

国内持证专业钉蹄师仅70余人

看武汉商学院师生为马钉蹄

湖北日报全媒记者 汪洋 杨文漪
通讯员 张思渊 孙可鑫

你见过给马钉蹄吗？是不是要“五花大绑”？

10月8日上午，武汉商学院驭马公园内，从业30余年的资深钉蹄师黎继新，带着两名“00后”学生付华东、全泽鹏，用精湛技艺为两匹骏马钉蹄。

师徒三人分工协作、动作娴熟，首先小心翼翼卸下马匹四只蹄上磨损老化的旧蹄铁，细致清理马蹄老化角质与污垢。核心工序“热钉”中，烧至通红的蹄铁轻贴马蹄角质层，瞬间泛起淡淡青烟，空气中萦绕着细微的焦糊味。

“这一步不是烫伤马蹄，是行业关键工艺。”黎继新现场解读，高温烫铁既能让金属蹄铁与马蹄贴合更稳固，也能快速完成角质消毒，预防马蹄滋生细菌、出现病变。适配完成后，师徒三人精准定位，每只蹄铁均匀钉入6枚蹄钉，全程稳、准、精。

据了解，钉蹄耗时根据马匹性格、蹄部状态等不同差异极大。温顺马匹整套工序约半小时即可完成，遇到警惕性高、脾气刚烈的马匹，耗时最长可达两小时。受季节轮回、马蹄磨损影响，蹄铁更换周期也不同：夏季马匹运动量更大、摩擦更频繁，30天至40天需更换一次蹄铁；冬季磨损放缓，更换周期45天至50天。

当天上午，师徒三人耗时一个半小时，成功完成两匹马的蹄铁更换与养护工作。

“古代给马钉蹄，确实需要‘五花大绑’；如今不需要了，是个细致活儿。”今年56岁的黎继新是这门手艺的坚守者，他来自贵州铜仁，1989年起，辗转深圳、广州、北京、天津等多地高端马术俱乐部，还曾赴香港马术俱乐部专项进修钉蹄，积累了丰富的马匹钉蹄修复经验。2021年，黎继新受邀入驻武汉商学院国际马术学院，专职负责驭马公园73匹专业马匹的蹄部养护工作。

俯身弯腰，反复打磨马蹄、比对蹄铁弧度……钉蹄现场跟随黎继新学艺的两名年轻学子，正是武汉商学院马术专业的在读学生。

2004年出生的付华东，是襄阳老河口人，现为武汉商学院马业科学专业大四学生。在师傅手把手指导下，他扎根钉蹄实训近两年，今年6月成功考取全国钉蹄师



付华东为马钉蹄。(湖北日报通讯员 胡璧文 摄)

证书。

从零基础入门到持证上岗，付华东的成长背后是极致的坚持与深耕。大二时，他在课堂上初识钉蹄技术，心生热爱，随后在专业教师覃勇的引荐下，拜黎继新为师深耕实操。为打磨手腕力度与操作手感，他从零起步，连续半个月反复练习削木板，模拟修蹄动作，夯实基础功底。

为精进技艺，付华东连续两个寒暑假留校驻守马房，放弃休息时间钻研实操，熟练应对各类蹄形、各类马匹的钉蹄需求。实训中，他曾在师傅指导下，成功修复纯血马“孙行者”的疑难病蹄。针对马匹遗传性蹄质脆弱、蹄部

空洞等问题，他精细清理、消毒填补、精准适配，让病蹄恢复健康。他坦言，钉蹄师不仅要技术过硬，更要懂马，提前与马匹建立信任、温和互动，才能避免作业中出现意外，保障操作安全。

除了打磨钉蹄技艺，付华东还是学校龙舟队优秀划手之一，代表学校参赛，斩获30余个奖项。对于未来，他目标清晰，将持续实操，冲刺高级钉蹄师资质。

行业数据显示，国内持证专业钉蹄师仅70余人，高端成熟人才极度稀缺，随着国内马术运动快速发展，专业钉蹄人才市场需求持续攀升，发展前景广阔。

武汉商超货架悄然“换脸”

沃集鲜、江豚优选等自有品牌站上“C位”

