



013

2014/03

德国纽伦堡国际有机食品博览会  
(BioFach) 专刊

# 正谷有机简报

正谷有机农业技术中心发行

总第013期 北京 | 天津 | 上海 | 杭州 | 广州 | 深圳

 Organic  
and  
Beyond



# Contents

## 目录

- 02 张向东在德国纽伦堡拜会国际有机农业运动联盟主席
- 04 2014世界有机农业概况与趋势预测发布，  
正谷获得中文版版权
- 08 正谷举办2014 BioFach专场报告会并参与大会专题论坛
- 10 正谷参与BioFach World论坛并作大会演讲
- 12 Organic 3.0时代即将到来！
- 14 BioFach展会参观随感
- 20 BioFach展会简介





## 张向东在德国纽伦堡 拜会国际有机农业运动联盟主席

2014年2月12-15日，第二十五届国际有机食品博览会在德国纽伦堡举办。2月13日下午，正谷农业张向东董事长拜会了国际有机农业运动联盟(IFOAM)主席Andre Leu，双方就世界有机农业的发展趋势交换了意见，并一致认为中国的有机食品市场困难与机遇并存、前景乐观，将会有越来越多的中国消费者开始重视有机农业对促进生态友好、社会公平和食品安全的作用。Andre Leu回忆了去年在中国访问正谷给他留下的深刻印象，张向东对Andre Leu等对正谷的支持和帮助表示感谢！



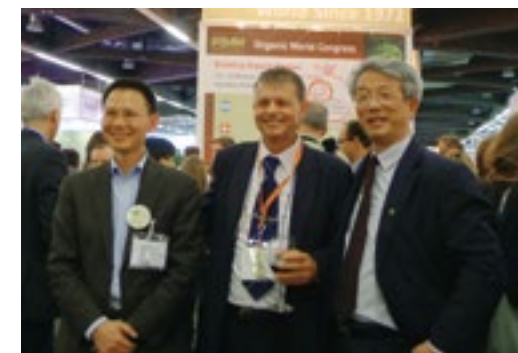
正谷团队参加德国纽伦堡国际有机食品博览会

作为全世界规模最大、最集中的有机产品展览和贸易盛会，本届博览会汇聚了全球有机食品、有机化妆品、有机纺织品等各领域的新产品、新技术、新设备和流行趋势与创意，吸引了来自134个国家或地区2272家参展商和4.2万名观众。欧盟国家的参展企业仍然占大多数，其中，德国本土参展商近700家，其次分别为意大利、法国、西班牙、荷兰等国。中国参展企业35家，从参展商规模上看，中国是仅次于美国的非欧盟国家。

2月13日上午，正谷专场报告会在展览中心慕尼黑黑厅举行，海外基地部缪钰晶、有机农业技术中心赵惠娟、上海分公司徐开峰等同事为现场嘉宾详细介绍了中国的有机产品认证制度与监管政策、有机标识使用和认证机构、中国有机消费市场状况、正谷的产品标准和技术团队、正谷的市场实践和全球优势产品策略等内容。现场嘉宾就如何将海外有机食品进入中国市场等问题进行了提问。正谷表示正在积极推动国际有机行业交流、贸易合作，努力将更多符合正谷标准和质量控制体系要求，同时满足环境友好、生态多元、公平贸易理念的全球优质食品提供给中国消费者。目前已在丹麦、希腊、法国、澳洲等国开发了符合正谷标准的有机农场，将丹麦羊奶奶酪、丹麦猪肉、希腊橄榄油、法国红酒、澳洲有机牛肉和牛奶、阿拉斯加海鲜等产品引入国内市场。2月13日下午，正谷作为中国领先的

有机食品公司之一，应主办方邀请作为中国代表成员出席圆桌讨论会。

今年是正谷团队第四次参加德国纽伦堡国际有机食品博览会。展会期间，张向东及正谷海外基地部缪钰晶、有机农业技术中心赵惠娟、食品研究中心王卉、产品与基地部代明亮、销售部李敏、总裁办王静、于瑶和正谷上海分公司徐开峰与世界各地的有机认证机构、技术研究机构、行业组织、参展商和行业人士广泛交流，并参加了以有机食品市场、有机农业的未来挑战、可持续发展、公平贸易等为主题的多场研讨会。



