

雨花区今年第三家港交所上市企业可孚医疗举办媒体开放日活动

明星呼吸机第1万台下线,透明工厂首度开放

长沙晚报5月19日讯(全媒体记者 周游 通讯员 罗晓旭)5月19日,可孚医疗在长沙总部生产基地举行AI呼吸机C11第1万台正式下线仪式,并同步举办2026年度媒体开放日活动。邀请媒体代表走进产线,零距离见证公司从“实验室创新”到“生产线智造”的全链路实力。

作为入选湖南省工信厅人工智能终端产品认定名单的“明星产品”,可孚AI呼吸机正以智能化体验参与高端呼吸机市场的竞争,为用户提供新的优质选择。而首次开放的“透明工厂”,更展现出国产医疗器械“自主研发+智能制造”的硬核底气。

第1万台C11下线:从“跟跑”到“领跑”的跨越

“第1万台C11的下线,不仅是数字的突破,更是可孚医疗在智能呼吸健康赛道实现技术自主的里程碑。”可孚医疗副董事长兼常务副总裁张志明在下线仪式上表示,面对国内2亿阻塞性睡眠呼吸暂停患者治疗率不足1%的现状,公司集结全球顶尖研发人才并组建人工智能研究院,针对传统呼吸机噪声大、操作复杂、舒适性差等行业痛点,开启了颠覆性创新。

自2026年4月京东健康独家首发以来,C11开售3分钟登品类榜首,12小时销售额突破百万元。仅仅一个月后,第1万台C11便正式下线。

如今,C11首创的“双AI引擎”架构(云端健康大模型+端侧3S智能同步算法)将呼吸机升级为智能健康管理家,行业领先的“无消音棉”静音技术更将噪声控制在23分贝,彻底消除材料老化被吸入的风险。可孚医疗呼吸支持研究院院长兼人工智能研究院院长羊全钢介绍:“C11的核心是让AI真正懂用户。通过‘双AI引擎’,呼吸机不仅能根据用户睡眠状态自动调节压力,还能配合APP生成睡眠报告,提供个性化生活建议,构建起‘监测—分析—干预’的健康管理闭环。”

下线仪式结束后,媒体开放日活动随即展开。在10万级洁净车间外,透过明亮的玻璃幕墙,一条条自动化产线正无声而有序地运转——机械臂精准抓取电路板,AGV小车沿着设定路线穿梭送料,电子看板上实时跳动着产量与良品率。媒体代表们在讲解员的引导下走进车间。

在自主研发端,一系列突破性创新成果悉数亮相:C11首创的“双AI引擎”架构与“无消音棉”静音技术、骨传导助听器X5搭载的腾讯天籁AI降噪技术,以及攻克了幽门螺杆菌抗原检测试剂盒“采样—检测一体化”技术,让房颤血压计达到医疗级精度的DFFA动态滤波算法——从核心算法到体外诊断试剂,多点技术突围的成果让参观者印象深刻。

在智能制造端,从SMT贴片到核心部件装配,高效运转的自动化设备与严苛的质量检测流程,不仅大幅提升了生产效率,更确保了产品的一致性与高品质。据最新财报,得益于产品矩阵向智能化、高端化持续升级,以及核心品类制造工艺的优化,可孚医疗盈利能力稳步提升,2026年一季度毛利率已增长至55.15%。



可孚医疗长沙总部生产基地。企业供图

不到半年,雨花区三家企业接连上市港股

5月6日,可孚医疗在港交所挂牌上市,成为雨花区今年第三家登陆资本市场的企业。此前的1月,红星冷链和鸣鸣很忙,相隔仅15天,先后在香港上市。不到半年,雨花区催生三家港股上市公司,这背后,是可孚医疗从高桥大市场一个小柜台起步,成长为一匹“黑马”的创业故事,更是雨花区全生命周期精准培育的生动缩影。

走进可孚医疗,很难想象,这家去年销售额突破30亿元、今年剑指40亿元的医疗器械企业,最初只是高桥大市场里一个卖血压计的小柜台。正是深植基因中的商业嗅觉,让可孚早在2014年就组建了电商

