

# “这么多人在我身边倒下，不就是为了今天的人间烟火吗？” 94岁老兵要替牺牲战友看看锦绣河山

采访对象:抗战老兵付朋友  
采访地点:湖北省襄阳市



付朋友年轻时的照片。(受访者供图)



付朋友老人在家里看书。(湖北日报全媒记者 汪璐 摄)

## 东风猛士与华为携手打造 “智能越野第一车” 猛士M817全球上市



猛士M817。(受访单位供图)

湖北日报讯(记者左晨)8月17日,东风猛士科技与华为联手打造的“豪华智能越野SUV”——猛士M817在成都正式上市。其中,猛士M817 Pro版上市指导价31.99万元,猛士M817 Max版上市指导价34.99万元。这款新车颠覆了人们对传统硬派越野SUV的固有印象,给消费者提供了一个既具备硬核性能,又拥有细腻智能体验的新选择。

东风猛士是中国首个豪华电动越野品牌,也是东风公司“东方风起”计划、科技创新“跃迁行动”的战略先锋。两年前,东风猛士科技第一款车型猛士917上市。猛士M817是东风猛士科技与华为战略合作的首个成果,7月17日开启预售,仅1小时,订单就达到9713台。

“东风猛士科技联合华为打造‘智能越野第一车’,将开启中国豪华智能越野的新时代。”现场,东风猛士科技总经理曹东杰介绍,猛士M817整车采用全栈华为解决方案,搭载乾崑智驾HUAWEI ADS 4.0,鸿蒙座舱5.0,乾崑车云等,让车辆像人一样能感知、会思考、可进化。此外,猛士M817还聚焦城市通勤、近郊出游、长途穿越三



湖北日报全媒记者 汪璐 魏鹏 通讯员 畅兴雪

7月的阳光,让襄阳古城的街巷格外明亮。在樊城区风华路社区南国城市广场小区内,94岁的付朋友老人身着整洁的白衬衣,坐在桌前,戴着老花镜,手中的放大镜缓缓划过《难忘激情岁月》的书页。那些凝结于岁月中的硝烟与热血、苦难与荣光,在他布满褶皱的手掌下缓缓苏醒。

“现在啊,天天都是好日子,过去想都不敢想。”付朋友激动地说,“为了这一天的到来,无数战友牺牲在战场上,有些甚至连名字都没能留下。”

很多年前,付朋友就曾梦想过:有朝一日,要代替那些不知名的战友去看看祖国的大好河山。

今天,这个梦想已经在他不断打勾的地图上实现。

### 一个高大的身影指引了未来的道路

1931年,付朋友出生于襄阳市襄城区马王庙街。两岁时,父亲因病离世,留下母亲独自拉扯3个年幼的孩子。“那时候,活下去都是奢望。”老人声音哽咽,“母亲当佣人,两个哥哥当童工,手指被机器轧得血肉模糊,就为换一口粥。”

1938年,日军轰炸机撕裂了襄阳的天空,霎时间火光冲天。付朋友永远记得那一刻:“我们家的房子塌了,母亲的哭喊声混着焦煳味。”无家可归的一家人,只能蜷缩在破庙里。母亲用扁担挑着箩筐,一头装着破棉被,一头装着他,沿街乞讨。

“我几乎是要饭长大的,吃了上顿没下顿,衣服白天穿了晚上洗,多亏亲戚们的接济和乡亲们的帮助。”付朋友说。

“没文化不行,再苦也要认字!”母亲四处求人将他送到学校,说动校长免了学杂费,书本则只能向同学借。

“有一天我去找母亲,想买一支红蓝铅笔。”付朋友至今想起仍感觉心痛,母亲翻遍口袋,身无分文。“儿啊,哪有钱啊!”母子俩哭了一夜,眼泪都干了。

1947年,付朋友借住到表姐家,帮她做点小生意,挑着面条、大米走街串巷叫卖。后来他碰到一个身形高大的男人:“小鬼,你跟着我,帮我烧火做饭。”

