

可垂直起降飞行 能灵活穿梭街巷 鄂产电鹰飞车 消博会上人气高

湖北日报全媒记者 李朝霞 刘柳

“The future is closer!”4月13日,第六届中国国际消费品博览会(以下简称“消博会”)湖北展区,一架银灰色的“飞碟”静卧在聚光灯下,一位来自加拿大的观众参观完后不禁发出感叹。

这是湖北省电鹰科技历经6年自主研发的“电鹰飞车”,也是本届消博会湖北展区“乐购荆楚造”板块中最“拉风”的存在。从酷黑霸气的岚图泰山黑武士,到气场全开的猛士M817越野车,湖北展区集结了顶流硬核科技阵容。尤其是这架让科幻电影照进现实的“飞碟”,路过的观众几乎都要举起手机打卡。

“电鹰飞车”外形酷炫,实力更是不容小觑。这款全球首创的全涵道式吨级电动垂直起降飞行器,整机长5.6米、宽3.9米、高1.6米,与家用轿车尺寸相仿,能搭载4名乘客、载重450公斤,最大起飞重量达1.2吨。更令人惊叹的是,它的8个旋翼全部隐藏在机身涵道内,形成“隐形的翅膀”,可有效防止碰撞,噪声也远低于传统直升机。它起飞仅需3秒,充电2小时可续航150公里,仅需4个停车位大小的场地就能垂直起降——这意味着,未来它甚至能在小区楼顶、城市街巷中灵活穿梭。

走进“电鹰飞车”机舱,未来感扑面而来。没有方向盘,没有仪表盘,一块长达1米的触摸电子屏取代了传统驾驶台,皮质座椅宽敞舒适。

电鹰科技海外销售总监张华敏介绍,这款“湖北造”飞车目前已接到大量意向订单,来自东南亚、中东等地的客户纷纷寻求合作,主要用于海岛物资运输、低空观光等场景。

本届消博会恰逢海南自贸港全岛封关运作后的“首秀”,也是“十五五”开局之年我国重大展会的“首展”,湖北携50余家企业、500平方米展区惊艳亮相,“乐购荆楚造”“乐玩荆楚创”“乐品荆楚味”三大板块让观众一站尽享荆楚魅力。



第六届消博会湖北展区,外国观众打卡“电鹰飞车”。(湖北日报全媒记者 刘柳 摄)

荆州女包品牌站上世界舞台 年销百万个展现原创魅力

湖北日报全媒记者 李朝霞 刘柳

饼干包、芝士包、牛角包……4月13日,消博会湖北展区,50多家鄂企带着看家宝亮相。湖北透透皮具有限公司(品牌名:TOUTOU)展位上,一排排造型可爱的女包不断吸引往来观众驻足。

别看展位不大,这个湖北本土品牌去年卖了超2亿元的包包。均价两百元左右,算下来一年要卖百万个。在竞争激烈的女包行业,起源于湖北荆州的品牌,靠什么杀出重围? TOUTOU给出的答案是:不做“平替”,只做自己。

悦己是爆款密码

2004年,TOUTOU创始人胡月梅和丈夫在荆州一个18平方米的小店里销售女包。很快,她感觉风向变了。2009年,胡月梅从实体店转型做网店,靠代销别人的包包过日子。

虽然生意还过得去,但他们心里越来越不踏实:没有自己的品牌,就没有任何竞争的筹码。

2014年,他们决定用自己女儿的名字“透透”创立自主品牌。“坦荡通透”,是父母对女儿的期许,也成了品牌的底色。

彼时的国内女包市场,国际大牌盘踞高端,国内品牌混战中低端,“抄款+微调”是不少商家的捷径。

“抄款或许能换来短期的快钱,但换不来客户的信任。”透透皮具总经理李季介绍,透透的经典元素,是抄款无法复制的。原创的成本确实高,但能让消费者更愿意为品牌的独特性和传递的态度买单。

TOUTOU的爆款是怎么来的?举个例子,他们有个“甜食系列”,饼干包、芝士包等就是从两位创始人爱吃甜食这个生活细节里蹦出来的灵感。他们自己总结了一个爆款公式:好用+好看+背着开心。有用户在网上留言说:“背着饼干包出门,感觉自己就是一块甜甜的小饼干。”

这种“背着开心”的感觉,最后被TOUTOU提炼成了一句品牌理念——“无负担悦己”。李季解释,TOUTOU瞄准的是18到28岁的年轻女孩,她们爱美、追求时尚。TOUTOU希望,每个收到包的女孩都能感受到一种生活态度:从自己的真实需求出发,让自己开心,而不是取悦别人。“就是对自己好一点,但不用花大价钱,也不用有社交压力。”李季说。

