

省政府工作报告提出，分类推进以县城为重要载体的新型城镇化，支持大城市周边县城、专业功能县城、农产品主产区县城、重点生态功能区县城、人口流失县城差异化发展，培育壮大县域特色产业集群，以“局部领先之长”重塑县域经济发展竞争新优势。

如何培育壮大县域特色产业集群？“局部领先”如何实现？近日，湖北日报全媒体记者走进潜江、阳新、孝南、蕲春等地，看他们如何从一针一线、一鞋一饮、一草一木中，绘就县域经济高质量发展的坚实经纬。

以“局部领先之长”，重塑县域经济发展新优势 不追“全能” 锻造“长板”

一件衣

织就350亿元产业集群

湖北日报全媒体记者 黄璐 通讯员 刘琼艳

1月27日，在潜江比帆制衣的智能车间里，智能吊挂系统无声穿梭，千余台先进设备与工人默契协作，一件件高端户外服装快速成型。

“潜江裁缝”的金字招牌，源于上世纪90年代。彼时，十万裁缝怀揣“一刀剪”的绝活南下闯荡，在沿海积累了宝贵的技术与市场经验。比帆制衣执行总裁黄发安正是其中一员。2005年，他响应家乡“回归工程”号召，率先带领千余名技术骨干返乡，带动了数万名裁缝“凤还巢”。

回归仅是起点。“单纯的来料加工模式利润微薄，设计、定价、销售等核心环节均受制于人。”2016年，黄发安在考察后痛下决心：企业必须建立自己的“造血功能”。

比帆制衣由此开启了一场全方位的转型，引入第三代5G数字化智能系统与智能吊挂生产线，替代传统人工送料，使同批次订单生产效率提升超50%，有效应对了劳动力结构变化的挑战；2022年在杭州设立子公司与设计团队，推出自主品牌高端男装羽绒服，打通线上线下渠道，实现了从代工生产到设计引领的关键跨越。

通过自主品牌培育与高端订单承接并行的商业模式，公司2025年自主品牌销量突破百万件，企业利润较转型初期显著增长。

如今，潜江纺织服装产业已形成特色鲜明的产业集群，拥有市场主体2560家，年产高端户外服装超500万件，集群规模突破350亿元，并获评“全国优质户外服装供应链共建基地”。

“十五五”期间，潜江将继续承接沿海产业转移，聚焦户外运动服装领域，加快推动产业从代工生产向设计研发与自主品牌创造升级，走出一条从输出手艺到输出产品、标准与品牌的特色集群发展之路。

声音

潜江纺织服装产业的发展不满足于“一把剪刀走天下”的劳务输出，而是通过引导龙头企业智能化升级、品牌化突围，在户外运动服装这一赛道锻造出了“局部领先”优势。县域经济要跳出同质化竞争，必须在自身最有基础的领域做深做透，将一点突破转化为系统优势，从而在区域发展格局中重塑不可替代的产业核心竞争力。潜江纺织服装产业的实践表明，找准并不断加长自己的“长板”，是县域经济高质量发展的关键路径。

——省人大代表、潜江市人大常委会主任 朱光洪

一株艾草

燃旺大健康产业

湖北日报全媒体记者 成榕兴 通讯员 陈钰 洪顺丽

一株艾草，催生了年产值超190亿元、带动30万人就业创业的蕲艾产业。

一双巧手，铸就了品牌价值326.91亿元、位居全国榜首的“蕲春艾灸师”。

宏大的产业数字，源于平凡个人的生活体感。

在蕲春县齐昌大道蕲春艾灸馆总店，自云南嫁到当地的李桂花入职不到半年，便成为金牌艾灸师。2025年，她通过县政府全额补贴的培训，持证上岗，如今月收入稳定在7000元左右。“店里还有些同事收入过万，让我更有动力精进技术，感觉在县城生活更踏实、有奔头。”