就这样,他跟着这个待他如子的人,不仅吃上了饱饭,更懂得了做人的道理。“后来我才知道,他是一

名共产党员。那炉火,也点燃了我的革命之路。”付朋友说。

“我到现在都不知道他真正的名字。”付朋友摩挲着泛黄的军功章,声音微微发颤,“后来襄阳城解放了,老乡们敲锣打鼓欢迎进城的队伍。”

付朋友再也没有见到那个熟悉的身影,但他坚信,那个高大的身影就在欢庆的队伍里。

### 见证让世界震颤的“东方巨响”

1948年,付朋友成为一名解放军战士。从襄阳到新乡,从南阳到徐州,付朋友和战友拼刺刀、炸坦克,在枪林弹雨中运送枪支弹药,足迹烙印在硝烟弥漫的战场。

“打仗我勇敢着呢,敌人的飞机、炮弹呼呼地响,我不害怕。”老人双眼闪烁着光芒。淮海战役胜利后,部队又转战大西北剿匪。

1964年4月,付朋友被调往221厂原子弹生产基地工作,负责科研人员和产品的运送,每一道车辙里都承载着沉甸甸的期待。“第一颗原子弹爆炸前的大型实验,我参与了吊装工作。能亲身参与这个伟大工程,哪怕只是不起眼的小事,我都感觉无限光荣。”

除了常规工作,付朋友作为一名久经沙场的“老战士”,主要任务就是不断给几名年轻驾驶员壮胆。付朋友说,原子弹爆炸前,工厂里至少要进行数百次实验。每次将原子弹吊装至发射台,驾驶员都会紧张到两腿发软,他就在身边大声鼓励:“慢慢来,不要紧张!”

后来,原子弹从工厂运往新疆。因为后方还有工作需要他,付朋友只得留在工厂里,这也成了他一生的遗憾。

1964年10月16日,同事们围坐在工厂的小电视机前,见证了让世界震颤的“东方巨响”。巨大的蘑菇云腾空而起,欢呼声久久停不下来。

“每一次的谨小慎微,就为了这一刻。”付朋友死死攥着同事的胳膊,身边有人唱起歌,有人相拥而泣。那些在风雪中反复检查的车辆零件,那些通宵达旦计算的运输路线,都在震彻寰宇的巨响中化作了看不見的勋章。“我们的腰板瞬间都挺直了,再苦再累都值得。”滚烫的泪水,大颗大颗落在付朋友洗得发白的工作服上。

工作期间,付朋友不慎从马背上摔下,腰受了重伤,辗转医治。“是组织给了我第二次生命。”他说。

1982年,病痛让这位老兵不得不放下工作。3年后,当他踏上故土时,忍不住泪水模糊。“回来了,终于回来了……”当年他离开时,襄阳还是百废待兴,归来时,千年古城已换了模样。

“襄阳这些年变化太大了,我回来时只有汉江一桥,你看现在都数不过来了。”付朋友的笑声里有着化不开的骄傲,“高楼大厦、立交隧道,大城市有的襄阳都有。”

### 走遍祖国的锦绣河山

推开付朋友家的门,瞬间就会被满墙的回忆所包围。客厅和卧室的墙面上错落有致地挂着大大小小的照片,照片主角都是付朋友,背后的风景有天安门广场、有澳门大三巴牌坊、有西湖断桥……

“我喜欢旅游,地图上的城市,去一个勾一个,除了新疆几乎都看过了。”指着满墙的照片,付朋友充满了自豪感。

“这样天南地北地跑,以前哪敢想?”付朋友喜欢将照片冲洗出来,挂在墙上,看着就高兴。

“这是在桂林拍的,漓江的水清得能见鱼;那是在三亚拍的,沙滩光脚踩上去,跟棉花似的。”一个个景点,他如数家珍。

让他印象最深刻的旅行目的地,还是革命的摇篮井冈山。那是一个深秋的清晨,他沿着蜿蜒的公路驱车而上,窗外层林尽染,枫叶如火。看着博物馆里那些锈迹斑斑的武器,泛黄的书信和破旧的衣物,这位饱经沧桑的老兵,仿佛穿越回了那个战火纷飞的年代。

