

# 推广种子认证体系对企业品牌建设的作用初探

张春桂

(湖北省种子集团有限公司,武汉 430206)

**摘要:**我国正在试行适合中国国情的种子认证体系,并取得了一定的积极经验。种企种子认证体系建设与品牌建设紧密关联,前者是后者的内容,后者是前者的驱动因素。种子认证管理体系的应用,可为种企品牌建设提供制度化保障,为产品质量建设提供技术和管理支撑,可显著提升种企品牌认可度、社会形象,可快速与国际市场接轨。与种子认证建设相关,中国种企在品牌建设过程中存在种子可溯源机制缺乏、质量意识不够强、缺少体系发展的外源性基础环境。宜通过政府引导和推动、种企基础条件配套、行业牵引、社会监督等多管齐下,促使中国种子认证管理体系尽快落地、普及。

**关键词:**种子认证;品牌建设;关系;作用;建议

作为科技推动因子的种业,是支持现代大农业发展的基础。中国种业历经数十年的发展,已相对进入一个快速发展轨道。在基础与应用研究领域,中国在杂交水稻、油菜与棉花等作物品类取得了不菲的成果,这些成果在迅速推动大农业发展过程中发挥了决定性的作用。但同时,中国的种业也正在经历一场深层次的变革,在育种设计、手段、材料贡献逐步步入一个平缓上升期的时候,种业服务作为一个灵活性因素将来可能会成为拉动种企品牌拓展的一个重要因子。种业服务至少包涵品种技术的科技含量、技术和市场推广服务及种子质量保障体系的建设3个方面。其中,种子质量保障的一个机制化成果,即当前国际上广为认可的种子质量认证体系,是维护和推进种企品牌建设的重要力量。中国种业要提升品牌服务层次与水平,与国际市场并轨并实现“走出去”,引入和创新国际认可的种子认证管理体系尤为重要。

## 1 种子质量认证体系运行概况

### 1.1 全球种子质量认证体系的发展与现状

种子质量认证体系的发展与现状 种子分种业大省前期积累的品种已完成登记。目前不少省份将登记作物品种纳入市场监管范围,有的省严查未登先推的违法行为,省内登记作物品种应登尽登。

**致谢:**本文在情况分析中得到了马跃、张凤兰、牛敏杰、范永红、曾霞等专家的大力支持,在此表示感谢!

认证是由认证机构通过流程监控、质量检验,以颁发证书和标识来证明某一种子批符合相应要求和规定的活动,是目前国际上广为认可的、通行的商业活动规范。1921年成立的ISTA(原名ESTA)是一个全球公认的、由全球具备相应资质的200余个行业工作单位或个人联合组成的非营利性协会组织,依赖其雄厚的技术基础、专家团队开发各自领域的种子认证业务,其认证体系是目前公认的国际贸易流通所必须遵守的准则。除此之外,OECD、EU、AOSCA、UPOV等国际化组织也是侧重点不同的全球知名认证机构。

种子认证与各个国家的种子立法体系是紧密关联、协调统一的。美国始于1912年对种子管理立法,1982年出台强制性《种子法条例》,侧重对生产资质、产后种子抽(取)样、净度分析、芽率分析、真实性分析、病害及杂质测定等制定了详细的监督与控制规程,并将其作为种子市场准入的法律依据<sup>[1]</sup>。

欧盟则通过欧共体于1966年通过8项关于作物品种与种子的相关法令,该法令同样侧重于种子

## 参考文献

- [1] 张志刚. 对《非主要农作物品种登记办法》的几点认识. 中国种业, 2017(11): 13-16
- [2] 陈应志. 扎实推进非主要农作物品种登记工作的思考. 中国种业, 2019(6): 1-3
- [3] 孙海艳, 陈应志, 史梦雅, 李荣德. 非主要农作物品种登记管理. 中国种业, 2018(4): 31-33

(收稿日期: 2019-07-24)

产后形式监控,即种子的营销过程监督,并具备强制性。尽管欧盟内不同国家实施种子认证职能的机构有差异,但强制性认证的宗旨仍然是确保种子的安全性与可追溯性,最终确保农业大生产的根本利益。

种子认证管理的核心工作是过程监督、抽样检验与标签。过程监督包涵的内容广泛,包括种子生产经营设计、生产基地及种子田选择与控制、亲本材料来源、种子生产田间管理与记录、种子出入库与加工、种子批记录、供应(经营)商审核、不合格品处置、持续改进方案等等。抽样检验则包括种子遗传品质(真实性与纯度)、播种品质(净度、水分、芽率、病虫害)的室内(常规与DNA)、室外(正季、异季、当地、异地)检测<sup>[2]</sup>。标签管理则包括认证标签的发放与包装品的规范化监督。

