五常大米精种常香

本报记者 马维维

田鸭除草能有效保证大米的高品质，已经成了五常市众多水稻种植基地的除草首选方式。（资料图片）

探访特色产品消费

为将五常大米打造成世界知名稻米品牌，五常市把大米产业作为发展现代农业的重中之重，坚持标准化、产业化、集团化、品牌化、国际化的发展方向，从品种、品质、品位、品相、品牌5个方面重点发力，全面实施五常大米产业提升工程。

金秋九月，来到黑龙江省五常市，湛蓝的天空下，沉甸甸的稻穗在阳光的照耀下摆动，随风飘过的阵阵稻香，预示着今年又是一个丰收年。

五常大米以晶莹剔透口感佳、软糯香甜不回生等特点，先后获得“中国地理标志保护产品”“原产地证明商标”“中国名牌产品”“中国名牌农产品”“中国驰名商标”五项桂冠，成了很多消费者离不开的产品。2021年，五常大米品牌价值高达703.27亿元，连续5年蝉联地标产品大米类全国第一。

溯源护品牌

市面上的五常大米品种很多，消费者如何购买到真的五常大米？

五常市大米产业服务中心主任张野向记者介绍了一种简单易行的方法——看标识，正宗五常大米包装物右上角统一印制五常大米溯源防伪标识，扫码有信息即为正品。

张野所说的“扫码”，就是五常大米的溯源防伪体系。2015年，五常市建成农业物联网服务中心，并以此为依托建设了五常大米网和五常大米溯源防伪查询平台，对五常大米实行“三确一检一码”溯源防伪，实现从田间到餐桌的全程管控、信息反馈和质量追溯。

“‘三确’是我们将五常市水田信息定位到农户、地块和边界，实现对水稻产量的分户核算和总量控制，同时对种子、农药、化肥等进行控制监管。”张野说，“一检”，是在产品质量上采取企业自检、监督抽检和平台检验相结合的方式进行检验；“一码”，则是将统一标准的溯源防伪码印制在包装物指定位置，经过溯源认证、检验合格后才能激活。

溯源防伪体系有效维护了五常大米这块金字招牌，五常市还积极拓展官方主销渠道，让消费者放心购买“保真”大米。

多渠道销售模式让五常市彩桥米业公司在2020年一跃成为全市乃至全网大米销售市场的佼佼者。尝到甜头后，公司紧跟消费互联网发展，实现了线上线下全领域覆盖，“我们与京东、天猫等40多个电商平台长线合作，新零售、拼团、农批、经销商等超过5000家，形成了多渠道、多元化共同发展的新局面。”公司财务总监刘桂田说。

目前，五常大米的各类经销商已在全国各地开设销售网点约1700个，年销售量约60万吨。并在哈尔滨建立官方旗舰店，在京津沪、江浙闽等地区建立直营体验店，由五常市大米产业服务中心建立稳固保真的销售渠道，构建“大米联盟+服务中心+战略合作伙伴”的现代经营模式，推动农户、合作社、企业与市场的无缝衔接。

五常市还积极鼓励农户、企业、合作社等在天猫和京东平台开设五常大米官方旗舰店，实行原产地直供、五常市政府推荐、企业“假一赔十”的承诺。同时依托五常大米网，建立消费者评价平台，将消费者评价作为企业诚信体系建设的重要指标，对失信企业予以惩处，不断提升五常大米的品牌美誉度。

五常金禾米业公司车间内的机械手正在将包装好的大米码垛至运输区。

本报记者 马维维摄

品质靠标准

五常大米缘何受到消费者青睐？因为它品质好。

五常市是我国知名的优质稻米产区，年产优质水稻约24亿斤。当地主要水稻品种“五优稻四号”，就是老百姓口中的“稻花香二号”，因悠久的种植历史、独特的地理条件、优质的生态环境和先进的耕种技术，成就了优秀的口感与品质。

来到五常镇莲花村，五常市丰年水稻种植农民专业合作社理事长杨雷告诉记者，合作社成立于2012年，现在已经有百亩种粮大户12户，不打除草剂、放养鸭子除草，不施化肥、施酵素有机肥，加上人工收割的特点，使得合作社的“万来屯”牌大米在市场上占有一席之地。今年，合作社种植了1000亩“稻花香二号”。与往年不同的是，其中一块地采用了水稻超早育秧栽培模式，目前已经收割完毕，中秋节前已发往客户手中。

