

一道美食闯江湖

——探寻赣菜非遗“莲花血鸭”品牌的破圈之路

本报全媒体记者 邱 玥 陈记昌

清晨的莲花县农贸市场，麻鸭摊前人头攒动，摊主麻利地放血、接血，为烹制莲花血鸭备下“灵魂原料”。直播间里，本地辣椒、仔鸭伴着葱姜蒜滑入热油，“滋啦”一声，香气迸发，再淋上米酒与鲜鸭血调制的血酒，一道色泽红亮、热辣鲜香的莲花血鸭便完成。屏幕那头的网友早已垂涎三尺，购物车里的预制菜瞬间被抢购一空。

这道拥有700多年历史的地域美食，近年来从小城灶台，跃上了全国各地的餐桌，成为撬动县域经济的重要引擎。莲花血鸭如何突破地域藩篱，成为承载经济与文化双重价值的美食符号？

传统名菜入选北京奥运菜谱

莲花血鸭的起源充满传奇色彩。相传南宋末年，文天祥在莲花县聚义抗元。誓师饮血酒时，因寻鸡不得，遂以鸭血代之。聚餐时，火头军炒鸭误将血酒倒入，无心之举竟成就一道名菜。文天祥尝后大赞，慨然高呼：“今日饮血酒，食血鸭，誓与敌人血战到底！”

这段载入《莲花县志》的传说，让鸭肉与鸭血的碰撞，带上“歃血为盟”的家国情怀。2008年，莲花血鸭更是登上北京奥运会菜谱。

作为赣菜代表之一，莲花血鸭因其独特的做法和风味，始终是莲花人的心头好。将这份刻入DNA的味觉记忆推向更广阔的天地，是许多莲花人的心愿，李国华便是先行者之一。

自1988年学艺起，李国华与莲花血鸭已相伴近40载。2010年，李国华受邀参加一项地方传统名菜挖掘品鉴活动。“那是一次推广莲花血鸭的好机会，我暗下决心一定要呈现最佳品相和味道。”为此，他自费购买了本地原材料12只麻鸭、10斤辣椒及山茶油

和米酒，从山区县城一路背到省会南昌。“当时很多同行不理解，但多年经验告诉我，地道食材和独特技法是莲花血鸭美味的关键。”事实证明，他的坚持是对的。娇嫩的仔鸭搭配新鲜的辣椒，淋上黄金配比的血酒，浓郁的香味与独特的口感瞬间征服了评委和观众，莲花血鸭脱颖而出。

2015年，为了让游子也能吃上正宗家乡味，李国华开始研究如何既保留血鸭的传统味道，又能跨越时空阻隔。经过半年潜心研究，半成品莲花血鸭终于问世，这款产品既坚守传统又与时俱进，让血鸭烹制变得简单，被端上更多外地食客的餐桌。

2021年，李国华正式成为莲花血鸭烹饪技艺省级非遗代表性传承人，并在此后专注烹饪技艺培训工作。

从百姓餐桌走向品牌打造

一道热辣鲜香的莲花血鸭从备料到上桌仅需半小时，但它从百姓餐桌走向品牌打造的市场化进程，并非一帆风顺。

2009年，莲花血鸭烹饪技艺成功申报省级非遗代表性项目，同年莲花血鸭获评十大赣菜之一，短时间内声名远扬。然而，喜悦并未持续太久，问题接踵而至。许多打着莲花血鸭招牌的餐馆涌现，不规范的烹饪手法、不正宗的食材让食客败兴而归，甚至“莲花血鸭”商标都被抢注。

接连暴露的问题，让莲花县县委县政府认识到“莲花血鸭”品牌建设任重道远，一场举全县之力的品牌重塑变革拉开帷幕：

——成立品牌创建工作领导小组和莲花血鸭协会；

——制定《“莲花血鸭”品牌创建与产业发展实施方案》，实施品牌文化建设、产业标准化建设、龙头企业培育等“八大工程”；

——编制《“莲花血鸭”品牌创建战略策

划》《“莲花血鸭”品牌形象设计手册》等产业培育方案，出台烹饪标准；

…………

随着顶层设计完善，“莲花血鸭”品牌建设迎来快速发展期。莲花县抢抓预制菜风口，从品种培育、种养基地、专业屠宰等各环节突破，打造完整产业链。

走进江西莲花血鸭食品股份有限公司生产车间，自动化流水线高效运转，清洗、炒制、预冷、包装一气呵成。“我们每天可生产2500至5000包不同规格的预制菜。”该公司总经理助理周丹丹介绍，针对技术难题，莲花县与江苏省农科院、南昌大学合作。依托产学研合作技术沉淀，该公司开发出25种不同品类的衍生产品，销售至全国各地。