由此可见,种子认证是一项复杂的、涉及面广的系统工作,是规范种子企业生产经营活动的一个严格的、高标准的强制性或非强制性的活动体系。

**1.2 中国种子认证体系引入与发展** 20世纪90年代中期,中国正式引入种子认证体系,有选择地采纳了OECD、AOSCA、ISTA、UPOV等国际种子行业管理规则,并开展前期试点,目前采用的主要是ISO9001:2000标准<sup>[3]</sup>。随着中国种子科技的不断提升,种子市场的不断外拓,在WTO框架下,种子出口外贸正在缓步开展,种业“走出去”成为种企缓冲国内市场压力、拓展业务外延的必然战略。近10年来,中国杂交水稻种子逐年增量出口东南亚巴基斯坦、孟加拉、越南、菲律宾、印度尼西亚等国家,年出口量上千万吨<sup>[4]</sup>。但种子的出口不同于一般商品,基于其商品特性及贸易壁垒等多种原因,许多国家对其进口采取了严格的准入政策,是否获得公认可信机构种子认证、是否具有认证标签或标识成为种子获取出入境资质的一个重要的、充分的判定依据。

为了推动国内种企管理升级、实施国产种子“走出去”战略,国家大力试点推广非强制性种子认证工作。中国最初在湖南、四川开展杂交水稻种子认证试点,在山西、河北开展杂交玉米种子认证试点,在安徽开展杂交西瓜种子认证试点并获得了相应的经验积累,近年来已普及至全国种子行业。2016年新《种子法》及配套法规出台前后,中国的种子认证工作已步入实质性运作锻炼期,引领该项工作的全国农技推广服务中心相继制定了《农作物种

子认证管理办法》《农作物种子认证方案》《认证证书和认证标识管理办法》《种子认证文件化管理指南》《种子认证中实施认可的管理指南》等一系列种子认证必备的标准和工作规范,初步建成了全国种子认证工作框架体系。

## 2 种企品牌建设过程中的几个薄弱环节

中国种业市场化不过20多年,虽然发展迅速,但总体实力与欧美跨国巨头相比,仍有太大差距。不仅仅表现在资金、人才、技术、结构层面,同样也表现在管理层面,而这正是种企打造品牌不可或缺的重要发展要素。尤其是管理层面的懈怠或疏忽,对品牌的推广与成长是不利的。种子认证根植于企业管理理念,与品牌塑造息息相关。以下从种子认证层面,解剖种企在品牌建设中的薄弱点,反之也证明了种子认证工作于种企可持续发展的重要意义。

**2.1 种子可溯源保障机制缺失** 目前,从种子生产、流通和使用来看,大多数中国种企育、繁、产、推、用环节内和环节间是脱节的,种子的溯源只是停留在概念层面,还未真正达到可溯源目标。原因之一是种子育、繁、产、推、用各个环节的实施主体不同,或至少部分实施主体分离,导致信息传递中断。具体而言就是育种单位、生产单位、销售单位和用户之间无法进行全信息沟通。尽管部分育繁推一体化企业在尽力做到信息归档,但效果并不理想。另一原因是缺乏有效的沟通保障机制,没有行之有效(包括环节内或环节间)的联通制度,没有相应的配套信息化沟通、处理手段与设施。

种子的不可溯源,导致管理者无法真实、全面、快速、方便地掌握流通种子的状况,尤其是质量,农户也缺乏对所购买种子应该掌握信息的充分信任。

**2.2 质量意识与企业长远发展意识失联** 逐步放开的中国种业市场,竞争迫使种企不得不重视产品的质量,包括品种科技含量与种子质量。各种客观因素如品种特性、生产水平、加工水平、检测水平、库流状况条件等综合因素的影响在一定程度上制约了种企对质量的管控能力。另外,种企急功近利,牺牲长远发展利益,透支信誉,套现短期利益,无益于品牌的成长。两方面因素导致国内种企质量意识与长远发展理念脱节。

激烈竞争下的角逐,最终拼的是科技和服务,这是中国种企20年来市场改革的经验。质量和服

务,正是种子认证工作的核心和根本。

**2.3 缺乏配套的外源性资源环境** 中国的种子认证体系不够完善,一方面是行业对种子认证的认识不足,重视不够,经验不多;另一方面是中国的种子认证体系建设正处于试点探索阶段,需要一个过程,配套机构、规范并不太完善。目前,组织推动中国种子认证建设的全国农技推广服务中心虽然已经出台了相应的参照规范,但因为条件所限、可操作性问题,试点种企在执行中许多仍流于形式,将认证自发做实的少之又少。

