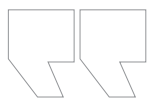




向高而攀

激活「楚商基因」
在传承裂变中

在传承与创新
的裂变中,“楚商基因”迸发出强劲动能。黄立、黄晟父子以“科技立业、产业报国”为核心理念,带领高德红外打破国外芯片垄断并实现智能化转型;罗学品、罗圆父子敢于“破壁”,带动品源蜕变为湖北香菇第一品牌,实现产业价值跃迁;宋爱洁、刘勇母子坚守“做食品就是做良心”,让姐姐食品在网红选出的大潮中屹立烘焙行业潮头;陈世贵、陈卓玲父女,做精做专,带领乡亲们将小小柑橘做成大健康产品。湖北民企在守正创新中书写着新时代家业长青的楚商答卷。



民营企业 and 民营企业大显身手正当其时

高德红外



黄立在 2025 低空经济创新生态(武汉)大会上接受媒体采访。(湖北日报全媒体记者 魏铤 摄)

品源公司



罗圆(右)和父亲罗学品在香菇基地。(受访者供图)

土老憨



陈世贵参观橘醋存储区。(湖北日报全媒体记者 胡炜 摄)

姐姐食品



姐姐食品门店。(受访单位供图)

让瘫痪者行走 让失语者发声 湖北脑机接口全球领先

湖北日报全媒体记者 刘天纵 李冲

4月15日12:30,在高德红外总部大厦32楼,武汉高德红外股份有限公司党委书记、董事长黄立穿着白衬衫、挽着袖子,风风火火地赶回办公室。听闻湖北日报全媒体记者采访民营经济话题,他百忙之中挤出时间面对镜头。

“关键核心技术是买不来、要不来的,国家需要的时候,我们民营企业必须站出来,扛起自主创新的大旗。”黄立介绍,近年来,集团公司在红外芯片、脑机接口、低空经济、智能驾驶等多个前沿领域持续发力,取得了突破性进展,这一切都紧紧围绕着“支点建设”的目标。

红外探测技术,是国防工业、自动驾驶等领域的核心关键技术,西方对我国实施严密的技术封锁。20多年来,高德红外坚持自主研发,成功研制出拥有完全自主知识产权的红外探测器芯片,打破了技术垄断,成为行业的“追光者”。

“在中国,小女孩走夜路都不用担心安全问题,但在西方,大男人白天都不一定敢随意溜达。”黄立认为,安全感是民生福祉的基础,用无人机助力城市治理,用现代科技治理现代社会,是他投身低空经济赛道的初衷。

在黄立个人投资的普宙科技助力下,武汉东湖高新区打造了低空共享无人机应用示范区项目,系全国首个空地一体化智慧城市样板,实现全区518平方公里常态化任务全面覆盖,应急救援5分钟抵达现场。

目前,该项目已规划航线约1500条,预计

2025年飞行服务可达10万架次,居全国前列,并在城市管理、交通巡查、生态环保、消防应急、重大活动安保等多个场景取得良好成效。

黄立用一件往事,道出了他与科技创新的不解之缘——多年前,他参加一次会议,前排坐着一位退伍老兵。老兵空着袖子,失去了双手,看上去让人很心疼。当时,他的心头跳出了一个想法:能不能有一种科技,可以帮助这些肢体残障的人正常生活?

经多年深耕,黄立率领衷华脑机造出脑科学“金刚钻”——研发了全球领先的65000通道双向侵入式脑机接口系统,于2024年11月完成首例脑机接口临床手术;今年3月,衷华脑机与武汉协和医院联合攻关,研发了全球首个微米级脑机接口三维多模态图谱系统;今年3月31日,湖北发布全国首个脑机接口医疗服务价格,标志着让瘫痪者行走、让失语者借设备发声的前沿科技加快步入民生领域。

黄立的儿子黄晟,武汉智感科技有限公司董事长,与父亲同为华中科技大学的校友。

在黄晟印象中,父亲是个非常拼搏的人,时刻在考虑事业的发展、产业的发展。在红外技术领域,他将追随父亲脚步继续做大做强,推动夜视、测温等产业应用,助力湖北工业自动化、人工智能等产业发展。

