準」建設，為全面支撐「灣區標準」工作穩步運行，助力打造「灣區標準」城市品牌，以「圳品」標準的實踐經驗為「灣區標準」提供借鑒和參考，逐步探索「圳品」標準上升為「灣區標準」的路徑。為粵港澳大灣區市民提供更優質安全的食品選擇，有效增強群體的獲得感、幸福感、安全感。

二是加強粵港澳大灣區港澳與珠三角九市的交流合作，強化大灣區聯動發展。在粵港澳大灣區各地區開展「圳品」宣貫培訓活動，讓更多市民群體及企業了解「圳品」、認識「圳品」、申報「圳品」。組織開展路演等產銷對接活動、推介活動，不僅

能夠推動各地行業龍頭企業高質量發展，還能幫助更多小微食品企業拓寬市場銷路，助力打開大灣區市場，帶動行業企業提質升級，讓「圳品」的品牌影響力進一步提升，讓更多的好產品能夠進入到大灣區，輻射全國，豐富市民群體的菜籃子、米袋子、果盤子。

以「圳品」為紐帶，通過舉辦標準化培訓、搭建產業標準體系，有效推動深圳對口地區特色農產品產業基地化、標準化、品牌化發展，同時開展商貿合作，推進深圳農業龍頭企業、農業科研機構與當地政府、農民合作社等建立合作關係，打通了東西供應鏈資源和產業幫扶渠道，以跨區域聯動，促進了多方建立緊密產業聯繫。

全力打造以粵港澳大灣區食品安全標準體系構建為齒輪，以加強粵港澳大灣區港澳地區與珠三角九市聯動發展為紐帶，推動「圳品」面向灣區，打造出屬於全國的優秀區域公共品牌。

## 加快推動「圳品」國際化 暢通內外市場大循環

「圳品」在暢通國內大循環的同時，也在更好地聯通國內市場和國際市場，加快推動「圳品」國際化，為構建新發展格局提供有力支撐。

今年春節過後，深圳市場監督管理局領導率隊赴香港進行調研，香港中華廠商聯合會隨後赴深圳調研，雙方均表示應積極開展「圳品」推廣工作，希望「圳品」能夠作為香港推廣的切入口，在未來實現深港兩地標準互通，拓展交流合作，加強「圳品」在香港的市場佔有率與知名度，加速建立「圳品」推廣渠道，促進深港兩地食品交流與發展。

今年以來，英國標準協會(BSI)多次到訪深圳市標準技術研究院開展「圳品」座談，雙方就品牌標準、認定模式、監督方式等內容進行了深入探討。進一步發揮國際專業技術機構專業技術力量支撐「圳品」建設，助力「圳品」國際化發展，讓「圳品」走向全球，享譽世界。

面向未來，「圳品」工作團隊將積極推動「圳品」融入大灣區市場，依靠大灣區市場完整的市場化運作體系，形成良性循環。同時，繼續加強與BSI、SGS、TUV等知名度較高的國際化技術機構的合作，參與「圳品」工作相關環節，進一步提升「圳品」國際參與度；持續對標對表英國風箏標、美國USDA有機認證、香港優質「正」印認證等國際先進品牌，對「圳品」現有模式與機制優化完善，逐步探索「圳品」市場化路徑；加強與國際知名認證品牌的交流，探索品牌間互認、雙貼標等合作的可行性；大力有序推動香港、澳門乃至國外特別是「一帶一路」沿線國家優質產品成為「圳品」，開展國際海域遠洋漁業「圳品」評價工作，提升「圳品」國際影響力；助推現有「圳品」組團出海，參與國際展會，加強海外宣傳推介，讓「圳品」享譽全球。

業界權威表示，「圳品」市場非常廣闊，前景看好。



深圳老字號餐飲品牌金稻園加入「圳品」餐廳，影響力和銷售額均得到提升。