

种植历史达1400多年,为何还要花3000万元引进新藕种 蔡甸莲藕产业“进化论”

长江日报记者袁满 张衡 通讯员王佩玺 芮磊

9月29日,蔡甸区沉湖国际小镇,一锅子刚煨好的藕汤香气四溢。

武汉大学质量发展战略研究院院长程虹教授盛起一勺慢慢品味,说起调研的心得:“阿联苗、新加坡等国不少中餐火锅店,最畅销的锅底不是红汤,而是湖北藕汤。”他评价,蔡甸“莲花湖藕”是湖北莲藕的优质代表,具备庞大海内外市场。

当天,2026蔡甸莲藕产业高质量发展大会暨品牌推广月活动在这里举行。

一方好山好水、千年良技良种——蔡甸作为中国莲藕人工栽培技术起源地,种植历史长达1400多年。如今,蔡甸正加速从“卖原料”向卖产品、卖体验、卖品牌、卖文化转型。



2026蔡甸莲藕产业高质量发展大会暨品牌推广活动现场。
长江日报记者胡冬冬 摄

3000万元引进一款新品藕种

9月28日下午,侏儒山街道外垸600亩藕塘,连片碧叶染上浅浅秋黄。栽藕工刘炎雄裹紧连体裤蹬进齐腰深的水塘,手握高压水枪冲开淤泥,一根粗壮的莲藕露了出来。“你看这藕,壮得很,节长、苗尖。”他朝塘埂上的佳藕天成公司负责人金劲松喊道。金劲松一脸喜色。

今年4月,金劲松在蔡甸区农业农村局支持下,联合种植大户以3000万元排他许可方式,引进武汉市农业科学院培育的莲藕新品种“莲花湖3号”(天成藕),创造了莲藕产业成果转化新纪录。当晚,他煨了一锅子藕汤:“汤色洁白,藕香浓郁,口感粉糯糯的。”

作为中国莲藕人工栽培技术起源地,蔡甸种植莲藕历史长达1400多年。为何还要引进藕种?“‘莲花湖3号’入泥深度比传统品种浅10至

20厘米,大幅降低采收成本;亩产可达3000斤,较传统地方品种增产20%至30%。”市农科院正高级农艺师朱红莲介绍。

蔡甸区农业农村局负责人介绍,早年,蔡甸莲藕依赖农户自留种,未经专业“体检”和“养护”,品种逐渐“变味”。20世纪90年代,莲藕专家柯卫东在蔡甸莲花湖收集到“莲花湖藕”。此后,蔡甸区联合市农科院在原产地进行扩繁、种植,命名为“莲花湖1号”,之后又推出了新品“莲花湖2号”,至此引进“莲花湖3号”。

在千年老品种“莲花湖藕”基础上,这场持续30多年的育种长跑,成就了新的高品质蔡甸莲藕,为产业进化打下基础。

不久前,蔡甸入选《中国生态(地标)品牌产品产区》原产地名录,品牌价值突破36亿元。

让每根莲藕都有“品质身份证”

“‘莲花湖1号’‘莲花湖2号’‘莲花湖3号’三大蔡甸专属品种,精准适配不同市场需求。”蔡甸区农业农村局相关负责人介绍。

“莲花湖1号”藕节规整,肉质厚实、淀粉含量高,适配家庭餐饮、预制加工等;“莲花湖2号”香气浓郁、清甜无丝,兼顾家常与高端宴席;“莲花湖3号”兼具品相、口感与耐储运优势,适合长途运输、礼盒包装与高端礼赠。

如何让好藕卖出好价钱,从“区域特产”进阶“全国品牌”?昨日的大会上,蔡甸区与市农科院共建的武汉市莲藕产业发展研究院,与北京市农林科学院农产品加工与食品营养研究所签署合作

从“卖原料”到卖品牌、卖文化

“单纯售卖生鲜莲藕,利润空间有限,市场天花板较低。产业发展要从‘靠天吃饭、靠量获利’转变为‘靠技术增值、靠品牌盈利’。”绿乐农业科技公司总经理冯军在大会上的发言,道出了本土企业的共同心声。

