

鄂企在国际舞台讲述品牌出海升级故事

养生酒飘香柬埔寨 热干面征服巴黎胃

湖北日报全媒记者 李朝霞 刘柳

在柬埔寨,一瓶劲酒成为不少市民就餐时的必备酒饮;在法国巴黎,醇香的蔡林记热干面征服不少外国胃;在马来西亚,老外排队品尝现做的周黑鸭热卤……不知不觉间,湖北品牌正走进越来越多外国朋友的生活。

4月13日至18日,第六届消博会在海口举行。这是“十五五”开局之年我国重大展会的“首秀”,也是海南自贸港全岛封关运作后的“首秀”。50多家鄂企带着看家宝亮相湖北展区,在国际舞台上讲述着湖北品牌的故事。

传统出海模式遭遇挑战

以往,大部分湖北企业出口都在做同一件事:把货运出去。

怎么运?无非三种方式:找外贸公司代理、找OEM代加工(原始设备制造商)、进海外经销商渠道。随州香菇早年靠广州经销商出口,企业连客户是谁都不知道;大量纺织服装企业为国际品牌代工,产品是自己的,品牌是别人的;过去,品牌现代农业启动国际业务时,就是把香菇酱通过海外华人铺进超市,怎么卖、卖给谁,基本不由自己说了算。

这三种方式的共同点是,产品出去了,品牌没出去。这样的出海,更像是在“借船”。随州的香菇通过广州的经销商出口,周黑鸭的真空包装进商超卖到海外……企业只负责生产,渠道、品牌、定价权等并不在自己手里。这种模式门槛低、风险小,但利润薄、没有积累。经销商今天卖你的货,明天可以卖别人的;消费者记住了产品,但记不住你的牌子。

过去,随着国内市场竞争白热化,增长空间越来越有限,倒逼湖北企业走出去,通过出口赚钱。然而如今,由于国际市场存在不确定性,湖北出海企业利润被压缩,要想进一步扩大国际市场份额,只能升级品牌出海模式,实现从卖产品到卖品牌的策略转变。

深耕用户成劲牌出海新主张

上世纪80年代,劲牌公司生产的第一批中国劲酒就作为海外定制产品,出口至马来西亚。因此,中国劲酒一诞生就带有“国际范”。最初的打法很简单,海外代理人把货铺进本地主流销售渠道和商超,能卖多少算多少,品牌怎么呈现、价格



第六届消博会湖北展区,十堰绿松石吸引观众试戴。据了解,十堰竹山县的绿松石产品远销50多个国家和地区,全球市场占有率超过90%。(湖北日报全媒记者 刘柳 摄)

