



握好接力棒 创出不一样

——潜江“虾二代”的精彩接力

湖北日报全媒体记者 黄璐 通讯员 刘琼艳

20年，潜江小龙虾产业从无到有，从弱到强，不断发展壮大，年综合产值突破750亿元。这是潜江人接力奋斗的结果。如今，一批以“80后”“90

后”为主的“虾二代”，或继承创新，或另辟蹊径，冲锋在一线。成长在与父辈不同的时代，“虾二代”如何传承和创新？代际之间的理念冲突和碰撞又如何调和？

潜网集团董事长康峻——

“接手父业，我没有后悔过，反而越干越有劲”

有人说，有了上一辈的财富积累，“二代”不努力，也能衣食无忧。

“人还是要有一点价值。”41岁的潜网集团董事长康峻认为。

潜网集团运作着全国最大的小龙虾交易中心，也被称为“中国虾谷”。销售旺季，每天2000吨左右的鲜活小龙虾发往全国，去年交易量23.7万吨，交易额达110亿元。

6月6日下午，湖北日报全媒体记者见到康峻时，他刚从北京回来，“连轴转”已成为他的工作常态。

2005年大学毕业后，康峻选择在武汉创业，先后涉足酒店、餐饮、轻奢店。2017年，康峻父亲创办潜网集团。次年，受父亲感召，他放弃武汉的事业，投身小龙虾交易市场的筹建。

理想很丰满，现实很骨感。“我想在哪收就在哪收，为什么要到档口去集中交易？”交易市场开业初期，商户入驻意愿并不高。

康峻迅速调整思路，统一档口建设标准，推出“商户第一年免租金，拎包即可入驻”的优惠政策；同时，主动

联系银行，为虾农、虾商、物流商户提供“龙虾贷”等金融服务。

“任何公司的发展，都是在不断解决客户需求的过程中。”康峻说，一年后，交易中心的档口从无人问津到“一铺难求”，短短几年，企业交易额呈几何级增长。

商户聚集了，如何让小龙虾买全国、卖全国？康峻创新“小龙虾+互联网+流通+终端+服务”运营模式，线上搭建“虾谷360”小龙虾垂直电商服务平台，线下建设以小龙虾为主的交易分拣市场和物流配送中心，不断提高交易中心的聚合性、示范性、引领性、带动性作用。

交易中心每天公布全国小龙虾指导价，潜江小龙虾每斤成交均价高于周边市场。不仅江汉平原，就连湖南、安徽、江苏、江西、四川、广东、广西等地的养殖户和商户，都争相将小龙虾送到潜江。“小龙虾到潜江，不仅可以卖掉，还可以卖上好价钱。”康峻说。

“要让小龙虾保持鲜活，冷链物流服务是关键。”在康峻的推动下，交易

中心建起自有冷链仓储中心、物流配送中心，14小时内能将小龙虾送达全国600多个城市。

今年，潜网集团投入使用的电商大楼，将发力直播带货领域，招募上海、浙江的电商团队、平台公司，多渠道销售潜江产品。

带动更多人增收致富，康峻一直在努力。目前，虾谷入驻商户660余家，提供分虾工、剥虾工等2万多个就业岗位，辐射带动就业创业超过10万人。

站在办公室落地窗前，康峻眺望窗外——1850亩的农旅融合项目如火如荼，新建的小龙虾交易市场F区、自由交易区、冷库B区即将投入使用，潜江小龙虾供应链公司已带动532家经营主体上链。

“接手父业，我没有后悔过，反而越干越有劲。”谈及未来，康峻信心满满——

做好行业“领头羊”，带动小龙虾上下游产业链发展，全力打造国家级一二三产业融合发展标杆。

华山科技总经理漆发发——

“必须有一颗进取心，才能在逆境中生存下去”

危与机之间，“虾二代”也有自己的想法。

“优胜劣汰、适者生存。必须有一颗进取心，才能在逆境中生存下去！”38岁的华山科技总经理漆发发，深感压力之大。

漆发发是标准的“虾二代”，其父亲漆雕良仁创办的华山水产，是湖北首批出口至欧美的小龙虾加工企业。2001年中国加入WTO，民营企业获得自营进出口资格，华山开始自主经营小龙虾出口，一跃成为湖北小龙虾出口第一大户。