县城收入不输省城，这背后是蕲春围绕“蕲艾”进行价值深度挖掘与全产业链重塑的系统工程。

蕲春县人社局相关负责人介绍，一方面，蕲艾产业逐年做大，吸引全国游客慕名而来，推高了服务客单价，艾灸师收入也随之攀升。另一方面，“蕲春艾灸师”劳务品牌持续擦亮，蕲春已建立起从初级到高级的技能成长阶梯，薪酬与技能水平直接挂钩——持证就能加薪，技高自然多得。

“蕲艾产业贯穿一二三产，而位于终端的艾灸师，正是将产品与文化转化为客户体验的最后一环。她们的一双双巧手，成了产业闭环的‘关键落子’，也是价值实现的‘临门一脚’。”蕲春县蕲艾产业协会执行会长骆百林说。

截至目前，当地已累计培训艾灸师9.3万余人，带动全国1.5万家艾灸馆发展，促进30万人就业创业。

遍布全国的艾灸师，成为蕲艾产业的“移动招牌”，持续反哺和拉动上游产业：种植端，蕲春20万亩标准化基地带动2万农户增收；加工端，蕲春吸引龙头企业入驻，开发出千余款高附加值产品。2025年，蕲艾全产业链综合产值突破190亿元，一条“三产促二产、二产带一产”的逆向发展脉络清晰可见，产业链、价值链、供应链由此实现协同跃升。

声音

“蕲春艾灸师”的劳务品牌之路，正是蕲春落实省政府工作报告中“推进以县城为重要载体的新型城镇化”的生动实践。作为农业大县和特色农产品主产区，我们紧扣“局部领先之长”，把劳务品牌建设作为壮大县域特色产业、增强县城承载力的关键抓手。下一步，我们将继续推动“蕲春艾灸师”从劳务品牌向服务标准品牌、产业文化品牌升级，使其真正成为蕲春县域经济的核心竞争力，走出一条“以技能促就业、以品牌兴产业、以产业聚人口”的县城发展新路。

——省人大代表、蕲春县委副书记、县长 陈丹



1月27日，在潜江比帆制衣的智能车间里，智能吊挂系统无声穿梭，工人们与先进设备默契协作，一件件高端户外服装快速成型。（湖北日报通讯员 关洪磊 摄）

从劳务品牌到企业品牌

——访湖北省劳动就业服务中心党委书记、主任鲁文艳

问：如何助力劳务品牌变企业品牌？

答：劳务品牌转化为企业品牌，核心在于将“人力资本”转化为“产业资本”。劳务品牌是市场检验过的“信用体系”和“人才库”，为企业提供了信任背书、技能人才和产业氛围。我们主要从“特色引领、产教融合、品牌赋能”三个维度构建支撑体系。

一是围绕区域特色，筑牢品牌根基。我们依托深厚的荆楚文化底蕴，系统推动地域特色、传统技艺、非遗资源与现代职业体系深度融合。比如“荆归飞手”，他们将无人机植保技术与当地的柑橘文化相结合，成为服务现代农业的数字新农人。特色赋能，让品牌有不可复制的辨识度与生命力。

二是围绕人才培育，激活品牌内核。产业升级，人才是关键。我们建立“岗位需求+技能培训+技能评价+就业服务”四位一体的培育体系。“十四五”以来，全省技能人才达211万人次，为品牌升级储备了坚实的人力资本。