怎么定,基本不由厂家说了算。

真正标志性的战略转向发生在2013年。劲牌海外营销部正式成立,从简单的产品贸易,转向产品策划和开发、市场策划和推广以及品牌创建等方面。

两年后,劲牌成立国际业务事业部,计划用30年时间完成劲酒的国际化,将中国劲酒打造成为国际著名保健酒品牌。

2017年,劲牌海外拓展步伐加速,多次参与国际大型展会,有效展示了品牌形象,提升了产品知名度。此后,劲牌的国际市场越拓越广。

眼下,劲牌海外业务已覆盖亚非欧美37个国家和地区,2025年国际销售额同比增长超过国内增速。海外销售排名靠前的仍然是东南亚地区,约占国际业绩一半以上。

比数字更重要的思路的转变。2025年,劲牌将国际业务部门升格为国际营销公司,并将2026年定位为劲牌国际业务“再起航”的元年,成

为与国内线下业务、电商业务平齐的“战略三足”之一。劲牌正式宣布:从“卖产品”的贸易型思维,转向“品牌出海”“深耕用户”的深度运营型思维。

这意味着劲牌要直接触达终端消费者,在核心市场派驻自己的团队,运维本地用户,建立品牌认知。

蔡林记等走进外国消费者生活

今年1月,蔡林记欧洲首家门店在法国巴黎玛莱区试营业,两层小楼坐落比早高峰地铁还满。

之前出海,蔡林记走的是上架商超路线。货架上摆着蔡林记热干面,但品牌与消费者的连接,隔着一个经销商。

2023年,蔡林记在新加坡开出首家海外门店。开业即引爆当地社交媒体,中晚餐高峰期排队等位、热门菜品需提前预订成为常态。展台负责人刘欣麟介绍,新加坡的反馈非常好,因为当地华人比较多,对热干面的接受度很高。目前,蔡林记已在海外开设6家直营门店,出海版图正持续扩大。

在保留传统精髓的同时,巴黎店也做了细致考量。除了热干面、襄阳牛肉面、炸面窝等招牌产品外,蔡林记还根据当地饮食文化进行调整,如在巴黎店推出单独的酒单以适应法国人用餐时搭配酒饮的习惯,还在店内融入黄鹤楼墙饰、非遗剪纸等中国文化元素。

从卖货到开店,蔡林记正逐渐走进更多海外消费者的生活之中。

周黑鸭的选择也类似。2025年12月,周黑鸭在马来西亚巴生港开出第一家海外直营店。门店采用“前店后厨、明档现卤”模式,消费者能亲眼看到卤制过程。以前是通过经销商卖货,现在是把店开过去——前者是贸易,后者是经营。消费者的消费行为也从单纯的“消费进口产品”升维成“品尝中国卤味的生活方式”。

两家企业的共同逻辑是:品牌不能只活在货架上,要活在消费者的真实体验里。一碗现煮的热干面、一家开在街边的卤味店,比任何广告都更能说清楚“我是谁”。

无论是来自松滋的桐馨乐器开始在德国主推自有品牌“montoya”,还是来自恩施的小藤匠来凤藤茶计划3个月后将香港开设首家形象店,行走在湖北展区,我们欣喜地看到,越来越多湖北品牌正在走一条属于自己的出海之路。

杨云彦强调

为把文旅资源优势转化为支点建设发展胜势贡献人大力量

湖北日报讯(通讯员朱成婧)4月17日,省人大常委会《中华人民共和国旅游法》《湖北省旅游条例》执法检查小组召开第一次全体会议,深入学习贯彻习近平总书记关于旅游工作的重要论述和考察湖北重要讲话精神,听取省政府及相关部门工作汇报,部署全省范围内的执法检查工作。省人大常委会副主任杨云彦出席会议并讲话。

在听取有关汇报和意见后,杨云彦强调,开展“一法一条例”执法检查,要深化思想认识、提高政治站位,努力实现以执

法检查推动党中央决策部署落地、助力湖北支点建设大局、保障民生福祉提升三大目标。要强化法律法规学习,紧盯法律责任落实、明确检查重点内容,高质量开展执法检查。要树立和践行正确政绩观,坚持以人民为中心、坚持严的主基调,坚持以实干出政绩、坚持按规律办事,确保检查工作取得实效,为推动我省旅游产业高质量发展,把文旅资源优势转化为支点建设发展胜势贡献人大力量。

各市州、直管市、神农架林区人大常委会负责同志在视频分会场参加会议。

奋战二季度 确保“双过半” 为完成全年经济社会发展目标奠定坚实基础

(上接第1版)要坚持供需两端协同发力稳增长,依靠政策引导、服务促进、开放合作和改革攻坚,更大力度提振居民消费、扩大有效投资、稳定对外出口;依靠精准招商、创新创业以及推进科技创新、产业创新与金融创新深度融合,更大力度推动企业增量提质和产业转型升级。要坚持多手并用联动施策防风险,有效防控化解地方债务、房地产运行、中小金融机构与非法金融活动等经济领域风险和安全生产、社会稳定、自然灾害等社会领域风险。要坚持尽力而为量力而行保民生,扎实推进创业就业和教育、医疗、养老、托幼等重点民生实事,努力增强人民群众获得感与满意度。

