

“AI 验蟹师”上岗 买大闸蟹不再开盲盒

今年是大闸蟹近十年来长势最好的一年,长沙海鲜卖场已批量上市

● 长沙晚报全媒体记者 贾凯清
通讯员 杨田风

秋风渐起,又到大闸蟹膏黄丰美的时节,鲜香肥嫩的螃蟹,正陆续摆上长沙市民的餐桌。近日,记者走访长沙马王堆海鲜大市场、盒马鲜生等大型海鲜卖场看到,大闸蟹已悄然成为市民食客的心头好”。特别是盒马鲜生上线的“AI 验蟹师”,用大数据为大闸蟹的品质把关,消费者买蟹不用再“开盲盒”。



市民在盒马鲜生门店内选购螃蟹。 长沙晚报全媒体记者 贾凯清 摄

“天公作美”,大闸蟹今年长势良好

9月26日晚,正值中秋假期,长沙马王堆海鲜市场内人气十足。在湘高记海鲜门店内记者看到,鲜活的大闸蟹已经摆在了海鲜区最显眼的位置,来往挑选的食客络绎不绝。

“现在是大闸蟹刚刚上市的时间,专门来吃蟹的顾客最多,销量还是很高。”负责打捞海鲜的店员告诉记者,店内大闸蟹有口味爆炒、清蒸、咸蛋黄焗等多种做法,顾客可以根据自己的喜好挑选。

“今年的大闸蟹规格大、产量高,我们进货的时候都不用特别挑。”马王堆海鲜市场的一位店主胡先生告诉记者。这种底气实则是“天公作美”——据业内专家分析,今年没有极端高温天气,是大闸蟹近十年来长势最好的一年。河蟹生长怕持续高温,水温过高会影响蜕壳和育肥。今年长江流域高温天数大幅减少,黄河流域降温也慢,整体气候对河蟹育肥相当有利。

27日下午,盒马鲜生运达汇

门店内,经过AI严选的肥美大闸蟹已经摆在了货架上。记者看到,体重115克到135克的母蟹售价为39.9元一只,90克到110克的小母蟹售价则为12.9元一只。在价格标识的上方,醒目的立牌写着“盒马大闸蟹,不肥包退”“AI验蟹,足斤足两足够肥”等字样,吸引着不少消费者驻足仔细阅读。

“每年秋天我都会来这类大商超买大闸蟹,品质有保障。”刚刚下班来挑选大闸蟹的市民徐女士说,同样的价格,在连锁商超更放心一些。“我不懂看蟹,光凭外表很难分辨肥不肥。”周先生笑着说,自己买蟹几乎全靠运气,“我在网上看到盒马螃蟹经过AI检测,不用自己凭经验猜,省心很多。”

盒马鲜生门店工作人员现场介绍,今年是大闸蟹生长的难得大年,螃蟹先天长势良好。而盒马的AI验蟹系统,能够在此基础上再做一轮优中选优,最大程度帮消费者避开品质“雷区”。

AI验蟹,严守两道质量关

到底什么是AI验蟹?盒马鲜生相关负责人告诉记者,这要从盒马的精选产地说起。

在江苏兴化的三王村“大闸蟹盒马村”,一条传送带上,一只只刚刚上岸的新鲜大闸蟹正在接受AI的“审视”。只要摄像头一照,智能电子屏上就跳动起每只大闸蟹的“身高”“体重”,几秒钟就会测算出每只蟹的综合肥满度。只有达到一定肥满度的大闸蟹,才会被装箱送入冷链车,发往盒马鲜生在全国各地的门店,静候顾客选购。

在AI验蟹机器上,记者看到,只用了不到一分钟,就有50只螃蟹完成检测。据了解,这套“AI验蟹师”由盒马鲜生、上海海洋大学、上海市水产研究所、上海识加科技联合研发,可以通过AI快速识别大闸蟹的8个关键部位,并计算出蟹的壳长,再结合称重数据,智能算出这只蟹的肥满度。

其实,这不是“AI验蟹师”头次上岗。2025年,它们就已经经过1000万只大闸蟹,练就了一身“挑蟹专业技能”。

盒马水产采购员慕晓介绍,也是通

过这1000万只大闸蟹积累了大量数据,今年的模型变得更“聪明”,效率也更高。整条传送带跑起来后,自动过检、自动分拣,测算效率提升了数十倍。“这样能更进一步提升验蟹的覆盖率,让盒马鲜生上架的大闸蟹更有品质。”慕晓说。

兴化市三王村大闸蟹盒马村负责人董佳贝是首批“吃螃蟹”的人。提起过往,他感触很深:“过去每到蟹季,得花大量时间和人力验证螃蟹质量。”董佳贝说,过去行业内想要挑出更肥满的蟹,缺乏一个直观、统一的硬指标。这两年AI验蟹师在盒马鲜生落地,好蟹终于有了清晰、客观的标准。

“螃蟹从产地出来,还不算结束。”慕晓补充,为规避运输途中损耗、掉秤带来的品质波动,盒马还在收货仓库再次部署AI验蟹设备。一只螃蟹,先后经过产地、仓库两轮AI核验,双重把关守护品质。

目前,经AI严格检测过的大闸蟹已在长沙盒马鲜生门店内全面上架。这个秋天,长沙人在家门口就能品尝到肥美的大闸蟹。



9月28日,CHOUCHOU&FRIENDS长沙旗舰店在TX长沙年轻力中心开业,吸引了不少消费者。长沙晚报全媒体记者 曾灵 摄



扫码看视频
长沙潮玩地

花鼓戏配周杰伦,长沙又有潮玩地 CHOUCHOU&FRIENDS 华中首店落地长沙

长沙晚报9月28日讯(全媒体记者 吴鑫 硯)长沙又新增一个潮流打卡地啦!9月28日,CHOUCHOU&FRIENDS长沙旗舰店在TX长沙年轻力中心开业,门店为品牌华中首店,城市旗舰店首店,定位“音乐+国风文化体验型潮玩旗舰店”。记者体验发现,该店湖湘元素拉满,空间以周杰伦国风新作《湘女多情》为灵感内核,融入湖南花鼓戏文化,并借鉴湘式传统戏台、火宫殿建筑风貌,打造以“巨星戏台”为主题的沉浸式体验空间。

