“蒙”字标品牌故事特刊

一粒小麦的增值密码

『蒙』字标品牌赋能河套面粉产业化发展纪实

本报记者 潘拯翌 王丰 实习记者 王智超

清晨六点，呼和浩特的烧麦馆已经热气腾腾。揭笼后的一笼笼烧麦，薄皮透亮、褶子如花，咬一口，羊肉鲜汁裹着麦香在嘴里散开。

“每天卖出15万只烧麦，烧麦用的面粉每天要用到大约800公斤。”这是内蒙古老绥元餐饮管理有限公司总经理周恒强给记者报的一笔日常账。

一只烧麦好不好吃，皮是第一道关。皮薄如纸、透亮不塌，筷子夹起来不粘不破，凉了也不硬，靠的就是河套小麦粉筋性强、延展性好的特质。

这800公斤面粉，追根溯源，来自数百公里外的河套平原。

立冬过后的河套平原，麦茬铺到阴山脚下，黄河渠系纵横——这片“塞上米粮川”，北纬40度的阳光与昼夜温差，造就了蛋白质含量高、面筋韧性强的优质小麦。

同一时刻，包头宏基面粉有限公司（以下简称包头宏基）的“蒙”字标品牌面粉正装车发往京津冀，内蒙古兆丰河套面业有限公司（以下简称兆丰面业）的冷制粉车间里，永良4号小麦正磨成雪花粉。

“蒙”字标品牌遇上河套好麦子，一粒小麦能增值多少？



◀包头宏基面粉有限公司检测人员正在检测

▲独特的红硬麦

▲兆丰种子加工车间

▲兆丰专利技术全自动真空包装机－真空整形室



◀兆丰面业白彦花有机小麦种植基地



▲包头宏基面粉有限公司的生产线

▲包头宏基面粉有限公司办公大楼

▲兆丰河套面业厂区



▲兆丰面业种植基地内，工人正在拔草

标准之尺：给好麦画上“硬杠杠”

什么是“蒙”字标品牌？简单说，“蒙”字标品牌就是带着为世界甄选草原尚品的美好愿景，打造的内蒙古好产品质量IP。内蒙古自治区质量和标准化研究院品牌与质量研究所的关贺在接受采访时表示。

她手里拿着一份《“蒙”字标产品认证要求 河套小麦粉 T/NMSP.MZB01.5—2026》，这份“蒙”字标品牌认证标准不但规定了河套小麦粉的产地区域，为产地环境设了“地理指纹”。更是从原粮品种、种植环境、加工工艺到成品指标，划定了远高于国标的硬杠杠。

比如，普通国标专用小麦粉已经删除对蛋白质含量要求，而“蒙”字标品牌河套小麦粉要求蛋白质含量大于等于12.5%，“蒙”字标品牌同时设定湿面筋含量大于等于29%、面筋指数≥70%、稳定时间≥5分钟、面条评分≥75分。

这就等于把“能不能揪出好面条”量化成了准入门槛。

“蒙”字标品牌的“严”不在单项数值上堆料，而在两个方向：一是向前延伸，把产地环境、品种、栽培、原粮四道关全部纳入认证；二是向上抬线，在国标空白处补设蛋白质、面筋指数、稳定时间、面条评分四项质量特征指标，在国标有数处把脂肪酸值、灰分、呕吐毒素、黄曲霉B进一步收紧。

这套标准不是凭空而来的。河套平原地处黄河“几字弯”顶端，是亚洲最大的一首朝自流引水灌区，黄河水年引水量约50亿立方米，浇灌着超过1100万亩耕地。阴山挡住南下的寒流，黄河冲积平原带来肥沃的土壤，全年日照时数超过3100小时，昼夜温差大——河套小麦独有的品质，就这么来的。

“蒙”字标品牌的标准，正是把这些自然禀赋量化成了可检测、可认证的指标。

数据显示，截至2026年10月，巴彦淖尔市共有4家、包头市有1家面粉加工企业通过“蒙”字标品牌认证，认证产品涵盖小麦粉、雪花粉、全麦粉、高筋粉等10余种品类。在整个河套平原数以百计的面粉企业中，能拿到这张“通行证”的，不过数家。