听劝是制胜绝招

光有好看的设计和懂的理念还不够。在女包

这个行当,能让顾客买了又买,才是真本事。TOUTOU是怎么做到的?说来说去,靠的是两样“笨功夫”:一是对品质死磕,二是肯听用户的话。

在快节奏的电商时代,很多品牌追求“快上架、快回款”,但TOUTOU有自己的规矩。他们用无毒的环保胶水,成本比普通胶水高出一截;每款包上架前,都要经过振荡测试、耐磨测试,达标了才能卖。“如果品质达不到我们的标准,设计再好、再可能成为爆款,也绝不上架。”李季说。

TOUTOU还特别听劝。有顾客说某款包的肩带有点勒使用体验不好,他们立刻再次测试调整;还有用户希望某款包出个新颜色,喊的人多了,他们就真的加色;有人想要更轻便的包,他们就反复试材质、调结构。这些看似琐碎的改动,背后是TOUTOU把用户当成一起成长的伙伴。

从荆州那个18平方米的小店,到消博会湖北展区的惊艳亮相,TOUTOU用十年时间完成了一场从“卖货”到“做品牌”的跃迁,全网粉丝数超过1500万。

站在消博会这个世界舞台上,TOUTOU也有了新的目标:向东南亚,再一步步走向更广阔的世界舞台,让更多人看到中国原创设计的包包。

从“四个友好”看企业的长期主义

(上接第1版)

更难得是不妥协的长期主义。中国劲药药材提取液与原酒融合后,有严格的陈酿期要求,这是不可逾越的“红线”。2025年下半年,面对劲酒火爆的订单,供不应求的市场,有经销商急功近利地提议“能不能缩短陈酿期”,得到的回答斩钉截铁:“一天都不能少。”

正是这种极致的产品力和极致的性价比,才让劲牌产品在低迷的市场中赢得了消费者的青睐。

客户友好:“上游”和“下游”共生共荣

甘肃岷县,素有“千年药乡”“中国当归之乡”的美誉。赵文祯是土生土长的岷县人,也是甘肃九州天润中药产业有限公司的创办人。他与劲牌的合作始于本世纪初。

“刚开始,我真的恨劲牌。”赵文祯坦言,劲牌的质量标准太严了:当归不能用硫磺熏蒸,有效成分含量要高于药典标准,农残检测要过几十甚至上百项……“第一批货送过去,不合格,退回;第二批,还是不合格,再退。”一千多公里的路,来回折腾,运费都亏了不少。

但劲牌没有放弃他。劲牌团队从湖北大冶赶过来,钻进车间,蹲在田埂,手把手教他:种植环节怎么管,采收时间怎么定,加工设备怎么换。赵文祯咬着牙,一件一件改。

最终,赵文祯在2011年“毒当归”事件中未受波及——其130余吨药材全部合格,因早已实现无硫加工,企业一夜之间声名鹊起。

随后,赵文祯联合九州通入股合作,企业规模迅速壮大。如今,他的公司年营收近4亿元,拥有5000余亩通过国家GAP认证的种植基地,先后获评“甘肃省道地药材基地”、“三无”药材品牌基地、“高新技术企业”等称号。“劲牌的极致品质要求,对任何企业都是财富。”赵文

祯对劲牌充满感激。

他不仅继续供货,还主动代理劲牌毛铺草本酒产品,成了劲牌的营销商——从上游供应商变成了下游合作伙伴,实现了一场双向奔赴。

目前,与劲牌携手最久的营销商伙伴已合作达40年,279家经销商合作超20年。稳固的上下游关系,为劲牌产业链筑牢了根基。

员工友好:让“快乐工作、幸福生活”成为劲牌人标配

去年,劲牌做出一个震撼行业的决定:遍布全国的9000名营销代表从营销商处回归公司,真正成为劲牌员工。这意味着,市场一线人员享受与总部员工同等的福利,子女教育资助等福利。

“总部政策实打实落地,我们不用再纠结于‘压货冲业绩’,而是专心做好前端服务、倾听客户需求。”这一举措不仅理顺了厂商关系,更让营销商轻装上阵,实现了“厂商同心、聚力共赢”。

2025年,是劲牌公司建设友好型企业的元年,“员工友好”也在各方面优化落实,全年员工福利支出约1.68亿元。“快乐工作、幸福生活”,在劲牌得到了生动的诠释,员工也对岗位的热情,融入产品的提升中。

薪水有盼头。2025年,劲牌员工薪资平均增长10%,且重点向一线员工、技术人员倾斜。劲牌酒厂厂长宗娟介绍,“00后”员工周凯拿到首月工资后,为爷爷奶奶精心挑选了礼物,两位老人十分感慨,心里满是欣慰。一个人的工作换来了一家人的幸福。