目前,蔡甸莲藕年产量突破15万吨,产业正延伸至技术研发、精深加工、物流销售、休闲观光等上下游。福味保食品公司目标将蔡甸藕汤打造成亿元大单品;宇宙热亮公司卤藕片全网日销5万袋;民食为天公司莲藕观光园,白天全藕宴、晚上篝火烧烤、清晨藕塘观日出,成为市民度假新选择。

让资源优势变品牌溢价,是蔡甸莲藕进化的必经之路。会上,蔡甸莲藕区域公用品牌新标志及视觉识别系统发布。标志取形蔡甸荷塘舒展的荷叶,如碧波托举,点明“藕出蔡甸”的产地身份;内嵌藕节横切面,九孔分明,呼应“毛三节”九孔藕的独有肌

理;一笔取唐宋篆意“甸”字古形,承续千年种植史。

“好的标志和视觉系统,能让蔡甸莲藕在冲刺百亿产业目标时降低传播成本。”程虹教授说。

产业链越拉越长,对科技与人才的需求越迫切。当天,蔡甸区与长江大学签署共建乡村振兴产业研究院协议。同时与武汉良之隆食材股份有限公司、武汉农业集团就蔡甸莲藕精深加工及品牌推广合作签约。

当前,蔡甸区协同布局都市圈环线农林文旅生态带,加快打造武汉西现代化产业集聚区。蔡甸区主要负责人表示,将全面深化政企合作,产学研协同、农文旅融合,做好“莲藕+”大文章,促进生态种养、精深加工、休闲观光、电商营销等多元业态融合,从“卖原料”向“卖产品、卖体验、卖品牌、卖文化”转型,推动全产业链提质升级,加快打造百亿级莲藕特色产业群,推动蔡甸莲藕从区域特产向全国品牌跃迁蝶变。



从卖原料到卖文化,蔡甸非遗全藕宴。

长江日报记者胡冬冬 摄



蔡甸莲藕区域公用品牌新标志及视觉识别系统发布。

记者手记

从土特产走向大产业

一场大会,三个关键词:品种、标准、品牌。勾勒出蔡甸莲藕从“土特产”走向“大产业”的路径。

蔡甸莲藕的突围,首先赢在源头。3000万元引进一颗“藕种芯片”,本质上是把产业的根基从“靠天吃饭”转向“靠种取胜”。种质资源是农业的“卡脖子”环节,谁掌握了优质品种,谁就掌握了产业定价权。蔡甸用真金白银为“藕种”买单,背后是对产业底层逻辑的清醒认知。

其次是标准。从品种属性到种植标准,从采后保鲜到冷链流通,再到分级体系——蔡甸莲藕正努力在把“好吃”这个模糊的口感评价,转化为可量化、可追溯、可复制的产业指标。这步棋,决定了蔡甸莲藕能否从“区域特产”跨入“全国品牌”的门槛。

最后是品牌。品牌体现的是产品的溢价能力。当蔡甸莲藕的品牌价值突破36亿元,当区域公用品牌新标志发布,当藕汤、卤藕片等深加工产品开始打开全国市场,蔡甸莲藕已经不再是一根藕,而是一条覆盖种植、加工、流通、文旅的完整产业链。

从一颗藕种到百亿产业,蔡甸莲藕的跃迁之路才刚刚开始。冲刺百亿“金名片”,蔡甸有底气,也有路径。

(长江日报记者袁满 张衡)
版面统筹:彭仲

长江日报讯(记者秦臻 向倾)“灵犀灵犀。”“来了。”中秋假期,江岸区百年老里份咸安坊,一个孩子踮脚喊了一声,人形机器人“灵犀”立即转过身来,它不仅能背古诗、跳舞,还能点评面前游客的衣着,原本来看老建筑的市民游客,被这个机器人“圈了粉”。

中秋假期,武汉新天地、新荣天街、咸安坊等江岸重点商圈商街人气旺、消费热。通过科技赋能升级消费体验,营业额平均增幅超50%,客流平均增幅达68%,累计客流量超100万人次。其中,咸安坊客流同比增长120.7%。