张向东董事长与IFOAM主席Andre Leu、IFOAM Asia副主席周泽江老师合影

## 2014世界有机农业概况与趋势预测发布，正谷获得中文版版权



2014世界有机农业概况与趋势预测发布会现场

世界著名的有机产业咨询机构“有机农业研究所”（FiBL）和全球有机运动的中心“世界有机农业运动联盟”（IFOAM）于2月12日下午在伊斯坦布尔厅共同举办了2014世界有机农业概况与趋势预测发布会。IFOAM执行理事Markus Arbenz为大会主持，瑞士国家经济事务秘书处（SECO）Barbar Jäggin女士、FiBL的Helga Willer女士、Beate Huber女士、“有机观察”（Organic Monitor）的董事长Amarjit Sohata相继发表演讲，论述世界有机农业趋势、发布有机农业数据等。

2012年全球有机食品销售额为638亿美元，有机农业用地约有3750万公顷。中国有机产品出口额为2.33亿美元，居世界第八位。北美洲有机产品营业额为320亿美元，占当地市场份额3-4%；欧洲为290亿美元，占当地市场份额2-3%；亚洲为14亿美元，占当地市场份额不到1%。现场专家提出，中国的有机市场数据获取存在一定困难，作为世界第二大的经济体，中国有机产品的销售额不会低于50亿美元，且发展迅速、潜力巨大。

正谷有机农业技术中心连续两年翻译和整理了2012和2013世界有机农业概况与趋势预测中文摘要版，对于中国有机行业更好地了解世界有机农业发展趋势起到积极作用，FiBL感谢正谷对最新有机行业信息传播和推动有机产业发展做出的努力，并将中文摘要版放到FiBL官网，以供更多有机农业爱好者获取，网址为<http://www.organic-world.net/2637.html>。



会谈中，正谷获得2014年世界有机农业概况与趋势预测中文版版权授权，预计中文版将于今年4月完成并分享给国内有机行业同仁。



## 2014世界有机农业概况与趋势预测发布，正谷获得中文版版权

### 2014年世界有机农业概况

有机农业研究所（FiBL）和国际有机农业运动联盟（IFOAM）对世界范围内164个国家（2011年为162个国家）的有机农业数据进行了调查统计，并于2014年发布了截至2012年年底的统计结果。

截至2012年年底，全球以有机方式管理的农业用地面积为3750万公顷（包括处于转换期的土地）。有机农业用地面积最大的两个洲分别是大洋洲（1220万公顷，占世界有机农业用地的32%）和欧洲（1120万公顷，30%），接下来是拉丁美洲（680万公顷，18%），亚洲（320万公顷，9%），北美洲（300万公顷，8%）和非洲（110万公顷，3%）。有机农业用地面积最大的三个国家分别是澳大利亚（1200万公顷）、阿根廷（360万公顷）和美国（220万公顷）。

调查所覆盖的国家中，有机农业用地面积占总农业用地的0.9%。从地域上看，有机农业用地所占比例最高的两个洲分别是大洋洲（2.9%）和欧洲（2.3%）。欧盟5.6%的农业用地为有机农业用地。部分国家有机农业用地的比例更高，超过10%的国家有10个，前三个国家或地区分别是是福克兰群岛（36.3%），列支敦士登（29.6%）和奥地利（19.7%）。

相较于2011年，全球有机农业用地增长了0.5%（20万公顷）。非洲和欧洲的有机农业用地面积都有所增加，欧洲增幅为6%（60万公顷）。亚洲2012年有机农业用地大幅下降，根据上报的数据，减少了约47万公顷。拉丁美洲的有机农业用地也下降了，主要是由阿根廷的有机草地/牧区面积减少引起的。

除了有机农业用地以外，还有其它形式的有机认证的土地，大部分区域为野生采集，另外还有水产养殖、森林和非农业用地养殖。这些用地的总面积为3100万公顷。总体而言，全球约有6900万公顷有机土地。

2012年，全球有机生产者有190万（2011年180万）。其中，36%的有机生产者分布于亚洲，人数最多，其次是非洲（30%）和欧洲（17%）。拥有最多有机生产者的国家分别为印度（600000人）、乌干达（189610人）和墨西哥（169707人）。大约三分之一的有机农业用地（1080万公顷）和超过80%（约160万）的有机生产者分布于发展中国家和新兴市场。

在以有机方式管理的3750万公顷农业用地中，约90%的有机农业用地用途明确。但是一些有着可观有机农业用地面积的国家，如澳大利亚、巴西和印度，缺少或没有农地用途信息。在用途明确的有机农业用地中，有机草地/牧区约占2/3（2250万公顷）；一年生作物占20%（至少750万公顷，比2011年的630万公顷约增加了3%），其中水稻310万公顷、青饲料230万公顷、油料作物60万公顷、蛋白质作物30万公顷和蔬菜20万公顷。