“当我们为莲花血鸭走向全国欣喜时，一场展览会暴露了产业链的不足。”莲花县商务局副局长张峰回忆，2023年，莲花血鸭预制菜在上海参展被某企业看中，商谈价格合适，但无法满足供货需求。

为解决产能不足，莲花县开始推进延链补链强链。

一方面，出台政策鼓励农民养殖麻鸭、种植辣椒，解决原材料供应问题。“我们每年统筹大量农业发展资金提供奖补。2024年全县出栏麻鸭161万羽，养殖户均增收3.6万元。”莲花县农业产业发展服务中心副主任欧阳鹏程说。

另一方面，围绕养殖、屠宰、加工、物流、服务等全产业链，加大企业培育和招引力度，优化工艺流程，升级自动化生产线。2024年，莲花县引进一家预制菜企业，筹备新建一座屠宰加工厂，莲花血鸭产业链年产值突破5.1亿元。

文旅融合加速赣菜文化破圈

为了让“莲花血鸭”品牌走得更远、叫得

更响，莲花县一直在努力。

2023年，莲花血鸭的知名度和美誉度实现了质的飞跃：

这一年，以莲花血鸭命名的专列从南昌西站、萍乡北站飞驰而出，途经湖南、云南、广东、四川、贵州、福建等10余个省，“莲花血鸭 赣菜非遗”叫响沿线城市；

这一年，“莲花血鸭 赣菜非遗”号游船首航黄浦江，让县城美食在国际都市绽放光彩；

这一年，在长沙市海信广场上，莲花县政府主要负责人大秀厨艺，抖音、快手、小红书等平台掀起学做莲花血鸭的热潮。

“我们持续输出以莲花血鸭为代表的赣菜文化，加深消费者情感认同。”莲花县农文旅集团董事长刘金亮介绍，一年一度的莲花血鸭烹饪大赛已成为旅游IP，吸引众多消费者品尝打卡，带动当地农文旅市场发展。去年“江西小炒”火爆出圈，加快了莲花血鸭端上全国餐桌的步伐。据不完全统计，目前全国“莲花血鸭”餐饮连锁店已超300家，关联销售门店近2000家。

“近年来，莲花血鸭作为赣菜重要代表亮相世博会、消博会、中国品牌大会等舞台，成为我省文化输出的又一张名片。”刘金亮介绍，为了让食客吃到正宗莲花血鸭，该县每年培训厨师上千人，输送至全国门店，“莲花血鸭师傅”劳务品牌被认定为省级“赣字号”劳务品牌，匠心远播。

从地方美食到经济引擎，莲花血鸭的破圈之路，是传统味道与现代商业的完美共振。“政府顶层设计引领产业，传承人守正创新，食客以味觉升华文化认同。多方合力，成就了莲花血鸭从小城灶台到国民餐桌的产业蝶变。”莲花县政府主要负责人表示，将继续推动莲花血鸭从小菜肴走向大产业，进而推动县域经济高质量发展。



在采收茭白。百亩茭白种植基地，村民正分宜县操场乡塘西村

头茬茭白抢鲜上市

本报全媒体记者 邹宇波 文图

仲夏时节，记者走进分宜县操场乡塘西村百亩茭白种植基地，成片茭白在微风吹拂下，掀起层层碧波，把大地装扮得一片翠绿。几十名村民穿梭在田里，忙着采收今年第一茬茭白，经过分拣打包后，准备发往我省各地以及福建、广东等地市场。

“今年天气良好，茭白不仅产量高，品质也很出众，吸引不少客商前来采购。我们种植的是双季茭白，采摘持续时间长，亩产可达3000斤。”该基地负责人袁诚介绍，茭白具有鲜、白、嫩、脆、甜的特质，被誉为“水中人参”，深受市场欢迎。

近年来，操场乡坚持党建引领，立足本地资源禀赋，不断优化农业产业结构，通过整合资源、创新模式，成功打造“千亩柑橘”“食用菌”等特色产业名片，探索出一条“产业兴、乡村美、农民富”的乡村产业振兴新路径，为乡村发展注入强劲动力。



