

从皇家贡品到川菜“灵魂” 双流“二荆条”串起千万级大产业

寻找农田里的超级单品

你平时炒回锅肉用的青辣椒和做豆瓣酱、干辣椒用的红辣椒,可能出自同一株。

7月底,成都市双流区的“二荆条”(一种辣椒品种)迎来首季采收尾声。它不仅能作为鲜食直供餐桌,还能精深加工成干辣椒和豆瓣酱销往全国。近日,华西都市报、封面新闻记者来到双流,揭开这味川菜“灵魂”背后的故事。

青辣椒和红辣椒 只是不同时期的形态

7月28日,记者来到成都市双流区的一处田地,只见辣椒植株上挂满了果实,有的翠绿饱满,有的则是红色、皱巴巴的。

“别看它们长得不一样,其实是‘二荆条’的不同阶段。”负责人杨闯世指着田里的辣椒打了一个生动的比方:那些绿色或酱色、水分饱满的是辣椒的“青年形态”,质地较硬、辣度适中,一般用于鲜食,比如炒回锅肉或做成泡椒;那些红色且发皱的,则是“晚年形态”,此时辣度达到峰值,是做干辣椒、辣椒面和豆瓣酱等的绝佳原料。

除了用途不同,把辣椒留在植株上自然风干,还藏着降本增效的“土办法”。“如果变红就立刻采收,烘干需要36小时至48小时;而像现在这样先让它在枝上风干,采收后再烘干只需要12小时,大大节省了电费。”杨闯世说。

这批“二荆条”是今年3月中旬种下的,6月进入采摘期,7月底第一季采收完毕,9月将迎来第二次采收。杨闯世的公



7月28日,成都市双流区一处地里,“二荆条”挂满枝头。

司管理着3000亩土地,得益于今年良好的气候与病虫害防控,亩产预计达1500斤至2000斤。

摘下来的辣椒不仅能卖鲜椒,还会被精深加工成辣椒酱、干辣椒和豆瓣酱等。销售模式也打破了传统路径——线上直播带货占到了总销售额的90%,产品远销北京、上海、黑龙江、内蒙古、新疆等地;线下则稳定直供各类餐厅与企业食堂。仅这个采收季,销售额就达到约150万元。

三大品质特性 让它成为川菜风味之“魂”

双流“二荆条”可谓盛名在外。早在清朝时期,双流牧马山“二荆条”就作为皇家贡品享誉华夏;20世纪90年代,它作为优异的地方种质资源被收录进《中国

蔬菜品种资源目录》,全国大部分杂一代线椒品种都有它的遗传基因;2009年,牧马山“二荆条”正式荣获“国家地理标志保护产品”称号。

看似普通的“二荆条”,凭什么能成为四川豆瓣酱和火锅底料的“灵魂”?关键在于三大品质特性:含水量极低,老熟果的水分含量仅为75%至80%,远低于绝大多数辣椒品种,天然易于烘干制粉。辣度适中不烈,相比海南“黄灯笼”和云南“小米辣”,它的辣度温和,香味浓郁且辣而不燥,能够覆盖从“嗜辣”到“怕辣”的广泛人群。芳香物质丰富,富含丁二酮、己醛及3-萜烯等香味成分,特殊的挥发香气让人食欲大开。

好品质离不开好土壤。牧马山区域年均气温16.3℃、相对湿度83%,微酸性的黄壤土层深厚,供肥效能“前慢、中稳、后劲足”,为“二荆条”提供了绝佳的生长

温床。由于茄科作物连作容易引发土壤病虫害,当地农户大多遵循科学规律,采取隔年轮作的方式精心守护这片沃土。

规模化种植 全产业链年产值超两千万元

如今,牧马山“二荆条”正逐步走向标准化、品牌化和高附加值的现代农业之路。

在产业规模方面,双流区以黄龙溪镇(古佛村、白马村)、永安镇(三新村)、黄水镇(花龙村、桂花村)为核心,常年将种植面积稳定在800亩左右,年产量2200吨至2700吨,全产业链产值近2500万元。

产业的蓬勃发展,离不开政策与科技的强力护航。双流区先后出台乡村振兴专项政策,对连片新建示范基地给予资金补助,不断壮大种植规模。在标准与基础设施建设方面,制定《地理标志产品—双流二荆条辣椒》地方标准,建立“区+镇+村+基地”四级检测网络,农残检测合格率常年保持在98%以上,同时修复灌溉渠系,有效提升抗旱能力。