认证不是一劳永逸，每年都要进行审查。一旦企业在原料管控、质量检测上出现问题，认证资格随时可能被暂停或撤销。

“这是一个动态的池子，不是终身制。”关贺说，“今天你达标了，明年原料换了、工艺松了、质量掉了，证书照样收回来。”

这套标准体系，在内蒙古并非一日之功。截至2026年，“蒙”字标品牌已研制发布团体标准154项，覆盖种植养殖、生产加工、仓储物流全链条，获证企业达180家、产品1600余个。河套小麦粉，正是与其中的锡林郭勒羊肉、赤峰小米并列的核心品类之一。

标准是尺，认证是秤。有了这把尺，这杆秤，河套小麦粉产业终于有了一个可以对标、可以竞争、可以让消费者认账的“质量坐标系”。

从呼和浩特沿着京藏高速向西走，一小时车程就是包头市。在包头稀土昆都仑区的一角，包头宏基的厂房安静地矗立着。这家成立于1993年的老厂，已经在河套平原东缘的这片土地上磨了30多年面粉。

“宏基面粉”这个名字，在内蒙古粮食行业并不陌生。国家级“绿色工厂”“全国放心粮油示范加工企业”，内蒙古自治区农牧业产业化重点龙头企业——这些头衔背后，是一条从意大利引进的自动化面粉生产线，年产能10万吨，旗下拥有“鹿王”“鹿王河套平原硬麦”两大品牌、40余个品种。

但就是这样一家已经拿到“中国好粮油”、绿色食品认证、入选全国名特优新农产品名录的老牌企业，为什么还要费劲去申请“蒙”字标品牌？

包头宏基副总经理岳雷给记者算了一笔账。

“我们的产品2017年、2020年连续两届入选中国好粮油，在消费者里已经有国字号口碑。但‘蒙’字标品牌不一样，它是内蒙古自治区的区域品牌认证，是政府公信力为你做担保。”岳雷说，“通过‘蒙’字标品牌认证，意味着从原料、加工、检验每一个环节都经过了官方的层层把关，这给了消费者一个官选内蒙古优质产品的理由。”

这笔“账”，最终算到了原料端、生产端和品控端。

原料端，宏基面粉选取内蒙古河套地区优质永良4号作为“蒙”字标品牌的唯一加工原料。永良4号是河套平原种植了几十年的经典品种，耐旱、抗倒伏、面筋含量高，是河套小麦中的“老把式”。收购时，企业专门挑选容重高、蛋白含量高、稳定时间长、抗延阻力和拉力较强的小麦。

河套平原昼夜温差大，光照时间长，造就小麦品质独特，但收购价格也是全国最高的。岳雷说，“在成本压力下坚持源头优选，这是笨功夫，但也是真正的硬功夫。”

生产端，企业通过多次工艺技术改造，采用先进的“五粉联产”工艺，适度加工，最大程度保留永良4号小麦的内在品质、营养和口感。品控端，制定了严格的“蒙”字标品牌内控指标，配置了先进的检测设备，确保每一批次产品质量始终如一。

“好产品不是检验和包装出来的，是通过选用优质原料、适度加工、品质把控和消费者口碑打造出来的。”在岳雷眼里，“蒙”字标品牌自身的产品特性就可以满足消费者多种食用要求，回归自然是“蒙”字标品牌产品独有的属性。

认证之后，变化是实实在在的。在流通渠道、电商平台、团餐市场，“蒙”字标品牌产品的销售都有明显提升。在全国性的农产品展销会上，“蒙”字标品牌的统一标识让宏基面粉从众多河套面粉中一眼跳出来；在政府采购和企业采购中，‘蒙’字标品牌认证成了一道隐形的“加分项”。

“过去我们跟消费者解释为什么我们的面粉贵，要讲半天；现在不用了，包装袋上那枚‘蒙’字标品牌，就是最简洁的解释。”岳雷说。

从1993年建厂，到如今年产能10万吨的现代化绿色工厂；从“鹿王”在内蒙古本地的口碑，到“蒙”字标品牌背书下走向全国的品牌跃升——这家三十年老厂的跨越，是河套面粉产业借“蒙”字标品牌实现升级的一个缩影。

