

中欧地理标志协定3月1日起生效
南京盐水鸭、邳州大蒜、兴化香葱入围首批保护名单

南京盐水鸭 是怎么“飞”上欧盟餐桌的？

今年3月1日起,中欧地理标志协定正式生效。现代快报记者了解到,保护分两批进行,第一批于协定生效之日起开始保护。我国首批100个正式获得欧盟保护的地理标志中,南京盐水鸭位列其中。此外,江苏上榜的还有邳州大蒜和兴化香葱。

实习生 黄慧丽 现代快报+/ZAKER南京记者 马壮壮 王益 文/摄



盐水鸭是南京人的“挚爱”



市民光顾鸭子店



桂花鸭也是南京各种鸭子中的“拳头产品”之一

利好

中国、欧盟双方互认好货 南京盐水鸭榜上有名

地理标志是识别产品来源于某一地区的标志,也是知识产权的一种重要类型,而产品的质量和声誉都取决于这一特定地区的自然和人文因素。在中国和欧盟,地理标志资源都很丰富。2012年,南京盐水鸭获得我国的农产品地理标志。

据了解,中欧地理标志协定谈判于2011年启动,历经8年22轮正式谈判和上百次非正式磋商,于2020年9月14日正式签署。2021年1月29日,双方完成内部审批程序并相互通知。3月1日,协定正式生效。

一系列中欧名品榜上有名:安吉白茶、南京盐水鸭、山西老陈醋、烟台苹果、库尔勒香梨、法国香槟、巴伐利亚啤酒、帕尔玛火腿……中欧双方互认地理标志超过500个,不仅涉及酒类、茶叶、农产品、食品,还有代表中国传统文化的宣纸、蜀锦等地理标志。这是中欧之间首次大规模互认对方地理标志。此外,江苏上榜的还有邳州大蒜和兴化香葱。

据悉,保护分两批进行,第一批双方互认的各约100个地理标志将于协定生效之日起开始保护,第二批各175个地理标志将于4年内完成保护程序。

商販

能让更多人 了解南京盐水鸭

3月2日,现代快报记者走访了南京的多家鸭子店。南京人有多爱吃鸭子?位于南京大学鼓楼校区附近的一家连锁鸭子店,虽然店面面积只有几平方米,但店内工作人员表示,这里每天能卖出100只左右的盐水鸭。才上午10点,店里顾客就络绎不绝,前来的市民也基本上是买盐水鸭的。

在红庙,一家老字号鸭子店门口有市民正在买鸭子。店主王先生说,自家做的卤菜以鸭子为主,除了烤鸭之外,盐水鸭很受市民好评,在摊位一角,堆着20只左右的盐水鸭。王先生表示,他家的鸭子店主要服务周边的居民,他认为南京盐水鸭上榜中欧地理标志协定是件鼓舞人心的好事,“这说明,咱们南京的盐水鸭被越来越多的人认可了。”市民小周说,南京盐水鸭已经很出名了,他认为上榜中欧地理标志协定后,有助于打响产品的国际知名度。

位于玄武区峨嵋路的一家连锁鸭子店的孙店长介绍说,她家门店开了20多年,算是南京的一家老店了,来店的顾客大多数是附近的居民。店里有各种卤味和各种口味的鸭子,其中盐水鸭卖得还不错,一天大概能卖出20只左右。当记者询问是否知道南京盐水鸭在中欧地理标志协定名录中时,孙店长表示已经知道了,她觉得非常荣幸。“我们的连锁店都是在南京,期待通过这个协定,南京盐水鸭能在欧盟市场打响知名度。”

影响

利于南京盐水鸭“走出去” 还能获得合理溢价

为什么南京盐水鸭能上榜中欧地理标志协定名录?这意味着什么?张建文认为,此次南京盐水鸭之所以能拿到欧盟“护身符”,除了独特的风味,还因为其已经在南京成为了一个产业,是独特的地理标志。“这也对南京盐水鸭品牌产生了积极的影响,助力‘走出去’,走向欧盟市场。”

目前南京的鸭子以烟熏鸭脯的形式出口到韩国、日本比较多,他认为,协议生效后,首先欧盟国家当地的华人有口福了,当地华人对南京盐水鸭的消费,也会带动本地市民消费,从而起到推广传播的作用,这样一来就更有利于产品走向欧洲、走向世界。“欧盟国家民众在饮食习惯上不喜欢带骨头的肉类,但对于企业来说也是一个契机。”张建文认为,企业可以根据市场的需求,针对对方特有的饮食习惯,在盐水鸭的生产技巧、口味上加以调整。同时,地理标志带有知识产权属性,这对于南京盐水鸭的行业议价,也有积极的影响。

江苏省餐饮行业协会会长于学荣认为,南京盐水鸭作为一种具有文化历史传承的地标产品,也是南京的一张城市美食名片。此次被列入首批地标产品名录中,一方面可以推动和推广美食的共享,加大了对南京盐水鸭的品牌推广力度,让南京的美食文化走向世界;另一方面,也借着这张城市名片,让南京走向世界,提升南京城市的影响力,增进南京城市的美誉度,让世界更多了解南京。

江苏省绿色食品办公室的相关人员认为,此次南京盐水鸭的入围,有利于其进入国际市场。作为互认的地理标志农产品,在进入欧盟市场后,南京盐水鸭也可以在欧盟市场享受到地标产品的溢价。反过来说,如果没有互认,只能以普通商品进入欧盟市场,定价不高,并且竞争激烈。地理标志产品具有知识产权属性,他以此次同样入围的法国香槟为例,法国香槟其实也是一种气泡酒,但它在国内市场的溢价很高,一瓶在300元左右,而普通气泡酒售价在60元左右,价格相差5倍,正是因为法国香槟的制作工艺不同,有地理标志属性。“首先是一块打开国际市场的敲门砖,其次凭借知识产权属性可以获得合理溢价。不论是南京盐水鸭的国际知名度,还是产地南京的知名度,都会有所提升。”

业内

制作南京盐水鸭有专门地方标准

南京盐水鸭是具有地方特色的传统产品,在南京,每年大概有1亿只鸭子端上市民的餐桌。作为让南京人欲罢不能的美食,鸭子也被做成了各种口味,南京优质农产品协会会长、南京樱桃鸭业有限公司董事长张建文介绍,传统口味主要分为4种,包括盐水鸭、烤鸭、酱鸭和茶鸭,其中盐水鸭占比为60%到70%,量最多。为什么南京盐水鸭量最多?“烤鸭只能做卤菜,而盐水鸭既能做卤菜,还能包装成礼品。”张建文介

绍,这主要是因为两种鸭的制作工艺有区别,真空包装后的烤鸭口感会比较差,盐水鸭包装后口感变化不大。

南京盐水鸭口感清香爽口、肥而不腻,作为招牌美食,有专门的地方标准。张建文表示,南京大街小巷的卤菜店大概有2500家,规模化生产鸭子的企业有十来家。“长江中下游地区水网密布,生长的鸭子肉质细腻,加之坚持传统制作工艺,也决定了南京盐水鸭的风味。”



扫码看视频