

假有机也能真认证：标志随意做、万元可通关

有机码是唯一法定凭证

据我国国家标准GB/T19630-2019《有机产品生产、加工、标识与管理体系要求》，一般来说，有机蔬菜是指遵照国际有机农业生产标准，在生产中不采用基因工程获得的生物及其产物，不使用化学合成的农药、化肥、激素等生长调节剂等物质，遵循自然规律和生态学原理，采用一系列可持续发展的农业技术生产出来的蔬菜。

受严苛的种植标准影响，消费者普遍认为，有机蔬菜的价格往往高于、也理应高于普通蔬菜。北京商报记者走访北京市多家大型商超，发现市场价格实则无章可循，部分有机蔬菜价格与普通蔬菜价格相当，甚至倒挂。例如，在上述Ole超市，250g有机紫生菜售价13.9元（5.56元/100g），而200g普通紫生菜售价15.9元（7.95元/100g），换算下来，每100g有机紫生菜比普通紫生菜还便宜2.39元。

“单从外观和价格上，并不能准确判断某一蔬菜是否为真的有机蔬菜。市场上合法合规售卖的有机产品必须有中国有机产品认证标志、认证机构标志和有机码。其中，有机码才是辨认有机蔬菜的唯一法定凭证。”国杰研究院乡村振兴项目部秘书长、天津恒嘉利国际贸易有限公司灵丘分公司田脊梁品牌运营总监朱立君博士表示。

但朱立君强调，有机蔬菜是否正规还不能只看有没有有机码。消费者要进一步登录“中国食品农产品认证信息系统”官网进行有机码验证，也要确认认证机构是国家认证认可监督管理委员会批准的合法机构。

值得注意的是，北京商报记者观察到，部分曾被抽检出不合格，以及曾因认证违规被处罚的认证机构，仍在为市场提供有机认证服务。例如，一家Ole超市售卖的有机娃娃菜由杭州万泰认证有限公司认证，一家盒马超市售卖的有机水果甘蓝由北京中合金诺认证中心有限公司认证，上述两家认证机构均曾因认证的有机食用菌产品种类抽查

凭借“零农残”的标签，有机成了越来越多人健康饮食的消费选择。但北京商报记者调查发现，有机码虽是有机蔬菜的唯一法定凭证，却不是蔬菜百分百有机的绝对证明。面对快速扩容的有机食品需求和有机认证市场，产品抽检不合格、认证机构违规的问题并不罕见。在电商平台上，与有机标志、有机认证相关的灰色交易丛生。作为服务消费中聚焦绿色、健康的升级型民生消费，有机蔬菜消费唯有构建起“源头严控、认证严审、流通严管、执法从严、消费监督”的全链条保障，才能破解“标志造假”“认证放水”等乱象，让认证真正为品质背书，让消费者投入物有所值。

不符合认证要求被国家市场监督管理总局（以下简称“市场监管总局”）通告。

另据天眼查，盒马超市有机青菜和有机豌豆苗的认证机构——北京华夏沃土技术有限公司，曾在2019年4月因违反《中华人民共和国认证认可条例》第二十二条被罚款6万元。

伪标志覆盖“固定码”“可变码”

为什么作为唯一法定凭证的有机码还要进一步辨别？

在朱立君看来，有机产品虽然种植过程难度大、成本高，但其市场售价高，加上近年来多地出台了针对有机农业的补贴政策，发展有机农业是大势所趋。部分企业和认证机构为获取更大的利润空间而进行违规操作，尤其是在有机认证的采样送检环节玩忽职守，更有甚者有在有机标志上作假。

北京商报记者调查发现，在一家电商平台上，有商家公然售卖“中国有机产品认证标志”素材与定制服务。该商家还透露称，可提供防伪有机标签印刷服务，“固定码”“可变码”都可以做，只不过这一服务需要先查看购买者的有机认证资质（有机认证证书）。以一个尺寸为圆形、直径3cm的有机标签为例，按