多年生作物约占有机农业用地的7%，面积增长到了320万公顷，与上一年相较增长了10%，而这个比例在前几年都是与前一年持平。最重要的多年生作物是咖啡，面积约70万公顷，几乎占多年生作物有机农业用地的1/4。接下来是橄榄（60万公顷）、坚果与葡萄（各约30万公顷）以及可可（21万公顷）。

野生采集区域（包括蜜蜂养殖）绝大部分集中在欧洲（约35%）和非洲（32%）。野生作物收获细节不详，野生浆果、药用植物和芳香植物是其中最重要的植物。

### 全球有机市场

国际有机产品的销售以良好态势持续发展。“有机观察”（Organic Monitor）的最新调查统计结果显示，2012年有机食品（含饮料）的销售额达到640亿美元，在接下来的若干年该数据仍会被继续刷新。该数据与2011年的630亿美元相比增幅较小的原因是欧元对美元的汇率变化及北美有机农产品市场数据的变更。有机产品的需求主要集中在北美洲和欧洲。

2012年，全球最大的有机产品市场依然是美国（226.00亿欧元）、德国（70.40亿欧元）和法国（40.04亿欧元）。根据FiBL和IFOAM的调查，美国位居首位，所占份额约为44%，欧盟紧随其后，约占41%。全球有机食品人均消费最高的三个国家依然是瑞士（189.1欧元）、丹麦（158.6欧元）和卢森堡（143.0欧元）。市场份额最高的国家为丹麦、瑞士和奥地利。

来源：FiBL和IFOAM；全球市场数据来自“有机观察”（Organic Monitor）

## 正谷举办2014 BioFach专场报告会 并参与大会专题论坛

2月13日上午，正谷专场报告会在BioFach展览中心慕尼黑厅举行。会议由海外基地部缪钰晶主持。

有机农业技术中心赵惠娟就中国的有机产品认证制度与监管政策、有机标识使用和认证机构、正谷技术团队等情况向大家进行了详细的介绍；上海分公司徐开峰以正谷与WWF、认监委一起开展的消费者调查开场，介绍了中国有机消费市场状况、正谷的市场策略、产品推广形式及正谷有机农业基金宗旨与基金活动等情况；海外基地部缪钰晶为现场嘉宾详细介绍了海外有机食品进入中国途径和正谷全球优势产品策略等内容。

现场嘉宾对中国有机认证具体实施方法、中国消费者调查问卷、正谷有机食品市场策略、如何将海外有机食品进入中国市场等问题进行了提问。针对嘉宾们提出的问题，三位演讲者进行了详细的解答。正谷表示正在积极推动国际有机行业交流、贸易合作，努力将更多符合正谷标准和质量控制体系要求，同时满足环境友好、生态多元、公平贸易理念的全球优质食品提供给中国消费者。

2014年2月13日下午由纽伦堡展会组委会组织的“中国有机市场和法规”专题论坛上，色瑞斯德

国总经理Bernhard Schulz博士作为论坛的主题发言人进行了综述演讲，Schulz博士重点讲述了中国有机标准及条款的变化，有机防伪追溯码的使用及有机产品进口政策等。Organic Services的Udo Censkowsky讲述了中国的有机市场的地位及发展趋势，包括出口市场份额、国内市场份额、消费者消费行为、市场销售渠道、供需及风险等。

正谷公司海外基地部缪钰晶作为公司代表参与了圆桌峰会并回答了听众关于中国有机市场及产品进口的问题。关于国外有机产品进口，目前中国有机标准还未与任何国外有机标准进行互认，如国外有机产品欲进入中国，需藉由中国有机认证机构按中国有机标准——《有机产品》GB/T19630-2011进行现场检查和认证。

正谷有机产品专场报告会及BioFach专题论坛得到了参与者及组织方的肯定，对于让世界了解正谷及中国的有机发展和推动中国有机产业国际合作起到积极作用。



## 正谷参与BioFach World论坛 并作大会演讲



海外基地部缪钰晶介绍中国有机市场和正谷全球优势产品策略

2月14日上午，正谷作为中国领先的有机食品公司之一，应纽伦堡会展中心邀请作为中国代表成员出席BioFach World讨论会。

除了德国，BioFach在美国、巴西、印度、日本、中国等国家设有子展。世界有机市场繁荣发展，同样也表现在设有BioFach子展的几个国家。BioFach有机展每年聚集约3500家参展商和约10万观众参加。每个有机市场都是独一无二的，来自美国、巴西、印度、日本和中国的代表就会议议题进行了专题讨论。

