

# 长江日报「风从支点来·中邮智行走荆楚」走进宜昌

## 16家品牌企业「旷野对话」共探机遇

冬日暖阳,风从支点来,品牌叙事再度启卷。  
1月15日,16位来自武汉与宜昌的企业家及代表,应“长江日报TOP100城市品牌计划·中邮智行走荆楚”之邀,乘尊界S800,溯江而上,直抵荆楚的第二站——宜昌。

### 行走清江茶山碧色间

宜昌,是“高峡出平湖”的史诗落笔处,是屈原笔下的香草岸,昭君故事里的青山乡。当车队驶入长阳,清江以其沉淀千年的碧色,静静铺展。  
在隔河岩大坝观景台,企业家们凭栏远眺,这座清江干流梯级开发的骨干工程以其151米的最大坝高,让人感受人类驯服江水的伟力;  
在湖北文旅三峡茶旅小镇,于平均海拔800米的万亩茶垄与缥缈云海间,看见“一片叶子富一方百姓”、打造茶旅融合乡村振兴新样板的生动实践。

### 碧波对话品牌成长路

此次对话的场域移至江心——一场独特的“清江泛舟访谈”徐徐展开。  
“轻舟已过万重山。”中国邮电器材中南有限公司智慧出行负责人鄢康文以名句为引,向记者解码中国邮电器材集团有限公司六十余载的“轻舟”之道。“这‘轻’,是举重若轻的战略定力,是数字化、智能化带来的效率之轻。中国邮电器材集团有限公司从最初的电信器材处,到如今跨界通信、汽车、文旅的多元格局,翻越了千万重‘山’——翻越行业融合的‘山’;翻越携手生态伙伴,持续创造新价值、履行新担当的‘山’;翻越认知之‘山’,携手消费者重塑国产高端新能源汽车品牌的信心。”  
“今天,与各位企业家乘尊界S800同行,正是一次探访,也是一次致敬——致敬奋斗,致敬变革。”此言激起广泛共鸣。  
企业家们在舟中、在茶山、在途中,围绕企业的“定力”、长期价值、农文旅融合的新路经、跨区域生态共创的瓶颈与机遇,展开热烈探讨。

### 多方共探场景创新模式

对话的终点,是行动的起点。  
长江日报、长阳土家族自治县文化和旅游局、中国邮电器材中南有限公司共同签署战略合作框架协议,旨在促进资源链接、场景共创与务实合作,共同探索品牌共创、产业振兴的高质量发展新范式,让品牌势能转化为带动一方致富的产业力量。  
“土家山歌迎来的不仅是客人,更是一个流动的‘智库’。”长阳文旅局副局长邓丽君感慨,十多位湖北武汉一流企业家为这座小城“把脉”——新能源产业如何与山水旅游嫁接?土家文化IP怎样触达更广市场?邓丽君表示,长阳文旅将为长江日报TOP100城市品牌及“中邮中南智行车友群”生态圈开辟绿色通道,提供从行程策划到特产的“订制式”服务。  
来自现代服务业、文旅、农业、地产等领域的企业家们从武汉的文旅经验谈起,到宜昌本土的生态实践,探寻突破与合作的可能。



王均豪接受记者采访。

### 均瑶集团党委书记、总裁,均瑶健康董事长王均豪:想办法去超越,重新定义国际标准

“我是资深楚商!”访谈中,王均豪道出与湖北的深厚情谊。从1999年作为支援三峡库区项目落户宜昌以来,均瑶集团在湖北深耕细作20余年,累计投资超百亿元,涉及乳品、酒店、生物大健康、旧城改造、航空等多种产业布局。2020年,均瑶健康登陆上交所主板,去年,宜昌“古今·大南门”文旅融合项目启动。眼下,均瑶健康益生菌产业再度扩产能。  
“人无远虑,必有近忧。不管在行业里什么情况,你至少要知道国际的龙头是怎样,想办法去超越它,重新定义国际标准。”王均豪说,锚定“全球益生菌领跑者”目标,均瑶集团用近十年时间,在益生菌中挑选“世界冠军”,通过严谨实验获得25株国际功能专利菌。如今,均瑶健康产品已远销80余个国家和地区,荣获上海科技进步奖一等奖,B端根基深厚,C端线上销量冲到前茅,创新开发的益生菌加功能饮料、果汁、汽水得到盒马鲜生、7-11便利店、罗森便利店等选品和消费者好评。“产品自己会说话。”王均豪说。  
在多元化浪潮中,许多企业追逐风口,连成,均瑶集团却以“盖大楼”的思维,构筑坚实产业支柱。“每个板块不仅要成为全国民营领域的标杆,更要锤炼出国际竞争力。”这份“百年企业”的追求,源于一次次躬身入局,“企业发展35年,创业至少四五次,每一次都要带上。”王均豪坦言。  
一次陪孩子开展文化之旅的契机,让王均豪与古琴结缘,收藏十余张历代古琴,并将保护古琴视为己任,打造了民间世界古琴文化交流中心。王均豪认为,古琴是中华文化的“活化石”,也是抚慰人心的良方,“均瑶健康要把身心健康结合起来”。当千年古琴在奥地利莫扎特音乐厅响起,外国观众“下巴都惊掉了”。  
“做品牌要耐得住寂寞,品牌也是有生命力的,就像人一样,要让品牌有长度、宽度、厚度。做品牌就像人生,是场马拉松,不急。”他说。