团队。900多人的电商团队直面消费者,产品痛点得以实时反馈到研发端,产品迭代异常迅速。

可孚医疗副总裁、董秘薛小桥向记者讲述了一个细节:2017年,可孚医疗落户雨花经开区。他至今仍记得新基地配电工程项目推进时的情景——按正常速度,一个投资超过400万元的电网项目建设周期大约需要1年。园区在走访中了解到企业诉求后,主动靠前、对接协调,优化配网建设方案,推动工期缩短50%以上。

2019年,可孚医疗准备在雨花经开区拿地扩产。当时,雨花经开区正准备成立自己的创投公司。

得知可孚的需求后,创投公司硬是提前两个多月成立。“当时园区说了一句话,我们特别感动——‘你们是雨花区土生土长的企业,怎么投都不为过。’”薛小桥回忆道。

如今,可孚医疗产品已远销60多个国家和地区,2025年海外业务收入同比增长超过400%,成为雨花培育的医疗科技领域一匹闪亮“黑马”。近年来,雨花区围绕湖南省企业上市“金芙蓉”跃升行动和长沙市“岳麓登峰”行动,持续做好后备企业的挖掘、帮扶、培育、服务工作,建立了一套“基金引导、领导联点、部门协同、专班服务”的立体化培育机制。

“520”吹开星城繁花

玫瑰较去年降价三分之一,芍药绣球等小众品种齐上新,勾勒出长沙甜蜜消费新图景

● 长沙晚报全媒体记者 贾凯清

“520”前夕,长沙各大市场、商超内百花齐放,各式鲜花绚烂盛放,为星城增添浪漫氛围。

记者走访发现,今年“520”鲜花市场不仅上新芍药、绣球等一众小众新品,传统玫瑰价格也下探至1.75元每枝,同比降幅达三分之一,勾勒出多元、平价、提质的甜蜜消费新图景。

玫瑰稳居节日C位,单枝低至1.75元

5月19日,红星花卉大市场内一派繁忙景象,各家鲜花批发门店正加紧为各色玫瑰打刺、修剪、醒花,备货迎高峰。“这些玫瑰都是从云南市场运过来的,很新鲜。”花到家鲜花批发店的老板赵先生说。

记者注意到,地上摆放的玫瑰品种多种多样,有红色、白色、香槟色、粉色等六种颜色。据赵先生介绍,虽然现在市场上鲜花品种多样,但每逢浪漫节日,最受欢迎的还是玫瑰这一品种。特别是白玫瑰,经过喷色处理后还可制作成蓝色妖姬等特殊样式,颜值出众、人气居高不下。

“今年的玫瑰花单枝价格在一块七毛五左右,花束也就三四十块,比去年便宜了至少三分之一。”赵先生告诉记者,这样的变化源于市场上稳定的供应量;今年“520”,红星花卉市场鲜切花到货量在50件至60件,比高峰期增加20%以上,货源十分充足。

市场内另一家鲜切花批发商吴女士告诉记者,往年的“520”为了保证鲜花的新鲜,常常要在前两三天才敢订货,生怕鲜花放太久会坏掉。“现在都是冷链运输了,提前几天就能把花处理好,再也不用熬夜赶工了。”吴女士说,这不仅降低损耗,也大幅减轻了节日用工和备货压力。



在一家超市门店的鲜切花区,消费者正在精心挑选花束。长沙晚报全媒体记者 贾凯清 摄

小众花品扎堆上新,芍药、绣球成新晋网红

其中,名为“餐盘”的粉色系芍药,花朵盛开后可达20厘米,形如餐盘,气势磅礴,将成为客厅中最吸睛的装饰。此外,带有特殊红色斑点的“小鹿”、被誉为“芍药中爱马仕”的“蚀刻鲑鱼”等小众品种也陆续上市,让消费者们的选择更加绚丽纷繁。

曾多栽种于庭院的绣球花,今年也跻身“520”新晋爆款,饱满球形花簇搭配丰富花色,圈粉众多年轻消费者。店员也温馨提示,蓝色系绣球颜值出众,但花期较短,后期养护有一定讲究,选购市民可提前了解养护技巧。