来自巴西OrganicsBrazil的Ming Chao Liu介绍了拉丁美洲的有机农业用地、巴西的有机产品种类、认证机构、有机市场数据、零售渠道和主要的零售商、食品消费趋势、消费者的消费行为等。

来自美国Hauke Consulting LLC的Stefan Hauke介绍了美国有机市场的趋势和新闻，Adam Andersen 就“美国有机消费趋势和市场展望”的题目进行了演讲。美国是世界上最大的有机市场，有机销售额一直处于增长状态，2009年的有机销售额为266亿美元，2010年为288亿美元，2011年的最新数据为315亿美元。Whole Foods 和 Trader Joe's 主导自然零售渠道，前者有350家门店，后者有400家之多。

日本Space Media的CEO Toshifumi Ayukawa介绍了日本的有机市场，关于打造有机奥运村的建议方案已经提出：2020年东京奥运会时打造有机奥运村，有机食品占到100%，有机纺织品占到100%，有机个人护理品达到75%，FSC木制品达到50%。

来自印度的Manoj K. Menon先生是*Organic Food Marketing in Urban Centres of India*的作者，讲述了这本书的梗概，包括印度有机行业情况、有机食品零售渠道、有机市场遇到的挑战和成功案例等。

正谷海外基地部缪钰晶从企业角度讲述了中国有机市场、消费者调查、有机产品认证制度与监管政策、正谷参与认监委有机农业项目、正谷有机农业基金与UNPE、WWF等机构一起推广可持续消费与生产等。自然生活倡导者张映辉老师从自身的角度，阐释了自然生活的益处。

通过来自美国、巴西、日本、印度和中国各代表的演讲，听众们从企业的角度了解了各国有机农业的情况。各国有机农业的发展势头强劲，在世界有机农业的发展中地位举足轻重。



## Organic 3.0时代即将到来!

2014的主题被定位为Organic 3.0。未来有机农业和有机食品贸易将会怎样发展？有机食品行业将会走向哪个方向？BioFach博览会上国际有机农业运动联盟（IFOAM）执行理事马库斯·阿本兹（Markus Arbenz）做了Organic 3.0的主题演讲，2014年也注定成为有机发展关键的一年。

过去十年，有机产品和消费以良好态势持续发展。但有关数据显示有机产品的市场份额仍然很小。有机行业立志于以自己的方式为全球气候和社会变迁做出贡献，并改变农业工业化的现有模式，这个抱负的实现需要一个全新的策略来推动，那就是Organic 3.0。

在Organic 1.0时代，来自不同行业背景的有机先驱们（例如艾伯特·霍华德，鲁道夫·斯坦纳，汉斯&玛丽亚缪勒夫妇，杰罗姆·罗代尔，伊芙·巴尔弗，雷切尔·卡森，福冈正信，安娜·普里玛西，巴斯卡·萨夫）为有机农业奠定了坚实的基础；Organic 2.0则见证了十年以来，发展到现如今我们所见到的有机农业历程。Organic 2.0 着眼于推动行业发展的措施、有机产品的营销、由私人 and 政府制订的有机标准及分类。现在全世界共有164个国家拥有获得认证的有机农业。科技进步和农民知识储备的更新反过来也推动了农业实践的发展。有机产业的发展促使众多分散化的独立运营机构先后涌现。

有机农业作为实现可持续发展农业的战略措施具有巨大的发展潜力。但要充分发掘这些潜力需要我们迈向Organic 3.0，也需要我们在社会、政界和经济中寻找一个强大的立足点。着眼于Organic 3.0的发展前景，我们的首要任务是分析

瞬息万变的世界形势。有机生产者、贸易商和加工者必须联合起来为有机农业的未来发展打下坚实的理论基础。

支持可持续发展的有机农业理论使在不牺牲产品质量的前提下发展有机农业成为可能，同时也提高了消费者对有机体系的信任度。IFOAM连同BioFach及德国有机运动联盟提出，发展Organic 3.0首先要解决三个核心问题：资源、影响力和透明度。

### 资源

Organic 1.0和2.0基本上为我们解答了如何用有限的资源来满足人类需求的问题。但现在我们需要新的推动力去迎接新的挑战。作为食品问题的利益相关者我们也应该问问自己关于资源效率和饮食习惯的根本性问题。我们尤其关心从事农耕的家庭如何获得土地（关键词“争夺土地”）、水源、种子（关键词“取得专利”、“侵犯农民权利”）、知识、资本和收入。

