

消费日报

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号

活力中国调研行

湖北因湖得名,与湖同兴。数不清的江河湖泊滋养哺育了“湖广熟,天下足”的农耕文明,成就了千里沃野的鱼米之乡,使其成为我国主要粮食生产基地之一。行走在暮夏时节的湖北大地,田畴沃野间仍可见满目生机,涌动着农业现代化的澎湃活力。孝感市的“超级菜篮子”、随州市随县的小香菇、襄阳市南漳县的智慧牧场……湖北正以流通兴农、品牌强农、智慧富农,在产业升级中书写鱼米之乡新篇章。

本报记者 赵 曦 □ 唐 瑞



图为采访团记者在孝感首衡城品尝各种水果。

8月26日,记者走进孝感首衡城蔬菜、水果交易区,只见生鲜蔬菜、时令水果琳琅满目,采购的货车往来穿梭,订单几乎在几分钟内就能成交。“每天消

晨五点,市场里就热闹起来。近期日均交易量稳定在1.7万吨,交易额达1.5亿元。”市场工作人员告诉记者。

“我们有丰富的水果品类,可充分满足消费者需求。”武汉天葡果业老板陶长清说。

记者看到,该档口摆着各类时令水果,甚至有从新疆“远道而来”的优秀品种。除了国产“好果子”,孝感首衡城也不乏从世界各地进口而来的水

孝

感首衡城:

打造华中最大“菜篮子”

果。在进口水果区,记者见到了成箱英文包装的水果,包括蓝莓、柑橘、柠檬等。

这里能聚集起如此旺盛的消费活力,离不开孝感首衡城构建的多层次流通体系。据介绍,孝感首衡城是湖北省重点现代农产品商贸流通项目,自启动运营以来,已集聚全国头部商户3000余家,经营品类超过1000种,形成“市场+龙头企业+基地”的全产业链闭环,通过大宗采购和高效物流降低成本,减少中间流通环节,带动物价下降10%—20%;并通过产地直采

和海外集采,汇聚了全国30多个省份及20多个国家和地区的农产品,为华中地区引入国内外上万种特色农产品,充分满足消费者多元化需求。

据统计,今年6月,孝感首衡城运营一年半时间便实现累计交易量突破1000万吨。记者还注意到,在孝感首衡城二期项目建设现场,50万吨级智慧冷链中心施工进入收尾阶段。“智慧冷链中心建成后,联合一期15万吨冷库,将极大提升区域生鲜仓储保鲜能力,成为华中最重要的绿色农产品安全保供基地。”现场负责人介绍。

随县香菇:

一朵小菇“开”遍全世界

8月27日,记者走进随县厉山镇随州香菇标准化种植示范基地,一个详细记录着随县香菇产业发展脉络的时间轴映入眼帘。从1978年华中农业大学教授杨新美在随县三里岗镇成功进行香菇段木栽培,到如今成为“全国四大香菇主产区”之一,随县香菇实现了从“提篮小卖”到“卖全国、卖世界”的跨越。在产品展示区,陈列着销往国外的香菇产品“菇的辣克(GOOD LUCK)”。记者在现场看到,直播间灯光明亮,主播们正在介绍相关产品。工作人员告诉记者:“现在不仅是种菇,还能直播卖菇,增收不是难事。”

一朵小小香菇,撑起了百亿级产业,更成为乡村振兴的生动注脚。

“我们随县香菇每生产两个,就有一个走向海外,出口创汇常年稳居湖北省第一位,是‘全国四大香菇主产区’之一,‘全国重要的香菇加工出口基地’和‘中南地区最大的香菇交易中心’。”随县相关负责人介绍,目前,该县10万农户种植香菇3亿棒,出口创汇3.67亿美元,连续多年位居全国香菇主产区首位。“随州香菇”区域公用品牌价值达205.8亿元;电商直播从业者超3000人,带货额突破10亿元,成为湖北农产品品牌化发展的亮点。

而这一特色产业的蓬勃兴起也离不开品牌化发展。2022年,“随县香菇种植工”获评“湖北省第四批十大劳务品牌”,成为推动就业创业的“金名片”。据悉,随县人社局把打造



图为电商工作人员正在直播卖香菇。

随州乃至全国的香菇产业高质量发展和转型升级提供坚实的技术及人才支撑。”