湖北日报全媒记者 肖丽琼

发展自有品牌，已是商超行业一股风潮。

眼下，顾客走进任意一家超市，都会发现一场静悄悄的货架迭代：从入口处的纸品家清、一次性用品，到食品区的零食粮油，再到冷柜里的鲜奶冻品，印着超市自身标识的商品越来越多。中国连锁经营协会联合波士顿咨询公司发布的《2026中国自有品牌发展报告》显示，中国商超自有品牌已进入快速发展的窗口期，未来五年渗透率有望由当前约8%提升至20%—30%。

近日，湖北日报全媒记者走访武商、中百、沃尔玛、永旺、盒马等多家头部连锁卖场，拆解这场零售业底层逻辑的深层重构。

超市货架变了
自有品牌从配角变主角

中秋前夕，武汉沃尔玛马鹦路店重装开业，选购月饼的顾客李女士发现一个变化：一眼望过去，月饼区大半都是“沃集鲜”。

这样的沃尔玛让她感到熟悉又陌生。这场入鄂22年来最大规模的门店焕新后，货架上的主角不是进口商品，而是超市自己的牌子。沃集鲜在核心食品品类的陈列占比普遍超过五成，另一自有品牌“惠宜”则深耕日化家清，靠性价比圈粉。

常逛武商江豚会员店的消费者感受更直观：推着购物车沿主通道走一圈，“江豚优选”标识随处可见。这一品牌目前已覆盖生鲜食品与快消日用全品类，在会员店销售占

比超过30%。不同的是打法，会员店主推大包装、家庭装、囤货装，适合批量采购；社区门店则以小规格民生品为主，贴合零散消费。

放眼武汉，头部商超均已搭建自有品牌矩阵：中百集团构建“百选惠+百屿森+中百劲购”多层品牌体系，硬折扣门店自有品牌占比超四成；永旺“特慧优”进入中国十余年，低调占据基础刚需货架；盒马靠“日日鲜”蔬果、“盒马工坊”熟食打出差异化。风潮还刮向便利店和即时零售：自有品牌牛奶、早餐点成为上班族固定选择，京东七鲜的自有生鲜、粮油、零食也在悄悄铺开。

见手青薯片走红
反向定制重构选品逻辑

曾经的商超，本质是“货架运营商”，赚取的是品牌渠道差价。如今为何纷纷下场做产品、控供应链，费心力做自有品牌？

“自有品牌砍掉分销、代理等多层中间环节，赚的是产品全链条的利润。”武汉大学质量发展战略研究院院长程虹直言，全行业集体发力的背后，最直接的驱动力是真金白银的利润回报。尤其是纸巾、一次性用品这类高度同质化、标准化的品类，商超直接向工厂直采，既为消费者压缩了购买成本，也增厚了自身的毛利空间。

这一点，行业内早已形成共识。武商超市自有品牌相关负责人坦言，自有品牌从生产工厂直达终端门店，省去了多级经销商的加价环节。

财报数据印证了这一判断：沃尔玛2026财年二季度数据显示，得益于品类结

构优化及自有品牌渗透率提升，中国区毛利率同比提升，运营费率保持平稳。

但利润只是答案的一半。在零售行业价格内卷加剧的当下，自有品牌更重要的价值，是帮助商超跳出同质化竞争的泥潭。正如业内人士所言，当所有超市都卖一样的牌子时，最终只能陷入价格战的死循环；自有品牌，就是打破内卷的关键抓手。

不过，要做出消费者真正喜欢的自有品牌，靠的不是闭门造车，而是反向的需求捕捉。

沃尔玛颇具代表性：年轻的产品经理们常年扎根社交平台，刷遍用户评论，拉着供应商一起调配方、开新品，消费者在网上随口提的想法、吐槽的痛点，转头就能变成货架上的商品。见手青牛肉味薯片、天麻炖鸽子味薯片等小众口味，都是这套“反向定制”逻辑下的产物。

