

“吉林大米十大白金名片”

艾利特米业:23年有机路结硕果

九月的延边,长白山余脉下的黑土地翻涌着金黄稻浪,吉林艾利特有机米业有限责任公司(简称“艾利特米业”)428公顷有机稻田正待颗粒归仓,而作为公司新一代掌舵人的刘畅,脚步却穿梭在北上广深的商超与经销商会议室里——北京的高端社区团购对接、上海的日料店食材洽谈、杭州的电商大促筹备,她的日程表被“收割季+市场季”的双重节奏填满。而就在不久前,一则来自家乡的喜讯让她格外振奋:在近日举行的吉林粮食品牌日暨营销推广系列活动上,艾利特米业旗下“鸭泉”品牌从众多竞争者中脱颖而出,成功斩获“吉林大米十大白金名片”称号,更成为延边地区唯一获此殊荣的大米品牌。

23年有机初心:从“御粮产地”走出的品牌雏形

时间倒回到2002年,刘畅的父亲刘焕斌从韩国、日本考察归来,在延边州和龙市东城镇创立了艾利特米业。彼时的吉林大米市场,多数企业仍聚焦普通大米的规模化生产,刘焕斌却剑走偏锋,一出手就锁定“有机种植”这条难走的路——严格遵循 OFDC 有机种植标准,不施化肥、不打农药,改用农家肥与有机肥,还大胆尝试“稻田养鸭、鸭稻共作”的生态模式。“那时候没人懂怎么把鸭子放进稻田,父亲仅试错就花了两年:从辽宁、黑龙江找适合稻田生长的鸭苗,观察稻苗长到30厘米时投放最佳,还要算着鸭子吃虫除草的节奏,不能让它们伤了稻

穗。”刘畅记得,父亲最艰难时,因鸭苗存活率低、水稻减产,亏了近百万元,但即便如此,也没动过“用农药省事”的念头。

2006年,“鸭泉”品牌迎来首个里程碑。其主打产品“延边有机贡米”凭借晶莹剔透的品相、浓郁的米香、润滑细腻的口感,在北京通过国务院特供产品专家组鉴定,成为全国仅有的两家“国家机关特需专供”有机大米之一,还入选2008年北京奥运会备选产品。消息传来,东城区的稻农奔走相告——原来不用化肥农药,大米也能卖到“特供级”。同年,艾利特米业的种植基地被国家环保总局授予“国家有机食品生产基地”,此后又接连拿下“吉林省有机食品生产示范基地”“延边农业产业化重点龙头企业”等称号。

全品类产品矩阵:每款“鸭泉”米都有“品质身份证”

如今走进艾利特米业的产品展厅,“鸭泉”品牌早已形成覆盖高中、端市场的产品矩阵:核心单品“延边有机贡米(吉粳81)”,依托长白山冷泉水灌溉,90%森林覆盖率的洁净空气,每一粒米都带着东北粳米的醇厚,煮熟后米油丰富、回甘明显,冷饭也有嚼劲,是高端家庭的

“餐桌优选”;“吉宏6号”绿色大米,小圆粒带着浓郁米香,蒸饭时满屋飘香,成为中端市场的“性价比之王”;被称作“大米中的爱马仕”的“鸭泉原道香谷(越光米)”,因延边与日本同纬度的自然条件,加上冷泉水滋养,圆润饱满、入口软糯,冷却后也不易回生,成了北上广深高档日料店、星级酒店的“御用寿司米”;而2023年推出的“鸭泉鲜活芽米(胚芽米)”,更是凭借日本佐竹进口设备实现的90%留胚率、免淘洗工艺,一上市就成了健康消费市场的“新宠”。