家族企业越做越大，却没有懂英文、了解外贸的人，出去谈生意都是临时请人。

2008年，从中国地质大学（武汉）毕业后，漆发发准备到英国留学。得知父亲希望他回家帮忙，漆发发毅然返乡：“父亲很辛苦，人要感恩，懂得回报，也可以实现自身价值。”

漆发发接过父亲交给他的旗帜，主攻销售，生意做得风生水起，最高年销售额1亿美元。

漆发发认为，企业做出口，做得再高档，最终不过是个贴牌商，没有自己的品牌终端市场，就没有竞争力。

“继续做贴牌产品不是长久之计，更不是华山未来要走的路。”在这样的背景下，漆发发逐步将目光转移到国内市场。

“国外市场已经做顺了，国内市场的账期长，回款慢，瞎折腾啥？”父亲漆雕良仁第一个不同意。

漆发发不甘心，首家研制出工业化生产的调味虾产品——虾小弟，在电商上尝试。漆发发坦言，由于是冷冻虾，消费者拿到手不会解冻，味道就变了，退单率达到10%。不为失败找借口，漆发发最终放弃。

漆发发想尽办法拓销路、跑市场，跟国内外的食材商超对接，寻找新机。

研发新品、加强营销和品控，开发出虾尾、调味虾、虾仁等20多个品种。今年，通过市场调研，又开发出臭鲈鱼、臭鳊鱼、鲢鱼头等20多种鱼类产品，受到市场欢迎。

“一个企业要做大做强、立于不败

之地，产品质量是基础，诚信经营是保障。”漆发发说，有些客户提出延长保质期，如果按照他们的标准来加工，会影响产品质量，“这样的客户，我们宁愿放弃，也不能影响品质。”

咬牙坚持，终于迎来曙光。华山以欧标为标准，保证高品质产品，赢得了一批优质客户。目前，企业年销售额约8亿元。

蓝跃合作社负责人王宇——

做“女汉子”，累并快乐着

每一代人都有自己的选择。

“90后”蓝跃合作社负责人王宇，对土地有特别的眷恋。2012年，在外闯荡多年的王宇，有了回乡创业的想法。

“服装生意做得好好的，回来卖什么农资？”父亲王功德虽不理解，但尊重她的选择。

可两人的冲突，很快爆发了。王宇在卖农资时发现，虾苗市场特别火，她不顾劝阻贷款20万，在家乡运粮湖管理区流转土地、开挖虾池。

“一口气就要挖200亩虾池，亏了怎么办？”与虾打交道几十年的王功德，深知养虾的艰辛。

王宇是个犟脾气，非要做出一番事业来。每天零点，她起床到虾田收虾，一直忙到早上六点，忙完自家的还要去收别人的虾。

“那段日子真是苦，正月没过完就

开始收虾苗，在田头冻得瑟瑟发抖。”王宇至今记得，凌晨的寒风、漆黑的夜空，她身穿两件厚棉袄，戴着三层口罩，长满冻疮的双手拿一杆秤，拖四五个筐子，看到哪个虾田有灯光就赶紧往哪里跑。

和大多数“90后”姑娘一样，王宇爱美、爱干净，可整日在虾田操劳让她苍老很多。“在田里干活，别人以为我是个婆婆”。

王宇性格开朗，爱交朋友。经熟人介绍生意，她从1000斤虾苗，慢慢增加到5000斤、1万斤，第一年就赚了50万。

女儿脚踏实地，王功德看在眼里。父女俩自此和解并分工合作，父亲负责养殖，王宇转向开拓虾苗市场。

“老一辈勤劳苦干，我们年轻一代还可以用巧劲。”2015年，王宇从线下转入

线上，在微信上卖货。随着抖音的流行，她又开直播带货。

如今，她通过微信群、朋友圈、小视频、直播等拉人气打广告，因为虾苗规格高、品质好，价格便宜，每天订单不断，其中线上订单占销售额70%左右。

随着生意越来越好，2020年，王宇从单打独斗，转向抱团取暖成立合作社，并建起8000平方米的新厂房，带领周边村民一起养虾、卖虾。

“我永远走在别人前面。”王宇颇为自豪地说，12年的养殖销售虾苗经验，让她在同行依靠价格抢订单时，早就实现订单自由。

一步一个脚印，从代收虾苗赚差价，到拓宽销售渠道自己卖虾苗，从线下到线上，王宇将虾苗市场从周边延伸到江西、湖南、安徽、福建等省，每年

记者手记

用青春创造更多惊喜

□ 黄璐

敢于创新、舍安逸冒险阻，是他们的态度。时代大潮下，稍有不慎便可落后、偏航，每一次改革创新背后都是悉心

吊胆。但“虾二代”们勇于挑战试错，用新思维、新模式展现出更多责任与担当。产业要振兴，需要用年轻人的能力、眼

以潜江龙虾之名 赴“诗和远方”