本版撰文:长江日报记者孙璐 袁满 肖清清  
杨晓雨  
参与采访:周佳玲  
本版摄影:黄骋  
本版统筹:孙璐 彭冲



鄢康文



王文贵



邓永勤



陈棋明



林珍



陈伟



戴东辉

### 中国邮电器材中南有限公司智慧出行负责人鄢康文:中邮生态遇见荆楚山水,“车生活”才开始

轻舟正过万重山。鄢康文这样形容中国邮电器材集团有限公司跨界到新能源汽车、康养、文旅的历程。从移动通信终端销售领军企业到“同路人”,鸿蒙生态的主力担当,企业要跨越的不只是行业壁垒。  
“最难的山”是认知。他坦言。过去,高端豪华车市场由外国品牌定义,如今,鸿蒙生态车型正重塑消费者心中的天平。这背后是上万名研发人员与上千家供应链企业构成的庞大生态——从一块屏幕到一张座椅,都在持续进化。  
跨界的故事也在消费端生长。去年“五一”,一位年轻客户在社交平台感叹“想用尊界当婚车但买不起”。鸿蒙智行超级体验中心兴业路店迅速响应,联合车友会组建了五辆车的婚庆车队。  
在宜昌,鄢康文及团队与长阳文旅部门探索新的可能性:如何让新能源汽车的充电网络与乡村旅游线路同步延伸?如何将车友转化为“探索湖北”的先锋力量?他们的规划清晰而务实——挖掘小众景点,细分兴趣社群,串点成线,通过官方平台发布路线,为车友提供从充电保障、行程策划到社交领域的全套服务。当中邮生态遇见荆楚山水,崭新的“车生活”才开始。

### 武汉荷香源农业发展有限公司总经理执行董邓永勤:十里莲华养心谷年均迎客15万人次

“我人生的支点,就是回到了乡村。”在蔡甸区高阳大道旁的火焰村流转抛荒地,邓永勤决定打造“十里莲华养心谷”,这里独特的田园风光和深度体验,逐渐演变成都市人享受“慢生活”的心灵栖息地,并探索出“前店后厂”的独特发展模式。  
“前店”,是沉浸式的田园生活剧场。省级精品研学课程《一粒米旅行的故事》让孩子们体验春耕秋收,将“一次性打卡”转化为“周期性陪伴”。结合知音文化茶社、“全藕宴”等多元业态,这里年均吸引近15万人次的亲亲子游与研学团队。  
“后厂”是强大的产业引擎。5000平方米的中央配送中心与专业冷链车队,将前端的荷塘与稻田,转化为供应武汉近百家企业单位的净菜与深加工产品,年销售额达8000万元。  
“田间直播”更带动线上年销超千万元,形成“线上种草—线下体验—复购产品—重游景区”的商业闭环,构筑了品牌自我造血的动能。  
十里莲华品牌的独特竞争力,恰恰是“慢哲学”。邓永勤说,其价值不仅在于营收,更在于通过“自建基地+农户合作社”模式。未来,将继续拓展“景区+供应链+电商”的驱动模式,撬动城乡融合的广阔未来。

