



创二代回乡点草成金

月销30万盒“Z世代”养生零食

湖北日报全媒记者 郑岚 吴坚 通讯员 袁平 岳黎

9月16日,武汉首家本土会员制商店——武商集团旗下高端会员店“WS江豚会员店”,人参蜜片、西洋参黄精茶等11款养生新品迎来络绎不绝的人群。货架前,郭芷均认真记录着顾客对产品的反馈。

这些产品,都有一个共同的厂家——平村众赢(湖北)药业有限公司(以下简称“平村众赢”),其背后的操盘手就是从宜昌市夷陵区鸦鹊岭镇走出的“药二代”郭芷均。

父亲点头,她拿到“创业通行证”

立秋时节,平村众赢一片繁忙,空气中弥漫着陈皮和葛根的清香。发货区内,工人们麻利地将产品装车。“这一车发往深圳,转口到日本和泰国。”郭芷均指着订单介绍,“今年中药材订单预计超过2.25亿元,约七成是出口订单。”

三峡地区立体垂直气候明显,素有“华中药库”之称。出生在夷陵区鸦鹊岭镇的郭芷均,是闻着药香长大的“药二代”,父亲郭中华做了半辈子药材生意。

2012年,郭芷均从三峡大学中医学专业毕业后,回到了父亲的中药材合作社。

“那时的合作社像个‘大药铺’,员工‘只埋头干活,不抬头看路’,大伙儿缺少拼劲。”刚参与管理,郭芷均发现合作社还是人情化管理。

她将“第一刀”砍向“大锅饭”——推行绩效制。“小丫头懂啥?”改革捅了马蜂窝,6名老员工带头“撂挑子”。

“小郭总”没想到,员工如此不买账,双方冷战近一年。

反思过后,她拉着父亲“约法三章”:“您守住药材种植和老客户,新路子,我来闯!”父亲点头,她拿到了“创业通行证”,将目光投向海外市场。

“出口贸易流程少说得有上十项,那时候我几乎一窍不通。”郭芷均决定撕掉“药贩子”标签,拿下自营出口权。

引进国际标准,让中药材香飘世界

2013年,郭芷均成立公司,埋头创流程、树品牌,将世界卫生组织的国际标准引入企业。

“那时,公司文员、销售、财务都是我。”白天跑部门、理流程,晚上啃各类专业书籍。一趟趟跑,一次次补交

资料……郭芷均成了“办证专业户”。几个月后,自营出口权拿到手,老员工对她的态度开始转变。

夷陵气候条件好,种植蜜橘历史悠久,有着制作陈皮的绝佳先天条件。于是,郭芷均将陈皮选为打开出口渠道的拳头产品。

“剥皮、晒干的工艺看起来简单,但真正做起来才知道,陈皮出口光检测指标就有411项。”郭芷均清晰记得第一次被退货的经历,“质量不稳定,从农户手中收购的陈皮,产地不固定,药效好坏难以分辨。”

有了前车之鉴,郭芷均建起洁净生产线和仓库,增加筛选和分级加工程序。2018年,公司一批陈皮运到日本后,发现有一项农残超标,再次被退货。

经检测,工作人员发现是收果时果皮被保鲜剂污染。郭芷均长舒一口气:“若被发现使用规定外的农药,会被直接踢出产地大名单。”

如今,众赢合作的种植园里,空中挂灯、园中挂板、树上挂虫等绿色防治手段随处可见,有机肥替代化肥。除陈皮外,公司已有30多种药材品种获得GACP(欧盟、世卫组织药用植物种植和采收质量管理规范)认证,进入全球最大的处方药企供应链。

2024年,平村众赢加工药材7533吨,出口额达1.87亿元,成为湖北省最大的中药材原料出口企业之一。

圈粉“Z世代”,变草药为养生零食

出口逐年增长,郭芷均并不满足。

如何才能让乡亲们种的好药材在国内“优质优价”?