“每一款产品都有自己的‘身份证’。”刘畅拿起一袋有机贡米,指着包装上的二维码说,公司早在多年前就搭建了“全地域视频监控+全程可追溯系统”,消费者扫码就能看到水稻从育苗、种植、加工到仓储的全过程,甚至能找到负责这片稻田的农户。这种“透明化”的底气,来自艾利特米业对品质的极致把控——2023年,刘畅和父亲一起建成了智能化育苗工厂,通过恒温、恒湿控制系统,让水稻壮苗率由原来的50%上升到98%,还实现了“一株苗一个标准”;同年投用的恒温水稻仓库,接入吉林省粮食和物资储备局的吉林大米分级系统,根据水稻蛋白质和食味值等指标对大米科学分级,确



保每一批次产品品质稳定。

不止于米:“白金名片”开启产业链新篇

这份对品质的坚守,也让“鸭泉”在市场上站稳了脚跟。如今的艾利特米业,工厂占地面积达3万平方米,拥有一条佐竹糯米生产线和一条佐竹免淘胚芽米生产线,年产有机大米1500吨、绿色大米5000吨,线下经销商覆盖北京、上海、广州、杭州等全国20多个主要城市,线上天猫旗舰店的年销量突破300万元。更难得的是,作为2009年认定的“吉林省扶贫龙头企业”,艾利特米业还带动东城镇及周边500多户稻农种植有机水稻,亩均收入比普通水稻高800元,让“有机种植”成了乡亲们的“致富路”。

“获奖不是终点,是我们打造米食文化产业链的新起点。”刘畅透露,目前艾利特米业正与技术团队合作研发大米酿造白酒项目,试产的样品已获得酒类经销商的认可;同时,公司还联合农夫山泉水稻研发团队,探索“青粒”收割,未来有望推出更具营养的特色稻米产品。



有机大米生产基地



稻田养鸭、鸭稻共作有机种植模式

“吉林大米十大白金名片”

长兴源农业:以品质匠心擦亮白金名片

在梅河口市长兴源农业科技发展有限公司(简称“长兴源农业”)的绿色有机稻米智能生产车间里,银白色的自动卸车平台如精准运转的钟表齿轮般忙碌——满载着梅河口优质水稻的货车刚平稳停靠,机械臂便带着柔和的嗡鸣迅速对接车厢,仅10多分钟就完成整车原粮的卸载,效率比传统人工卸车提升3倍不止;不远处的全自动包装机宛如“指尖生巧的工匠”,将加工好的“真新”大米精准封装成袋,通过光洁的智能传送带无缝送往15℃恒温仓储区。整个流程里,只有2名工作人员在监控屏前观察数据,车间自动化率高达90%。在吉林金穗五大经典领航行动中,长兴源农业旗下“真新”大米凭借过硬的品质、完善的全产业链体系与深厚的品牌底蕴,成功斩获“吉林大米十大白金名片”称号。

自动化生产:筑牢“真新”品质的硬核根基

“真新”能拿下这份荣誉,最核心的底气就是我们从加工环节就扎紧了“零差错”的品质篱笆。”长兴源农业总经理沈宝旭话语里满是对技术实力的自信。他介绍,公司2019年斥资5000万元建成的绿色有机稻米智能全自动化生产车间,如今仍是吉林省技术最先进的大米加工生产线之一——年处理能力达20万吨,从原粮除尘、去石、脱壳,到色选、抛光、封装,全流程实现自动化操作,几乎无需人工干预。

走到车间色选环节,智能色选机正以每秒2000次的频率高速运转,宛如一张精密的“品质筛网”:不仅能精准剔除异色粒、碎米,还能通过光谱分析“看透”米粒内部,识别肉眼难辨的品质缺陷,确保每一粒“真新”大米都达到“半透明、有光泽、蛋白白”的严苛标准;而低温抛光工艺则避开了传统抛光的短板——既保留了米糠油等珍贵营养成分,又让米粒裹上一层自然的油亮质感,煮熟后香气更浓郁。

这份自动化优势还延伸到原粮收储与仓储环节。公司建有两座日处理量500吨的低温水稻烘干车间,采用闭环式低温烘干技术,能将水稻水分精准控制在14.5%的最佳仓储标准。

