

侨眷胡盛:

以“黄精”为笔 绘就乡村振兴“黄金路”



●记者 陈婧 通讯员 陈科吉 庞其志

8月6日,湖北崇阳白霓镇谭家村,湖北黄精哥食品有限公司的加工车间内,机器轰鸣声与中药材的清香交织成一首产业振兴的交响曲。企业负责人胡盛正俯

身检查蒸制设备,指尖轻触刚出炉的九制黄精,琥珀色的断面在灯光下泛着温润的光泽。“这批货要发往广东,品质必须过硬。”他转身对质检员叮嘱道。

作为咸宁市归侨侨眷代表,胡盛的身份远不止于企业家——他是湖北省农业及林业产业化双重点龙头企业负责人,更是一位以“侨”为桥、反哺桑梓的乡村振兴践行者。八年前,这位从武汉工程大学制药工程专业走出的青年,带着在知名药企积累的丰富经验毅然返乡,将深藏药姑山的“崇阳黄精”推向全国。

从5元到百元的
价值跃升

“这里出产的黄精多糖含量高达14%,是国家标准的2倍,是药食同源的珍品。”在崇阳县白霓镇的2480亩黄精核心基地,胡盛拨开枝叶,指着一株半人高的黄精苗介绍。这里曾是荒山荒地,如今已成“金色银行”,每亩年产值超2万元。

时间回溯至2017年,胡盛在安徽药材市场目睹震撼一幕:家乡收购价仅5元/斤的鲜黄精,经九蒸九晒加工后售价超百元。“这么好的资源,不能贱卖!”这个念头如种子般在他心中生根。次年,他成立黄精种植专业合作社,2019年成立湖北黄精哥生态农业有限公司,采用“企业+合作社+农户”模式,与当地村民签订保底收购协议,免费提供种苗和技术指导,开启规模化种植之路。

面对野生黄精育苗成活率低的难题,胡盛连续三个月蹲守基地,卷起裤腿与村民同耕作,最终突破技术瓶颈。2018年,首批规模化种植的黄精迎来丰收,金灿灿的根茎从土里翻出时,这位侨界创业者的笑容如孩童般纯粹。

“胡老板常来教我们施肥管理,鲜货不愁卖。去年三亩地采挖增收9万多元。”正在基地劳作的村民刘大姐笑着说道。如今,在“黄精哥”胡盛的带动下,越来越多的崇阳百姓投身黄精产业,曾被贱卖的黄精成为了当地百姓的“致富黄金”。

据统计,“黄精哥”团队已经带动了当地325户村民就业,每年发放劳务用工工资超过300万元。

古法工艺与智能科技的碰撞

走进“黄精哥”投资500万元改造的标准化加工厂,清洗、烘干、切制、九蒸九晒等十几道工序有条不紊。最核心的蒸制车间,智能蒸箱正模拟古法“九蒸九晒”,蒸汽氤氲中,黄精的多糖成分慢慢转化。

“这是我们与华中农业大学合作研发的专利技术,温度误差控制在±1℃。”胡盛抚摸着蒸箱外壳,眼神中透着科技兴农的自豪。

2022年以前,这里还是白霓镇谭

家村一处闲置厂房。

“农业不加工,到头一场空。”胡盛说,经过几年的努力,黄精哥合作社种植规模不断扩大,他渐渐意识到,单靠收购、销售鲜黄精以及黄精干货利润微薄。

延长产业链,提高产品附加值,才能让黄精产业实现高质量发展。为此,他毅然投资500万元,成立了湖北黄精哥食品有限公司,将白霓镇谭家村闲置厂房改造成5200平方米的标

准化、规范化黄精加工厂。

“从最初生产黄精茶、黄精酒,到如今的黄精土鸡汤、黄精养元糕,工厂加工覆盖养生茶饮、即食滋补、休闲食品等多个领域20余款产品。其中,桂乡仙粮铜鼓包装野生黄精茶被湖北省消费者委员会认定为2024年度‘荆楚放心礼’湖北特色消费品。”胡盛指着流水线上的黄精茶介绍。目前,20余款“桂乡仙粮”系列产品从这里走向全国,2024年综合产值突破6000万元。

搭建从深山迈向世界的“黄金桥梁”