为进一步强化文化与种质保护,双流已与四川省农业科学院签订种质资源保护协议,建立种质资源保育中心;并争取285万元专项资金筹建“二荆条博物馆”,未来将引入消费新场景,实现“农商文旅”融合发展。此外,省市专家定期开展“菜单式”现场指导与新型职业经理人培训,持续为农户和企业输送标准化种植、病虫害绿色防控及品牌打造的新技术。

华西都市报·封面新闻记者 杨博 摄影报道

不到4天播放量突破500万 “中式天庭”视频海外走红 创作者是成都一眼镜店老板

白玉长廊延伸向云海深处,南天门巍峨耸立,仙鹤穿梭于层层叠叠的飞檐琼楼之间……近日,这条没有台词、没有字幕的AI短视频,被网友搬运至海外社交平台后,不到4天播放量突破500万,收获4.8万点赞,转发超9700次。

视频的创作者陈爱军并非专业设计师,而是一位1991年出生的成都眼镜店老板。8月7日,他在接受华西都市报、封面新闻记者采访时说,两年前,他在网上刷到古风AI视频后产生兴趣,开始自学AI创作。

如今,陈爱军的抖音账号已积累粉丝超50万,发布了200多条作品。“朋友截图发给我,才知道视频在外网火了。”他说,外网的网友能感受到中国天官修仙的意境,让他感到挺开心的。

自学AI近两年 每天花五六个小时制作视频

陈爱军的眼镜店位于四川天府新区华阳街道,平日有客户时就忙于接待,没有客户时就坐下来研究AI创作。“基本上是空闲时间做,断断续续估计每天要花5至6小时。”他说。

从完全不懂设计的“纯小白”起步,陈爱军自学了两年AI工具。去年9月,他开始在抖音、小红书、快手等社交平台发布作品,用了不到一年时间就积累了超过50万粉丝。“如果对画质要求不高,一



陈爱军制作的视频在海外走红。视频截图
陈爱军在制作视频。陈爱军供图

条视频的成本大概五六十元;但如果要用4K画质,成本要一百多元到两三百元。”他说。

制作一条视频平均需要4至5小时。“状态好时可能两三个小时就能完成,但平均下来时间要更久一些。”陈爱军说,有时候下班回去还要研究,准备第二天的视频。这种高强度的投入,让他的社交账号几乎做到了日更。

选择古风修仙赛道,源于陈爱军的喜好。“之前在抖音上刷到别人做的古风视频,觉得比较好看,我很喜欢偏古风、修仙一类的感觉,就去尝试了一下。”他说,他的视频多展现云海仙宫、白玉长廊等中式场景,没有复杂的剧情对白,完全依靠画面传递意境。

意外“出海”走红 靠流量收益实现“小赚”

陈爱军从未在海外开设个人账号,这次视频在海外走红,完全是被网友搬运后的意外收获。平台数据显示,这条33秒的短视频在海外平台不到4天播放量突破500万。一位网名叫“Eamon凜渔”的博主转发该视频,配文“我想象中的天庭应该长这样”,截至发稿,该帖观看量已达530万次。

评论区里,外国网友的讨论从视频本身延伸到了中国神话。有网友留言:“我一直在看中国武侠剧,觉得如果在这种风格里加上宇宙飞船,就能拍出一部不输《星球大战》的太空剧。”

视频火了之后,陈爱军的抖音粉丝量持续增长。他坦言,自己主要靠抖音平台的流量变现。“没有去做其他方面的商业化,全靠平台的流量收益。”他说,虽然前期投入不小,200多条视频累计花费数万元,但目前基本达到盈利状态。

对于未来,陈爱军已有更大的计划:“后续可能会去尝试短剧一类的制作,还是中国风,偏向于修仙之类的风格。”

陈爱军预计今年年底或明年年初启动这个计划,具体要看进度。目前,他的眼镜店生意照常,AI创作仍然是空闲时的热爱,只不过这份热爱意外地让更多人看到了中式美学的魅力。

华西都市报·封面新闻记者 罗田怡 实习生 郭月峰