健康有保障。2023年劲牌专门成立健康管理办公室,2026年3月升级为健康管理部,搭建全方位的健康守护体系:2025年组织“千人减脂挑战赛”等活动,全员累

计减重达4.36吨,员工整体BMI超重率下降2.92%。知识产权部员工曹盈玉,从160斤减到130斤,爬楼不喘,睡觉不打鼾,妻子夸他状态焕然一新。

成长上,劲牌拓宽职级通道,打破论资排辈,建立管理+专业双通道发展体系,让员工成长可视化、可量化;情感上,配备专职婚恋主管,2025年组织14场相亲活动促成5对新人,对生育二孩、三孩的员工分别给予1万元、2万元奖励。

社会友好:把绿色低碳理念贯穿于企业日常

劲牌的长期主义,更体现在对社会和环境的责任担当上。

小劲酒的玻璃瓶,18年来历经9次优化,累计减重50克。别小看这50克,乘以每年数亿瓶的产量,就是数千吨碳排放,相当于90万棵树木一年的减碳量。

去年6月,劲牌公司成立了低碳小组,定下了年度碳排放强度下降2%以上的目标,2025年实现了碳排放强度下降4.66%。

这种绿色低碳理念贯穿于企业日常:药材提取产生的中药渣发酵成有机肥,服务于企业周边特色种植业;酿酒副产物酒糟经加工后供应养殖业,以响应国家低蛋白饲料原料资源高效开发。通过这些低消耗、低成本加工技术实现各类副产物循环再生利用。

在劲牌枫林酒庄,执行严于国家标准的内控标准,如COD≤30mg/l对环保站排水进行严格管控。酿造废水处理过程中产生的沼气被收集用于车间发电,包装车间通过设备改造实现洗瓶水综合利用。

低碳生产,绿色发展,尊重自然,回报社会,劲牌人以长期主义铸就的坚韧,在大健康赛道持续领跑。

“神武峡”线路引来省外首发团 水路进神农架大幅提升游客体验感

湖北日报讯(记者邓云、通讯员谭凌)4月13日下午,2026宜昌文旅推介会暨全国旅行社宜昌踩线活动现场洽谈会举行。“一对一”洽谈厅内,全国各地旅行社商坐得满满当当,热热闹闹的声浪扑面而来。宜昌峡州国旅负责人夏晓华正向贵州嘉禾旅行社营销经理龚慧介绍今年主推的黄金线路——“神山秀水觅奇踪”神武峡六日探秘之旅,每周六发团。

“船进神农架!”夏晓华在行程单上重点圈出这一环节。她介绍,以往从宜昌前往神农架,游客需乘坐大巴绕行四个多小时山路,旅途劳顿。新线路改为乘坐豪华游船沿长江三峡进入神农架,游客在欣赏三峡壮丽山水的同时,车程缩短四个半小时,体验感和舒适度大幅提升。

“神武峡”是2025湖北文化旅游发展大会上推出的文旅主轴线,跨越鄂西,连接武当山、神农架、长江三峡等景区,串联起7处世界级自然与文化地标、12处国家5A级旅游景区。峡州国旅推出的六日行程,涵盖三峡游船进神农架、武当山金顶及《武当一梦》演出、三峡大坝等核心景点,并安排武当山养生道斋、土家抬格子等特色美食体验。

龚慧现场决定,将该线路纳入贵州省市场推广计划,首个十人贵州旅行团将于下月发团。“三个世界级景区一趟走完,行程不赶,体验感好,贵州游客对这样的山水人文线路接受度很高。”她说。

从省级文旅大会上的线路发布,到旅行社的实际产品落地,再到省外市场的首发团签约,“神武峡”这条串联鄂西山水人文的线路,正在从纸面走向市场。船进神农架的安排,省下的四个多小时山路,换来的是游客更好的体验,也让湖北的世界级文旅资源有了更顺畅的打开方式。

湖北省禽蛋产业技术研究院撩开面纱

湖北日报讯(记者陈鸣、通讯员姚诗悦、龙建红)近日,湖北省禽蛋产业技术研究院正式通过省科技厅备案,成为省内首家禽蛋领域产业技术研究院。

该研究院由湖北农发集团旗下省粮油进出口集团米来生物科技、五丰公司,联合湖北省农科院畜牧兽医研究所、江南大学(扬州)食品生物技术研究所、湖北省红农投资发展集团合作共建。聘请江南大学食品学院教授、亚洲蛋品协会常务理事杨广担任院长兼首席科学家,集聚国内禽蛋领域尖端科研力量。