武商超市则走出了本土化的定制路径：围绕药食同源、本地特色、鲜食多维度开发差异化单品，深度对接湖北地标农产品、老字号资源，把消费者熟悉的本土味道做成专属商品。

从湖北产品到湖北订单
一条产业链被重新组织

自有品牌规模化，改变的不仅是超市账本，更是产业链的组织方式。

在阳新，一度“藏在深山”的鸭（番鸭）如今有了新出路。阳新县农发供应链公司开发的鸭汤、卤鸭等30多个品种，陆续贴上商超自有品牌标签，上架中百、武商的数百家

门店。

在汉南，中百仓储采购团队直接扎进甜玉米种植基地，提前锁定备货量，让鲜食玉米迅速上架各门店，成为创效增收的明星单品。

武商超市“湖北农展”专区已进驻26家门店，秈归脐橙、洪湖莲藕通过产地直播直供会员店；扬子江食品等湖北老字号的糕点、节令食品，借商超自有品牌渠道覆盖400多家卖场。盒马在湖北建起多个“盒马村”，与超200家农户和合作社建立稳定直供关系，过去一年湖北农产品在盒马渠道销售额同比增长超40%，秈归脐橙、恩施土豆借其全国网络销往北上广深。

“以前是‘生产什么卖什么’，现在是超市拿着消费数据告诉工厂‘需要什么造什么’。”华中师范大学经济研究中心副主任胡继亮说，零售与制造以自有品牌为纽带双向协同，制造业获得的不仅是订单，还有标准、品控体系和稳定预期。

当下，头部商超的自有品牌背后，站着一整条成熟的制造供应链。武商纸品对接维达、恒安，粮油联动益海嘉里，沃尔玛牛奶由蒙牛、伊利、君乐宝代工。优质制造产能退居幕后，贴上商超品牌标识，早已不是行业秘密。随着自有品牌订单规模持续扩大，更多的制造企业将不再执着于自建品牌、铺设渠道，而是转向深耕生产环节，靠稳定订单实现规模化发展。

在程虹看来，随着行业扩容，制造企业将更加专注生产效率、品控体系与柔性制造，靠规模化、专业化构建壁垒，或催生一批“隐形制造冠军”。

光谷科技成果转化中心年底建成

体验消费空间；二层布局“1个大厅+8个专区”的科创服务区；三层设置金融创新和区域创新专区；四层则用于科创孵化。从成果展示、专业服务到金融支持、创业孵化，科技成果转化所需的各类服务一应俱全。

值得注意的是，光谷科技成果转化中心并不是一栋楼唱“独角戏”，而是与200米开外的关东工业园形成“前店后坊”的协同发展模式——“前店”负责成果展示、交易和专业服务，“后坊”则提供产业承载空间。

光谷科技成果转化中心于9月15日启动施工，目前正在组建运营公司，同步启动服务机构招引工作。按照计划，项目将于今年年底前整体交付，部分区域年内可开放运营。

为创新资源搭建“总接口”
建在光谷，服务的是全省全国

放眼全国，为科技成果转化搭建综合服务

平台，是科技创新活跃地区的共同选择。

合肥依托安徽创新馆，建立起覆盖省、市、县三级的科技大市场体系；北京中关村国际技术交易中心集展示路演、技术评价、技术交易、风险投资等功能于一体；杭州打造的技术转移转化中心，旨在推动科研成果就地交易、就地应用；湖北以光谷为载体，打造集展示、收储、撮合、交易、转化等功能于一体的科技成果转化中心。

名称不同、模式各异，但这些地区都在做同一件事：把科技成果从实验室走向生产线的道路铺得更平、更宽、更通畅。

同时，湖北还把科技成果转化中心建设和科创园区建设、武汉都市圈协同融合发展等结合起来，一体谋划推进。

这是因为，科技成果转化是一场多方参与的努力赛：一项成果诞生于武汉的实验室，可能需要黄石的中试产线和鄂州的生产企业，还需要专业机构提供价值评估、知识产权运营和投

打破“围墙” 九城抱团

（上接第1版）建立财政贴息、银行让利、担保降费、基金引导的联动机制，充分利用“金服云”平台和“百亿信贷资金池”，为汉孝一体化注入金融活水。

潜江，则把目光投向链条深处。

“依托全球最大的光纤预制棒、气熔石英材料、偏氟乙烯生产基地，打造光电子信息产业集群核心配套基地。”潜江市委书记杨勇说，高效运营潜江（武汉）科创中心和喻越概念验证中心，打造武汉“科创飞地”，构建“研发在武汉、转化在潜江”的协同创新模式。

