



蓬溪种植的大球盖菇。



黄色金针菇的生长状态。骆峰菌业技术人员在查看。

一朵菌菇 一年卖出45亿元

「隐形冠军」蓬溪如何走向台前

城市经济学

你可能没听说过遂宁市蓬溪县，但你涮火锅的杏鲍菇、在超市购买的金针菇，很可能就来自这里——四川盆地中部，一座常住人口40万的川中小城。

每天，400多吨鲜菇从这里出发，涌向全国。全国每3份黄色金针菇、每6份杏鲍菇，就有1份产自蓬溪。2025年，蓬溪县食用菌产量18.3万吨、综合产值45亿元。

但翻开账本，是沉甸甸的两端：上游种植端年产值21亿元，下游精深加工端产值刚过3000万元，中间差了一个量级。产量大不等于产业强。一个以工厂化生产见长的农业大县，怎么把“隐形冠军”的规模，变成消费者愿意买单的品牌价值？

从零起步 30家龙头企业聚集园区

蓬溪做菌菇，要从2012年说起。

那一年，外地人宋强和干丽群夫妇揣着梦想来到蓬溪，成立了琪英菌业。人生地不熟，融资是第一道坎。“当时真的很难。”宋强回忆说。转机出现在2014年，在当地金融机构创新推出的“农村土地流转经营收益权+担保公司+地上构筑物”抵押模式下，该公司首次获得银行贷款300万元，渡过了最艰难的起步期。

同年，依托琪英菌业为代表的龙头企业，蓬溪启动食用菌现代农业园区建设。

10多年下来，30家龙头企业聚集在100平方公里的

园区内。其中，琪英菌业建成全国最大的单体杏鲍菇工厂化生产基地，日产杏鲍菇约230吨；骆峰菌业日产黄色金针菇60吨，承担西南地区约75%的供应；鑫中字日产金耳菌15吨，产量稳居全国第一梯队。

产量上来了，人也留下来了。曾在新疆务工的郭敏，2016年返乡后在琪英菌业负责包装，月薪4500元；蓬溪县天福镇村民肖承会，从普通员工成长为车间主管，月薪超5000元。园区通过“土地流转拿租金、入园务工挣薪金、入股合作社分股金”的“三金”模式，带动周边10个乡镇户均年增收1.5万元。



蓬溪县食用菌现代农业园区。

补齐短板 在精深加工方面提速

蓬溪的菌菇产量已站上高位，但若把目光投向东南沿海，一个更早出发的对手——福建省宁德市古田县，正展示出“种得好”之后还能走多远。

同样是做菌菇，古田县2025年全产业链产值达315亿元，是蓬溪的7倍。

差距是全方位的——古田县建成全国唯一的菌种科技园，培育出50多种新菌种；精深加工方面，银耳已变身糕点、饮料、化妆品等10大类60多个系列产品，仅其中一家企业，就通过低温萃取开发的面膜、冻干燕窝银耳羹等产品，年销售额超过1.2亿元，而蓬溪精深加工端产值刚过3000万元。

出口和品牌运营方面，古田县的产品远销20多个国家和地区，拥有400多家电商企业；蓬溪菌菇出口目的地集中在越南、泰国、柬埔寨、老挝4国。

古田县的的经验表明，精深

加工是品牌化的必经之路之一。蓬溪也意识到这一点，并从2025年底开始提速。

琪英菌业六期已建成投产，七期、八期完成设备安装，预计2026年9月底满产，届时日产量可达700吨，新增500个固定岗位。四川晟味食品两条生产线投运，四川鲜笋等精深加工企业入驻。

更大工程在“食用菌总部片区”——占地约2000亩，集研发、生产、冷链物流、出口于一体，分两期建设，总投资14.8亿元。

但补链难以一蹴而就。四川晟味食品等企业虽已试生产，但仍处于产能爬坡期。全县精深加工产值仍在3000万元量级徘徊，增量尚不明显。

菌菇种出来了，怎么运出去、怎么保证新鲜、怎么变成高附加值产品，蓬溪还在“补课”的路上。

打出名气从“卖产品”到“卖品牌”