熬最深的夜,却不忘在睡前敷上昂贵的面膜;吃着麻辣火锅、烧烤,泡上一杯枸杞菊花养生茶……眼见养生成为“Z世代”新潮流,郭芷均找到了答案。

“中药要发扬光大,必须受年轻人欢迎。”2018年,平村众赢拿到药食同源“通行证”,她带领团队来到实验室,决心将苦口草药变成年轻一代的“养生零食”。

“没有想象中的酸甜可口,苦涩滋味难以去除。”郭芷均没想到,开发的首款产品——天麻果脯就给她来了个“下马威”。几番折腾下来,这一单品调口感就花掉近40万元!

“到处拜访、求师,不断调试纠偏,最后终于过关。”公司展厅里,代用茶、即冲饮品、营养糖果、传统膏方等50多款养生产品琳琅满目。现代化车间内,药材被精准切片、筛选,抖音、京东、天猫上,这些“年轻态”产品卖得风生水起。



扫码看视频

“月销超30万盒,利润比卖原料翻了一倍多!”郭芷均介绍,除了养生零食,公司还开发了煲汤包、药浴包等快销品。

“三峡地区乃至湖北地道药材品质优良,我希望通过不断交流学习,找到更多更好的平台,让更多人爱上湖北好药材。”作为宜昌市中药材产业协会副会长兼秘书长,郭芷均有着更大梦想。

三环锻造成功“弯道超车” 新能源乘用车转向节 销售额增长1.4倍

湖北日报讯 (记者褚楠、通讯员胡全)9月15日,位于谷城经济开发区的湖北三环锻造有限公司(以下简称“三环锻造”)车间内机器轰鸣,工人们正加紧包装刚下线的转向节产品,准备发往多家新能源车企。目前,该产品日均产能已突破6000件。从传统汽车领域的单项冠军,到新能源赛道的行业新星,三环锻造已成功“弯道超车”。

今年1至8月,三环锻造实现销售额9.41亿元,同比增长23%;其中新能源汽车零部件销售1.83亿元,同比增长1.4倍;第四季度,新能源转向节等产品订单已全线排满。“新能源乘用车零部件业务,成为新的增长极。”三环锻造党委副书记郑大定介绍。

转向节是汽车前桥中的重要零件之一。三环锻造作为国内最大的中重型商用车转向节生产企业,早在6年前,其转向节产品就已获评国家制造业单项冠军。

面对汽车产业结构调整,2022年起,三环锻造先后投入5000万元研发资金,全面进军新能源乘用车零部件领域。3年来,公司针对高端新能源车型需求,自主研发了100多种转向节、节叉类产品,重点攻克了一体化集成锻造等八大核心工艺难题。

走进三环锻造研发中心展厅,东风、比亚迪、长城、北汽等知名汽车品牌的合作展板格外醒目。目前,该公司已为比亚迪仰望、长城蓝山、奇瑞捷途等20多款新能源车型提供配套服务,累计推出转向节、控制臂等208类新产品,其中14项制造工艺国内领先。

今年,该公司主导完成的“与转向臂一体化成形的汽车转向节及其加工工艺”获评中国专利优秀奖,主导完成的“锻模3D打印增材焊接修复工艺”获评湖北省专利优秀奖。

“我们研发的新能源乘用车转向节,轻量化水平领先同行5%至10%,产品开发周期也缩短了20%以上。”三环锻造新能源项目首席工程师晏洋十分自豪。

“襄阳市明确提出,要做大做强新能源汽车等先进制造业集群,我们正紧抓这一发展机遇,努力从一个‘冠军’迈向另一个‘冠军’。”郑大定介绍,目前公司已构建起覆盖材料、结构、工艺和集成四大板块的轻量化技术体系,全速竞逐新能源赛道。



工作人员检查新能源乘用车转向节的整洁度。(受访单位供图)