这些先决要素对农民的持续良性发展都是同等重要的，只有农民发展好了，我们才能保证有机农业价值链所需要的东西都能得到满足，并减小整个价值链在这个日渐复杂的世界存在的风险。

### 影响力

通过详细叙述有机种植的各个独立过程以保障其正常运转的方式主导了Organic 2.0。通过有机认证，有机产业在消费者中建立了信任 and 安全感，在Organic 3.0中也仍会继续推行这种方式。但在未来，我们希望Organic 3.0更多地体现我们行动的整体影响力。

有机农业寻求可再生的自然资源、健全的经济结构、公平的社会形态、丰富的习俗传统和高效的业务模式。整体论、系统整合和人（尤其是处于弱势地位的农村人口）是Organic 3.0重点讨论的问题。我们支持家庭农场的可持续发展，立志于解决全球最棘手的问题，尤其是贫穷、饥饿、生物多样性的破坏和气候变化等问题。

这些年我们硕果累累，关于有机农业对生态和社会产生的影响的案例非常丰富。然而，要构建一个可持续发展的农业和食品体系，我们还有很长的路要走。如果我们要发挥更大的影响力，那我们必须跨出至关重要的一步，这就是我们积极强调有机农业有潜力为全球提供各种问题的解决方案的原因。我们正在寻找新的灵感和合作伙伴，我们希望这些伙伴能够拥有与我们一致的理想目标，并以不同的出发点参与到我们的行动中来。这包括为广大家庭提供有机食品但没有获得有机认证的生产者，地方性贸易担保体系以及城镇农业或水产业。这些合作伙伴都能够促进有机农业主流化，并帮助有机农业提升在社会中的影响力。我们有志于推动更多支持可持续性发展的生产实践，如食品、纺织品、化妆品及更广阔的范围（如能源、木材、天然药石等）。

### 透明度

我们计划在全社会进一步发展有机农业，并向人们重新诠释有机农业。同时，我们想郑重说明，有机农业和将普通产品粉饰成环保产品的做法是截然不同的。新媒体，新顾客，利益分配和社会发展趋势都在改变整个市场。未来，社会将涌现一大批小型或微型的市场，在这里，得益于新媒体的发展，生产者和消费者将有机会齐聚一堂。产品质量

和属性将变得更加个性化。透明度不只体现在有机认证这一环节，直接的信息交流也要求公开透明。透明度会通过新的分析方法来实现，终端产品也将得到监督。让人们信任有机体系不仅需要我们对这个产业进行全面的阐述，也需要建立透明的生产链，建立价格体系、正负外部效应及有机农业体系的公平性也都在我们的计划之中。

### 2014年——Organic 3.0的关键年

世界范围内，有机农业用地所占比例仍然很少，不到1%。但是，也有一些值得我们提起的成绩：如奥地利的有机农业用地达到20%，一些喜马拉雅周边国家已制定了100%有机的政策，多米尼加共和国出口的可可豆大部分是有机的，在瑞士蛋类和新鲜面包市场上有机占有了20%份额。在一些国家中，超过80%的婴儿食品是有机的。这些例子已超过Organic 2.0的平均水平，表明我们还有很大的发展空间。面对环境和社会的挑战，有机农业可以成为可行的解决方案。

这是Organic 3.0的时代。行业领先的纽伦堡BioFach博览会组织对Organic 3.0进行讨论，在圣保罗、上海、东京、巴尔的摩和班加罗尔举办的BioFach将会进行更加深入的讨论。第18届IFOAM全球有机会议（OWC）和2014年10月在土耳其伊斯坦布尔举办的的IFOAM会员大会将会集中这些新的思想并突出在不同地域讨论的结果。

Organic 3.0的未来将会越来越清晰，期待你的加入！

译自 *The World of Organic Agriculture: Statistics & Emerging Trends 2014*



## BioFach展会参观随感

本届展会吸引了约4.2万名观众前来，就让正谷参展团的团员们和大家一起分享纽伦堡的新鲜见闻和参展心得吧。



### 明亮：

主要的看点是五种食品种类的体验区，分别是奶酪、橄榄油、葡萄酒、鱼和咖啡。观众可以直接与商家互动，可以现场品尝食品。除了有机食品展区，还有衣、用、住、行各个有机产品供大家参观交流。