项目提速 土地增效 产业焕新

——吉安县“三维驱动”打造园区增长极

肖振华 本报全媒体记者 李 歆

一季度全县规模以上工业营收突破130亿元；六大主导产业（电子信息、先进装备制造、新能源、新材料、生物医药、绿色食品）均实现两位数增长；3家企业成功申报2025年全省第一批“数智工厂”“小灯塔”企业……翻开吉安县的工业“成绩单”，一张转型升级的亮眼答卷跃入眼帘。

今年以来，吉安县全力打好培育壮大百亿重点产业集群、打造千亿园区攻坚战，以“三维驱动”打造园区增长极。

项目提速

全链服务激活产业动能

近日，记者走进吉安高新区的欧联电子科技有限公司项目建设现场，工人们加班加点抢抓工期，确保项目如期交付投产。

“欧联电子科技总投资20亿元，投产后可以为园区内的电子信息企业提供配套，补强产业链条。”吉安县工业和信息化局党委书记、局长刘晓光介绍。

为打好招商创新牌，吉安县实施“招、落、建、产、统、金、服、数、创”九环节闭环机制，组建县级招商服务公司、5个专业招商局，市场化选聘26名专业招商人才，通过政府招商与市场化招商“两条腿”走路，让优质项目“引得进、落得快”。

同时，该县破解项目落地“中梗阻”，推行“四个一”分包机制（一个事项、一名领导、一名工作人员、一抓到底），实行三级调

度、挂图作战。在吉安高新区政务服务中心，企业从拿地到获取施工许可平均缩短40天，线上营商环境监测平台实现企业诉求“掌上办”。

良弓在手，快马加鞭。数据显示，今年一季度，24个市“攻坚战”重点工业项目已开工22个，开工率达91.7%。

土地增效

腾笼换鸟引领集约发展

走进吉安高新区睿创包装有限公司，生产线上机器轰鸣，工人们正紧张有序地赶制订单。繁忙景象的背后，是当地通过资源整合推动企业转型升级的“以存量换增量”策略。

受市场环境变化等因素影响，睿创包装曾面临发展困境，企业效益持续下滑，虽多次尝试转型却收效甚微。与此同时，同在园区的力勤包装有限公司因生产场地不足，不得不将生产环节分散在3个厂区，增加了企业30%以上的物流成本。

转机出现在2024年，吉安高新区管委会在走访调研中，发现两家企业的互补需求，于是主动搭建对接平台。经过多轮磋商，当年10月，力勤包装完成对睿创包装的股权收购，整合后打破了力勤包装的发展瓶颈，也成功盘活睿创包装。

腾出新天地，换来新活力。近年来，吉安县聚焦盘活存量土地和低效用地，开展工业园区“盘活存量求增量”攻坚行动，推进闲置低效用地清理整治，2023年至今累计盘活闲置低效用地1650亩，其中以“腾笼换鸟”方式盘活闲置低效用地670余亩。

产业焕新

数字赋能开辟转型新路

在吉安伊戈尔磁电科技有限公司1.7万平方米的车间内，上百台机械手臂来回摆动。工人只需在控制面板输入指令，机器人小车便会从立体仓库取货，将所需物料送到生产线上。

“公司进行5G数字化工厂改造后，一台

大型生产设备只需1到2名员工操作。”在公司生产部主管张鸿远看来，通过数据化、信息化实现的标准化生产，让180名员工创造了相当于之前600名员工的产值。

一组数据对比见证着企业蝶变：产能从每月200台提升到600台，损耗从8%降低到2%，设备综合利用率提高8%、生产效率提高40%。

近年来，吉安县创新推出数字化转型公共服务平台和数字化诊所，择优遴选11家服务商和30余名数字专员定期入企“问诊”，一对一为企业提供优秀的“小快轻准”改造方案。围绕上云上平台、入企诊断、转型改造、贯标评价等全过程，该县推动集群数字化转型“标准化”落地，辐射带动产业链中小企业紧跟链主快速转型。

“像伊戈尔这样的数字车间，吉安县共有8个。我们出台了一系列政策，持续鼓励企业加强技术改造，加快新技术、新材料、新模式应用，提升管理效率和产品技术含量。”刘晓光告诉记者。

南丰特色养殖带动群众增收

本报南丰讯（通讯员曾宇雯）眼下正值龙虾上市季，南丰县桑田镇古城村不清园稻虾混养基地一派繁忙。水田中，工人驾驶船只均匀播撒生态饲料；捕捞区，青红色的小龙虾随着虾笼破水而出，在网中活蹦乱跳。工人们熟练分拣、称重、装袋，一筐筐鲜虾当日便运往城区农贸市场和餐馆，日销量达800斤。

