

柯春潮:与“细菌杀手”同行

做健康环境的营造者

本报记者 陈希子 通讯员 施锐 徐琳 胡沙

噬菌体,是自然界中广泛存在的细菌病毒,形状酷似纳米机器人,头部是一个多面体,长有管状的“尾巴”,曾一度被怀疑是“外星产物”,但在赤壁科道兴生物技术有限公司董事长柯春潮的眼里,这种病毒就像是他的“队友”,它的独特之处在于可以感染细菌,通过寄生在细菌体内进行复制增殖,最终杀死细菌,是一个名副其实的“细菌杀手”。



图为柯春潮同其研发团队开展噬菌体改良剂研究

A 返乡归巢筑梦咸宁

从鄂南高中走出去的柯春潮,大学毕业于华中农业大学畜牧兽医专业,先后在默沙东、梅里亚等世界500强公司工作,深耕畜牧兽医工作二十余年。

2020年,一直在外工作的他,偶然在朋友圈看到咸宁即将举办第四届“南鄂杯”高层次人才创新创业大赛的公告,心中油然而生了回咸创业的想法。

他随即同华中农业大学动物医学院教授钱平联系,以“噬菌体改良剂成果产业化”项目参加了“南鄂杯”高层次人才创新创业大赛,得到专家

评委的肯定和一致好评,这也让他坚定了推动这个项目发展的决心。

在大赛举办期间,咸宁市委人才办指导各县(市、区)政府积极同其对接,努力争取项目落地。其中,赤壁市创建的高质量发展研究院一下吸引了柯春潮的注意力。

2020年4月,赤壁市为了进一步推动科技创新驱动产业高质量发展,吸引集聚一批产业急需的高层次人才,创新成立了以政府主导的高质量发展研究院,不仅为高层次人才设置了100个专项事业编制,还大力推广“四线城市、一线待遇”的

引才理念,允许事业单位科研人员兼职兼薪、创新创业,从其承担的项目中支付科研津贴,将其收入补贴提升到一线城市水平,提升人才的待遇保障。

在赤壁市委、市政府的积极对接下,柯春潮将项目落户赤壁,注册成立了赤壁科道兴生物技术有限公司,致力于动植物用噬菌体、益生菌等产品的研发、生产与营销。

赤壁高质量发展研究院专派一名农业专业硕士研究生作为人才服务专员,从项目准入、公司注册、实验室建设到项目生产等各个环节全流程跟进、提供全方位服务,全力保障项目落地发展。

B 特色优势抢占市场

近年来,随着抗生素在动植物生产养殖中的广泛使用,细菌的耐药性日益严重,抗生素污染的食品公共安全事件时有发生。人类如果长期摄入含抗生素的水果、肉食,其直接的结果就是产生耐药现象,有的还会形成“超级细菌”,使人难以甚至不可能通过常规抗生素来治疗感染。

联合国的一份报告表明,全球每年至少有70万人死于耐药性疾病,如果不采取行动,到2050年全球每年可能会有1000万人死于耐药性疾病,

而噬菌体改良剂作为抗菌替代产品,用于耐药菌的防治研究逐渐引起高度重视。

柯春潮作为生物科技行业资深专家,坚持以人民健康为中心,秉持“科研的深度决定企业的高度”发展理念,聘用华中农业大学教授钱平为公司首席科学家,将华中农业大学微生物学国家重点实验室作为前端研发基础,积极开展动植物用噬菌体、益生菌技术等研发成果的工艺优化、建立噬菌体种子库等工作。

C 深耕行业“弯道超车”

管理一家现代化的高科技企业并非易事,高科技企业前期投入大、周期长、风险高,想要长期发展不仅要借助风险资本的力量,自身也要有利润来源,主要是要靠好的技术和产品,并快速将这类技术产品以最快最省的方式转化为产业化成果。

柯春潮即使已经拥有数十年企业经营管理的经验,也没有安于现状,而是继续学习专业技术,深入思考商业化落地策略,构建和谐融洽的技术

研发团队,汲取系统性企业管理知识。所有努力都是为了打造一个优秀的生物科技公司,成为生物技术行业佼佼者。

2021年,柯春潮领衔的“噬菌体改良剂成果产业化”项目获评咸宁市“南鄂英才”支持项目,获得200万元项目扶持资金,大大提振了研发团队的信心。

在柯春潮和研发团队的努力下,公司研发的初级产品已经正式投入生产使用。

以在动物养殖中使用噬菌体酶、抗菌肽、益生菌等生物产品为例,此类产品能有效减少药物饲料添加剂的使用,被公认为“绿色添加剂”,不仅对动物和人体无任何毒副作用、无残留,还具有增强动物免疫力、改善动物健康的作用,进一步提高动物产品的品质和食品的安全水平。