“往年是4月才开始育秧，但我们今年3月23日就播种了，再加上一整套有机种植技术，今年提前大约20天就收割了，而且产量还比别的地块高。”往年中秋收水稻，今年过节吃新米，杨雷高兴地说，这批新米已经被湖南长沙的客商订走了300多份，目前看已经是供不应求了。

五常市地处北纬45度，是公认的世界三大黑土带之一，土壤异常肥沃，稻作区内没有工业污染。三大水系流经此处，用于灌溉的磨盘山水库由高山雪水和山泉水汇聚而成。再加上稻作区三面环山，开口向西，地势导致了当地昼夜温差大，使水稻营养物质积累多，口感格外好。

优良的自然环境是五常大米的先天优势，而在后天培育上，五常市与多家科研院所深度合作，将全市15家种子育繁推一体化企业的研发基地进行整合，提纯复壮“五优稻四号”，并建立五常大米产业标准体系。

值得一提的是，在农业生产越来越现代化的今天，为了保证品质，五常市多家种植基地、合作社、种粮大户等对有机水稻仍然采取人工收割、自然晾晒的传统模式。五常市农业局生产股长梅丽娟说：“每年秋天第一场轻霜过后，全面进行人工手割，稻子码在田里，通过自然的风吹日晒，待水分降到标准水分，再全面开始脱粒，这时加工出的大米口感和营养才最好。”

保鲜有高招

在五常市，一粒小小的稻谷从良种繁育到上市销售，要经过27个流程、99道工序。这其中，如何科学碾米、抛光，怎样把控色选、温度，直接影响着稻米的鲜度和口感。

在五常市乔府大院农业股份有限公司的稻米文化馆展厅，几款不同颜色包装的易拉罐大米格外显眼。公司副总裁孟庆泽告诉记者，这是公司打造的五常鲜米系列产品，这种包装是采用充氮技术为大米保鲜。

作为农业产业化国家重点龙头企业，公司的“乔府大院”品牌已成为五常大米领军品牌。“公司开创的当季鲜稻、准低温仓储、现磨现发、充氮保鲜四重保鲜体系，让消费者一年四季都能品尝到新米。”公司生产中心总经理朱爱军说。

五常市现有获得食品生产许可证的大米生产加工企业555家，其中347家获准使用地标专用标志。通过引进中粮、华润、北大荒等大型企业集团，培育了乔府大院、五米常香、葵花阳光、金禾等本地龙头企业。

为了做强精深加工，五常市还鼓励企业引进国内外高端设备和先进工艺，目前，全市大中型稻米加工企业全部实现自动化流水线作业、无尘化加工，智能化、自动化设备达到80%以上。

在五常金禾米业公司，通过360° 玻璃观光栈道，可以看到大米加工车间内3条生产线上的设备正在电脑控制下自动运行。经过碾、刷、抛、选等多个环节，成品大米被打包成袋，又由机械手码垛后送至运输区，加工流程智能高效。“从最初的磨米碾子到如今现代化的加工设备，设备升级有效提升了大米品质。”公司副董事长王国良说。

市场瞭望

吃过五常稻花香米的人，总会发出欲罢不能的感慨。有一句话形容五常大米的好吃再适合不过：一餐五常米，浑忘酒肉香。

五常大米不仅是五常市的一个金字招牌，更是黑龙江绿色农产品的一张亮丽名片，已成为优质大米的代名词。如何让这块招牌一直闪光？

环境好、水质好、土壤好、气候好、品种好是五常大米的先天优势，首当其冲要保护好这个根基。保护全域的水系生态，采取科学有机的种植模式，稻作区禁止开办污染性工业企业，对污染实施综合治理等都是有效措施，当然，守住品质底线，各部门要形成合力。

先天的优势保护好了，后天的培育也要跟得上。既要依靠科技手段，提高种业质量，也要建立行业标准；既要坚持原始种植模式，打牢五常大米品质基础，也要运用现代化手段，提升大米的加工质量和标准；既要以稻米本身的品质品味为主业，更要多样化发展，在精深加工、副产品再利用等方面探索全产业链发展合作的新路径。