都市圈一体化，功能互补，方能协同共生；制度相融，方能行稳致远。

光谷向东40分钟
“大脑”扎进生产线

从武汉东湖高新区管委会出发，一路向东50多公里，驾车40分钟抵达位于黄冈的光谷第九园。

园区建设标准、运营管理都复刻光谷——它由武汉东湖高新区与黄冈市以“人员共派、资金共投、产业共建、绩效共考、要事共商”的“五共”模式打造，接光谷八大园区之序，与光谷一脉相承。

“离光谷的研发‘大脑’几乎零距离，各项费用却能降一半。”武汉启纳新能源黄冈公司负责人史德文说。这家企业将千吨级中试车间落户第九园，实现了低成本起跑，今年销售收入可达6000万元。

黄冈市委副书记、代理市长刘忠诚说，黄冈将抢抓机遇，全面融入武汉都市圈协同融合发展。聚焦产业共链，完善利益联结机制，精准匹配都市圈产业链图谱。聚焦平台共享，发挥黄冈（光谷）科创中心桥头堡作用。聚焦生态共创，完善创新支持政策，深化财政金融协同，打造一流营商环境。

不仅黄冈，“研发在武汉、制造在黄石；融资在武汉、投资在黄石”，这样的场景，每天都在发生。

黄石一家特钢企业的技术总监刚发布一项技术难题，不到两小时，武汉科技大学的一位教授就点击了“揭榜”按钮。

“黄石聚焦铜精深加工、特钢精深加工、高端PCB等特色优势产业，主动导入武汉科创资源。”黄石市委书记都英才说，系统布局研发平台、概念验证中心、中试基地等创新要素，构建“研发—验证—中试—落地”全生命周期科创服务体系。同时探索产业联合招商、项目共建共享，数据关联统计、利益分配等新机制，确保“融得进、融得实、融得深”。

鄂州，用“人字格局”描绘区位：一撇连光谷，一捺通全国。

鄂州市委书记王玺玮说，西翼，主动对接光谷科创大走廊，聚焦长江存储、长飞光纤等“链主”企业需求，在10公里半径、15分钟车程内集聚上下游资源，实现“隔墙供应”“配套响应”；东翼，借力花湖机场122条货运航线，推动“武汉研发、鄂州制造、花湖出海”协同链条加速成型，尽快获批空港综合保税区，完善多式联运体系，与天河机场共建客货双枢纽。创新要素正在冲破行政壁垒，在都市圈内加速流动。

散点拧成一股绳
六合合伙接光谷

在光谷芯中心内，咸宁（武汉）科创园用5万平方米空间，集聚了334家企业——其中168家是瞪羚企业、专精特新“小巨人”等高成长性科创主体，142家企业在咸宁设立生产基地。

与之联动的咸宁科创中心，则引进李德仁、龚健雅等5个院士团队，共同催生出“研发在武汉、生产在咸宁；孵化在武汉、加速在咸宁；引才在武汉、用才在咸宁”的良性循环。

平台何以聚势？关键在机制创新和全周期服务。该园区采用“政府主导、部门管理、平台投资、专业运营”模式，由咸宁市高投集团联合6个县（市、区）共同购置物业，把过去县域“各自为战”的散点，拧成承接光谷科创资源外溢的统一平台。

“与武汉形成分工协作、错位配套的格局。”咸宁市市长杨军说，深化离岸孵化+在岸转化模式，引进光谷及高校院所高端资源与初创项目落地咸宁。发挥咸宁紧邻武汉、连通鄂湘赣的区位优势，健全跨区域要素互通、利益共享机制。

在仙桃，清晨7点，通勤大巴准时从武汉沌口发车，驶向仙桃高新区。湖北鼎龙控股股份有限公司半导体材料事业部工艺工程中心副总监童耀庭说，企业落地仙桃，看中的是武仙两地无缝衔接的产业生态，形成“研发在武汉、生产在仙桃”的协同格局。目前，仙桃已推动100家本地企业与武汉优质科创资源精准对接、深度结对。

