

# 标准引领 匠心筑品

广东省深圳市市场监督管理局以“圳品”书写食品安全与高质量发展新篇章

“

作为改革开放的前沿阵地,深圳始终以敢为人先的精神探索民生保障与产业升级的新路径。在食品安全领域,深圳市市场监督管理局通过系统性构建“圳品”体系,打造高标准城市食品品牌,将一项民生工程升级为推动高质量发展的重要抓手。从2018年启动供深食品标准体系建设,到2025年“圳品”覆盖全国29个省市区、累计评价产品超2100个,深圳市市场监督管理局以“标准筑基、协同拓面、战略赋能”的三步走策略,为深圳市民筑牢了“舌尖上的安全”防线,更以标准化、品牌化实践为粤港澳大湾区建设和国家食品安全战略贡献了可复制、可推广的“深圳方案”。



农业农村部原党组书记、部长(现任中国乡村发展协会会长)韩长赋(前排右二)在深圳食博会“圳品”专区观看展出的“圳品”

□ 汤君森

作为改革开放的前沿阵地,广东省深圳市始终以敢为人先的精神探索民生保障与产业升级的新路径。在食品安全领域,深圳市市场监督管理局(以下简称“深圳市场监管局”)通过系统性构建“圳品”体系,打造高标准城市食品品牌,将一项民生工程升级为推动高质量发展的重要抓手。从2018年启动供深食品标准体系建设,到2025年“圳品”覆盖全国29个省市区、累计评价产品超2100个,深圳市场监管局以“标准筑基、协同拓面、战略赋能”的三步走策略,为深圳市民筑牢了“舌尖上的安全”防线,更以标

与传统食品标准侧重“安全底线”不同,“圳品”标准体系遵循“系统性、先进性、科学性、开放性”原则,实现了三大突破:一是覆盖范围全链条,从农田土壤、水质监测到生产加工、仓储物流,再到终端销售,每个环节都有明确标准。例如,对生鲜农产品的冷链运输,不仅规定温度波动范围( $\pm 2^{\circ}\text{C}$ ),更要求全程GPS定位与温湿度实时上传,确保“从枝头到舌头”的新鲜度;二是指标要求超国标,以蔬菜农残为例,国家标准检测58项,“圳品”标准则增至130项,覆盖欧盟、日本等主要贸易伙伴的要求;三是动态更新机制活,每年根据国际标准修订、消费需求变化及技术进步,对标准进行迭代升级。

品”工作团队为推进第三批“圳品”面市,深入广西6个市县、12个基地实地考察,仅对某柑橘基地的土壤检测就涉及41项指标,最终推动广西优质农产品首次以“圳品”身份进入深圳市场。2023年,累计评价通过“圳品”认证产品1603个,2024年更是突破至2166个,辐射全国29省的163市432县921个基地。

在监管环节,深圳市场监管局建立“双随机、一公开”监督检查制度,每年对获证“圳品”开展全覆盖抽检。2023年开展600个“圳品”监督检查,发现问题产品13个,均要求企业限期整改;2024年8月,首次对49个不符合标准的产品启动退出机制,包括3家企业的蔬菜、5家企业的禽蛋,通过官网公示、回收标识等措施,坚决清除“不合格者”。

数字化赋能的溯源体系,让消费者“看得见、信得过”。如何让消费者直观感受“圳品”的品质优势?深圳市场监管局的答案是“透明化”。该局推动每款“圳品”配备专属二维码,实现“一品一码、全程可溯”。消费者扫码即可查看三大类信息:一是源头信息,包括种植、养殖基地的位置、环境检测报告、投入品使用记录;二是加工信息,涵盖生产企业资质、加工工艺流程、质量控制记录;三是流通信息,如运输冷链数据、仓储条件、终端销售渠道。

这套溯源系统背后,是深圳市场监管局搭建的“圳品”大数据平台,实时汇聚从基地到餐桌的全链条数据。以广西大化“七百弄鸡”为例,消费者扫码不仅能看到鸡苗来源、养殖周期,还能查看每日饲料配方、免疫记录,甚至通过视频链接查看养殖基地的实时画面。“以前买鸡看毛色,现在扫个码就知道鸡吃什么长大,心里踏实多了。”深圳市民李女士的感受,道出了“圳品”溯源体系的核心价值——以透明化建立消费信任。

**协同发力:打通产销链路,以“圳品”激活区域发展动能**

深圳市场监管局深知,“圳品”的价值不仅在于保障安全,更在于通过品牌效应带动产业升级、促进区域协作。为此,该局跳出“就监管抓监管”的思维,以“圳品”为纽带,构建了“政府引导、市场运作、社会参与”的协同机制,推动“圳品”从实验室走向大市场,从城市品牌升级为区域发展引擎。

搭建产销对接平台,让“圳品”走进千家万户。“酒香也怕巷子深”。为解决“圳品”从认证到销售的“最后一公里”问题,深圳市场监管局多措并举拓宽流通渠道,让优质“圳品”触手可及。