全产业链:守护“真新”从田间到餐桌的安全

“真新”的“真”,不只是米质的真,更是对消费者、对农户的责任真。”沈宝旭的这句话,道出了品牌深耕品质的底层逻辑。为了守住“从田间到餐桌”的每一道关口,长兴源农业构建起“企业+自有基地+合作社+农户”的全产业链模式,让小农户融入大产业,从源头把控原粮品质。截至2024年,公司已建成5万亩绿色水稻种植基地,5000亩有机水稻种植基地,签约8万亩订单基地,联动20余家水稻种植合作社,带动2000余农户参与标准化种植,人均增收超3000元。

“我们不只是给农户提供‘吉宏6’、‘中科发5’、‘稻花香2号’这些高端稻种,更全程跟着跑技术。”沈宝旭举例说,每年春耕前,公司的技术团队都会踩着泥土走进田间地头,手把手教农户测土配方施肥,避免化肥滥用;夏耘时节,技术团队会定期巡查水稻生长情况,指导农户用物理除虫、鸭稻共生等绿色技术替代违禁农药;到了秋收,公司还会派专人守在

田间,现场把控收割质量,只要原粮没达到标准,一律拒收。

在原粮收购环节,长兴源农业的检测中心更是为每一批水稻准备了“全项体检”:从米率、水分、品种纯度、成熟度,到用专业食味仪测定口感,只有食味值达到85分以上的水稻,才能获得进入“真新”大米加工流程的“入场券”。“哪怕行情再好,我们也绝不为了省成本掺一粒陈粮、一粒劣质粮。”沈宝旭说。

品牌深耕:让“真新”走进全国百姓家

“真心真意、真新好米”——这不仅是印在“真新”大米包装上的标语,更是刻在品牌骨子里的承诺。在发展过程中,吉林省粮食和物资储备局始终给予“真新”企业专业指导,从品质把控标准制定到市场拓展方向规划,助力企业坚守初心,一步步打开全国市场的大门。

在市场布局上,“真新”在吉林省粮食和物资储备局的指导支持下,走出了“线下深耕+线上拓展”的双轨路:线下,在全国100多座大中城市布局经销商,覆盖东北、华北、华东、华南等区域的20多个省市,经销商渠道更是渗透到商超、农贸市场、企事业单位食堂、社区便利店等方面;线上,在天猫、京东等主流电商平台开设品牌旗舰店,通过直播带货、社群营销等方式,把“梅河口

好米”送到年轻消费者手中。“在浙江、福建这些南方市场,‘真新’大米的复购率能达到80%以上。

为了满足不同消费者的需求,“真新”还搭建了多元化的产品矩阵:“秋田小町”系列主打“冷饭不回生”,成了不少家庭日常做饭的首选;“吉宏6”小粒香系列自带天然米香,包装精致,是节日送礼的热门选择;“稻花香2号”系列口感可与五常稻花香媲美,深受追求高品质生活的消费者青睐。

荣誉加持:迈向吉林大米高端化新征程

“这份‘吉林大米十大白金名片’的荣誉,对‘真新’来说不是终点站,而是迈向更高品质的新起跑线。”在沈宝旭看来,“真新”的成长轨迹,正是吉林大米从“养在深闺人识”到“寻常百姓家中宴”的生动缩影——从过去藏在东北黑土地里的“小众好物”,变成如今摆上全国百姓餐桌的“家常珍品”。

沈宝旭坦言,“真新”能走到今天,离不开吉林省粮食和物资储备局的引导与“吉林大米”公用品牌的带动。近年来,全省粮食企业加快转型升级,从品种改良到技术创新,从品牌建设到市场拓展,整个产业都在向高端化迈进。“这不仅提升了吉林大米的知名度和美誉度,更让我们这些企业有了更广阔的发展舞台。”