“基地引进稻虾混养模式，今年预计龙虾产量达5万多斤，产值超70万元。等龙虾养殖季节过去，基地计划栽种200余亩水稻。”基地负责人李吉晨介绍。

近年来，南丰县持续探索特色生态养殖新路径，以种养结合、绿色循环模式激活农业经济新动能，推动“养殖+加工+销售”全链路发展。目前，该县已建成龟鳖、肉牛、山羊等多个特色养殖基地，带动群众增收致富。



6月3日，赣江新区汇贤大桥7#主塔墩承台完成混凝土浇筑。该项目承建方正抢抓工期与节点，全力冲刺主塔墩汛期前出水目标。 本报全媒体记者 郑 莹摄



乡村旅游需要留住更多『乡土味』

曹小武

会昌以戏剧小镇为依托，打造戏剧季文旅IP，吸引越来越多游客前往感受千年古邑的人文底蕴；在万年县梓埠镇，游客不仅可以参与龙舟制作、体验划船，还可以定制个性化龙舟模型，让季节性的“龙舟经济”延伸为全年可消费的旅游体验……刚刚过去的端午假期，一些地方的非遗民俗热度不断攀升、古村古镇持续火爆，为乡村旅游引来又一波流量。

乡村旅游的蓬勃发展，印证了现代人对乡土文化的深层向往。在田野间采摘徒步、在民居老宅中体验民俗文化、在大锅灶旁品尝有机食材……“乡土味”“原生态”“乡村气息”等特点，成为乡村旅游最能打动游客的元素，也是乡村旅游区别于城市文旅的核心竞争力。当城市化的浪潮席卷全球，那些承载着农耕文明记忆的夯土墙、青石板路、节气民俗，正成为都市人寻找精神原乡的密码。人们可以暂时远离都市的喧嚣，寄情于诗意的山水田园，感受鸡犬相闻的闲适与安详。

如何在开发中避免同质化、过度商业化、留住更多原汁原味的“乡土味”，更好地守护这份独特的文化基因？需要构建科学、系统性的保护与活化机制，在传承与创新中寻找最佳平衡点。

深挖文化根脉，构建多维呈现体系。“乡土味”的灵魂在于其文化基因的独特性。印刷厂变身“会剧场”、街屋变成“实验剧场”、老宗祠成为“园林剧场”……会昌戏剧小镇的成功，在于将宗祠祭祖、采茶戏等非遗元素转化为可体验的沉浸式场景。这启示我们，每个村落都应建立自己的文化基因库，系统梳理方言俚语、传统技艺、节庆仪式等文化要素，再借助数字化展陈、情景再现等手段，打造地方特色文化IP。

平衡保护利用，守护原真性生活图景。过度商业化是“乡土味”流失的主要诱因。要以传承保护为前提，在“最小干预”原则的基础上加以合理开发利用，避免一味地以追求效益最大化为目标，产生同质化、人造景观、生态破坏等现象。要以保护文化为导向，加强乡村生态环境保护，建设具有历史记忆、地域特点、民族风情的特色村镇，让游客在观光休闲之余，深入了解其深厚的文化底蕴。

激活主体意识，培育文化传承生态。“乡土味”的核心载体是村民，他们是乡土文化的天然守护者。对于农村居民而言，发展旅游就是发展自家产业。要从政策层面强化农民主体地位，绑定遗产保护与村民利益，吸引村民深度参与乡村旅游，确保村民获得旅游收益，从而更好地激发乡村振兴的内生动力。

创新表达形式，满足个性化需求。发展乡村旅游，不能刻意营造城市味，应该在深度挖掘乡土文化的基础上打造属于自己的地域文化特色，在传承保护的基础上加以创新、进行突破地域限制的现代表达。随着数字技术、产品、服务延伸到乡村，乡村文旅人才信息素养和数字技能也在不断提升。要加强政策与科技助力，加大投入，支持农耕文化遗产保护数字化提升体验，借助数字技术重构乡村文旅生态和文旅融合新业态，不断满足游客个性化需求。

留住“乡土味”不是简单的复古守旧，而是要在现代进程中重构乡村价值坐标，持续加强乡村旅游新形象建构，完善接待设施，提高服务品质，推动乡村旅游持续稳步向着高端化和精品化迈进。当青砖黛瓦生长出数字艺术，当龙舟竞渡融合科技体验，当二十四节气衍生文创产业链，这样的乡村既保有诗意，又具备新发展动能。这种传统与现代的交响，正是中国式乡村旅游的独特魅力所在。