

▼隆回县体育用品科创园。

►军杰
食品电商平
台的主播正
在园区进行
直播带货。

联成运动生产线。

2026年盛夏,伏龙江水静流无声,倒映出隆回高新区日渐丰盛的天际线。站在此刻回望,隆回的故事不仅是一个国家级贫困县摘帽后的逆袭,更是一部内陆山区县探寻工业强县密码的生动教科书。从雪峰山下的“归巢”热潮,到赧水之滨的“泥土”芬芳;从“保姆式”服务的温情,到“睁眼看世界”的豪情——隆回高新区正试图回答一个宏大命题:在没有沿海区位优势、没有大城市虹吸效应的“双重挤压”下,县域经济的出路究竟在何方?

这不是一场简单的招商引资胜利,而是一场关于“人”的深刻实践——如何让离乡的人回来,让留下的人安心,让脚下的土生金。

盛世丰花的金银花替抗饲料添
加剂生产车间。

经世致用的时代回响

——解读隆回高新区高质量发展精神内核

刘成群 贺旭艳 曾彦菲 陈斌 宁其凤

冷思考——阵痛期的“成长烦恼”

敢为人先,不是躺在舒适区摆成绩,而是要在非舒适区找差距、求突破。前行路上,隆回高新区仍有亟待破解的痛点。

外贸出口的肠梗阻——由于本地报关不如广东便利高效,许多企业宁愿选择第三方异地报关。出口退税政策执行中的认定困难(如鸿展自动化软件出口退税难题),直接推高成本,削弱国际竞争力。

总部经济的虹吸痛——企业做大做强后对高端资源需求迫切。2025年底,京能新能源将总部迁往长沙,虽生产基地仍在隆回,但暴露出县域经济体承载总部功能的天然瓶颈。如何留住“根”又放开“枝”,是必须面对的课题。

产业集群的虚胖感——园区虽有龙头,但“集而不群”现象依然存在。主导产业占比

偏低,规模企业偏少,整体带动能力不强。产业链配套不完善,存在产能转移未入规问题。高新技术企业数量与沿海差距巨大,创新能力建设是“短板中的短板”。

要素保障的天花板——土地指标紧张、专业技术人才难招难留、物流成本高、产业链配套不完善,成为制约企业扩产增效的现实壁垒。一些企业将研发和销售留在沿海或长沙,仅将生产基地放在隆回。

“发现不了问题,就是最大的问题。解决不了问题,才是最头疼的问题。”——这是隆回此刻的清醒。以问题为导向,以“企业服务年”为契机,隆回高新区正大力实施政务服务提质、要素保障攻坚、企业诉求闭环、产业赋能提升、权益保护护航五大行动,全力以赴稳产业、抓招商。

展望——从“隆回现象”到“隆回范式”

展望“十五五”,隆回高新区如何从“有没有”转向“好不好”,从“做出来”转向“叫得响”?

让经验固化为制度。隆回目前成功很大程度依赖“人治”,如网格员、招商小组、“帮代办”队伍。未来方向是将“人治”温情转化为制度规范,让“隆回服务”成为可复制、可推广的品牌。各职能部门应实现从“园区推动型”到“主动服务型”转变,全员提升服务水平。

让链条升华为生态。单纯企业聚集只是物理堆砌,真正产业集群需要化学反应。隆回应强化“链长制”,不仅招引上下游,更要推动协同创新。如推动金银花产业从单一药材向食品、饲料、日化多领域跨界融合,打造“产学研用”一体化生态圈。

让通道拓展为平台。针对出口难,隆回应争取海关、税务支持,优化本地报关流程,不完善“属地申报、口岸验放”便利化措施。同时利用“飞地经济”模式,在长沙或沿海设研发飞地,解决高端人才不足问题;在东盟建境外合作园区,直接对接国际市场。

让富硒升维为品牌。富硒是隆回土壤最大特色。应进一步强化品牌建设,建立严格溯源体系,打击假冒伪劣,将“隆回金银花”“隆回龙牙百合”打造成全球影响力的地理标志品牌,通过品牌溢价获取产业链更多话语权。

让魏源精神活化为发展基因。魏源文化是隆回宝贵财富。未来应将魏源精神融入高质量发展:以“睁眼看世界”视野引领对外开放,以“经世致用”务实指导产业选择,以“变古愈尽”革新驱动制度创新,以“孤举者难起,众行易趋”协作凝聚发展合力,让魏源精神流淌在每一家企业的创新血脉中,汇聚成变革图强、兴家报国的强大势能。