噬菌体改良剂不仅可用于动植物的健康养殖,还可用于种植业的杀菌除害等,目前国内外市场尚无同类产品,技术和竞争优势明显。

项目生产出来的噬菌体改良剂不仅能有效防治相关细菌性疾病,提高畜禽养殖的生产效率,同时也大量节约了抗生素的使用,减少抗生素的污染,为人类健康提供了有力保障,这同咸宁市大力发展大健康产业、打造健康咸宁的目标方向一致。

柯春潮一方面主动融入咸宁大健康产业发展的大势,抢占市场先机;另一方面,充分发挥其人才和技术优势,助力咸宁大健康产业发展,为健康咸宁建设作出积极贡献。

产品体验视角下的电商突围

○ 郭璇

一种模式演变

电子商务利用互联网及相关技术,打破时空限制,实现商品的便捷交易,既能降低经济社会成本,又能提高商品的公开性和可及性,大大激活和释放了消费潜力。

随着科技和社会的迅猛发展,电商模式也不断演进。从萌芽、初创,到发展、成熟,再到目前的社交和直播电商,电商模式发展至今经历了很多阶段。

研究电商模式的演进规律及其消费行为,有利于把握其未来发展方向,帮助企业 and 政策制定者适应数字经济时代的机遇和挑战,具有重要理论和现实意义。

李永诚博士的专著《电商平台中顾客晒单效应研究》为我们探究这一问题,从产品体验视角提供了很好的理论依据和实证支撑。

一场需求体验

“晒单”认为,顾客晒单本质上是一种顾客在线产品呈现,可通过产品呈现和身份呈现两条路径影响潜在顾客的产品体验和购买意愿。

“晒单”认为,顾客晒单之所以如此重要,是因为人们对产品具有功能性需求和情感性需求,网购时相应地需要功能性体验和情感性体验。

功能性体验涉及产品的基本功能和性能,关注产品是否具备相应功能,能否达到效果,包括产品的可用性、可靠性、性能,以及它解决问题的能力。

情感性体验关注产品如何在情感层面与用户互动,包括用户使用产品时的感受和期望,特别是它如何与用户的生活方式、价值观和情感需求相协调,可以通过品牌形象设计、目标市场选择、个性化定制等来增强。

优质的产品体验需要在这两个方面都表现出色。因此,更加完善的功能性体验和情感性体验是电商模式向高阶演进的基本逻辑和价值依据。

在萌芽阶段(始于1970年代),电商业务只能在线传输订单和发票,不能呈现产品,也不能在线交流。这时既没有功能性体验,也没有情感性体验,还不是真正意义上的电商模式。

在初创阶段(1990年代初-1999年),在线购物系统初步形成,B2B兴起,用户可以线上浏览产品信息,线下进行交易。这阶段没有用户评论和晒图,具备较弱的功能性体验,而情感性体验几乎没有,电商模式比较简单。

在发展阶段(2000年-2004年),互联网不断普及,电商平台发展迅速,B2C和C2C开始崭露头角,用户可在网上下单购买。电商平台开始提供个性化的购物体验,买卖双方可以进行互动评价,开展社群营销和客户关系管理。这时电商进入一个新阶段,顾客的功能性体验增强,情感性体验较弱。

在成熟阶段(2005年-2010年),电商平台形成了完善的生态系统,B2B、B2C、C2C、O2O等电商形态多样化,移动电商发展迅速,消费者可通过手机便捷购物。这使电商成为主流购物方式,并具备强大的互动功能,允许用户在评论区以文字、图片和视频的形式分享真实的产品体验,顾客的功能性体验较强,并具有一定的情感性体验。

在社会化商务阶段(2016年-至今),随着社会化媒体的广泛应用,社交和直播电商蔚然兴起。通过社交网络,商家和网红可以进行产品推广销售,也可以通过直播平台展示产品并实时互动。电商利用社会化媒体的用户黏性和传播性,降低获客成本,提高转化率。