黄晟说,高德红外取名“高德”,就是时刻提醒我们高瞻远瞩,载物厚德,在追求高尚品德的同时,也要不断地向前进取。他认为新时代楚商精神是“有情怀、有梦想、有作为,有自信、敢拼搏、敢担当”,这与高德红外“科技立业,产业报国”的使命高度契合。

作为年轻的民营企业企业家,他将满怀创业和报国激情,为谱写中国式现代化湖北篇章贡献更大力量。

从吃罐头到吃鲜果再到吃健康 土老憨父女专注高端橘醋“赚慢钱”

湖北日报全媒体记者 胡炜

柑橘是什么?在普通消费者的眼中,是颗粒饱满,金黄硕大的鲜果,是夏日里清爽甘冽的果汁。

而在湖北土老憨生态农业集团掌门人陈世贵、陈卓玲父女眼中,柑橘,是搭配牛排、沙拉、海鲜的高端果醋,是能够调节身体机能的高端保健品、中药材、美容用品,是一个千亿规模的大市场。

宜昌,是中国柑橘之乡。据统计,近400万宜昌人中,大约有100万从事柑橘种植、加工、销售、文旅等相关产业,全产业链产值超过400亿元。近20年来,陈世贵、陈卓玲父女先后抓住了“吃罐头”“吃鲜果”“吃健康”的三大时代风口,不断让山头上的柑橘,流金淌银。

本世纪初,40岁的陈世贵已经通过开办石材厂成为当地的千万富翁。然而,2005年,他却压上全部积蓄,创办“土老憨”品牌,开始进军柑橘种植及销售。

拥有千万身家,却还要进一个附加值不高、价格波动风险较大的行业。这在许多人看来,有点“憨”。

陈世贵抓住了人们想吃甜食罐头的风口,2010年以后,随着快递冷链技术的进步,又进一步抓住了吃鲜果的风口。而最近10年,他又赶上了大健康产业的风口。企业年销售规模从千万级迈入十亿级。

其间,有不少同行去做了房地产,也有的开始涉足多业态、复杂化经营。而陈世贵始终认为,人的精力是有限的,企业的精力也是有限的。企业应该把主要的精力放在选定的赛道上,精耕细作。

他是这样说的,也是这样做的。布局大健康,17年前就开始了。

2007年,一次偶然的机会,陈世贵到台湾参加行业论坛,结识了台湾海洋大学的陈锡秋教授。陈锡秋告诉他,做罐头不是深加工,将柑橘引向生物发酵才是深加工。“10年后,富起来的老百姓一定会重视健康、养生。”一席话,让陈世贵深受触动。

2008年,国内发生了由柑橘导致的食物安全

事件。一时间,柑橘价格暴跌。这让陈世贵更加下定决心,要往产业链深处闯。

研究表明,橘醋富含黄酮,有诸多保健功效。从2008年开始,土老憨先后投入数亿元资金,开始“招兵买马”和“联合攻关”。一方面,聘请两院院士、海外专家作为顾问,并从国内外高校广泛引进生物学硕士、博士,充实科研团队;另一方面,联合华中农业大学、湖北工业大学等高校攻关。

通过长达15年的试验酿造、培育菌种,2023年土老憨终于形成成熟的橘醋生产工艺,填补了国内高端果醋的空白,销往长三角、珠三角,进入山姆会员商店、胖东来超市、开市客等主流商超,受到消费者喜爱。

5年前,33岁的陈卓玲,在父亲陈世贵的劝说下,从北京央企辞职,加盟家族企业。眼下,陈世贵在厂区主抓研发和生产,陈卓玲则带领百人销售团队,常年深耕东南沿海省份,实现年新增销售额3亿元。

“要接班,一定要懂市场,知道市场需要什么,市场在发生什么变化。”陈世贵说,他经常告诉女儿,农业的核心是科技,要立志树百年品牌,创百亿产值,带动更多农民富起来,慢一点都没关系,但一定要稳扎稳打。