展会规模庞大，有机食品种类丰富。这说明有机农业在全世界的发展势头依然强劲，有机产业在国外已达到较高发展水平。

有机深加工产品所占比重较大，初级农产品较少。初级农产品呈现形式规格一致、整洁美观。相比之下，中国的有机农产品生产和有机食品深加工还比较初步，有机农业的发展空间很大，还有很多事情需要努力。

展位布置充分体现了人与自然和谐相处的理念。植物造景、动物模型（标本）随处可见，使整个展会的自然气息很浓。



### 弗里达：

这个区域集中了此次参展的多个橄榄油厂商的产品，虽然产品来自西班牙、意大利、希腊等不同的种植区和不同生产商，但是这里呈现出完美的融合。



## BioFach展会参观随感



静:

橄榄油厂商大都是家族企业，对品质有较高要求，大家都对自己的产品相当自信。周围的橄榄可不是假的，细节也做得刚刚好，忍不住要尝一下。



minmin:

除了关注食品类展区，昨天我们还重点去了非食品类展区了解学习，主要展出的是洗护用品、化妆品、生活用品等。造型可爱萌死人的香皂有没有？这个展区的商品不都是有机的，但基本都是纯天然的原料制造。



minmin:

大家知道上面两幅图是什么吗？是猴面包和可可，很稀奇吧？还看到一家做面条的，如图，盒子里装的是面糊糊，打开盒子下端的口之后，用力挤压，便会有面条出来，下到煮沸水的锅里。展商热情的邀请我们品尝，我们稍微试了一下，面是本来的味道，很浓厚。这是今年的有机新品。



## BioFach展会参观随感



minmin:

在展会当中见到唯一一家展示婴幼儿有机棉用品的展台，有有机玩具、婴儿衣服、鞋子、脸部按摩器等，很是可爱。非常希望宝宝从吃、穿、住、用、行各方面都能“有机起来”，将来做个“自然宝宝”。



静:

这个是下午六点多的时候，各家都是cocktail时间，完全一片沸腾，大家的交流热情相当，效果也不错……（除了有点挤）。IFOAM的展位相当显眼和大气，我们可以好好借鉴下！



司南:

4号馆中的中国馆，大红色，古筝，古典中的典雅。



司南:

纽伦堡郊外的清晨，随手一拍就是景儿。喜欢这里的天空，喜欢这里的草地，喜欢这里的冬天。环境很好，空气清晰，每天清晨都能听到鸟儿的叫声。不像中国，三天两头的雾霾。唉，发达国家的人民好幸福！都是冬天，温度相当，怎么就这么不一样捏？



## BioFach展会简介

德国纽伦堡国际有机食品博览会BioFach是全球规模最大和最集中的有机产品展览会，从1990年至今已举办了25届。展会位于纽伦堡郊外，德国纽伦堡有机食品展览会在国际有机农业运动联盟的支持下，使用严格的准入标准，以保证持续展出高质量的产品，这也是该展会成功的最重要的因素。BioFach以其迅猛增长的规模及国际影响成为了世界有机行业发展的风向标。世界领先的有机食品贸易展是消费者、供应商、合作伙伴和潜在客户的社交网络，是有机生产商们展示企业品牌、提升品牌形象的场所。

除了德国，BioFach在美国巴尔的摩、巴西圣保罗、印度班加罗尔、日本东京、中国上海等都设有子展。世界有机市场繁荣发展，同样也表现在设有BioFach子展的几个国家。BioFach有机展每年聚集约3500家参展商和约10万观众参加。

博览会每年都吸引众多来自政界、协会、非政府组织、舆论界和公众利益的人物代表参与其中。在这里，利益相关者讨论行业未来的市场问题并做出有利于有机行业现在和未来发展的决策。

第八届BIOFACH CHINA 2014将于5月22-24日在上海国际展览中心举行。届时，正谷将作为参展商布展。此次参展，正谷将对自然的尊重和对生活的热爱融入展位布置，努力将自然农耕还原到展会现场。

欢迎您来参观！

### 正谷有机简报

德国纽伦堡国际有机食品博览会（BioFach）专刊

正谷有机农业技术中心发行

总编：张建伟

主编：潘成杰

副主编：张友廷 代明亮

执行主编：赵惠娟 翟雅凡

美术编辑：姚慧君

正谷有机农业技术中心邮箱：oatc@oabc.cc



微博地址：<http://weibo.com/oatc>



Organic  
and  
Beyond



Organic  
and  
Beyond