湖北日报全媒体记者 黄璐 通讯员 罗珊珊 洪苗苗

潜江，中国小龙虾之乡，美食爱好者的天堂。吃完小龙虾去哪里玩？曾是潜江旅游之困。

如何让“食客”变“游客”，“流量”变“留量”？潜江文旅动作不断——

老景点潮起来，乡村游火起来，潜江龙虾IP热起来，文旅市场持续升温活力满满。据统计，今年1至6月，潜江游客接待量达450万人次，比去年同期增长33%。其中，五一期间，累计接待游客达90.6万人次，旅游总收入6.89亿元，比上年分别增长22%和17%。

从美食文化到文旅名片 “潜江龙虾”IP 文旅圈出彩

烟火人间，夜色正浓。盛夏时节，潜江生态龙虾城内，慕名而来的游客大快朵颐，品尝小龙虾美食。

潜江龙虾，不仅满足人们的口腹之欲，更以其独特的创新潜力，化身为潜江这座城市的标签。

“龙虾+活动”丰富新体验。潜江“虾皇杯”龙虾村BA篮球邀请赛，来自黄梅、监利、公安、洪湖等小龙虾主产区的6支球队激烈竞技，展示篮球技艺和地方特色。潜江龙虾音乐节，万名游客慕名而来，共同见证龙虾与音乐的完美邂逅。

“龙虾+旅游”畅享新乐趣。生态龙虾城、潜江龙虾展示馆、小龙虾主题高速服务区，打造小龙虾旅游目的地。潜网生态小龙虾产业园，整合返湾湖国家湿地公园、莫岭马拉松赛道民宿等旅游资源，布局1850亩综合性农旅融合项目，让游客吃得到虾、买得到虾、看得到虾、玩得到虾。潜江龙虾高铁冠名专列开通，更让“潜江龙虾”飘香四溢。

从美食文化到文旅名片，“潜江龙虾”让文旅圈、城市出彩。

潜江市文化和旅游局相关负责人表示，近年来，潜江通过举办丰富多彩的活动，成功吸引大量游客前来旅游观光、品尝美食、感受文化。未来，潜江将继续深入挖掘小龙虾文化，推动龙虾产业与文化旅游深度融合，让潜江龙虾成为城市新IP。

从老景点到湖地方 龙展馆焕发新活力

5月18日，全新升级的潜江龙展馆正式开馆，吸引不少市民游客前来打卡。

“热锅倒入油，加葱姜蒜翻炒，加香料，再把龙虾倒入锅。”走进展馆，点击屏幕，虚拟大厨手把手教你烧油焖大虾；穿越时空隧道，体验“小龙虾奇幻之旅”，身临其境领略潜江水乡园林的四季风貌。

“很棒，科技感满满，互动

感、体验感十足！”龙展馆焕然一新，游客纷纷点赞。

龙展馆于2017年投入使用，是潜江第一个多功能展览馆。过去，由于展示手段单一，与参观者互动环节少，展览馆没有对外开放。

潜江市文旅集团总经理毛向华表示，今年，该集团将小龙虾博物馆全新改造升级开发，通过AI、MR、虚拟数字人等高科技声光电特效，解密小龙虾在节气轮转里的生长奥秘，全面对外开放，打造游客钟爱的“潮地方”。

在这里，有潜江麦秆画、非遗剪纸等龙虾文创产品，还有潜半夏、江汉大米等潜江特色特产，游客能“一站式”看遍潜江好物，装满“购物车”。

不止龙展馆，去年，龙湾国家考古遗址公园被正式评定为国家4A级旅游景区，实现潜江国家4A级旅游景区“破零”。为满足游客多元需求，该景区将引进骑马、射箭、投壶等体验项目，让“老景点”焕发新活力。

从卖风景到卖场景 乡村游“吸粉”又“吸金”