值得一提的是,今年商圈里的科技元素变了:机器人不再只是舞台中央的节目,AI眼镜也不再只是摆在柜台,整座商圈,正在变成一个巨大的、开放式的机器人体验馆。

25日举办的新荣天街首届松软面包节,烘焙摊位沿走道排开,空气中飘着麦香,而机器人“豆皮”穿梭在人流中,时而停下跳段舞,时而接住商家递来的试吃蛋糕,冒出一句:“一看就很美味。”湖北凌可科技机器人项目负责人王玉洁介绍,这次机器人直播线上互动热度不错,“线上线下联动,给活动和品牌带来双重曝光,科技流量变成消费增量”。

咸安坊里,百年老里份的砖墙之下,智元、启元、乐奇三家AI企业同时设展。智元机器人“灵犀”是人气担当,背古诗、跳舞、聊天气。品牌运营方王莹莹介绍,“灵犀”对接智元自研云平台,支持20多国语言交互。

据介绍,本次新荣天街首届松软面包节,凌可机器人直播赋能活动,是江岸区2026年金秋消费季科技消费系列活动之一。消费季自9月24日启动,持续至12月底,以“人工智能+消费”为主线,让AI产品走进市民日常消费场景。

江岸区商务局相关负责人介绍,机器人走到游客身边,让消费者从“看热闹”变成“上手试”,“既留住人流,让消费者愿意停下来、逛下去、拍下来,也正在逐步打开机器人的消费级市场”。

国庆黄金周期间,“未来已来 乐购江岸”2026金秋消费季精彩继续——

围绕科技消费,武汉新天地推出启元机器人时尚推介、乐奇AI眼镜快闪,武汉万象城未至之舱、华视闪宝互动巡展持续开放;

主打情绪消费,武汉万象城新鲜零食市集和迪士尼快闪、武汉美术馆(汉口馆)广场闲鱼市集、潮流盒子X118二次元活动、延庆里自由市场、老通城夜潮烟火巷、汉口城市广场邻里消费季、永旺梦乐城手账集市等轮番登场;

推广票根消费,“一票惠湖北”覆盖150余家重点餐饮、零售门店及品质酒店,武汉新天地游客友好计划持续开展;

围绕节庆消费,咸安坊将举办国庆非遗大集、湖北电影文化嘉年华等线下主题活动精彩上演。“金秋焕新”汽车促消费活动同步策划推进。



新荣天街松软面包节。

江夏草坪音乐会唱响同心曲

长江日报讯(记者杨晓雨 通讯员邱颖琪 黄茜)明月当空,晚风送歌。江夏区委统战部(区民宗局)、区委台办在中秋之夜主办“天涯共此月·中华一家亲”铸牢中华民族共同体意识草坪音乐会,在江夏中央大公园天空之城举办。湖北经济学院等驻区高校港澳台籍师生、辖区各族群众3000余人,欢聚草坪,共度别样中秋。

“月光它落屋檐,落在远方的山川,群山下的少年,绕着山路十八弯……”草坪音乐会在悠扬的歌声中开场,一首《月亮照山川》瞬间将全场观众带入节日氛围。

星空作幕,草坪为台。青年歌手妙妙、张义丰等登台献唱,《月亮代表我的心》《又见炊烟》《七里香》《漫步人生路》等一首首大家耳熟能详的曲目接连响起。既有温柔治愈的怀旧金曲,也有青春洋溢的流行旋律,不同年代的歌声回响在夜空,迅速拉近现场各族同胞、港澳台青年师生之间的距离。当经典歌曲《但愿人长久》的音乐响起时,苏轼的千古名篇瞬间戳中在场所有人,引来全场合唱。

9月第四周是《中华人民共和国民族团结进步促进法》正式实施后的首个民族团结进步宣传周。音乐会穿插有奖知识问答,主持人现场出题,台下观众踊跃举手、积极作答。据统计,活动吸引线上线下观众约7000人次,发放普法宣传册1000余份。

江夏区统战、民宗、台办等部门负责人表示,将持续用好各类文化活动载体,讲好民族团结故事,汇聚同心奋进的强大合力。

文明旅游 从我做起



讲文明 树新风
长江日报公益广告
设计:陈昌