李殿勋强调,要坚持以改革创新为根本动力,持续深化全省“改革创新系列行动”,努力推动重点领域改革取得更多突破性进展,依靠改革、开放和创新,加速重构新的增长模式与发展形态。要牢固树立和坚定践行正确政绩观,努力推动全省经济社会高质量发展,努力创造经得起实践、人民、历史检验的实绩。

省委常委,省政府副省长、省检察院检察长出席会议。各市、州、直管市、神农架林区党政主要负责同志,省直有关单位、部分中央在鄂单位和省管企业主要负责同志等参加会议。省发改委汇报一季度全省经济运行整体情况,省经信厅、武汉市、宜昌市、孝感市作交流发言。

牢固树立和坚定践行正确政绩观 以更加科学务实的举措 努力推动县域经济社会高质量发展

(上接第1版)二要充分认识树立和践行正确政绩观是深入推进党的自我革命、永葆党的先进性纯洁性的必然要求,是提高执政能力和施政水平、有效应对各类风险挑战的必然要求,是推动高质量发展、促进高效能治理和创造高品质生活的必然要求;三要在学深悟透、真抓实干、常治长效上下功夫,见实效,引导广大党员干部

牢固树立以人为本的执政理念和以人民为中心的发展思想,深入践行党的实事求是的思想路线和依法治国的基本方略,系统掌握并善于运用现代施政的方法论,坚持科学决策、真抓实干、团结奋斗、清正廉洁,以更加科学务实的举措,努力推动全省经济社会高质量发展,努力创造经得起实践、人民、历史检验的实绩。

共赴春日之约 “武汉造 神州行”走进天门

谷雨临近,万物葳蕤。茶圣故里,树叠翠,水漾绿,满眼芳菲。

4月18日,“武汉造 神州行”2026汽车巡展促消费活动在天门举行。在天门陆羽广场,岚图汽车、东风奕派、猛士汽车、东风本田、神龙汽车、吉利汽车、上汽通用等“武汉造”“车谷造”汽车与天门人民共赴“春日之约”。

“茶圣故里”天门,地处江汉平原北部,古称竟陵,是中华文明和楚文化的重要发祥地,文旅资源丰富。

近年来,天门坚定实施“强县工程”,深度融入武汉都市

圈建设,连续四年稳居全国县域经济百强榜,2025年实现争先进位,发展动能强劲。

武汉都市圈建设做好“强核、壮围、带群”三篇文章,天门争当“优等生”——践行“五个同城”(规划同编、交通同网、科技同兴、产业同链、民生同保),依托自身产业特色、文化资源和交通区位优势,打造武汉都市圈西翼重要重要增长极。

武汉经开区是“武襄十随”国家级汽车产业集群的龙头和湖北汽车产业的核心承载区之一。2025年,武汉经开区

新能源汽车产量增速高达58.3%,稳超全国平均水平。

消费是稳增长的重要引擎之一。武汉连续三年举办汽车消费巡展活动,推动“武汉造”“车谷造”好车抢新滩、走沿海、行边疆,品牌影响力不断攀升。今年,武汉将继续在全国重要城市举办超过20场汽车巡展促消费活动,让更多“武汉造”“车谷造”好车走进千家万户。

“武汉造 神州行”天门专场活动中,岚图汽车、奕派科技等车企将进行品牌推广,中国车谷品牌运营中心将介绍消费券政策,为天门人民送上购车“大礼包”。

岚图汽车 “三旗舰”“SUV双子星”联袂亮相

港股上市的岚图汽车携“三旗舰”与“SUV双子星”阵容亮相天门陆羽广场,岚图泰山Ultra、岚图泰山黑武士版、2026款岚图梦想家成为焦点。

岚图泰山Ultra、岚图泰山黑武士是行业首批量产搭载896线激光雷达的车型,将华为乾崮ADS V4.1高阶智驾方案与车辆底盘、车身结构深度融合,在160米开外可以识别30厘米高的障碍物,对14厘米高的小目标,识别距离也能达到120米。