在上述电商演进过程中,虽然时间段并非严格划分,但每个阶段都体现了技术的进步和市场需求

的强化,其中有一条清晰的逻辑主线,那就是电商平台提供的功能性体验和情感性体验从无到有,不断完善。每一次电商模式的跃升,这两种产品体验均有质的提高。

一次个性服务

循着这一逻辑主线,我们可以展望电商的未来发展。

人工智能和元宇宙技术的发展,势必给电商带来革命性的变化,给用户带来全新的购物体验。

在功能性体验方面,利用增强现实和虚拟现实技术,用户可以在三维空间从不同角度,全方位看到更多产品信息和用户评价,可在元宇宙中通过虚拟化身试用各种产品,也可以即时定制并查看效果。这种直观、真实的购物,大大增强了用户体验。

在情感性体验方面,元宇宙允许用户以虚拟化身的形式进行各种购物体验,可与家人朋友一起虚拟购物,进行社交互动,增强情感联系。

商家可以在元宇宙中创造沉浸式的故事体验,让消费者通过故事了解产品的背景和价值,增强品牌情感共鸣。

消费者可以虚拟使用将要购买的产品参加各种社交场合,切身感受相应产品是否与自我身份相符。同时,人工智能服务可以分析消费者的购物习惯和偏好,进行个性化推荐与体验。

总之,科技的进步最终是为人类服务,电子商务也将通过改进和完善人们的购物体验,创造更高价值和不断演进发展。

数字经济时代是一个充满无限可能和机遇的新时代,电子商务是创新与发展的重要动力。让我们携手并进,以创新创造用户价值,共同推动电商行业向更高水平迈进,共创美好未来。



生财有道

湖北悦量聚能科技有限公司负责人刘娜

推出新思路

人物名片:今年21岁的刘娜是安徽人,湖北商贸学院电子商务专业大一学生,去年11月份创业成立湖北悦量聚能科技有限公司,公司业务涵盖电商直播、达人孵化、短视频运营等。

采访时间:1月16日

采访地点:咸宁市启迪之星孵化器

口述实录:

虽然我才大一,但我已经利用课余时间做了三年的直播工作,累计带货100万元,还帮公司培训了多位带货达人。

因为帮别人直播,一直以来,我都想自己拥有一家专门做直播培训的公司。当我遇到了现在的团队,这个梦想也终于走进现实。

我本身拿了济能纳米流体冷却液产品一级代理,我的合作伙伴余念书,有一年直播助理经验,签约过多位达人,也是雪兰妃鞋类产品一级代理商;短视频运营负责人王家豪,拥有两年短视频制作经验,三年短视频策划经验;产品运营负责人姚鹏,负责商品对接、视觉设计、店铺商品运营。

我们这个团队成员虽然都很年轻,但是创业是一个挑战自己的过程,我们将不断地学习和成长,从而变得强大。

针对大学生群体缺乏直播技

术和商品资源,我们公司免费提供直播培训、流量扶持、商品对接等孵化服务,帮助达人成长。

相对于其他MCN机构,我们项目主要针对校园大学生孵化,依托校内人才资源,形成校园红人矩阵。公司通过校园公众号、社团活动等渠道进行传播。相比校外MCN机构,我们具备适合大学校园的独家一手货源(含助农产品、定制娃娃等)。

我们针对不同达人的特点和需求,提供专业的培训,提高团队的带货能力。根据市场变化和直播效果,不断调整和优化商家资源,实现商品与需求的有效匹配。

为了打响知名度,我们一边利用校园微网,与学生社团、校友会等建立合作关系,增加达人入驻;一边与校园周边企业、商家进行合作,共同举办活动,与周边实体店进行合作,互动推广,实现合作共赢。后期,我们还会承接线上讲座、研讨会、直播竞赛等活动。

项目团队在不断整合直播、电商、社交等元素,为商家和达人及在校大学生搭建一个互动交流的系统养殖方式,现在基地的种鸟每年都在稳定增长,利润也在逐年上升。养殖基地现在主要是做繁殖孵化工作。没受精的蛋,蛋液会取出来,蛋壳做成工艺品,这也是一笔收入,我们准备搞深加工,鹌鹑油可以做成化妆品,例如面膜、香皂、精油等。

(本报记者 朱亚平 整理)

通山县太阳谷鹌鹑养殖基地负责人徐生作

闯出新道路

人物名片:特色养殖,让养殖户徐生作走上了致富路。

采访时间:2023年12月26日

采访地点:通山县厦铺镇双河村

口述实录:

2015年底,通过一档农业节目,我接触到了鹌鹑养殖,并产生了浓厚的兴趣,萌生了创业的想法。

经过一个月的考察,2016年初,我果断投入60多万元,在厦铺镇双河村建起养殖基地,并从外地购进了160只种苗。

鹌鹑的生长周期差不多在第18个月就可以开始产蛋,它产蛋期就是十月底到来年的四月底,每只每年大概可以产30枚左右。

别看鹌鹑吃的是草,它浑身都是宝,肉质鲜嫩美味,蛋液营养丰富,皮是优质皮革,羽毛可作为装饰物,蛋壳可制成品工艺。特别是由其脂肪层提炼出的鹌鹑油,是入药和化妆品的上等原料,有“液体黄金”之称。

起步之初,基地由于养殖技术不成熟,外加刚刚接触此类外禽养殖,一年下来,160只鹌鹑不仅长得不好,且死亡率近30%。那段时间可把我急坏了。我天天上网学习、查资料,还经常打电话

到卖种苗的公司进行咨询。通过不懈地努力,我慢慢地学习和实践,琢磨出了一套属于自己的特色系统养殖方式,现在基地的种鸟每年都在稳定增长,利润也在逐年上升。

养殖基地现在主要是做繁殖孵化工作。没受精的蛋,蛋液会取出来,蛋壳做成工艺品,这也是一笔收入,我们准备搞深加工,鹌鹑油可以做成化妆品,例如面膜、香皂、精油等。

我们现在种鸟有90多只,每年产苗在六七百只。在取得一定成效的基础上,我会以基地为锚点,以培训为主要措施,以完整产业链为保障,辐射周围农户,创新性开展代养合作模式,分发幼鹌,成鹌后再进行回收,利用全村的闲置土地扩大鹌鹑的养殖规模,带动农民增收,农业增效,以产业振兴助力乡村振兴。

我们争取将鹌鹑养殖规模化、规范化,确保产业可持续发展。同时,依托厦铺镇的区位优势、蔬果设施农业发展优势,串点成线,在拓宽农民增收致富渠道的同时,大力发展乡村旅游业,助力乡村振兴。

(本报记者 朱亚平 通讯员 徐芳 整理)

烧烤摊店主冯莉莉

烤出新门路

人物名片:47岁的烧烤摊店主冯莉莉,在路边架个炭炉,摆些牛五花、蔬菜等。天气冷时,来一份暖呼呼的烤串,养胃又养心。

采访时间:1月3日

采访地点:咸安区明珠广场

口述实录:

一开始摆烧烤摊,我以为这行很容易,只要定期购买食材就行,没想到这么麻烦。

每天清晨,我都要去菜市场备货,买新鲜的小葱、花菜、西兰花等。备货很麻烦,每天早上天不亮就要起床,一忙就是一上午。

很多人以为,烧烤就是把食材串起来,在炉子上烤,差不多时再撒点调味料,其实这行要做好,真的需要下苦功夫。

为了做好烧烤生意,我除了中间短暂休息外,每天都要忙到晚上10点,经营时间更是会因为顾客无限推迟。经常会遇到喝酒聚会的顾客,也会营业到凌晨两三点。

等热闹的人群散去后,收摊又是一件麻烦事,不仅要把折叠桌椅和烤炉清洗干净,还要清理地上的垃圾。

刚开始,我的生意并不如意。

虽然烧烤市场确实非常红火,要不是下雨天,一到下午四点钟,明珠广场大大小小的烧烤店、烧烤摊就熙熙攘攘,热闹非凡。但是,大部分客人去的都是经常去的老店,像我这种刚开业、毫无特色的新摊子,特别冷清。

“老板,你家味道还可以,就是菜品有些少。”一次,几个小伙子在我家吃完烧烤后,善意提醒了下,我便开始认真思考该怎么改进。

我发现,别家烧烤的味道确实比自己店里好,而且花样也多,于是,在注重品质的同时,我还不断开发新的菜品,从传统的烤串,到后来的特色小菜,还上架了烤苕皮、烤糍粑、卤菜系列。

记得有次,一个顾客来品尝后,直说:“老板,你家的粉丝煲我很喜欢。”很多顾客也会带他们的朋友来光顾,就这样,生意渐渐好了起来。

我觉得既然要创业,就不能稀里糊涂地干。烧烤摊要想长久经营,食材的新鲜和品质是一定要过关的,为此,我花费了很长时间和不少心思琢磨,并且找到了比较靠谱的进货渠道。

(本报记者 陈希子 整理)