付朋友床边的书架上,陈列着从全国各地带回来的纪念品,有景德镇的瓷器,有兵马俑的手办。角落挂着一串贝壳做的风铃,微风拂过时会发出叮叮当当的声响。晚上躺在床上,去过的地点、见过的人、听过的故事,在脑袋里就像放电影一样。他说:“旅游最神奇的地方在于带回来的不仅是照片,还有这些会动的记忆。”

“前些年还喜欢打门球,组织退休老同志们成立了门球协会,球队从1支发展到106支。现在,腿脚不太好,坚持每天散步。”付朋友说,上午散步,下午打麻将,晚上看书,生活规律而充实,“这就是我想象中的幸福日子。”

大女儿付春凤今年68岁,家住河北省唐山市,孩子从哈尔滨工业大学毕业后回唐山工作。夫妻俩每年都回襄阳照顾付朋友一段时间,去年还带他去天津玩了一圈。

逢年过节,儿孙们都会回襄阳团聚,付朋友总喜欢给孩子们讲当年的故事。“这些故事就像房子地基下的石头,看着不起眼,可没有它们,就撑不起现在的锦绣山河。”他望着墙上挂满军功章的军装照和子孙满堂的全家福,露出欣慰的笑容,“这么多人在我身边倒下,不就是为了今天的人间烟火吗?”

## 广水90后IT精英回乡变身“辣条王子”



湖北日报全媒记者 董凤龙 易雯  
广水市融媒体中心 刘冬 高晓涵 卢佳

“‘博士牛筋’今日出货6000单,‘唐僧素牛排’正抓紧备料生产!”7月21日,位于广水市蔡河镇的湖北辣老板食品有限公司(以下简称“辣老板公司”)生产车间内,工作人员向董事长管洪星汇报当天生产情况。

空气中,混合着辣椒与面粉的醇厚香气。一条条自动生产线高速运转,一袋袋印着“管老板”“辣一根”Logo的辣条正打包、装箱,即将奔赴全国各地。

管洪星,1993年生于广水。从华中农业大学计算机专业毕业后,他当过程序员,“搞过”人工智能,“玩过”电商,2024年6月返乡办厂。

凭借真材实料和多维度营销方式,公司落户运营仅一年多时间,生产的辣条产品供不应求。

“新厂建成后,年销售额有望突破1亿元!”如今,管洪星又在筹建新厂房,准备扩大生产规模。

### 直播带货遭断供,返乡自办辣条厂

管洪星从小脑子活络,上大学时靠帮人建网站赚钱,就没再找父母要过生活费。毕业后,他很快就不甘于做一名程序员,毅然辞职创业。

2015年,看准电商的发展势头,管洪星组建团队在网上直播带货。成立贸易公司,代理糖果销售……短短几年时间,他不仅积累了百万资金,也锤炼出一套娴熟的互联网营销打法。

“第一个月卖出80万,第二个月100万,第三个月达到300多万元!”2023年,管洪星代理销售的某品牌辣条“大刀肉”销量节节攀升。这让他看到“国民零食”辣条背后潜藏的巨大市场。

然而,生意红火之时,一盆冷水迎头浇下——产品方组自己的销售团队,不再需要代理。

没了货源,管洪星一手打造的线上店铺瞬间瘫痪。仓库空空如也,团队无所事可做。

“一夜之间,我们什么都卖不了了。”管洪星非常苦恼,一个念头在他的头脑中无比坚定,“决不能让别人卡脖子,我要做自己的工厂,创自己的品牌!”