伏龙江畔,那条由无数归乡人梦想汇聚而成的“巨龙”,正在湘中大地上昂然成形。它告诉我们:县域经济发展,不在于拥有多少资源,而在于如何激活人、善待人和成就人。隆回的路还很长,但只要方向正确,步履不停,那片曾经贫瘠的土壤,终将生长出属于这个时代最壮丽的风景。

宏观扫描
——隆回高新区的“2026画像”

今日隆回,正用厂房、流水线和跨境订单,在新时代版图上描绘内陆山区“睁眼看世界”的全新画卷。“归雁经济”“一主一特”“全周期服务”是最亮眼的标签。

从打工潮到创业潮的人口逆转。隆回拥有超40万外出务工经商人员,这曾是家乡“隐痛”,如今却是最宝贵“富矿”。近年来,以湖南京能新能源曹金方、湖南军杰食品范时军、隆回三百运动周生良为代表的大批隆回籍企业家,带着资金、技术和图纸踏上归途。这种“归巢”不仅是情感回归,更是理性选择。隆回高新区敏锐捕捉趋势,将“乡情”化为“信任”、“人脉”化为“产业链”。通过上门招商、以商招商、以链招商,园区现有市场主体494家,涌现出国家级专精特新“小巨人”企业、省级“单项冠军”等一批优质企业。这种由“人”带“产”的模式,构成隆回发展第一层底色。

从卖原料到卖标准的产业跃升。隆回坐拥富硒土壤,金银花、龙牙百合、辣椒等特色农产品曾困于“低附加值”泥潭。如今,隆回致力于将农业优势转化为工业胜势。通过“农业富县、工业强县”战略耦合,隆回建成全国最大龙牙百合交易集散中心,构建种植、加工、销售、物流及仓储全产业链,更在实验室将金银花变为生态养殖饲料添加剂,在老挝土地实现辣椒产业链跨国延伸。2025年,隆回实现中药材全产业链产值近90亿元,获评“乡村振兴道地药材发展示范县”。产业逻辑已从“靠山吃山”进化为“点土成金”的科技赋能。

从政策洼地到服务高地的环境重塑。面对“不靠海、不沿边”的天然短板,隆回高新区没有坐等“政策输血”,而是选择“服务造血”。“网格员”制度让干部下沉一线,解决子女入学到垃圾清运琐事;“帮代办”服务让企业家从繁杂审批中解放,从拿地到投产全程无忧。这种“有求必应、无事不扰”的“店小二”精神,用“温度”弥补“距离”。“招商优惠政策已经没有空间,能拼的唯有服务。”一位园区干部说,他每天不是在园区企业解决问题,就是在前往企业的路上。

特色解码——隆回突围的“四维逻辑”

隆回实践,为中西部县域经济提供了一套独特“突围答卷”。

乘天时,借力国家战略与时代风口。隆回崛起恰逢“湘南湘西承接产业转移示范区”建设与“一带一路”倡议叠加期。隆回主动将自身嵌入全球产业链,京能新能源充电桩登陆欧美,高尔夫产业链产品销往全球,体现魏源故里人“敢为人先”的精神——不再局限于本土,而是将目光投向更远方。

尽地利,深耕富硒沃土与本地资源。隆回没有盲目追求“高大上”新兴产业,而是选择“就地升级”务实路线。依托“一主一特”(电气机械和器材制造、农副产品加工)产业布局,让工业根系深植农业沃土和隆回籍企业家优势资源。通过隆回籍企业家回流和龙头带动,实现高新技术企业“引”“育”同频共振;通过延长农业产业链,把

流失附加值留在本地,实现“农”“工”共生。

聚人和,激活乡情纽带与人才回流。人心所归是隆回核心竞争力。通过“校友圈”“老乡会”等社会网络,隆回构建信任导向的“招商生态圈”。郭荣华全程代办、周生良以商招商——这些案例表明,隆回正用“社会资本”降低“交易成本”。通过解决子女教育、医疗、居住等后顾之忧,吸引技术工人和管理人才回流,一批批非隆回籍企业家和员工在此安居乐业。

补短板,以极致服务对冲区位优势。面对物流成本高、高端人才缺的现实,隆回高新区没有困于死局:硬件难改,就极致优化软件。全天候网格服务、高效要素保障、亲清政商关系,这些“隐性红利”成为留住企业的“定海神针”。招商引项目全程“帮代办”,用干部“多跑腿”换取企业“不跑路”——这是对区位优势最直接的对冲。



道地药材产业园。

(本版图片均由邵阳日报记者申兴刚提供)