如果说包头宏基代表的是传统老厂在高标准下的升级，在河套平原腹地的巴彦淖尔市临河区，有一家面粉企业走了一条“不一样的路”。

这里引黄灌溉条件得天独厚，是巴彦淖尔市小麦的主产区之一。兆丰面业在乌拉特前旗的种植基地，空气清新，气候干燥，远离污染，病虫害少，小麦生长更安全。

这家首批入选“蒙”字标品牌认证的农业产业化国家重点龙头企业，用19项企业标准、52道工序和一项自主研发的冷制粉碾压专利，把“好麦出好面”的朴素常识，升级成了一套可量化、可追溯、可认证的品质体系。

“面粉加工行业的传统路径，是依赖高速、高温研磨。”公司负责人指着车间里一组银色设备说，“兆丰面业走了另一条路——智能化冷制粉碾压专利工艺。”

这项自主研发的技术，核心在于低温环境下以碾压方式使淀粉粒保持完整，从而在不添加任何改良剂的前提下，让面食呈现柔韧口感与浓郁麦香。

为了这项工艺，兆丰面业与河南工业大学（原郑州粮食学院）合作多年，最终把实验室里的技术变成了生产线上的稳定产品。

工艺的不同，直接体现在产品上。兆丰石碾特制颗粒粉，打出了“百斤好麦出五斤”的极致提取率，推出兆丰石碾特制雪花粉。这些产品不限普通面粉在货架上拼价格，而是在高端细分市场建立了自己的领地。

这种“偏执”，从原料端就开始了。兆丰面业百分之百甄选符合企业质量标准的河套小麦，历经多道筛选。

高端面粉的竞争，不在加工环节的末端，而在麦田起点的每一次取舍。

这种近乎苛刻的筛选逻辑背后，是一整套覆盖小麦种子、种植、收储到加工全流程的企业标准体系——19项企业标准，每一项都“远高于行业标准”。目前兆丰面业拥有国家专利11项、小麦品种10个、注册商标92项，这些数字构成的是一张从种子到餐桌的知识产权网络，而非孤立的工艺亮点。

更值得关注的，是兆丰面业的“九统一”（统一标准、统一建档、统一培训、统一种源、统一种植、统一施肥、统一防治、统一收储、统一加工）全产业链管控模式。企业与本地种植合作社、种植大户建立稳定联结，统一提供良种良法技术指导，全程标准化管控种植过程。在保障原料品质的同时，也带动麦农稳定增收。

“蒙”字标品牌不是一块挂在墙上的牌子，而是落到每一袋面粉、每一户麦农身上的。

增值之道：一粒小麦的未来想象

增值不是抽象的概念，而是已经发生在市场上的真金白银。

长期关注河套粮油品牌市场的内蒙古北道品牌策略有限责任公司总经理武勇给记者算了一笔账：普通小麦收购价约每公斤2.5元，而“蒙”字标品牌小麦的订单收购价达到每公斤2.9元，高出0.4元；终端市场上，一袋10公斤装的“蒙”字标品牌河套小麦粉，售价从普通面粉的50元左右跳到了65元。

“这0.4元的收购溢价和15元的终端差价，就是‘蒙’字标品牌给河套面粉标出来的‘价值刻度’，”武勇说。

从包头宏基的品牌升级，到兆丰面业的技术破壁，再到专家们的冷静把脉，河套小麦粉产业的“增值密码”，正在一点点被解开。

这密码的第一层，是标准。“蒙”字标品牌以“标准＋认证”的方式，给河套面粉立了一把远高于国标的尺子。这把尺子，让好产品从“自说自话”变成了“政府认可”，让消费者在货架上能一眼认出哪袋面粉值得买。标准筑基，是增值的前提。

这密码的第二层，是企业。无论是包头宏基这样的老牌企业在高标准下的产能升级，还是兆丰面业这样的创新企业在冷制粉上的技术突围，最终把标准变成产品、把产品变成品牌的，还是企业自身的努力。没有企业在原料端的“笨功夫”、在工艺端的“死磕劲”、在品控端的“偏执狂”，再好的标准也是空中楼阁。

这密码的第三层，是产业链。一粒小麦的价值，不该只停留在“磨成粉”这一步。从专用粉到谷朊粉，从颗粒粉到预制面点，从原粮到终端食品，价值链每延伸一步，增值空间就放大一倍。

这密码的第四层，是麦农。当企业以30%的淘汰率筛除不合格原粮时，被淘汰的种植户能不能也分享产业链增值的收益？当“蒙”字标品牌订单小麦的收购价比普通小麦高出0.4元时，这部分溢价能不能稳定地传导到河套平原的麦田里？“九统一”的利益联结机制，能不能从企业的使命宣言，变成每一户麦农实实在在的收入增长？