深圳市场监管局联合天虹、华润万家、沃尔玛等11家主连锁商超,设立“圳品”专区,截至2024年,覆盖门店超1000家;在社区层面,推动开设“圳品超市”32家,通过“厂家直采+源头直供”模式,减少中间环节,让利于民。

同时,深圳市场监管局推动打造“圳品真好”和“智慧圳品供应链服务平台”两大“圳品”专属销售平台。2022年2月,圳品市场运营科技有限公司正式成立,公司打造的“智慧圳品供应链服务平台”于2023年3月上线试运营,是专门运营“圳品”的撮合性交易型平台,上架产品超百款。2022年9月,“圳品真好”平台正式上线,通过网站、小程序及App的全网覆盖,为餐饮业及广大消费者提供“圳品”政策宣传、信息咨询、申报指导、专项培训、品牌推广以及线上交易等一站式综合服务。截至2024年底,“圳品”在“智慧圳品供应链服务平台”“圳品真好”等平台销售额超20亿元。

第109届全国糖酒商品交易会“圳品”专区,有140款“圳品”亮相。2023年、2024年两届深圳食博会“圳品”交易额超65亿元。

深化对口帮扶,以“圳品”为桥,连接城市与乡村。作为深圳对口帮扶的创新抓手,“圳品”被深圳市场监管局赋予“造血式帮扶”的使命。该局通过“技术帮扶+产业帮扶+消费帮扶”三措并举,让“圳品”成为带动对口地区产业升级、农民增收的“金钥匙”。

在技术帮扶方面,深圳市场监管局组建“圳品”专家服务团,深入对口地区开展标准宣贯、技术培训。累计面向广西、贵州、江西、云南、黑龙江等地开展培训超300场,产业调研近100场,受益企业超2000家。广西马山县的柑橘种植合作社曾因不懂标准化种植,果子甜度不足、农药残留超标。深圳市场监管局邀请华南农业大学专家驻点指导,从品种改良到施肥

方案全程把关,最终推动其产品通过“圳品”认证,售价从每斤3元提升至8元。

在产业帮扶方面,深圳市场监管局引导深圳农业龙头企业到对口地区投资建厂,共建“圳品”原料基地。例如,深圳某农产品集团在广西隆安县投资2亿元建设蛋鸡养殖基地,按照“圳品”标准打造智能化鸡舍,实现饲料配方、环境控制、疫病防控全流程标准化,年产鸡蛋2000万枚,带动5000余名脱贫群众通过土地流转、务工等方式增收,人均年增收超4000元。

在消费帮扶方面,深圳市场监管局推动对口地区“圳品”优先进入深圳商超、农贸市场及机关单位采购清单。《深圳市2025年乡村振兴和协作交流工作要点》明确提出“支持消费帮扶产品评定圳品40个以上”。截至目前,累计评定421个来自深圳对口地区的优质产品成为“圳品”,覆盖6省73县,2024年销售额达28亿元,较2019年增长近10倍。广西大化“七百弄鸡”的蜕变堪称典范:通过“圳品”认证后,从“养在深山无人识”到年销售120万只,带动瑶族群众户均年增收2.3万元,其故事被央视《焦点访谈》专题报道,成为东西部区域协作的标杆案例。

**战略赋能:从城市品牌到国家样本,彰显“圳品”时代价值**

深圳市场监管局推动的“圳品”工作,早已超越单一城市的食品安全范畴,成为服务国家战略的重要载体,为粤港澳大湾区建设和国家食品安全治理提供了宝贵经验,相关经验做法得到中办、国办通报表扬,列入国家发展改革委、国家乡村振兴局典型案例向全国推广。

助力大湾区食品产业协同发展,打造“标准共同体”。粤港澳大湾区建设的核心是“协同”,而“标准互通”是

协同发展的基础。深圳市场监管局以“圳品”标准为纽带,推动大湾区食品产业形成“统一标准、互认互通、优势互补”的发展格局。

在区域标准对接方面,深圳市场监管局与香港食物环境卫生署、澳门市政署建立“供深食品标准与港澳标准比对研究”机制,梳理差异项327项,推动12类“圳品”标准与港澳标准互认。例如,“圳品”猪肉的兽药残留标准参考香港《食物内有害物质规例》,实现与香港市场无缝对接,2024年供港“圳品”猪肉达1.2万吨,占深圳供港猪肉总量的35%。

在产业协同方面,“圳品”带动大湾区形成“深圳研发标准+珠三角加工+粤东西北及周边地区种植养殖”的产业链布局。广东清远某家禽企业负责人介绍:“我们按照‘圳品’标准建设养殖基地,在佛山屠宰加工,最终通过深圳商超进入大湾区各地,产业链条拉长后,利润率提高了12个百分点。”数据显示,大湾区内“圳品”相关产业链产值已突破500亿元,带动就业超10万人。

深圳市场监管局还联合大湾区城市开展“圳品”推广活动,2024年在广州、东莞、珠海等地举办“圳品进湾区”专场推介会,推动136个“圳品”进入当地市场,销售额达4.3亿元。

为国家食品安全战略提供实践样本——从“深圳经验”到“全国示范”。“圳品”的成功实践,是国家食品安全战略在地方的生动落地。深圳市场监管局通过三大创新,为全国食品安全治理提供了“深圳方案”:

一是构建“三位一体”支撑体系,即标准体系、评价体系、监督体系相互衔接,形成“源头可溯、过程可控、风险可防、责任可究”的全链条治理模式。这种模式被纳入《国家食品安全治理体系“十四五”规划》,作为“地方特色食品监管创新”案例推广。

二是创新“双轮驱动”标准模式,即“地方标准+团体标准”协同推进。深圳市场监管局牵头制定《“圳品”评价通用要求》系列地方标准,填补国内城市食品品牌评价的标准空白;同时引导行业协会制定团体标准,兼顾产业灵活性。这种模式既确保了标准的权威性,又适应了不同品类的个性化需求,被国家标准化管理委员会列为“标准化改革创新案例”。

三是探索“三个结合”帮扶机制,即技术帮扶、产业帮扶、消费帮扶有机结合,将食品安全与乡村振兴深度融合。国家乡村振兴局在推广“圳品”经验时指出,这种机制“实现了从‘输血’到‘造血’的转变,为巩固拓展脱贫攻坚成果提供了可持续路径”。

引领高质量发展与消费升级——从“吃得安全”到“吃得优质”。“人民对美好生活的向往,就是我们的奋斗目标。”深圳市场监管局将“圳品”建设作为践行这一理念的重要抓手,推动深圳市民从“吃得安全”向“吃得优质”“吃得健康”跨越。

在民生保障方面,“圳品”连续4年(2022年~2025年)入选深圳市十大民生实事。2023年“强化食品药品安全监管”项目将“圳品”标准制修订、评价、监督列为首条任务,体现了政府对民生需求的精准回应。

如今,“圳品”与“深圳蓝”“深圳绿”共同成为深圳市民引以为傲的城市标签。92%的深圳市民表示“看到‘圳品’标签会更放心购买”。

从2020年广西南宁“粤桂相连,圳品相牵”发布仪式登上央视《新闻天下》,到2023年“七百弄鸡”亮相《焦点访谈》,再到2024年“圳品”餐厅被央视《晚间新闻》点赞,“圳品”五次获央视聚焦的背后,是深圳市场监管局以“功成不必在我”的定力和“功成必定有我”的担当,久久为功推动品牌成长的执着。

站在新的历史起点,“圳品”已不仅是一个城市品牌,更是深圳“敢闯敢试、敢为人先、埋头苦干”精神的生动写照。在深圳市场监管局的推动下,“圳品”必将以更深厚的内涵,成为更闪亮的名片,为保障人民群众“舌尖上的安全”、服务国家战略作出新的更大贡献,书写新时代高质量发展的精彩篇章。

(本版图片由深圳市市场监督管理局提供)



汕头市潮南区龙田镇政府在潮南“圳品”展示中心向深圳市市场监督管理局赠锦旗

准化、品牌化实践为粤港澳大湾区建设和国家食品安全战略贡献了可复制、可推广的“深圳方案”。

**标准筑基:构建全链条质量管控体系,筑牢“圳品”核心竞争力**

深圳市场监管局深刻认识到,只有打造最严谨的食品安全标准体系,“吃得放心”问题才能有章可依。自“圳品”工作启动以来,该局以“四个最严”(最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责)要求为根本遵循,锚定“全国领先、国际一流”目标,牵头构建了覆盖从农田到餐桌的全链条标准体系,牢牢守护“圳品”质量生命线。

对标国际的标准体系设计——从“底线思维”到“标杆引领”。2018年,深圳印发《深圳市实施食品安全战略建立供深食品标准体系打造市民满意的食品安全城市工作方案(2018—2020年)》,首次明确提出“供深食品标准体系”建设目标。深圳市场监管局作为牵头单位,迅速组建由政府部门、科研机构、行业协会、企业代表等多方参与的供深食品标准工作委员会,系统开展标准研制。

2023年制修订“圳品”标准151项,超额完成年度任务。目前,累计发布标准达842项,其中地方标准3项,团体标准839项,涵盖32大类279个品种。

这种“对标国际、高于国标”的标准设计,让“圳品”从诞生之初就具备“优等生”特质。广东潮南番石榴种植户林伯对此深有体会:“以前种番石榴只知道不打禁药,‘圳品’来了之后,连土壤pH值、灌溉水的重金属含量都要检测,光施肥就有5套标准流程。虽然麻烦,但果子甜度提高了3个百分点,收购价翻了一倍。”

全生命周期的评价监管机制——从“准入从严”到“退出从严”。标准的生命力在于执行。为确保“圳品”标准不论为“纸上条文”,深圳市场监管局构建了一套“评价—监管—退出”全生命周期管理机制,以“铁腕”手段守护品牌公信力。

在评价环节,深圳市场监管局围绕质量检测、环境监测、企业体系管理、产品溯源、基地规模五大核心维度,组建由第三方机构、技术专家、行业代表组成的评审组,实施“企业自查+现场核查+抽样检测+专家评审+社会公示”的严格流程。2020年,“圳



2021年,“圳品”在家乐福(深圳中心城店)上架销售。