### 奥利瑞信V空间总经理林珍:一张工位,从零开始“孵”出行业百强

在奥利瑞信V空间,不追逐风口上的科技独角兽,而是专注培育专业服务行业的“超级个体”——会计师、律师、评估师等专业人士,带着一台笔记本,即可拎包创业。  
空间提供的不只是低成本工位与灵活付费,更是一个价值服务链的跨专业共生体:规划师、咨询师、评估师、会计师、律师……在此聚集,相互对接,彼此协同,为客户提供一站式解决方案。  
林珍记得,一家两人创立的会计师事务所,3年前入驻时从零开始,如今已成长为12人团队,年营收突破500万元,跻身湖北行业百强。  
“关键是为专业情怀留出喘息空间。”林珍解释其经营之道,“当创业者起步初期现金流紧张时,工费可以延后缴,行政后勤由我们代劳,他们可专注客户服务。”  
2019年成立至今,这个坐落于江岸区香港路远洋大厦的2000余平方米空间已孵化十余个专业团队。“信任本身,就是可持续的商业模式。”林珍说。

### 武汉野战国防园党支部书记、董事长王文贵:一片红土地,一场真体验

“一片红土地,一场真体验,是国防园最突出的特色。”王文贵说,坐落于蔡甸区九真山国家森林公园的武汉野战国防园,发展的基石源于这片土地红色基因——侏儒山战役在这里打响。  
目前,国防园已建起内容丰富的蔡甸革命斗争史展、兵工专家吴运铎事迹陈列馆,通过声光电技术与沉浸式课程设计,让历史“活”起来。同时,推出的模拟实战、战术对抗、军事障碍等系列项目,让青少年不仅能“听故事”,更能在汗水和激情中圆一个“军旅梦”。  
王文贵认为,当孩子们在这里变得坚毅,家庭在此收获独特的共情记忆,由此产生的价值认同,远比短期流量更为稳固。  
今年,国防园将对标国家4A级旅游景区标准,持续完善基础设施与服务配套,进一步擦亮国家国防教育基地“金字招牌”。

### 武汉中州府生态农业有限公司执行总经理陈棋明:端出老年人套餐破题“周末热平日冷”

近20年的持续投入,中州府已从江夏区一片“不毛之地”,发展为武汉近郊生态观光、餐饮住宿、文化体验于一体的热门目的地。  
截至目前,中州府年接待游客约60万人次,经营收入约5000万元。  
“做文旅最难的是长期坚持,”陈棋明说,“我们依靠的是口碑与回头客。”  
其成功背后,是对品质的深耕,从产品到服务的全方位提升。比如餐饮,中州府坚持拒绝预制菜,所有菜品均现场加工,严选食材与调料,后厨团队30余人,凭借新派楚菜赢得市场口碑。  
此外,针对文旅行业“周末热、平日冷”的普遍痛点,中州府创新推出周一至周五的老年人专享套餐,并提供地铁口接驳与点对点景区接送服务,有效拓展了非高峰时段的客源。

### 湖北天创地产集团副总经理陈伟:“造好房子”就要加量不加价

“做企业要有长期主义精神,修炼内功出好产品才是核心竞争力。”陈伟道出了企业稳健发展的核心密码。  
陈伟表示,专注自身内功提升,天创地产紧扣“造好房子”目标筑强竞争力:产品端组建专业团队,紧跟政策与市场动态优化升级,2025年后的新项目均为小区增配多功能会所,嵌入健身房、社区养老点等配套;服务端自有物业聚焦业主满意度,提升产品附加值,为业主提供专属权益与社群服务,实现“加量不加价”。  
展望未来,养老业务已落地汉阳街道养老综合体,文旅业务联合葛洲坝文旅公司,在宜昌探索“文旅+养老”融合路径。陈伟坚信,改善性需求的持续存在为行业提供了长期动力。

### 湖北文旅武汉冰雪中心运营总监戴东辉:“冰雪+”热乎了50万人次游客

“2024年8月8日开业至今,我们已接待50万人次游客,2026年元旦单日客流突破5000人。”戴东辉用数据展现了武汉冰雪产业的强劲势头。戴东辉表示,作为武汉中心城区最大的单体室内滑雪馆,精准定位“初中级客群普及培养”,特意扩大练习道面积,设计友好型雪道,降低参与门槛。同时针对亲子家庭、青年群体、上班族等不同客群打造多元场景。  
“冰雪+”创新成为核心竞争力。场馆聚焦情绪价值,打造华中地区最大观景飘窗、仿真驯鹿广场,引入驯鹿、雪狐等萌宠互动,推出二次元主题打卡区及冰雕滑梯、雪地冰壶等项目,让南方民众复刻北方冰雪乐趣。“冰雪+智慧”引入京东智能仓系统,机器人配送装备;“冰雪+绿色”通过新建建材降低能耗;“冰雪+跨界”联动景区、美食领域,推动“票根经济”,助力“一日游”升级为“全城游”。



长江日报「风从支点来·中邮智行走荆楚」走进宜昌。