坚守金融为民初心 筑牢消保安全防线

——中国工商银行湖北省分行扎实开展金融教育活动纪实

金融根植于民生,服务人民是金融工作的核心使命。今年以来,中国工商银行湖北省分行(以下简称“工行湖北省分行”)深入贯彻落实中央金融工作会议精神,坚持以人民为中心的发展思想,将消费者权益保护融入发展血脉,通过健全

全流程管理、创新场景化宣教、开展精准化服务等举措,全方位筑牢金融消费者权益保护防线,让金融服务更有温度、安全保障更可感知,在荆楚大地书写守护百姓金融权益的生动篇章。

健全全流程管理 凝聚消保协同合力

金融消费者权益保护作为金融工作政治性和人民性的集中体现,需要贯穿业务全链条、覆盖服务各环节。工行湖北省分行从整体工作布局出发,建立健全消保工作机制,成立由分管行长任组长、各相关部门负责人为成员的专项工作组,将消费者权益保护的要求贯穿于产品研发、服务流程优化、营销行为规范及客诉处理等各个环节,构建起“事前有规范、事中强管控、事后重提升”的全流程管理模式。

为确保机制落地见效,该行立足监管要求与湖北实际,制定更新一系列制度文件,从消保审查嵌入业务全流程、营销宣传全场景规范、客户诉求高效响应等多维度构建闭环管理体系。突出“分层负责、协同联动”特色,强化消保“一把手”责任、机构属地责任、条线管理责任及全员消保责任,形成消保委员会统筹、消保办推动、各机构协同的“大消保”格局。

辖内各分支机构立足区域特点与客群需求,因地制宜推进消保工作:在城市商业集中区,通过常态化金融知识宣传将消保服务融入商圈日常;在县域乡村,依托基层网点组织专人深入田间地头,把金融权益知识送到村民身边;在社区阵地,联合多方力量搭建消保服务站,为居民尤其是新市民提供家门口的便利服务……通过这些差异化举措,形成了覆盖城乡、衔接线上线下服务网络,截至2025年8月,全行累计开展各类金融教育活动超2700场,触达消费者近亿人次,有效提升了公众金融素养与风险防范能力。

创新场景化宣教 让金融知识可感可及

“原来金融诈骗套路这么多!你们用案例一讲,我这老头子也能听明白!”在武汉百步亭社区金融宣教活动现场,一位头发花白的老人听完金融知识讲解后,握着工商银行工作人员的手连声称赞。工行湖北省分行将金融宣教课堂搬进这个充满烟火气的万人社区,通过真实案例剖析、互动问答和方言讲解,把晦涩的金融术语转化为街坊邻里的家常话。这是工行湖北省分行创新“场景化宣教”模式的生动实践,通过多样化形式让金融知识融入生活、触达人心,彰显金融正能量。

“精品内容+IP赋能”深化传播效能。以



9月15日,工行湖北省分行在湖北省金融教育宣传周活动仪式上设立展台,通过知识宣讲、咨询解答、趣味问答等形式,为现场群众普及金融知识。

“楚小宝”消保IP为核心,推动金融知识传播更接地气、更入人心。将IP形象深度融入宣传物料、服务场景及线上平台,制作系列动画解读监管新规与风险提示,编制漫画版宣传手册;鼓励员工结合湖北文化特色创作文艺作品,形成“专业+通俗+本土”的内容体系,增强传播感染力。同时,在商圈、地标户外大屏投放“楚小宝”主题广告,以群众喜闻乐见的形式拉近距离,通过持续曝光强化品牌认知。

“多元渠道+规范管理”拓展覆盖深度。联动各类阵地构建全域宣教网络,确保服务触达更精准、更规范。发挥网点主阵地作用,优化“工行驿站”“农村普惠金融服务点”的教育功能,动态更新含IP元素的宣传资料;加强与社区、学校、企业等合作,构建“金融机构+社会力量”的宣教联盟,结合文旅活动、展会等契机延伸宣传触角,形成“固定阵地+流动宣传”的服务格局。同时,通过分层培训提升全员消保服务能力,在产品推介中生揭示风险,严格落实“适当性管理”原则,让金融服务既亲和力又不失专业性。