作为咸宁市侨联委员,胡盛始终以“侨”为桥,推动崇阳黄精走向世界。

2023年世界大健康博览会上,胡盛带着崇阳黄精系列产品亮相咸宁馆。“每天接待上千人,签了好几家经销商。”胡盛翻出手机里的展会照片,背景板上“崇阳黄精”四个大字格外醒目。

为了更好地宣传展示崇阳黄精的独特魅力,胡盛还在崇阳人民大道打造了一家集黄精文化展示、产品销售、食疗体验等功能于一体的黄精馆旗舰店。

典雅的包间内,武汉顾客刘先生及家人看着一桌子以黄精为食材,烹制的黄精土鸡汤、黄精烧排骨、黄精面条等特色菜肴,惊叹不已:“没想到中药材能做成如此美味的药膳!”

“我们开发了20多款黄精特色菜肴。”胡盛介绍,黄精馆旗舰店不仅是产品展示中心,更成为传播黄精文化的体验空间。通过直播带货、政府推介等渠道,如今,崇阳黄精已成为湖北“十大楚药”,种植面积达6.2万亩,年产值超亿元。

“未来3到5年内,我们计划将‘黄精哥’打造成专精特新‘小巨人’企业,和各大院校、科研机构合作,研发出更多的科技新产品,将黄精更多有用的成分提取出来制成更好的产品,回馈社会。同时,我们还将不断拓展市场,让崇阳黄精走向世界,让世界认识中国的好产品!”胡盛站在厂区门口,望着蜿蜒向山外的公路,语气坚定。这条路上,一袋袋包装精美的黄精产品正发往全国,曾经“养在深闺”的“仙草”,已蜕变为照亮乡亲致富路的“黄金”。



阳光保险举办二十周年客户活动 传递“爱与责任”

7月底,阳光保险在阳光金融城隆重举办“走进知心阳光,感受爱与责任”二十周年客户活动。客户代表们受邀参观司史展及保险博物馆,参与文化讲座、相声演出、沉浸式体验汉服打卡、VR云游余山养老社区,并出席了阳光人寿银发产品发布会。活动旨在与客户共同回顾发展历程,传递“让客户说好——一切为了客户”的文化理念,彰显同心同行的承诺。集团董事长张维功出席并致辞,感谢客户的长期信赖与支持。

阳光保险始终秉持以人民为中心的价值取向和“以客户为中心”的经营理念,将“一切为了客户”深植企业文化。

■聚焦需求,创新“三五七”配置理念

公司坚持将客户需求置于首位,持续提升产品服务品质。2023年,基于对客户家庭全生命周期的深入洞察,阳光保险创造性提出“三张保单保一生,五张保单全家福,七彩阳光满堂红”(“三五七”)产品配置理念。该理念清晰解答了“人的一生需要几张保单”的普遍困惑,帮助客户高效明晰家庭保障需求,科学配置保险,避免重复或无效投入,确保每一分保费发挥应有效能。

■服务升级,优化体验感知

在保险服务的核心环节——理赔

上,阳光保险持续创新。创立初期即推出查勘现场“三个一”服务(一瓶水、一张报纸/一件大衣、一把雨伞),缓解客户焦虑。此后,阳光财险推出“闪赔”服务,大幅压缩车险小额案件时效;阳光人寿推行极速理赔、小额快赔,部分医疗险案件可实现资料齐全后30分钟内赔付甚至“秒赔”,不断提升服务效率与客户体验。

■响应国策,深耕银发金融

面对国家积极应对人口老龄化的战略要求,阳光保险深入调研银发群体需求,于20周年之际创新推出“美好人生”银发产品体系,实现四项突破:

突破年龄上限:大幅提升投保年龄,覆盖高龄人群。

突破投保方式:创新双被保险人连生保险,保障更长久的养老关爱。

突破健康限制:将无并发症的“三高”慢病老年人群纳入承保范围。

突破领取方式:符合条件的被保险人最快保单犹豫期后即可领取养老金。

该体系致力于为不同银发客群提供差异化、综合性的养老解决方案。

二十载风华正茂,初心未改。阳光保险承诺将继续坚持“以客户为中心”,以“感知的爱心、产品的用心、服务的贴心”,提供更具价值、特色、实用、好用的产品与服务,用“爱与责任”为千家万户送去阳光与温暖。(通讯员 陈鹏)