这些问题，没有现成的答案。但方向已经清晰。

截至2026年，“蒙”字标品牌获证企业已达180家、产品1600余个，河套小麦粉与锡林郭勒羊肉、赤峰小米一同成为京津冀市场的畅销品类。

在这个大背景下，河套小麦粉产业的升级，已经不只是一个行业的事，而是内蒙古区域品牌战略的一个关键落子。“蒙”字标品牌要从农畜产品向工业产品、服务业全领域拓展，小麦粉产业能不能走好这一步，具有示范意义。

武勇认为，挑战同样存在。区域品牌的公信力，一旦被个别企业的品质波动所损耗，修复成本将远超短期收益。对于每一家把“河套小麦标准制定者”写进企业介绍的公司而言，真正的考验或许不在认证证书的获取，而在每一袋面粉离开生产线时，是否都对得起包装上那枚小小的“蒙”字标品牌。

立冬后的河套平原，麦田安静，渠水未冻，车间忙碌。一粒小麦从这里出发，经过标准的筛选、工艺的打磨、品牌的赋能，最终变成餐桌上的一碗面条、一个馒头、一张烙饼。

这条从土地到餐桌的路，河套小麦粉产业已经走了很多年。而“蒙”字标品牌的出现，让这条路有了更清晰的方向、更坚实的标尺、更广阔的市场。

一粒小麦的增值密码，说到底，不是什么高深的玄机——是把好麦子种好、把好面粉磨好、把好品牌守好。这三件事做好了，增值是水到渠成的结果。

从这个意义上说，河套小麦粉产业的故事，才刚刚开始。

短评

让红利一路返回麦田

评论员 王丰

河套面粉贴上“蒙”字标品牌，一斤多卖4毛，1袋面出15元。这4毛钱从货架出发，能不能一路走回麦田、落进种麦人的口袋？这才是“增值密码”最要紧的一环。

先说清楚，这4毛钱不是天上掉的。154项团体标准、动态年审、说收证就收证，“蒙”字标品牌把“能不能揪出好面条”量化成了硬门槛。包头宏基面粉有限公司卖雷的话实在：过去解释半天为什么贵，现在包装袋上那枚标就是答案。标准立起来，品牌溢价才立得住——这是增值的第一块基石，河套人踩稳了。溢价有了，才有反哺源头的空间，4毛钱才有了往回走的起点。

再看企业这头，功夫下得实在。内蒙古兆丰河套面业有限公司100斤麦子筛掉30斤，淘汰率三成，听着心疼，可这正是“好麦出好面”的笨功夫。冷制粉碾压、“九统一”全产业链管控，企业把力气使在麦田起点，而不是货架末端。更难得的是，河套人没有把难题藏着掖着，而是大大方方摆上台面：订单小麦每公斤高出4毛，这4毛要年年兑现、户户落地；“九统一”的利益联结，要从企业使命宣言变成每户麦农实实在在的收入增长。自己给自己出考题，这份清醒本身就是底气。

企业统一提供良种良法，全程标准化管控，带动麦农稳定增收，这就是红利回流的通道正在打通。龙头企业先跑起来，标准立起来，品牌溢价立住了，才有空间反哺源头；源头稳住了，好原粮才能源源不断。这是一个越转越顺的循环，河套人正把这个循环一圈圈拧紧。

说到底，一粒小麦的增值密码，最后一层锁在麦农的账本上。标准筑基、企业发力、产业链延伸，前三层已经跑出了样子，第四层——让红利回流麦田——正从愿景变成机制。这一步走实了，“蒙”字标品牌就不只是面粉的背书，而是整条产业链的信用。区域品牌的公信力，归根到底靠每一环都分得公平、守得认真。

一粒小麦从土地到餐桌走了很多年，如今“蒙”字标品牌给这条路立了标尺、指了方向。把好麦子种好、好面粉磨好、好品牌守好，再把好红利分好——四件事都做到位，那4毛钱才真正有分量。让种麦的人摸得着这份红利，河套面粉的根基才扎得深、走得远。

编辑：王丰 美编：罗六玲 网址：www.nmgsb.com.cn
2026年11月17日 星期二