

有机包装食品位于食品金字塔的顶端，特别受到消费者的欢迎。据最近的美国《商业周刊》报道，美国人非常青睐有机包装食品，以至于在超市供不应求。一场新的有机食品包装热，竟然遭遇原料荒。美国《纽约时报》也称，“美国有机食品/包装进入新时代。报道说，在纽约市哥伦布环形路上的食品超市（Whole Foods Market）里，货架上的有机包装食品排列整齐，色彩鲜艳，很是诱人。在葡萄酒专柜，曼哈顿区人在比莉哈乐黛（Billie Holiday）的背景歌曲中，挑选着出自全美各家小葡萄园的高价红酒。

初看报道有些不可思议，但在有30%的美国人崇尚“乐活”（LOHAS）的时代，也就可以理解了。所谓乐活，就是国外流行的“LOHAS”的谐音（乐活），它的英文全名是Lifestyles of Health and Sustainability，意为“健康和可持续性的生活方式”。形象一点说，乐活就是爱自己，爱家人，爱地球，即在消费时既会考虑到自己和家人的健康，也会考虑对地球生态环境的责任心。目前国内网上正在流行乐活。

有机包装食品在传统食品市场所占的份额相对还是很小，但却以非常快的速度发展。有机包装食品的销售量每年上涨大约20%，而总的食品的销售量每年仅上涨2%~4%。一些有机包装食品零售商已有了自己的品牌，例如沃尔玛超市连锁称，已经将有机包装食品的供应量增加了一倍。《商业周刊》杂志还感叹地说，美国有机农场数量也有所增加，但增加得还不够快，有机包装食品制造商正在从美国以外的地方，例如欧洲的一些国家、南美的玻利维亚、委内瑞拉和南非的国家寻找供应有机食品的货源。对于美国蒸蒸日上的有机包装食品工业来说，今后如何调节供与求的关系是一个较长久的话题。

究竟什么才算是有机包装食品，过去在美国众说纷坛，一些州和食品生产商也各行其是订出不同标准，给有机包装食品造成了混乱。针对这些状况，美国农业部制定了全国统一的有机包装食品标准，这集中体现在新推出的标签上。《纽约时报》的一篇社论将其称作“美国有机食品/包装的一个里程碑”。有机食品是

## 美国有机包装食品供不应求

指不用农药和化肥等、依靠生态系统自身的机制，来提高食品的产量和质量。按照新标准，转基因动物植物、采用抗生素喂养的牲畜等，都不算“有机食品”。

有机食品，我们也叫生态（BIO）食品。一般认为，有机食品指的是食品在种植饲养生长过程中没有使用化肥、杀虫剂、荷尔蒙、抗生素等等的产品。所以说，有机食品位于由普通食品、无公害食品、绿色食品、有机食品构成的“食品金字塔”的顶端。

美国农业部制定的有机食品标签，于2002年10月21日在美国各地的超市和食品杂货店等正式亮相——有机包装食品从此在美国市场上有了统一的“身份证”。根据美国农业部的规定，凡是有机包装食品的有机程度达到或超过95%，都可贴上一个专门的有机标记。这个绿色的圆形标记上有英文的“美国农业部”和“有机”二字，在包装上相当明显。有机程度在70%至95%之间的食品，虽不能享受贴专门标记的“待遇”，但可在标签上注明本产品“包含有机成分”。食品是否具备贴上有机食品标签的资格，需经美国农业部批准的专门机构认证和批准。

据美国农业部的最新统计资料表明，美国有机包装食品从90年代以来年均增长20%，2000年销售额就达到了77亿美元，成为全球最大的有机包装食品市场。目前有1/3的美国人购买有机包装食品，85%的消费者考虑购买，几乎所有的美国超市都销售有机食品。

据国外资料显示，在国际市场上，有机包装食品价格比一般常规产品要高。美国大部分有机包装食品的销售价格比

同类普通包装食品销售价格高出约50%，而在欧洲有机包装食品的零售价格比普通食品更是高出50%~150%。2006 BIOFACH——全球规模最大、最集中的一年一度国际有机食品/包装/博览会在德国纽伦堡召开。热闹非凡的国际有机（生态BIO）食品包装博览会盛况空前，有来自世界各地80多个国家的2100家企业参展，有116个国家的37,000多名贸易商参加了博览会，均创下博览会开创16年来之最，其中美国又成为最中之最，由此可见，美国有机食品包装市场之繁荣。（韩锦国 韩为民）