除了单一品种的花,多种鲜花混搭的花束

也一直是消费者的心头好。门店里,一束名为“长相守”的白玫瑰混搭花束是“520”主打产品,售价99元,寓意美好、搭配雅致,成为节日送礼热门选择。

盒马数据显示,今年5月门店鲜花整体销量同比增长35%,其中芍药、玫瑰、康乃馨等品类最受消费者欢迎。

“520”的星城繁花,不仅是市民浪漫仪式感的生动表达,更是长沙消费市场业态升级、供给多元、民生烟火气与城市幸福感双向奔赴的真实写照。随着大众消费习惯的不断升级,甜蜜经济还将催生出更多消费新现象。

将债券资金转化为投早投小耐心资本

长沙晚报5月19日讯(湘江早报记者 黄荣佳 通讯员 陈彦睿)近日,湖南湘江新区国有资本投资有限公司(简称“湘江国投”)2026年首期科技创新公司债(附可交换条款),在上海证券交易所成功发行。本期债券为全国首单附可交换条款的科技创新公司债券,发行规模5亿元,期限5年,票面利率1.86%,全场认购倍数达3.84倍,发行利率创下全国AA+主体5年期债券新低。

本期债券首次在交易所市场引入“附可交换条款”股债联动机制,打破传统科创债纯债

模式。根据条款,投资者可在第3个、第5个付息日前,将持有债券转换为标的基金——湘江盛世基金份额,实现“债性保底、股性增值”。这一设计相当于在债券与股权投资间开设“转换窗”,既为投资者提供了退出弹性,也拉长了科技企业资金供给周期,破解了硬科技企业研发、产业化周期与普通科创债发行期限错配的难题,将债券资金转化为“投早、投小、投长期”的耐心资本。上交所对此类创新提供持续支持,引导金融活水浇灌科创领域。

募集资金专项用于湘江新区引导一号至四号创业投资基金出资,重点投向高端装备制造、生物技术、新材料、新能源、信息技术等硬核算赛道。依托“母基金+直投资基金”架构,湘江国投已搭建“种子—天使—创投—产投—并购”全周期基金体系。此前公司累计发行科创债10亿元,通过母子基金联动为沐曦股份、希迪智驾、天数智芯等项目长线赋能,其中沐曦股份获1.35亿元注资,带动新质生产力研发中心落地湘江新区。

全国首单附可交换条款 科技创新公司债落地长沙

本次发行打通了“科创债融资—股权投资—上市退出—再投资”的资本循环,也为全国科创债提供了可复制的股债联动范本,推动科创债从“纯债融资”向“股债协同赋能”升级,直击科创企业融资难、贵、期限错配痛点。湘江国投相关负责人表示,将深耕股债联动、投贷联动等工具,聚焦人工智能、量子科技等未来产业,以耐心资本助力湘江新区建强现代化产业体系,为推动湖南高质量发展、服务国家科技创新战略贡献力量。

等你来享,购车福利持续放送 长沙汽车促消费活动火热进行中

长沙晚报5月19日讯(全媒体记者 刘捷萍 通讯员 黄珊)2026年长沙市“五一放价 驾享星城”汽车促消费活动启动以来,政策红利持续释放,车市热度不断升温。5月19日,记者从市商务局获悉,截至5月18日,全市已有1608人提交购车补贴申请,累计申请补贴金额328万元,带动汽车销售额2.67亿元,以真金白银激活消费市场、惠及广大市民。

政策精准发力 车市消费活力全面释放

为抢抓“五一”消费旺季、激活大宗消费市场,长沙市商务局联合多个区县(市)推出本次汽车促消费活动,活动周期为4月30日至6月30日。活动实行阶梯式购车补贴,覆盖燃油车、新能源车全品类,单车最高补贴3000元,资金先到先得、发完即止。其中,5万(含)—10万元车型补贴1000元,10万(含)—20万元车型补贴2000元,20万元(含)以上车型补贴3000元。

该补贴不能与2026年汽车以旧换新补贴(包括汽车置换更新补贴和汽车报废更新补贴)同时享受。

依托“五一”假期“2026湖南汽车展览会”流量加持,长沙车市人气高涨。各大车企门店、车展展位客流量双双增长。短短十余天,逾300万元补贴成功撬动2.67亿元汽车消费,实现“小补贴、大撬动”的惠民促消费效果,有效推动全市汽车消费市场回暖升级。