夏日时节，走进潜江市曹滩村西花园农场，一阵微风拂过，阵阵花香让人心旷神怡。

“咔嚓！”不少身穿汉服、束起发髻，手持折扇的年轻人在此拍照打卡：“这里很美、很出片，我们非常喜欢。”

西花园农场因“高颜值”出圈，附近居民和游客纷纷慕名而来，寻一处闹市里的静谧。

农场负责人魏平介绍，农场有200多种玫瑰花，景色宜人，但一年盛花期只有15天，纯靠门票，业态较为单一。现在，农场引进小动物、水果采摘等项目，组织户外婚礼、公司团建等活动，丰富场景填补淡季空白。

错落有致的帐篷、霓虹闪烁的舞台……夜幕降临，潜江东荆河畔的“月光码头”露营基地，三五好友在星空下惬意地聊天。

“露营基地设在东荆河畔，看中的是这里的好风景、好人气。”基地负责人涂永波介绍，这里不仅有2万平方米的大草坪，还有露天酒吧、音乐会、烧烤等新业态。目前，游客量已达去年全年总和。

“哇，我抓到鱼了！”在潜江

周矶管理区楚潜村韵生态园，游客卷起裤腿，体验钓虾摸鱼的快乐。这是潜江最早的乡村游景点之一，过去以观赏、宴会、垂钓等为主。今年，新增推车比赛、捉鸡插秧、钓虾摸鱼、捡鸡蛋等农家特色体验项目，成为不少游客的新喜好。

从卖风景到卖场景，潜江不断创新产品供给，旅游消费由走马观花向沉浸式体验转变。

“潜江龙虾”走进武汉高校 用“湖北味道”为毕业学子壮行

湖北日报讯（记者黄璐、通讯员杜少华、周瑞、成妍）又是一年毕业季。6月15日，在华中科技大学韵苑食堂和西一学生食堂，来自各院系的1.4万名毕业学子共享毕业大餐。

现场，一盘盘鲜红油亮的潜江龙虾被端上餐桌，大家坐在一起大快朵颐，畅享美好“食”光。精心制作的潜江龙虾元素窗贴，印有龙虾吉祥物的餐盒，让吃虾更有仪式感。

“太感动了！临别之际，这顿特别的毕业餐，让我‘狠狠’记住了湖北味道。”华科能源与动力工程学院2024届本科毕业生杨振维说。

一份代表荆楚好味道的“潜江龙虾”美食，延续着热辣滚烫的思念。而这抹艳丽的红，更是对学子们开启新的人生旅途的美好祝愿。

值此盛夏，小龙虾当红不让。作为全省共同打造的区域公用品牌，“潜江龙虾”开启

走进武汉高校系列活动。6月15日至17日，潜江市委、市政府与华中科技大学共同为今年该校全体毕业学子烹制美味潜江龙虾，让即将奔赴祖国四面八方的学子记住湖北味道、珍藏湖北情谊。

为了让学子们品尝到鲜活小龙虾，6月15日早上7时，潜江市将6吨“潜江龙虾”火速发往华中科技大学，随之而来的还有潜江市十余家小龙虾餐饮头部企业负责人及30名小龙虾烹饪大厨。

“湖北是全国小龙虾产业第一大省，美味的小龙虾也是湖北的一大美食招牌。为学子们献上这道最正宗、最地道、最鲜香的潜江龙虾，为他们的毕业行囊留下一份湖北味道。”潜江市相关负责人介绍，此次活动将进一步提升“潜江龙虾”区域公用品牌的知名度和美誉度，有力推动“潜江龙虾”红遍天下。



潜网集团董事长康峻。（湖北日报通讯员 王富田 摄）



华山科技总经理漆发发。（湖北日报通讯员 关洪磊 摄）



蓝跃合作社负责人王宇。（受访者提供）

销售虾苗100多万斤，销售额1000多万元。

“现在是累并快乐着，一觉醒来就‘满血复活’。”王宇说，这大概就是做喜欢的事给自己带来的改变。

界，唤起更高质量的发展。如今，这批“虾二代”立足自身优势，用新点子、新玩法，促进潜江龙虾产业转型升级、蓬勃发展。

惟保守也，故永旧；惟进取也，故日新。“虾二代”们用自己的创新意识和拼搏精神，让创业路走得有声有色，为潜江龙虾产业创造出更多惊喜。