记者了解到,如今已有2000余名“土专家”走出湖北前往云南、贵州,培训菇农5000人次,帮助更多地区走上致富路。

本报记者 魏 静 □ 忽 艳

计中心、博士后科研工作站等高端研发平台,拥有1600多项专利,参与70余项国际、国家及行业标准制修订,并联合产业链伙伴组建创新联合体,推动技术协同突破。

“登峰系列的迭代升级是中国羽绒服技术进步的缩影。”高德康表示,波司登2019年融入航天纳米保温材料推出的全球顶配羽绒服获评第四届“中国优秀工业设计奖金奖”;2025年助力登山运动员再度登顶珠峰,成为中国科技与“登峰精神”的具象载体;极地极寒系列则联合中国极地研究中心首创动态御寒科技,突破-50°C保暖极限,为极地科考队提供专业防护;品牌更以品类创新拓宽行业边界,推出风衣羽绒服、高鹅绒三合一冲锋衣等新品类,不仅延长了羽绒服销售季,更让“保暖单品”升级为全场景时尚装备。

自主品牌升级与立体化品牌矩阵 覆盖多元消费场景

面对消费升级趋势,波司登通过“自主品牌升级+多品牌布局”的策略,满足不同层级消费者的多元化需求。

“消费者追求的‘性价比’本质是‘价值匹配’,以合适价格购买值得的产品与服务,包括功能价值与情感价值。”高德康表示,波司登自主品牌聚焦中高端市场,通过更宽价格带组合,成为主流消费人群首选。同时,企业布局雪中飞、冰洁品牌,差异化细分品牌定位,覆盖高质价比大众市场,运营博格纳品牌,战略投资国际奢侈品羽绒服品牌慕瑟纳可,构建起“大众一

中高端一奢侈品”立体品牌矩阵。

数智化重构全链路 效率与体验双向升级

数智化是新消费时代企业穿越周期的核心能力。

“我们前瞻洞察数智变革趋势,把‘智改数转网联’确立为企业核心战略和‘一把手工程’,将大数据、人工智能等新一代数字技术和羽绒服传统的经营模式深度融合,实现以消费者为中心的数字化‘研产供销服’全链路协同。”高德康向记者具体介绍了三个层面取得的突破。在研发端,波司登打造人工智能创新应用实验室,构建了服装数据库,研发的“BSD.AI美学大脑”AI大模型,实现从设计构思到虚拟成衣的数字化闭环,头样开发时间从100天压缩至27天,样衣成本降低60%以上,首款AI设计的单壳冲锋衣上市即成爆款。

在供应链端,智慧生态平台通过AI算法实现原辅材料精准匹配与全链路追溯,常熟智能制造工厂关键工序自动化率超90%,旺季日产能达8000件,产品交付周期缩短至7—10天,做到“畅销款不缺货、滞销款少生产”。在零售端,“智慧门店+线上云店”的全域模式打破渠道边界,配

合“AI导购助手”可为消费者提供个性化服务,推动传统“会员运营”升级为“用户多维运营”,让消费体验更便捷、更精准。

成为可持续时尚的引领者 筑牢品牌长期价值

在新消费语境下,品牌的竞争力不仅源于产品与效率,更来自文化认同与社会价值。波司登以文化为内核,以责任为基石,通过文化赋能与ESG(环境、社会和公司治理)实践,构建起差异化的品牌护城河。

当谈到如何通过创新传播让品牌故事被消费者更易接受和认同,从而增强情感共鸣时,高德康表示,波司登品牌以“中国故事+国际表达”搭建沟通桥梁,如纽约时装周演绎《富春山居图》,米兰发布秀融合中国苏绣与意大利手工,巴黎奥运会上前夕举办的“融”概念秀让东方美学与现

8月制造业销售收入增速快于全国企业总体增速

本报讯 国家税务总局增值税发票数据显示,8月份,全国企业销售收入增速较7月份加快0.9个百分点,呈现多方面亮点。制造业保持稳步发展。8月份,在扩内需、“反内卷”等相关政策推动下,制造业销售收入增速较全国企业总体增速快1.5个百分点,占全国企业销售收入比重为30.7%,持续夯实经济基本盘。制造业高端化、数字化稳步推进,8月份,装备制造业、数字产品制造业销售收入同比分别增长7.4%和9.6%。(辛文)