照1万张起订，做“固定码”，总价300元，每张售价0.03元；做“可变码”，总价1100元，每张售价0.11元。

此外，有专攻矢量图制作的商家表示，可以接单做“中国有机产品认证标志”电子图。据其介绍，按照“中国有机产品认证标志”LOGO来，画图最低手工费是30元/个。如果还需要印刷，或者做防伪有机标签，可以再在电商平台上直接搜索找相关商家，都有专门的店铺。

代办服务按机构档次收费

相较于有机标志定制和有机标签印刷服务，有机认证代办服务的灰色交易更具隐蔽性。据不完全统计，有机认证代办服务在电商平台上的标价在10—100元。北京商报记者以消费者身份咨询数名商家后获悉，有机认证代办服务的实际价格一般是万元起步，主要流程为材料制作、认证申请、现场检查、样品送检、现场整改、出证。

一商家对北京商报记者表示，代办服务依据对接认证机构的“档次”划分收费标准，而认证机构的“档次”主要参考的是其市场公信力和检测严格程度。例如，一档对接的是行业认可度高的头部机构南京国环有机产品认

证中心有限公司，其发证起步费用就是1.5万元；二档对接的是中绿国证（北京）认证中心有限公司，发证全包费用近2万元；三档为安徽国科检测科技有限公司，发证全包费用在1.5万元左右。

“如果检测遇到问题，都会想办法解决，整体拿证速度也更快。”上述商家强调。

北京商报记者在调查中也发现，代办商家通常不建议选择最高档次的认证机构，更多是推荐检测相对宽松、与自身有紧密合作关系的认证机构。

一名做“有机认证”服务的咨询师表示，自己所在的代办机构对接的是北京五洲恒通认证有限公司（以下简称“五洲恒通”）。而后北京商报记者查询市场监管总局通告发现，2025年3月，在总局对有机产品实施认证有效性抽查时，共有11批次抽样产品不符合认证要求。其中，五洲恒通认证的有机产品占了4批次。

另据江苏省市场监督管理局关于2022年有机产品认证“双随机、一公开”监督检查结果的通报，在通过五洲恒通有机产品认证的江苏明天南粮米业有限公司提供的农事记录中，“记录人”或“负责人”“操作人”都是“祝某”，而“祝某”并非该企业内部员工，而是帮助企业做有机产品认证业务的人员。

伪认证纳入信用监管体系

“什么样的蔬菜才是真正的有机”“有机蔬菜在哪里购买靠谱”等总是成为社交平台上消费者热议的话题。有消费者直言感到苦恼，花更多钱买有机蔬菜，就是为了吃得更安全、放心，但有时候“买贵了”也不一定是“买对了”。

对此，北京市盈科律师事务所高级合伙人周垂坤提示，如果消费者查证后发现购买到假的有机产品，可根据《中华人民共和国消费者权益保护法》，主张退一赔三（不足500元按500元赔付），若检测出农残或重金属超标，还可按《中华人民共和国食品安全法》主张价款十倍或损失三倍赔偿（不足1000元按1000元赔付）。“有机市场出现‘标志造假’‘认证放水’等乱象的根源在于认证监管体系、生产流程规范、法律责任配置、追溯与执法机制四大环节还存在系统性短板。”周垂坤表示。

当前，我国有机产品法规体系也正在从“重认证”向“重监管”转变。新版《有机产品认证实施规则》于1月1日起正式实施，其中，重点变化内容包括强化认证机构与人员管理、加严细化认证要求、加大证后监管力度、规范证书格式内容。

周垂坤进一步建议，针对电商、直播、微商等渠道需明确平台责任，例如，平台未履行审核义务或明知售假未制止，与商家承担连带责任等。在惩罚机制上，可建立更严格的认证机构退出机制，对严重违法者实施行业禁入，同时将虚假认证、真假混卖等行为纳入信用监管体系，实施联合惩戒，大幅提高其违法成本。

北京商报记者 程靓/文 摄



广顺兴管不了加盟商：600家门店储值卡不通用

超600家门店的连锁品牌，储值卡为何成了“孤岛卡”？近日，北京商报记者持续接到多名消费者投诉，主打粤菜、对外宣称全国连锁品牌的广顺兴，深陷预付储值卡消费乱象。品牌以“全国连锁”为宣传口号，储值卡却仅限单店或同一加盟主体使用，消费者跨店消费即用卡无门。