当然，无论是农户、农民合作社，还是全产业链的大米企业，谁也不能单打独斗，更忌讳行业内斗。应该坚持市场主导和政府引导相结合，集中整合资源，可以逐步将全市零散的种植基地和稻米加工企业转变为生产加工基地，打造大基地、大车间、大市场，达到品牌统一、标准统一、销售统一，实现大米产业的集团化发展。

马维维

健身需求点亮夜经济

本报记者 郭静原

每当夜幕降临，散落在各地的运动公园、休闲广场、健身中心等燃烧脂肪的场所就开始活跃起来。从“日落而息”到24小时不打烊，运动健身已成为越来越多人夜间外出活动的主要选择，“为健康买单”正悄然点亮夜经济。

晚10点，北京国贸附近的一家24小时健身房依旧灯火通明、人头攒动。换好运动衣和球鞋，在国贸一家金融机构上班的梁友志像往常一样，到健身房开启了每天的“撸铁”打卡。“白天在工位上坐了一天，不运动可不行。锻炼是我现在最好的舒压方式。”梁友志说，身边还有不少同事把健身当做爱好，下班后约着一起再去健身房“加班”已经成为他生活圈里的常态。

据36氪发布的“中国主要城市人群每天健身时间分布图”显示，有大量用户选择在夜间健身，而在深圳这样夜经济较为发达的城市，夜间健身人数更是占据全天的70%以上。

社交平台上，运动打卡、健身记录等也成为人们审视自身健康状况的一种途径。观察“运动/健身”微博相关信息的24小时发布规律，19时至22时，微博上运动健身信息的发布量达到一个小高峰，不少人在下班之后完成当日的运动目标并进行打卡记录。

全民健身“越夜越精彩”，一些打破固定时间，24小时、月付制的互联网健身新业态开始火了起来。乐刻运动城市事业部总经理汤鑫告诉记者，今年上半年，平台新注册会员数约150万。其中，夜晚是健身房人员聚集的高峰时段，譬如在北京国美第一城的乐刻社区店，凌晨2点的器械使用率一度达到50%。

乐刻运动平台健身教练柯温告诉记者，今年以来，已有至少15名学员跟他约了晚10点以后的私教课，训练到最晚的学员要在次日凌晨2点左右才离开健身房。“附近互联网公司、金融机构的从业者有更多夜间健身需求，他们通常加班到很晚，身体还保持在比较兴奋的状态，深夜健身能够保证他们形成一定规律运动的时间，弥补白天的运动缺失。”

柯温表示，从单纯减肥到减脂、塑形、增肌……许多人到健身房来不再满足于只是跑跑步、跳跳操，人们对健身和健康越来越重视，还会主动涉猎科学的健身知识，运动健身的个性化、多元化需求增长。

在全民健身浪潮、政策利好举措与消费升级时代的叠加推动下，健身休闲行业发展前景广阔。据《2020中国健身行业数据报告》称，我国健身房会员数已经达到7029万，数量非常可观。但其渗透率仅占我国14亿多人口的5.02%，有着巨大的发展空间。如今，行业新概念不断，新兴的24小时互联网运动健身平台逐步覆盖线上流量，传统健身房也积极拥抱互联网，健身行业正趋向复合化、智能化，持续满足健身人群的不同需求。

最早一批选择“24小时不打烊”的新型健身房坚蛋运动，就采用人脸识别开启门禁、自由开取智能更衣柜等举措，有效避免了夜间人力成本过高的问题；与乐刻运动定位国民健身房，购买月卡、团课免费上的模式不同，超级猩猩健身平台按次数收费、定位中档，也收获了一批稳定客群。相关数据显示，超级猩猩和乐刻运动的会员留存率均超过50%。

“如果说传统健身房是大型商超，那互联网健身平台就更像是24小时社区便利店，让大众能充分利用空余时间健身，降低他们参与健身的门槛。”汤鑫表示，健身房小型化、社区化是大势所趋。未来，在进一步拓展线下门店规模的同时，乐刻还将逐渐把居家健身场景搭建起来，帮助用户实现随时随地健身。

消费者下班后到乐刻健身“打卡”。

徐子健摄（中经视觉）

本版编辑 张雪美 编 高妍

社址：北京市西城区白纸坊东街2号 读者服务：13911270606（同微信号） 查号台：58392088 邮编：100054 传真：58392840 零售每份：1.00元 广告许可证：京西工商广登字20170090号 广告热线：58392178 发行热线：58392172 昨日（北京）开印时间：3:10 印完时间：4:30 印刷：