“新时代旗舰MPV”2026款岚图梦想家则是全球首个800V智能超混MPV,搭载62.5度大电池,纯电续航达350公里,同级唯一的5C超充技术可实现充电12分钟续航增加300公里,彻底解决里程焦虑。

在活动现场,岚图将通过互动体验、专业讲解,让消费者零距离感受“武汉造”的科技温度。

猛士科技 把“豪华智能越野”的风吹进“茶圣故里”

东风公司旗下新能源豪华越野品牌猛士科技,将“豪华智能越野”的风吹进茶圣陆羽故里。“豪华智能越野SUV”猛士M817,我国首款豪华电动越野车猛士917将亮相陆羽广场,接受天门越野爱好者的“检阅”。

猛士科技以“超级平台、超级动力、超级越野”的颠覆式技术创新,填补了中国品牌在豪华新能源越野市场的技术空白。

猛士M817由猛士科技与华为联手打造,集“铁血猛士”硬核越野基因与“满血华为”尖端智能科技于一体——搭载全套华为乾崮智能汽车解决方案,以“全感豪华、全栈华为、全域通达、全维安全、全能拓展”五全实力,打破城野边界,满足“可城可野可远方”的全场景出行需求,定义智能越野价值标杆。

和猛士M817同时亮相的,还有中国首款豪华电动越野车型猛士917。在2025环塔拉力赛上,猛士917以硬核实力征服5183公里的极限赛程,零战损完赛。

奕派科技 新势力崛起 智领未来

东风汽车自主乘用车主力军——奕派科技携东风风神、东风奕派品牌主力车型登场。

全新风神L8作为奕派科技组建后的首款战略车



2026款岚图梦想家

型,续航超2000公里,央视主持人朱广权曾点赞其“颜值能打、座椅舒适”。2026款奕派eπ008六座版则进行了108项升级,搭载天元智驾T100系统,支持高速NOA领航辅助,成为“大舒适家”的典范。

2025年奕派科技销量27.5万辆,同比增长28%,其中新能源占比超七成;2026年一季度,奕派科技累计交付63659辆,同比增长34%。

活动中,奕派科技将通过直播互动、实车讲解,向市民展示其“每款车都有核心技术”的硬实力。

吉利银河 新款大六座SUV亮相天门

去年9月,吉利控股集团第六次投资武汉经开区,在汉生产吉利银河品牌的多款全新车型。其中,吉利银河M9成为吉利在湖北生产的首款乘用车车型。

4月18日,吉利银河M9作为“武汉造”新能源智能

网联汽车的“生力军”,在陆羽广场接受天门消费者的品鉴、体验。

吉利银河M9是吉利银河达成百万销量后的里程碑之作,定位“AI科技大座旗舰SUV”,凭借全域AI战略赋能和GEA Evo原生架构,在空间、性能、智能、安全与节能五大维度树立全尺寸SUV价值新标杆。

吉利银河M9的外观由吉利全球五大设计中心联手打造,采用大六座设计,“得房率”达88.3%,舱内面积5.2平方米,相当于车内每个座位都属于一个独立单间。

吉利银河M9实现全域AI赋能,路特斯工程调校的AI数字底盘,搭配双腔空悬与GVMC动态控制,令整台车的驾控性能更稳重,千里浩瀚H5系统支持无图NOA全国通勤与全场景泊车。

吉利银河M9搭载超拟人AI座舱与端到端语音大模型,坐进车内报出目的地,AI立即给出整套旅游攻略和路线建议,让“说走就走的旅行”一键成行。



猛士M817



2026款eπ008



吉利银河M9