同时，储值余额被强制设置使用比例，无法一次性结清，“储值卡当餐仅能使用70%”“首次消费超80%不享受赠送优惠”等一店一策的规则让大量消费者陷入余额留尾的困境。广顺兴以加盟为主的快速扩张模式下，品牌方与加盟商之间的权责天平存在失衡，这也成为储值卡管理失控的核心根源。

储值卡不通用 连锁招牌成储值诱饵？

“我就是被‘全国连锁品牌’的招牌给骗了，办卡时也没说不通用。”消费者刘女士（化名）向北京商报记者讲述了自己在广顺兴的储值遭遇。为了享受用餐优惠与便捷支付，刘女士在家门口的广顺兴门店办理了储值卡，可当她前往同城市同品牌的另一家门店消费时，却被店员当场告知储值卡无法使用，核心原因是两家门店分属不同的加盟商，储值卡仅能在办卡门店或同一老板旗下的门店使用。

“从咨询到充值，店员全程只说储值有赠送，半句没提过门店归属和用卡限制。”刘女士表示，自己正是基于“全国连锁”的信任才选择储值，若早知是“互不通用”，绝不会办理。

为进一步核实消费者反映的情况，北京商报记者以消费者身份，对天津、河北、河南、安徽、江苏等多地广顺兴门店进行了实地走访或电话问询。调查结果显示，广顺兴各门店储值卡普遍不支持跨店通用，仅能在储值门店或与储值门店属于同一加盟主体的门店内使用。同

时，广顺兴门店在储值推广环节，多家门店不主动提及储值卡的门店使用范围、使用限制等核心条款，部分门店在储值广告牌的最下方，用一行极小的字体模糊标注使用门店范围，还有部分门店店内无任何书面提示信息，更多是标注储值赠送金额、消费折扣等吸引力福利信息，消费者在信息不对称的情况下完成储值操作。

线上储值渠道同样存在规则空白、信息缺失的问题。北京商报记者登录广顺兴官方小程序看到，平台设有专门的储值通道，用户需选择对应门店完成储值，且必须勾选“已阅读并同意储值政策”方可提交充值。但当北京商报记者点开“储值政策”详情页后，页面显示为空白文件，无任何关于使用期限、门店范围、余额规则、退款条件等关键条款。

对于广顺兴储值卡不通用的情况，北京商报记者联系到广顺兴品牌所属的河南广顺兴餐饮管理有限公司，对方称目前广顺兴门店多扎根于社区，旨在更好地融入当地生活，服务周边居民。因此，各门店会根据所在社区的消费习惯和运营特点，推出因地制宜的储值方案，这在一定程度上导致了储值卡无法在所有门店通用的情况。

据了解，广顺兴是诞生于河南的粤菜连锁品牌，主打广式打边炉、特色烧腊、粤式点心等。目前全国门店数量已超过600家，分布在北京、天津、河南、河北、山西、山东等地，扩张模式以加盟为主，仅在河南大本营拥有2家直营店。

一店一规矩 储值卡余额使用比例

如果说储值卡不通用是消费者使用广顺兴储值卡的第一道坎儿，那么储值卡余额无法一次性使用完毕，则成为困扰消费者的第二重乱象。消费者李先生向北京商报记者投

诉称，自己在广顺兴用餐后结账时想用储值卡内的余额，却被店员告知消费金额必须低于卡内余额的80%，这一规则此前李先生在办理储值卡时从未被告知。基于这一情况，北京商报记者展开调查，发现广顺兴各门店对储值余额的使用比例的确设置了限制，但规则完全是“一店一策”，毫无统一标准，让大量消费者的预存资金沦为“沉睡尾款”。

北京商报记者在一广顺兴门店就餐时，明确询问店员储值卡余额能否一次性用完，得到的答复是：单次消费仅能使用账户余额的70%。这种限制余额使用比例的做法，意味着让消费者的预存资金陷入“越用越剩”的困境。