如今,土老憨已经发展成为全国最大的橘醋生产企业、农业产业化国家重点农业企业、全国农村三产融合示范企业及“延伸增值型”领军企业,中组部、农业农村部“全国大学生村官与农村实用人才培训基地”,以橘醋为核心,形成了鲜果销售、陈皮加工、橘醋生产、三峡橘醋文化旅游区等一二三产业融合发展的格局,带动柑橘种植10万亩,带动15000户橘农增收致富。

陈世贵说,湖北民营企业赶上了市场经济蓬勃发展的最好时代。选准一个方向,做精做深,赚慢钱不赚快钱,是土老憨品牌不断成长壮大的核心原因。下一步,土老憨将继续深耕大健康产业,把柑橘做成面膜、面霜、医药等,造福人民。

年平均更新迭代超120款 姐姐食品引领襄阳烘焙风潮30余年

湖北日报全媒体记者 雷闯 汪璐

4月15日中午,襄阳吾悦广场一楼“姐姐”柜台前人头攒动。开放式的现场手工制作,琳琅满目的面包糕点,散发出诱人的香味。

“这是我们的第一家开放式纯现制手作烘焙店,让消费者更清晰感受产品的鲜度。”湖北姐姐食品有限公司(以下简称“姐姐食品”)总经理刘勇表示,全品现制手作是烘焙领域最新“款式”,姐姐虽然身处三线城市,但必须紧跟时代潮流。

姐姐食品是襄阳家喻户晓的品牌,门店遍布城区大街小巷。

1992年,刘勇的母亲宋爱洁在襄阳人民广场附近盘下了一家名为“港澳面包房”的门店,开启了创业之路。当时,她已经50岁,从单位内退。

“一台打面机,一台油炸机,一个烘烤箱,就开始了。”今年已83岁的宋爱洁对艰辛之路记忆犹新。她奔赴北京、上海等大城市考察,学习同行先进的烘焙技术和理念。在她的带领下,姐姐食品迅速壮大,从小作坊变身现代化工厂,门店超过百家,不仅遍布襄阳,还开到了荆州、十堰、南阳等地。

2003年,刘勇辞去银行的工作,全身心投入姐姐食品发展,与母亲携手创业。

“20年来烘焙行业日新月异,消费者的需求不断升级。”刘勇说,行业竞争异常激烈,几年就会洗一次牌,姐姐食品30多年屹立不倒,引领襄阳烘焙风潮,秘诀就是两点:质量和创新。

“自己做的产品自己敢吃”“做食品就是做良心”“有品质才有尊严”这三句话是刘勇对全

员的要求,也是公司对食品安全最朴素的坚持。

公司建立了严格的质量检测标准,自创业伊始,就坚持选用进口面粉、奶油等各种优质原材料,如今在全国范围自建和共建鸡蛋、枸杞、草莓等原料种植基地。公司还在襄阳率先倡导“鲜度管理”和“新鲜先卖”的管理模式,现烤面包绝不隔夜销售,保质期内的产品提前一天下架,让消费者更放心。去年,公司将使用的鸡蛋全部更换为可生食蛋,虽然一年新增成本近百万元,但对消费者更健康。

2014年左右,现制现烤成为新趋势,这对门店的面积和区域流量有了更高要求,而姐姐食品的不少社区店达不到这一要求。

“经过反复商量,调整店面,改造升级。”刘勇说,近些年来,将大批中高层干部送往上海、广州等一线城市,乃至日本、韩国、欧洲等地考察学习,开拓眼界更新理念,紧跟时代潮流。每年持续投入数百万元进行技改,改进生产工艺和质量管控,面包、糕点、粽子等产品年平均更新迭代超120款,满足不同年龄段的消费需求。

近两年,烘焙行业再次遭遇洗牌,不少网红品牌接连衰落,区域老牌也纷纷收缩甚至悄然退场。扎根襄阳33年的姐姐食品,再次主动创新,探索差异化发展。公司以吾悦广场店为试点,呈现“出炉”概念,率先在襄阳打造当前最流行的开放式现场手工制作模式。