2025年9月12日
星期五
总第9019期
第6078期
今日4版

鱼米之乡加速转型 湖北农业现代化势头强劲

南漳智慧牧场:
『云上』奶业赋能县域经济发展

8月28日,记者进入襄阳市南漳县云上牧歌园区。园区外山重、空气清新,园区内远远就能看到整齐的牛舍与现代化挤奶车间。现

场工作人员提示不要打开车窗,“因为要保护园区的无菌环境”。记者在现场看到,奶牛有序进入转盘挤奶机,鲜奶经过速冷与多层过滤后,将被送往蒙牛武汉加工厂。“每天,100吨这样的优质鲜奶被送往蒙牛武汉加工厂,日销售收入达40万元。预计今年年底牛牛存栏量将达1万头,年产鲜奶9万吨,成为长江中下游最大的奶源基地。”云上牧歌(襄阳)国际农业科技有限公司执行董事陈文介绍,这片占地1200亩的产业园已成为华中地区智能化程度最高的“乳业硅谷”,为保障华中地区奶制品供应安全提供了重要支撑。

走进建设现代化牛舍,记者看到每头奶牛的脖子上都佩戴着“智能脖环”,实时监测体温和采食情况,数据同步上传至大数据平台。牧场副场长缪万荣告诉记者:“以前一个人管十头牛,现在一个人管七十头牛,每年节省成本2000万元以上。”数字化、智慧化养殖让奶牛日产奶量达到40公斤,乳蛋白含量比普通奶源高出1%。这套精细化管理模式,正是国家推动畜牧业数字化智能化转型的南漳实践。

“云上牧歌项目是南漳以商招商、链式招商的成功实践,它不仅串联起一条完整的‘牛链条’,更激活了农业新质生产力的强劲动能。”南漳县委书记罗兴斌表示。

南漳县地处襄阳市西南部,荆山山脉东麓,地貌为“八山半水分半田”,属国家重点生态功能区。据介绍,2022年农业农村部出台《“十四五”奶业竞争力提升行动方案》,明确支持建设奶业大县,为乳业项目落地提供政策保障。南漳县敏锐捕捉政策红利,将奶业作为农业现代化突破口,依托“中国有机谷核心区”定位,结合当地气候条件和青贮饲料资源优势,锁定乳业全产业链作为招商重点,引进了云上牧歌(襄阳)10万头奶牛智慧产业园项目。

围绕这一核心项目,南漳已招引10余家上下游企业,涵盖乳制品加工、生物质综合利用、肉牛深加工等领域,预计形成50亿元的全产业链产值,提供5000余个就业岗位。罗兴斌表示,下一步,南漳将围绕“链群协同”壮大产业集群,围绕“融合发展”提升产业层次,让绿色成为高质量发展的底色,让共同富裕成为群众生活的常态。

从孝感的“菜篮子”,到随县的小香菇,再到南漳的智慧牧场,湖北农牧业现代化的版图愈发清晰。产业链延长、品牌力提升、数字化加速,共同构成了鱼米之乡的新底色。

“让绿色成为发展的底色,让共同富裕成为生活的常态。”这是南漳的发展愿景,也折射出湖北农业现代化的目标与方向。湖北,正在一个个具体实践中,把“农业强、农村美、农民富”的图景描绘得愈发清晰生动。



图为云上牧歌园区的牛舍。

以创新破局 以价值立企

波司登构建羽绒服行业发展“中国范本”

合“AI导购助手”可为消费者提供个性化服务,推动传统“会员运营”升级为“用户多维运营”,让消费体验更便捷、更精准。

成为可持续时尚的引领者 筑牢品牌长期价值

在新消费语境下,品牌的竞争力不仅源于产品与效率,更来自文化认同与社会价值。波司登以文化为内核,以责任为基石,通过文化赋能与ESG(环境、社会和公司治理)实践,构建起差异化的品牌护城河。