三是围绕创新驱动，释放品牌价值。品牌价值的释放，最终要体现在带动区域发展上。

我们通过评选“十大荆楚劳务品牌”和“领军企业”，给予真金白银的扶持，推动“品牌+产业+就业”深度融合。

问：未来，将如何推动劳务品牌从“技能输出”到“产业引领”的跨越？

答：我们将紧扣劳务品牌出圈、出海、出彩三大方向，推动劳务品牌实现从“技能输出”到“产业引领”的跨越。

“出圈”：推动“荆归飞手”等新兴品牌借助新媒体打造网红IP，与文创、数字经济跨界融合，突破传统认知，吸引年轻一代，让劳务品牌亮起来。

“出海”：支持“蕲春艾灸师”等传统优势劳务品牌在省外、国外设立连锁机构，推动“潜江龙虾工”参与国际技术合作，让劳务品牌富起来。

“出彩”：通过标杆引领和集群发展，让劳务品牌能延伸产业链、提升价值链，把“人”的优势，通过企业载体，转化为可持续的、高层次的“发展优势”，让劳务品牌强起来。

（湖北日报全媒体记者 黄璐）

一颗脐橙

“橙”就13个亿元村

湖北日报全媒体记者 何凡 通讯员 史丽

秭归县的橙园内，漫山遍野都是挂满枝头的累累硕果。“半天吊运15000斤，拿下！”1月25日，飞手宋佑年在秭归县万古寺村操控着无人机吊运脐橙。

在一年四季有鲜橙的秭归，此时正处购销旺季。当地社会化服务队伍的无人机，穿梭于峡江上空。屈橙鲜农业科技有限公司的打包车间里，60多名工人精挑细选，包装九月红、纽荷尔和纽脐橙。公司总经理宋涛说，去年12月以来，公司通过线上渠道销售秭归脐橙210多万公斤。

不仅鲜橙销售火热，脐橙深加工产业链也不断延伸。秭归县茅坪镇溪口坪村的宜昌果乐迪食品有限公司产业园内，一瓶瓶鲜榨橙汁正从自动化生产线上源源不断下线，通过外贸供应链走向更广阔的全球市场。

秭归是国家级重点生态功能区和三峡库区重要的生态安全屏障。在果乐迪食品有限公司产业园区，绿色发展理念贯穿生产全程。厂房屋顶的光伏发电源源不断输送清洁能源，配套的污水处理站让生产废水循环利用；2.6万亩的云橙橙果园采用全覆盖无人机植保，“橙兴通”系统实现从种植到加工的全程追溯，榨汁后的橙渣全部用于有机肥发酵，反哺果园。

依托峡江独特气候，秭归走特色化、差异化发展路子，脐橙种植面积达40万亩，成为全国唯一的四季鲜橙产地和最大的晚熟脐橙产区，涌现出柑橘产值亿元村13个。2025年，秭归县脐橙产业的综合产值突破250亿元，区域公用品牌价值达166.78亿元。

1月23日，湖北“秭归脐橙”冠名的高铁专列首发仪式在武汉站举行，这颗来自三峡库区、屈原故里的“致富果”，正带着“世界理想之橙”的雄心，将三峡库区的青山绿水转化为金山银山。

声音

作为国家级农业产业化龙头企业，屈橙食品专注于脐橙全果的综合利用研发，已构建起完整的脐橙深加工产业链。

作为一名来自农业企业的代表，提出几点建议：一是希望更大力度支持山区县的基础设施建设，比如建设无人机服务区、配备移动充电设备等；二是持续深化农业社会化服务体系的建设；三是鼓励挖掘更多特色农业场景应用，如果园智能管护、农产品应急运输等，让科技与特色农业深度融合。

——省人大代表、秭归县屈橙食品有限公司董事长 李正伦

一双鞋

走出“中部鞋都”

湖北日报全媒体记者 肖露 通讯员 严丽 易相志

1月27日，阳新县经济开发区湖北可兴鞋业生产线上，一双双高端特种劳保鞋鱼贯而出，即将发往欧美市场。

湖北可兴鞋业有限公司成立于2012年，负责人明瑞星早年间曾在温州从事制鞋工作，积累一定的资金、技术后，回到家乡开办鞋厂，是阳新较早返乡创业的鞋匠。

“天下鞋匠，阳新有半。”阳新县公共就业和人才服务中心党支部委员柯文建介绍，全县30余万外出务工人员中，超过一半在浙江、福建、广东等地从事鞋业，形成了“阳新鞋匠”这支规模庞大、技能娴熟的劳务大军。

2009年，台湾宝成鞋业被“阳新鞋匠”金字招牌吸引，在阳新设立宝加鞋厂。此后10余年间，乘着招商引资的东风，可兴、浙联、鑫新等一批由“阳新鞋匠”返乡创办的鞋企相继落户投产。