“消费者反馈很好,客流量、客单价明显上升。”刘勇表示,今后,将在更多商圈推广该模式,给消费者提供更时尚、更温馨、更放心的购物体验。

从“二传手”到小罐酱卖全球 “父子兵”托起湖北香菇第一品牌

湖北日报全媒体记者 董凤龙 通讯员 钟克波

4月14日,2024中国食用菌产业区域品牌价值榜单在厦门发布,“随州香菇”以区域品牌价值205.8亿元蝉联榜单第一。

“品牌价值越高,我们这代香菇人的责任越大。”听到这个消息,品源(随州)现代农业发展有限公司(以下简称“品源公司”)董事长罗圆更感觉使命在肩。

20世纪80年代,随州香菇产业刚刚起步,罗圆的父亲罗学品就骑着自行车,开始在“中国香菇之乡”随州三里岗镇做香菇买卖。

随着市场经济的蓬勃发展,与随州香菇产业一起成长的,除了罗学品的香菇生意,还有罗圆对香菇产业的热爱。

2010年,22岁的罗圆大学毕业,回到了家乡三里岗镇。

这一年,随州香菇出口额已突破1亿美元。但罗圆注意到,包括父亲在内的本地香菇经销大户,大多数是做“二传手”,出口依赖广州等地的经销商。

“为什么不能做自主出口?”2011年1月,罗圆说服父亲,成立了品源公司,由他担任法人、董事长,父亲担任总经理。

仔细研究出口市场,千方百计达到出口条件办下出口资质……2012年2月28日,品源公司第一个载满干香菇的货柜运出国门,当年实现出口800万美元。

可惜好景不长。2016年初,全国干香菇出口“内卷”严重,利润愈来愈薄。罗圆瞄准了香菇精深加工的路子:打造自主品牌香菇酱。

罗学品当时顾虑重重:转型精深加工需要重资产投入,万一失败,公司将背负沉重的债务。但罗圆拿定了主意。2016年,品源公司投资2000多万元,引进随州首条香菇精深加

工生产线,打造“GOOD LUCK 菇的辣克”牌香菇酱。2018年7月,第一批产自随州的香菇酱上架曼谷超市,实现了湖北省香菇酱出口零的突破。

此时的“GOOD LUCK 菇的辣克”,品牌知名度不高,泰国经销商为了迅速打开市场,没有直接使用这一品牌。

罗圆毫不气馁,他满世界走访调研后,首创了用80克小容量的马口铁易拉罐作为包装。2022年上市后立即爆发,当年内销突破1.3亿罐,小罐装成为酱料市场新宠。

随着品牌越来越响,2024年,品源公司出口的香菇酱彻底告别代加工,实现100%自主品牌出口,当年还进入美国500多家超市。

不仅仅是海外客户,国内众多行业翘楚也向品源公司抛出了橄榄枝,实现跨界融合。

此前,湖北省、随州市相关部门牵线搭桥,品源公司与湖北省农业集团达成共识,共同打造“圆满”牌系列农业食品伴手礼产品。5月1日,位于武汉水果湖地段的“圆满”品牌旗舰店即将启幕。“中国味,很圆满。未来我们要在全国开设‘圆满’农业食品伴手礼连锁店。”

在罗圆的推动下,目前,品源公司已与国内食用醋领军企业恒顺醋业达成合作,共同开发“恒顺+GOOD LUCK 菇的辣克”合作品牌,开发酱料销售新蓝海,预计今年6月上旬在国内各大商超全面铺开销售。

“品源公司能发展到今天,离不开省委省政府、市委市政府的关心培育,相关部门的保驾护航。”如今,民营经济迎来最好的发展时机,罗学品、罗圆对随州香菇产业未来发展充满信心,“我们将坚定不移,开发出更好的随州香菇深加工产品,真正做到以龙头企业带动乡村振兴,以当地特色产业带动更多菇农增收致富,以实际行动助力支点建设贡献品源力量。”