研究院将立足湖北禽蛋资源禀赋,以科技创新为核心驱动,聚焦攻克禽蛋产业重大科学问题与关键核心技术,着力打通创新链与产业链“最后一公里”。下一步,将围绕禽蛋高值化加工、功能因子提取应用、智能装备研发和质量安全控制等方向,设立一批产学研协同攻关专项,搭建科技成果转化平台,引育高水平创新团队,服务全省禽蛋养殖及加工企业,加速科研成果在鄂落地。

未来,研究院将致力于建成集科研、开发、转化、服务与人才培养于一体的国际一流禽蛋产业科创高地,为湖北禽蛋产业高质量发展、加快建设农业强省贡献国企力量。

潜江龙虾蝉联全国水产地标品牌榜首

湖北日报讯(记者汪彤、通讯员章云)近日,浙江大学中国农业品牌研究中心发布《2025中国地理标志农产品区域公用品牌声誉评价研究报告》,潜江龙虾以861.86分蝉联全国水产类品牌声誉第一。

品牌声誉指的是品牌消费者等相关利益者对某一品牌的整体评价,是一个品牌制胜市场的法宝。自2019年起,浙江大学中国农业品牌研究中心持续6年开展“中国地理标志农产品区域公用品牌声誉”评价研究,通过品牌感知力、品牌感召力两大维度,科学评估全国4000余个地理标志农产品区域公用品牌的市场影响力与消费者认可度。

近年来,潜江龙虾以技术模式、精深加工、消费场景三大创新推动全产业链升级,向千亿产业目标稳步迈进。聚焦“四季有虾、四季有苗”,攻克冬季稻田养殖技术瓶颈,建设全国小龙虾优质种苗供应中心,从“卖一季”向“卖四季”转型。深度开发甲壳素、虾青素等高附加值产品,构建从养殖、加工到科研应用的全产业链体系,大幅提升产品附加值,从“论斤卖”向“论克卖”跨越。推动食客变游客、一日游变过夜游,融合龙虾文化、荆楚文化等特色资源,打造精品旅游线路与文创产品,延伸产业价值,从“卖产品”向“卖文化”转变,这一成绩进一步巩固了潜江龙虾在全国水产品牌中的领先地位。

老河口试点将坡地变梯田 土地流转费用较改造前上涨20%

湖北日报讯(记者张源、通讯员李雯艳、文崇岭)近日,襄阳老河口市洪山嘴镇军对河村村委会门前,一片86亩的梯田正加速成形:层层石坎错落有致,将原本起伏的坡地改造成平整开阔的良田,工人们正加紧铺设排水管网、完善配套设施,确保4月上旬全面完成施工,不耽误春耕农时。

军对河村地处鄂北岗地,全村196户村民,2380亩耕地中,绝大多数是坡地岗地,长期饱受水土流失之苦。“以前一下暴雨,雨水夹着土顺着坡地往下冲,地越种越薄,庄稼年年‘望天收’。”该村党支部书记张健坦言,不仅收成没保障,坡地也成了“烫手山芋”,没人愿意流转。

其实不只军对河村,附近的石门村、六股泉村、付家寨村也都面临坡地水土流失、农业生产条件薄弱的共性难题。

为破解这一难题,老河口市水利局经过实地研判,启动六股泉项目区小流域综合治理提质增效项目,向上争取资金290余万元,选定军对河村的86亩坡地作为试点,首次探索在鄂北岗地规模化建设梯田。

“石坎梯田是一种在山坡上用石块垒砌田坎,包土成田的梯田类型。多分布于贵州、陕西等地的山区,能有效防止水土流失,提高土地生产力。”项目监理吴奇介绍,该项目聚焦水土流失治理与农业提质增效双重目标,主要采取石坎梯田工程、作业便道、溪沟整治、封禁治理等措施,预计治理水土流失面积12.29万平方米。

项目推进初期,不少村民心存顾虑:“坡地挖成梯田,能行吗?”2025年9月,村里先后召开两次村民代表大会,邀请水利、农业领域专家现场讲解梯田改造的原理、效益,对比改造前后的产量、土地价值变化,逐一答疑解惑,最终获得了村民支持,项目顺利开工建设。

“坡地改梯田后,收成有了保障,增加了耕种面积,土地价值也大幅提升。”张健算了一笔账,改造前耕种面积86亩,改造后耕种面积将增至近100亩;村里坡地小麦亩产最高五六百斤,改造后预计亩产可提升至七八百斤,单亩增产超200斤;以往无人问津的坡地,如今已有种粮大户主动对接,流转费用较改造前上涨20%。