2021年，阳新提出打造“中部鞋都”目标，率先将“阳新鞋匠”劳动技能培训纳入社会发展纲要，制定制鞋技能标准，颁发资格证书、技能证书，同步组建招商专班，奔赴国内三大鞋业生产基地，招引大型鞋企及全链条配套企业，引进各类辅料项目，以完善的产业链布局大幅降低企业生产成本。一时间，“阳新鞋匠”叫响响川大地。

目前，阳新制鞋企业达680家，返乡就业4.3万人，辐射带动相关就业8万余人，年产能超1亿双，关联产业产值达79亿元，一座研发生产能力强、自主品牌响亮、产业链完整的“中部鞋都”初具雏形。

声音

制鞋产业是阳新打造工业强县、冲刺全国百强县的重要支撑。面向“十五五”，阳新将坚持政府引导与企业创新相结合，推动“小鞋匠”打造大品牌。一是打造自主品牌，引进更多拥有核心技术的企业，引导本地企业开发功能性、智能化、时尚化鞋品。二是稳务工、稳市场、稳订单。支持企业深耕国内市场，发展电商经济，形成“外销保产能、内销创品牌”格局。三是促进产城融合。构建“总部入园、分厂到镇、车间进村”布局，吸引在外人员返乡，推动就地城镇化，切实将“阳新鞋匠”品牌价值，转化为建设消费强县和宜居县县的强劲动能。

——省人大代表、阳新县委书记 杨波

一碗米酒 酿出全国市场半壁江山

湖北日报全媒体记者 王欣 通讯员 李琦 宓天鹏 刘晓婷

清晨，位于孝感市孝南区城站路的孝感米酒馆人头攒动，祝寿美和朋友排队等餐，蒸汽从巨大的紫铜锅中升腾，裹挟着醉人的醇香。

在孝感，很多人的一天是从一碗米酒开始的。早年间，手工现制的孝感米酒声名远播，但一直没能走出孝感。20世纪90年代，罐装、听装米酒相继出炉，揭开了孝感米酒工业化生产的序幕。

不断扩张的米酒企业也滋生了对米酒师的旺盛需求，但招工难、成本高、质量不稳定，成了制约产业发展的痛点。如何既守住传统技艺的根与魂，又抓住现代产业发展的时与势？

孝感市麻糯米酒行业协会会长孙俊介绍，推动“老手艺”与“新智造”融合，成为龙头企业共同的选择。不少心怀传统手工制作技艺的米酒师被请进工厂，用自己积累的经验指挥机器生产米酒。

走进湖北米秀食品有限责任公司自动化生产车间，罐装的米酒鱼贯而出，整齐行进在传送带上。该公司总经理严志春说：“传统技艺中的关键环节一个都没有减少，还增加了消毒杀菌、保鲜等工序，使得米酒的风味更加浓郁，品质更优。”

如今，从气泡精酿米酒到米酿羹，200多个品种让传统礼品变身现代休闲食品，持续拓展市场边界。

去年12月，孝南区麻糯米酒产业园南北片区项目集中开工，4个项目总投资15亿元，推动米酒产业走出窄巷子、迈入主赛道。目前，孝南区年产米酒约35万吨，销量占全国市场一半以上，汇聚成强大的产业集群竞争力。

孝南区的实践清晰地诠释：依托深厚的历史文化底蕴与独特的物产资源，在一个细分领域做深做透，通过全产业链的现代化改造与价值挖掘，同样能锻造出不可替代的“局部领先”优势。

声音

从一隅之地到飘香四海，孝感米酒成为通向世界的味觉名片。孝感坚持守正创新，通过立法保护、标准制定，守护传统风味的“根”与“魂”；支持企业两条腿走路，对内技改提能，对外创新产品，不断拓展“甜蜜家谱”；构建“公共品牌+企业品牌”推广体系，实施百城千店计划，推动孝感米酒从街头风味走向全国市场，实现从产品到品牌的价值跃升。

——省人大代表、湖北达利食品有限公司技术主管 汤雪丽

潜江

蕲春

秭归

阳新

孝南