### 3 种子认证体系建设与种企品牌建设的关系

**3.1 前者是后者的内容之一,是充实后者内涵的要件** 运行种子认证体系是企业品牌建设工作的一个重要辅助手段。种子认证实质是一种关于种子质量与种子溯源的体系管理,是一种企业自觉监督质量控制行为的制度工具,是独立于企业规划、创造性商业活动、宣传文化活动之外的一套相对固定的体系,是品牌建设的基础和保障。缺乏种子质量基础,任何过度的宣传均无助于品牌的健康推介。

种企品牌内涵一般包括企业理念、公众形象、品种类型、商业活动、商标包装、种子质量、售后服务等,其中种子质量是种子品牌建设的内容之一,是消费者对品牌认可的首要且直观的判别依据。种企执行种子认证,通过严格自控、第三方监督双管齐下,提升种子质量,能显著有效地提升种企品牌形象。

**3.2 后者是前者的趋动因子,是推动前者的主观动力** 质量是种企的生命线,是种企可持续发展的基石。种企要提升种子质量,打造品牌,实施种子“走出去”战略,依赖落后传统的管理无法实现。吸收先进的管理经验,引进现代企业管理制度,与国际接轨,推行种子质量认证体系,是中国种企基于可持续发展管理建设的必需举措。

自21世纪初以来,中国种子企业开始逐步认可质量认证体系建设对提升产品质量、品牌形象的作用,并由试点地区、试点企业尝试和探索种子认证工作,以期在提升企业管理水平、市场竞争力层面发挥积极作用,当前已辐射至全国,且为大多数育、繁、推一体化种企所接受。

### 4 种子认证管理在推进种企品牌建设中的作用

**4.1 为种企品牌建设提供产品制度化保障** 种

子认证是一种内外管理结合的系统工程体系,兼具内部自我控制、持续改进与第三方督促等综合功能。来自于内部管理,企业要建立《质量认证管理手册》,将种子从选育、繁殖、生产、加工、销售至使用各个环节的管理以文件、制度的形式确定,每个环节如实记录并归档,通过各环节间的文件化对接及充分、真实、精准沟通提升信息处理与储备能力,提升种子质量保障。来自于外部管理,第三方组织专业资质人员依据相关规范、办法及《质量认证管理手册》进行客观审核,通过提醒、警示、纠错和复审等对企业生产、经营行为进行监督。这种制度化的管理,为品牌的打造奠定了管理基础,是种企品牌建设得以付诸实际的保障。

**4.2 为产品质量保障提供了支撑** 种子认证的核心标的是种子质量。无论是对亲本种源的控制、对种子田的筛选、对大田除杂保纯、对遗传品质和播种品质的监测,还是对加工、包装、流通、使用等环节的控制,无不是为了适时掌握每一粒种子在种子产、供、用过程中的质量状况,并进行有效干预。

**4.3 可以提升服务层次与水平,提升社会对品牌认可度** 政府或行业第三方机构对种企产品的认可与否,是作为种子消费者的用种农户对企业服务信赖与否进行直观判断的重要依据。这种来自于第三方和社会的监督,一方面对企业的质量管理构成压力,提出更高要求,期望企业能够持续提供更放心、安全的种子,能够提供更稳妥、可靠、确定的服务;另一方面,积极的认证体系、持续的优质服务同样能显著地提升企业品牌的社会认可度和企业的社会形象。

**4.4 推进种企与国际市场接轨** 论及中国种企与知名跨国巨头的差距,不仅要在科技创新即核心竞争力的研发上下功夫,在企业管理,尤其是基于WTO规则下的企业产品管理体系上应与世界接轨,甚至做到更好。

### 5 对促进种业种子认证体系建设的几点建议

**5.1 政府** 在普及中国种子认证制度化过程中,政府能起到宏观立制与推动作用。一方面,由政府主导,建立全国统一领导、统一管理、分工协作的组织管理体系,保证种子认证工作的强制性、权威性、一致性和统一化。充分结合中国种业市场国情,吸收现有的、国际通行的种子认证制度,统一认证规

则与标识,确保认证体系的科学性、先进性和实用性<sup>[5]</sup>。中国目前已在全国建成通过计量认证或机构审查认可的部级种子质量监督检验测试中心 18 个,省级种子质量监督检验站 28 个,同时相继出台了包括《农作物种子认证管理办法》等一系列配套管理规范。尽管如此,种企实质性执行种子认证管理的企业并不多。主要还是因为强制性不够、企业认识不足、基础能力和条件建设不足及规范可操作性不强等综合因素所致,尚待从思想上统一,从制度上立规,从体系上完善。另一方面,种子认证体系的全国推广是一个宏大的综合工程,在推广的初期离不开政府的引导和推动,以地区为试点,以全国育繁推一体化企业为试点单位,通过出台激励政策,比如基础条件建设、营业税减免、体制项目倾斜等手段给予支持,鼓励企业自主配合,引入、实施种子认证制度。