2025年，蓬溪食用菌出口额突破1亿元。但掰开算，挑战不少。

出口品类以杏鲍菇鲜品为主，海外市场集中在越南、泰国、柬埔寨、老挝4国，中亚5国尚在洽谈中。海外自主品牌几乎为零——产品以“遂宁菌菇”统称出口，无独立品牌标识。琪英菌业销售副总经理辛贵明坦言，菌菇保质期短、保存条件苛刻，出口阻力不小。

2026年5月，蓬溪召开食用菌宣传营销专题会，定下目标：打出名气、卖好产品、形成品牌。

品牌建设已有一系列动作：制定菌菇食品标准，谋划建设标准化检测中心；2026年6月，4个产品入选全国名特优新名录；高端商超直供、连锁商超全面上架，价签和小票已添加“蓬溪”标识。

品牌推广同步加力。2026年初，“蓬溪鲜菇宴·家乡一桌菜”创意烹饪技能大赛

赛评选出了22道食用菌特色美食。6月初，“一荤一素一菇·蓬溪菌菇进机关”活动先后走进商务厅、省机关事务管理局机关食堂。

2026年，四川省食用菌研究所牵头、骆峰菌业共同参与的“黄色金针菇工厂化袋栽技术”，入选农业农村部年度主推技术。这项技术将黄色金针菇生产周期从150天缩短至55天。

更值得关注的是下一步，骆峰菌业计划今年8月将黄色金针菇菌种、金钱菌种送入太空开展航天育种试验——2025年12月，其干品已随快舟十一号遥七运载火箭进入近地轨道；第二阶段将把活体菌种送入太空进行空间诱变育种，有望利用太空特殊环境创制新种质资源。

园区已申请专利28项，双孢蘑菇完成工厂化生产试验。蓬溪不只想“种菌菇”，还想“定标准”。

排出时间表 打响“蓬溪菌菇”特色品牌

蓬溪的故事，在中国县域经济里并不陌生。

产量大品牌小——这是不少县域农业的共性困局。45亿元综合产值中，绝大部分为鲜菇批发流通环节的贡献，而利润最丰厚、最能体现品牌溢价的精深加工端，产值刚过3000万元。上下游的巨大落差，暴露出的正是产业链延伸的紧迫性。

差距即潜力，蓬溪选择用行动补齐短板。

当地排出一张时间表：2026年10月底前，不少于3种蓬溪菌菇进驻盒马、小象等大型商超；2026年12月底前，统筹推进金耳菌、黄色金针菇、秀珍菇等食用菌同步完成绿色食品认证，纳入全国名特优新农产品名录，完善蓬溪食用菌“三品一标”体系；2028年12月底，完成食用菌总部片区项目主体工程。

硬性目标外，品牌IP的打造也在同步推进。“一荤

一素一菇·蓬溪菌菇”被确定为核心理念传播主题。菌菇元素正嵌入县城空间，蓬溪县文广体旅局已设计18款菌菇文创产品——这不是简单的广告投放，而是把食用菌从农业产业升级为城市文化IP。

4款产品入选全国名特优新名录、1项技术入选农业农村部主推技术——这些事单独看都不大，放在一起，则传递出蓬溪从“幕后”走向“台前”的信号。

从18万吨鲜菇到45亿元产值，蓬溪已证明“种”的能力，但如何从幕后走到台前，让这朵菌菇卖出更高价，还需要一次艰难跨越。

正如蓬溪县委书记王松在专题会上所说：“凝心聚力、群策群力打响‘蓬溪菌菇’特色品牌”。

稳住工厂化生产的基本盘，跑出品牌价值的增长极——这座川中小城正在奋力破题。