据了解,此次CHOUCHOU&FRIENDS开业,周杰伦不仅在抖音上预告长沙、上海、成都三店开业,为长沙店提前预热;南京演唱会大屏也同步为长沙店开业宣传造势、力挺助阵,线上线下联动,将长沙店开业热度进一步拉满。

工作人员介绍,长沙店空间设计理念为“锣鼓起风华,赴一场星城之约”,设计灵感源自《湘女多情》歌词意象“锣鼓唱起一出花鼓戏”,提取湖南花鼓戏中的多组视觉元素,将戏台、传统飞檐、灯笼、中式花窗、走马灯等融入整体空间。

记者在现场看到,门店外部参考火宫殿湘式古戏台建筑风貌,结合潮玩IP形象和现代材质,极具辨识度,不少从街头路过的市民都停下了脚步,拿出手机纷纷打卡。

从湘式戏台门头进入店内,内部以“巨星戏台”作为室内核心,打造为一座可以游览、可

以购物的大型戏台。其中,室内以八角重檐戏台式收银台为视觉中心,灵感来自岳麓山爱晚亭;二层夹层设置“屋檐戏台”大娃展示区,让大娃像戏台主角一样登场;旋转舞台、走马灯展台等,让产品像戏台角色一样轮番登场,搭配自然分布的地域元素,让人感觉来到这里不只是逛一家潮玩店,也像顺着这座“戏台”走了一趟长沙。

这样的城市限定,还体现在产品内容上。店内产品以周杰伦的官方二次元IP形象“周同学”系列商品为主,经典怀旧的2001红帽系列、治愈温柔的共赴花境系列、热血满满的运动联名系列……长沙店内不仅有全套IP爆款、盲盒挂件、文创周边、联名好物等产品,还有长沙的城市限定产品。此外,长沙店还把流行音乐、花鼓戏和潮玩放在一起,周杰伦经典音乐与湖湘传统戏曲的巧妙碰撞,让消费者在逛店中感受到独特的长沙气质。

巨星传奇相关负责人表示,9月23日,CHOUCHOU&FRIENDS全球旗舰店首店在上海开业,而长沙旗舰店是巨星传奇“一城一店、一城一定”模式在华中地区的首次落地。接下来成都、广州旗舰店也将陆续落地。未来公司希望以长期主义做IP、以文化逻辑做商业、以空间体验做连接,让门店不止于零售,更成为城市潮流文化的活跃节点,以潮流IP讲好新时代文化故事,推动中国潮流文化走向世界。

特别报道

“镜”采诗画资兴 读懂“知心的城”

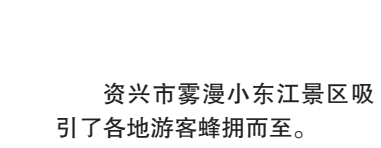
湖南省新闻摄影学会走进资兴开展影像主题采访活动



资兴市回龙山景区,游客在开心嬉戏。



闲置仓库被改造为网红打卡点“大坝咖啡”。



资兴市雾漫小东江景区吸引了各地游客蜂拥而至。

均为长沙晚报全媒体记者 王志伟 通讯员 朱孝荣 摄影报道



游客在资兴市白廊旅拍基地休闲嬉戏。



长沙晚报9月28日讯(全媒体记者 王志伟 通讯员 朱孝荣)日前,湖南省新闻摄影学会组织开展“镜采诗画资兴·助力旅发大会”影像主题采访活动。来自新华社湖南分社、湖南日报、红网、长沙晚报、郴州日报等30多家媒体的40多名摄影记者走进资兴市,用镜头记录当地文旅融合发展新貌。

此次活动旨在进一步擦亮“东方水城·诗画资兴”旅游品牌,助力资兴市精彩呈现旅游发展盛况,推动资兴文旅产业高质量发展。活动期间,摄影记者们先后深入东江湖旅游区、湾得乐水上乐园、倚沙音乐浮岛、资兴市工艺美术街、白廊旅拍基地、回龙山景区开发(二期)项目等地开展影像采访。

围绕“东方水城·诗画资兴”主题,摄影记者用镜头重点聚焦资兴市以“微改造、精提升”方式盘活闲置资产的实践。东江湖废弃水泵房及环湖沿线闲置老屋、老旧厂房改造为音乐浮岛、工艺美术街、复古餐厅、大坝咖啡馆等新业态,闲置资产重新焕发活力。大家还结合东江湖奇山秀水、人文历史、文旅融合、乡村振兴和生态发展等方面开展影像主题创作,充分体现资兴市“连景点、扩业态、提品质”的经验做法和“办会兴城、办会惠民”的发展理念。

据了解,此次活动依托新闻影像的独特视角与全媒体传播矩阵,全方位、多角度展示东江湖旅游区和东江湖度假区的新形象、新业态,为郴州旅游发展营造良好舆论氛围,以影像力量助推资兴文旅产业高质量发展,让“资兴·一座知心的城市”城市品牌更加深入人心。



2026年9月,无人机表演闪耀东江湾夜空。



资兴市东江湖的一汪碧水让人流连忘返。



资兴市东江湾,废弃多年的水泵房,被改造成倚沙·音乐浮岛艺术剧场。



资兴,一座知心的城市。