当谈到如何通过创新传播让品牌故事被消费者更易接受和认同,从而增强情感共鸣时,高德康表示,波司登品牌以“中国故事+国际表达”搭建沟通桥梁,如纽约时装周演绎《富春山居图》,米兰发布秀融合中国苏绣与意大利手工,巴黎奥运会上前夕举办的“融”概念秀让东方美学与现

代时尚碰撞出独特魅力。同时,波司登发力抖音、小红书等新媒体平台,将羽绒服塑造成“潮流符号”,赢得年轻群体青睐。

在实践中,波司登发布了“1+3+X”的ESG战略框架及管制架构,设定了“2038年前实现运营环节净零排放”的碳目标,每年提升10%—20%环保产品占比,开发出生物基含量超70%的环保面料,累计捐款超过14亿元。这种“文化+责任”



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”
步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可

本报记者 魏 静 □ 忽 艳

中国消费市场正经历深刻变革,从“物质短缺”到“品质升级”,从“功能消费”到“情绪共振”,新消费浪潮不仅重塑着需求结构,更推动产业加速向创新驱动、价值导向、数智引领转型。在这一进程中,如何精准捕捉消费变迁、突破行业同质化困局、实现从“中国制造”到“中国创造”的跨越,成为所有品牌的必答题。

“登峰系列的迭代升级是中国羽绒服技术进步的缩影。”高德康表示,波司登2019年融入航天纳米保温材料推出的全球顶配羽绒服获评第四届“中国优秀工业设计奖金奖”;2025年助力登山运动员再度登顶珠峰,成为中国科技与“登峰精神”的具象载体;极地极寒系列则联合中国极地研究中心首创动态御寒科技,突破-50°C保暖极限,为极地科考队提供专业防护;品牌更以品类创新拓宽行业边界,推出风衣羽绒服、高鹅绒三合一冲锋衣等新品类,不仅延长了羽绒服销售季,更让“保暖单品”升级为全场景时尚装备。

自主品牌升级与立体化品牌矩阵 覆盖多元消费场景

面对消费升级趋势,波司登通过“自主品牌升级+多品牌布局”的策略,满足不同层级消费者的多元化需求。

“消费者追求的‘性价比’本质是‘价值匹配’,以合适价格购买值得的产品与服务,包括功能价值与情感价值。”高德康表示,波司登自主品牌聚焦中高端市场,通过更宽价格带组合,成为主流消费人群首选。同时,企业布局雪中飞、冰洁品牌,差异化细分品牌定位,覆盖高质价比大众市场,运营博格纳品牌,战略投资国际奢侈品羽绒服品牌慕瑟纳可,构建起“大众一

中高端一奢侈品”立体品牌矩阵。

数智化重构全链路 效率与体验双向升级

数智化是新消费时代企业穿越周期的核心能力。

“我们前瞻洞察数智变革趋势,把‘智改数转网联’确立为企业核心战略和‘一把手工程’,将大数据、人工智能等新一代数字技术和羽绒服传统的经营模式深度融合,实现以消费者为中心的数字化‘研产供销服’全链路协同。”高德康向记者具体介绍了三个层面取得的突破。在研发端,波司登打造人工智能创新应用实验室,构建了服装数据库,研发的“BSD.AI美学大脑”AI大模型,实现从设计构思到虚拟成衣的数字化闭环,头样开发时间从100天压缩至27天,样衣成本降低60%以上,首款AI设计的单壳冲锋衣上市即成爆款。

在供应链端,智慧生态平台通过AI算法实现原辅材料精准匹配与全链路追溯,常熟智能制造工厂关键工序自动化率超90%,旺季日产能达8000件,产品交付周期缩短至7—10天,做到“畅销款不缺货、滞销款少生产”。在零售端,“智慧门店+线上云店”的全域模式打破渠道边界,配

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfbjw@163.com

● http://www.xfrb.com.cn

● 市场

● 人物

● 评论

● 版面

● 北京市丰台区定安东里20号楼

邮编:100075

● 照排:网络照排中心

● 零售价:2元

● 消费日报社出版

● 社长、总编辑:赵 曦

● 监督电话:67600827

● 副总编辑:刘 丁 张丽娜

● 总编室:67605115

● 经营中心:67604888

● 发行部:67604545

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 责编:闫 利