“利益联结促融合，跳出行政区划思维定式，健全与武汉及毗邻地区常态化会商对接机制。”仙桃市市长熊掌涛说，链群协同融深，支持优势主导产业深度对接武汉光谷、车谷、药谷；制度贯通融顺，坚持都市圈“一盘棋”，主动对接省级顶层设计，强化政策协同互认，破除要素流动制度梗阻。

在天门，湖北宝鼎新材料科技有限公司已成为武汉京东方偏光片采购量占比约15%的重要配套企业，今年全年产值有望突破23亿元。

“天门将依托大武汉，积极探索‘小手拉大手’的新路子。”天门市委书记纪道清说，健全重点产业协作机制，主动承接武汉“光芯屏端网”产业转移；健全交通互联互通机制，依托沿江高铁、武天高速，全面融入武汉“1小时通勤圈”；健全科创资源共享机制，以天门（武汉）离岸科创中心为“桥头堡”，推动构建“研发在武汉、转化在天门”的协同创新模式。

九城一体，以体制机制创新重塑发展空间，以协同融合激发增长动能，一个高质量发展增长极，正在荆楚大地加速崛起。

融资服务。任何一个环节衔接不畅，都可能让好成果止步于产业化门前。

建设光谷科技成果转化中心的目的不是取代现有平台，而是为全省创新资源搭建一个“总接口”：通过打造一个有效载体，把武汉与都市圈城市的资源叠加起来，把企业、高校院所、政府部门和各类创新平台的力量连接起来，构建高效协同、完整贯通的创新体系，为全省乃至全国服务。

省市共建、都市圈共用、全省全国共享，新的探索已经起步。上个月，鄂州提出积极参与光谷科技成果转化中心建设，布局建设一批概念验证中心、中试熟化基地、科技型企业孵化器，加快推进成果转化；黄冈提出依托光谷科技成果转化中心，建立重大科技成果遴选、发布和对接机制，常态化开展“融合惠转”“光谷青桐汇”等供需对接活动，联合开展科技成果转化、人才招引、科技项目路演；武汉理工大学也表示，将全力参与和支持光谷科技成果转化中心建设，推动一批前沿科技成果在光谷落地，为加快建设武汉区域科技创新中心贡献力量。

（上接第1版）

按照规划，中心将以市场为导向、以企业为主体，成立全省首个技术经理人事务所，组建100名专职、1000名兼职技术经理人队伍。这些既懂技术、又懂市场的专业人士将主动走进高校和企业，挖成果、问需求，为成果转化提供“全程陪跑”服务。

有些科技成果水准很高，但暂时没人买怎么办？中心计划组建10亿元湖北省科技成果转化储备资金池，专项用于提前锁定具有产业化前景的科技成果。这些成果收储入库后，将被摆上“成果超市”的货架，让散落在高校院所、沉睡在实验室里的科技成果集中亮相，有需求的企业可以像逛超市一样挑选、对接。

中心还计划引进专业资产评估机构，同步开发线上AI成果评估工具，辅助开展科技成果转化价值评估。

中心投用后，成果挖掘、收储确权、价值评估、交易撮合、概念验证、中试熟化、金融赋能、人才支撑和场景落地等十大环节将被串成一条链，力求一站式破解科技成果转化过程中的难点、堵点，探索形成具有湖北特色、全国领先的

科技成果转化新模式。

新中心来自城市更新
盘活22年前投用的老厂房

走进光谷科技成果转化中心项目建设现场，楼体上“FiberHome（烽火通信）”的字样清晰可见。

这栋楼的前身，是2004年投用的武汉邮科院光通信电子制造厂房，总建筑面积近11万平方米。

“老厂房具有大跨度、高层高、高承重等特点，适合改造为展馆和服务空间。”项目建设方、武汉高科集团有关负责人介绍，中心选址过程中，提出不搞大拆大建，而是以城市更新的方式，节俭务实盘活存量工业空间。

建成后，中心将形成地下一层、地上四层的空间格局——地下一层主要设置停车场及科技商业配套；地上一层打造科技成果转化和科技