“权威媒体矩阵+主动发声”强化立体传播。精心策划与光明网、湖北日报、楚天都市报

开展精准化服务 让金融温度直达人心

“同学,‘免费领取游戏皮肤’的链接背后可能藏着诈骗陷阱,千万别点!”在襄阳科技工校的课堂上,该行工作人员正向学生们讲解网络诈骗防范知识。工行湖北省分行把握不同人群的金融知识水平和需求,构建覆盖“一老一少、新市民、乡村居民、外籍人士”的精准宣教体系,让金融服务更有温度。

“守护‘银发族’,贴心服务暖人心。”该行持续完善适老化服务体系,在“工行驿站”8项标准服务基础上,增配放大镜、轮椅等5类适老设施,示范网点还配备血压仪、无障碍停车位。9月以来,随州分行营业部走进随州一中,为教师提供三代社保卡换发“即办即拿”服务,配套送上教师节观影券,同步普及个人信息保护知识;武汉天顺园支行“金融宣传小分队”走进社区,为老年人详解非法集资、反假币等风险点,让老年客户感受便捷与温暖。

“护航青少年,培育金融新苗。”黄冈分行联合公安走进黄冈科技职业学院,针对“免费皮肤”“兼职刷单”“校园贷”等陷阱开展宣讲;仙桃分行走进实验幼儿园,为教职工讲解金融消费者权益、存款保险等知识,从教育工作者辐射青少年群体。

“树立理性消费借贷观念,提升金融素养。”通过进校园、办讲座等形式,帮助青少年树立理性消费借贷观念,提升金融素养。

“赋能新市民,服务安居乐业。”围绕新市民在就业、安居等方面的需求,黄石分行经济开发区支行联合个人金融业务部走进立讯精密工业股份有限公司,为企业职工解析非法集资、电信诈骗手法,结合案例讲解识别防范措施;武汉东西湖支行针对购房新市民,聚焦反洗钱、防诈骗、消费者权益保护,通过“案例+解读”拆解“虚假房源”“首付贷”等风险点,明确房贷申请中的知情权与维权渠道,让新市民在城市安心扎根。

“知识进乡村,金融服务深扎根。”鄂州分行深入鄂城区洪山村开展金融教育宣传活动。该行工作人员在现场设立宣传点,向当地村民介绍存款保险、个人信息保护、个人诚信、防电诈、防范非法集资等内容,重点提示大家注意防范电信诈骗和个人信息保护,守住钱袋子,不断提升村民金融素养和自我保护能力。

“服务外籍人士,优化金融体验。”为了让外籍游客在中国旅游支付时更加顺畅无忧,工行湖北

省分行推出“码合一”预付费产品“卡码通”,支持二维码支付,使用起来非常方便,隐私也有极大概率。

该行荆门分行走进荆楚理工学院,向留学生们宣传荆门本地金融政策及反诈知识,提示保护个人金融信息,为外籍人士提供便捷安全服务。

金融消费者权益保护不是阶段性的专项任务,而是需要常抓不懈、贯穿始终的基础性工作。工行湖北省分行以制度建设为抓手,持续探索金融知识普及长效机制,把消保工作融入日常服务、抓在日常管理,实现常抓常新、持续深化。

下一步,工行湖北省分行将在监管部门与总行指导下,持续强化“金融为民”理念,完善长效工作机制,深化精准服务与创新宣教,加强金融知识普及教育,做深做实特殊群体服务,最大化保障消费者合法权益,以实际行动践行金融工作的政治性、人民性,为构建和谐稳定的金融环境、服务湖北经济社会发展贡献工行力量,用金融的力量托举起人民对美好生活的向往。(撰文:李华 梁洁)



9月15日上午,工商银行三峡分行等金融机机构积极参与承办,共同启动2025年湖北省金融教育宣传周活动。