政企联动让利 各大车企门店销量大涨

本次活动形成“政府补贴+企业让利”双重利好,本地经销商、各大品牌车企纷纷加码优惠,适配不同消费群体需求,点燃购车热潮。

新能源车企表现尤为亮眼。蔚来ES9、广汽丰田铂智7、阿维塔06T、比亚迪汉EV闪存版等首发车型齐亮相湖南车展,成为市民追捧的热点。

中高端汽车消费同步升温,中南汽车世界仁孚奔驰门店依托本次政企联动惠民活动,人气持续攀升,到店咨询与订车量较日常翻倍。门店成交结构持续优化,中高端车型成交占比近四成。

据中南汽车世界数据统计,辖区内126家新车销售企业,仅“五一”假期便售出新车2330台。

活动持续进行 惠民红利诚邀市民畅享

目前促消费活动仍在火热开展,购车活动截至6月30日,补贴申领截至7月31日。市民可通过云闪付APP上传身份证、购车发票等材料申领补贴,审核通过即可领取补贴红包,红包有效期至2026年12月31日。市商务局提醒,有购车需求的市

民可抢抓政策窗口期,及时购车申领福利。

下一步,长沙将持续优化促消费政策、丰富消费场景、提升服务质量,持续释放大宗消费潜力,规范补贴发放流程,确保政策公平公正落地,以持续释放的消费活力,助力全市经济高质量发展。

比演唱会还火的“零食王国”,红在体验

● 付臣玖

5月18日,开业刚满月的“零食王国”交出“成绩单”:4月17日至5月16日,累计客流突破104.61万人次,“五一”假期五天接待26.5万名游客,单月全网曝光量超过4.8亿次。

“五一”假期日均客流5.3万,比长沙贺龙体育场开大型演唱会的人还多!这数据反映的,不只是一个零食店的生意红火,还透露出一个信号:消费活力,已经从“需求驱动”变成了“体验驱动”。

可能有人不能理解:一个卖零食的地方,凭什么这么火?

对“吃”的认真、对“逛”的热情,以及那种“把快乐装进购物车”的生活态度。

当然,也有人可能会说,这不就是个零食店吗,至于拔高到“文化窗口”的高度?但仔细想想,文化传播本来就不只有诗词歌赋、功夫熊猫。今天的中国,奶茶、潮玩、零食这些日常生活中的“小东西”,常常出国海外,也很容易被不同文化背景的人理解和接受。它们没有语言障碍,不需要知识储备,进门就能感受到那种扑面而来的快乐和满足。这种接地气的“人间烟火”,属于“轻量级”的文化输出,反而更容易拉近距离。

这就是奇妙之处——它不是传统意义上“进去买包薯片就走”的小卖部,而是一个能让一家老小逛上半天、拍照打卡、边买边玩的“目的地”。说得时髦点,这叫“微度假”;说得直白点,就是现在的人愿意为“逛得开心”买单,而不再只是为“买得便宜”掏钱。

更值得玩味的是,外国游客也开始把这里当作感受中国的一个窗口。一位美国游客说这里像零食界的迪士尼,一位西班牙游客感叹英美西班牙都没有这样的地方,但它在长沙。这话听起来有点夸张,但细想一下,确实有道理。所谓消费文化,本质上是生活方式的浓缩。走进“零食王国”,给人看到的不只是货架上琳琅满目的辣条、薯片、汽水,还有国人

“零食王国”的火爆,还给传统零售业提了个醒:在这个电商极度发达的时代,实体店要想把人从手机屏幕前拽出来,靠价格战是走不远的,得靠“体验感”和“情绪价值”。为什么人们愿意跑到一个城市打卡一家零食店?因为那里能提供线上给不了的东西:在巨型零食货架前惊叹的感觉,和朋友边挑边聊的乐趣,甚至只是那种“在人群中感受生活热气”的氛围。

消费活力不就是这样吗?零食好吃,逛着开心,外国人看了也觉得新鲜。人愿意来,就是硬道理。



家有喜事

栏目热线: 0731-82205305

扫码登报

结婚公告

新郎 钟 胜
新娘 曹园园

钟胜先生与曹园园女士于公历2026年5月20日正式结为夫妻。特此公告, 敬告亲友, 亦作留念。