**5.2 企业** 要切实实施种子认证,并受惠于种子认证制度,种企有必要拔高对种子认证制度体系的认识,有必要配套内部基础条件建设。首先,种企要认识到作为一套全球先进的质量管理体系,种子认证制度的贯彻对于提升企业品牌实力及推进企业品牌准入国际市场的重要性。其次,企业要建立健全完善的技术和管理团队,包括生产、经营、加工、检测等等资质人员和设施的配套,这依赖于企业的基础实力和技术条件。同时,要建成一套可实施、操作性强的内部管理协作机制,通过良好的机制保障相对独立的种子认证工作的顺利运行。

**5.3 行业** 行业给予产业的作用多是口碑或机会,因此行业在种子认证体系中的引导作用同样不容忽视。通过官方或民间组织成立的各类种子协会、农资商会、细分产品消费者协会、第三方评价组织等等,以会员基金、服务经费等为主,政府适当配套资金支持,在行业内开展交流、宣传、联合自律、竞赛等活动,引导种企参与并逐步认知认证体系。

**5.4 社会** 随着种子市场消费者群体或相关群体质量、服务要求意识的提高,消费信息化水平的发展,社会对种企的要求也越来越高,对品牌的认知也越来越苛刻。当前种子消费者对品牌的评判主要基于品种的科技含量、种子的质量,获得种子认证标识的品牌更易为广大消费者接受、认可。反之,种子的应用或相关群体比如种植农户、基层农技服务组织对种企质量建设应抱有更高、更严的要求,也是促使中国种子认证制度尽快推进的积极因素。

#### 参考文献

- [1] 李恩普,毛雪飞. 国外种子质量检验体系发展现状与启示. 中国种业, 2011 (8): 8-11
- [2] 冯铸. 浅析我国开展种子认证的必要性. 种子科技, 2013 (12): 51-52
- [3] 全云飞,黄雪良. 种子认证在构筑种子宏观管理中的地位和作用. 作物杂志, 2004 (4): 8-9
- [4] 周宜军,范青旺,曾鑫,张晓晖. 中国杂交水稻种子出口战略分析. 中国种业, 2008 (4): 5-7
- [5] 孔令传,支世振,梁志杰. 试论种子认证制度的建立和质量管理体系的完善. 安徽农业科学, 2004, 32 (5): 859-860, 868

(收稿日期: 2019-07-16)

## 欢迎订阅

《北方农业学报》是内蒙古自治区农牧业科学院主管与主办的综合性农业学术期刊,主要服务于农业高等院校师生和农业科研机构的研究人员。是全国优秀农业期刊、中国期刊方阵“双效”期刊、《中国核心期刊(遴选)数据库》来源期刊、美国《乌利希期刊指南(网络版)》(Ulrichsweb)收录期刊、英国《食品科技文摘》(FSTA)收录期刊。国内统一连续出版物号: CN 15-1375/S, 国际标准连续出版物号: ISSN 2096-1197。双月刊, 双月 20 日出版, 国际标准大 16 开本, 134 页, 每期定价 15.00 元, 全年 90.00 元。邮发代号: 16-70。全国各地邮局均可订阅。

本刊栏目: (1) 作物遗传育种、作物栽培、种质资源、分子生物学; (2) 生理生化、土壤肥料、节水灌溉; (3) 植物保护、农业生态环境、农业气象; (4) 园艺、草业; (5) 水产、农畜产品加工; (6) 农业经济、农业信息技术。

### 欢迎投稿 欢迎订阅

本刊欢迎广大农业科研工作者、学者踊跃投稿, 稿件一经本刊录用, 将随本刊在相关网络媒体传播(不同意的作者请在投稿时向本刊编辑部声明), 并在纸质期刊发表时一次性支付稿酬 200~500 元/篇(优稿优酬)。

本刊面向全国诚邀各栏目审稿专家, 审稿费 100 元/篇, 有意向者请与本刊编辑部联系。

通信地址: 呼和浩特市玉泉区昭君路 22 号内蒙古自治区农牧业科学院《北方农业学报》编辑部

邮 编: 010031

电 话: 0471-5297032, 5900622

E-mail: bfnxb@126.com

网 址: <http://nmgn.chinajournal.net.cn>