而在天津的广顺兴丁字沽店，店员对于储值卡的使用规则表示首次消费不能超过储值的80%，超过80%的必须进行整百续充才可使用余额。该店员举例：当次充值600元，实际消费为500多元，需再多续充100元才可以使用。广顺兴济南泉城广场店的储值卡使用规则是“储值1000元仅能使用700元，储值2000元仅能使用1400元”。天津广顺兴河东店则是当餐充值仅能使用80%的金额，并表示此前比例仅为60%，如今老板放宽至80%。一名消费者给北京商报记者算了一笔账：若储值1000元，按70%的使用比例，单次最多使用700元，剩余300元；下次消费最多使用210元，剩余90元；反复叠加后，小余额余额越积越多，却始终无法结清。

作为以加盟为主的全国连锁餐饮企业，广顺兴总部对旗下门店预付储值卡的发行、核销、资金的全流程管理机制是怎样的？是否实现总部统一管控？对此，广顺兴方面进一步向北京商报记者解释称，作为以加盟模式为主、深耕社区的连锁品牌，根据社区情况，不同门店为了更好地服务社区居民推出的储值优惠活动不同，赠品及活动力度也有所区别。

目前，广顺兴对储值卡的管理实行“基础系统统一建设，经营细节本地适配，发行核销总部监管”的机制。门店监管层面，总部对加盟商的储值卡发行与核销设有标准化的操作要求与规范，并进行严格审计与监督。

针对上述事件，北京市中同律师事务所合伙人李莉也给出判断。李莉表示，从目前关于预付卡的相关规定来看，商务部2012年发布过《单用途商业预付卡管理办法（试行）》，该办法主要在单用途预付卡的备案、发行与服务、资金管理等方面进行了原则性规定，很多地方都在该办法的基础上有更为明确的规定。而上述广顺兴门店储值卡的相关行为，取决于经营者是否就相关情况出示凭据，如果没有按照相关规定主动明示消费者使用范围、期限、收费项目、退款条件等所有用卡规则，那将不对消费者产生效力。

“之所以很多预付卡不能跨店使用，根本原因在于这些品牌并没有将预付卡资金妥善管理，预付卡在不同门店划拨的时候并非足额划拨。所以，当商家没有申明预付卡使用限制的情况下，预付卡应该在连锁各门店平等使用，否则容易被判有欺诈消费者的嫌疑。”知名经济学家盘和林表示。

品牌方管控缺失 加盟模式权责失衡

广顺兴预付卡乱象的背后，是餐饮加盟行业普遍存在的品牌方与加盟商权责失衡问题，也是预付式消费监管在加盟场景下的典型漏洞。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳表示，从运营逻辑来看，广顺兴依托加盟模式快速将门店规模扩张至近600家，品牌方的核心收益来自加盟费、品牌使用费、供应链供货费用等，而出现上述情况主要根源很可能在于

品牌方仅完成商标授权的表层扩张，加盟门店在资金结算上完全独立。缺乏底层商业智能与供应链平台的协同，预付卡仅为单店缓解资金压力的融资手段。

中国城市发展研究院投资部副主任袁帅进一步表示，对加盟模式下的跨店通用、资金监管、责任划分等问题，缺乏明确的细化规定与执行标准，很容易形成“品牌赚加盟费、门店赚储值金、消费者担风险”的畸形生态。如若品牌方将自己定位成了一个单纯的品牌授权方和供货商，而忽略了作为品牌持有者应当承担的管理责任，全国连锁的宣传口号是由品牌方统一对外打出的，一部分消费者正是因为相信全国连锁的品牌背书才选择预存资金，但品牌方却没有对加盟店的服务标准和储值规则进行严格管理，实际上是在不断透支品牌的长期价值。当加盟店的乱象引发消费者的集体不满，最终受到冲击的还是品牌方本身。

在赖阳看来，有必要严格落实单用途商业预付卡管理规定，将消费者权益保护置于绝对核心。对连锁品牌的监管有必要明确品牌总部对旗下单店预付卡的连带责任。关于商业预付，赖阳建议推行强制性的预付卡保险制度。发卡企业必须向金融机构购买相关险种，由专业机构对其盈利能力与资产健康状况进行前置评估与承保。通过现代金融体系将沉淀资金的杠杆风险进行外部对冲，保险理赔兜底保障消费者权益。

北京商报不等式调查组