去年,管洪星毅然返乡,投资5300万元建起一座现代化辣条工厂。目前,公司共有辣条生产线10条,配备生产设备30余台(套),年生产能力达1500万斤。

“我们先模仿优秀企业的产品。”管洪星坦承,从做电商到开工厂跨界很大,他不得不从模仿开始做起。

管洪星带队前往“辣条之乡”湖南平江,向“麻辣王子”等头部企业虚心求教。原料堆放高度、设备清洁频率、工人动线轨迹……他一一记录在本上,带回广水的车间。

通过模仿市场上广受欢迎的辣条产品,加上以往



管洪星在介绍公司辣条产品。  
(广水市融媒体中心供图)

电商平台积累的流量,管洪星的产品一上市就受到网友热捧。

### 拒绝“科技与狠活”,辣椒只选四川产

起初,为了追求品质,管洪星不惜成本。“小麦面粉从山东运,包装膜从河北买,一圈下来,高昂的物流费着实让人吃不消。”他回忆说。

做实业,每一分钱都要花在刀刃上。冷静思考之后,管洪星开始认真挑选原材料供应商。经反复比对,他敲定了新的供应方案。

“面粉用邻省河南的,一包能省20元,大豆油、包装膜等,就近从武汉采购。”管洪星说,质量一样好,物流费却降了。

然而,在核心原料上,他寸步不让。

“辣椒和花椒必须从四川和新疆采购,其他地方的不够味儿!”管洪星说,作为辣条的“灵魂”,调料不能有丝毫妥协。

为了调出理想口感,他接连换了两名技术员,直到第三位老师傅出现。“他经验丰富,手上掌握很多行业资源。”管洪星说,为了留住这位“大神”,他亲自为师傅安排住宿,贴心照顾日常生活,用真诚和执着打动了对方。

就这样,公司生产的辣条摆脱了初始阶段的简单模式,“管老板”的灵魂味道,就此诞生。

这时,很多原料供应商主动找上门,推销各种食品添加剂。“加两滴就能满锅飘香,这个绝对够味,不用花那么多钱买辣椒……”

诱惑面前,管洪星直接拒绝:“我们公司生产的辣条,全部采用真材实料,坚决不要‘科技与狠活’!”

在很多人眼里,辣条是“垃圾食品”。

管洪星偏要打破这个“刻板印象”。他坚持用最

“笨”的办法:以非转基因大豆油、高筋面粉作基料,精选优质辣椒、花椒、孜然等调料,经热油慢炸出香,磨成粉后均匀搅拌,一份份色泽诱人的辣条新鲜出炉。

“质量是品牌的命脉,我们坚持做无添加、不含防腐剂的健康辣条。”管洪星态度坚定地说。

### 线上销售占七成,年销售额将突破1亿元

“我们的辣条配料干净,口感筋道,回味悠长,喜欢的家人赶紧点关注,马上抽取福袋。”走进辣老板公司的直播间,主播正向网友推销产品。

“这两款是我们的‘网红’产品,日均销售量达6000多单。”管洪星自豪地说,今年“618”期间,这两款辣条更是“火爆”,助力公司单日最高订单突破6万单。

在营销上,管洪星这位电商老将显得游刃有余。

“我们采取线上和线下两种销售渠道。”管洪星介绍,线上覆盖抖音、快手、拼多多等主流电商平台,销售占比达70%;线下有60多家经销商,以计件提成的方式合作销售。

辣条消费群体多是年轻人,他购买了明星肖像使用权印在辣条包装上吸引消费者,还联系热门运动冠军为辣条拍摄宣传视频。

“用明星光环,点亮自家招牌。”管洪星笑道。他还为自己的辣条找到了精准定位。“市场上有‘甜辣’‘麻辣’两个派系,我们做的是‘香辣’。”管洪星说,辣得恰到好处,香得回味悠长,打出自家特色,才能站得住、立得稳。

目前,管洪星正在建设二期厂房,逐步扩大生产规模。

“我们现在年销售额达7000万元,二期建成后可突破1亿元,目标就是要打造香辣辣条第一品牌!”管洪星对未来充满期待。