

## 编者按

过去一年，湖南在多重挑战中逆势而上，经济社会发展取得了新的成效。立足民营视角，湖南为地方营商环境现状“精准画像”，着力推动全省各类群团组织成员大规模创新创业，实现了全省“优化营商环境一盘棋、一张蓝图绘到底”的新格局。而这一亮眼成绩背后，得力于千千万万名湘商，也离不开创新创业的WOMEN（我们/女性）。

WOMEN如何在湘商新经济领域创业逐梦？我们特别策划“巾帼初心耀三湘·创业篇”专题报道，聚焦新时代不断崛起的女性力量，记录属于WOMEN的创业传奇！



扫一扫，看创新创业好故事视频

# “美女猪倌”给土猪上“新”，拿下国家“金字招牌”



人物名片

## 刘婧

· 湖南恒惠集团联合创始人  
· 永州市电子商务协会常务副会长

今日女报/凤网记者 江昌法 李超

提到养猪老板，大家很难与“城市金领”联想到一起。可今天这期报道的女主角，就有着这样的双重身份——她曾“跳出农门”成为知名外企高管，却因父女情深再回老家创业养猪。

她是刘婧，湖南恒惠集团联合创始人。回乡创业15年，80后的她打造“舜皇山土猪”的“金字招牌”，将永州猪肉推向全国，也让养猪成为一份更潮流的事业。

## 打造“金字招牌”，给猪肉“镀金”

不懂品种，就请教当地畜牧专家；不懂养殖，就下猪场学习……理清思路后，刘婧做起了父母的思想工作，带着父母放弃养殖外来良种猪，改养永州本土品种——舜皇山土猪。

2011年7月，刘婧在永州市冷水滩创立了湖南恒惠集团的品牌渠道公司——湖南恒惠商贸连锁有限公司，主要销售舜皇山土猪肉以及永州各县有特色的农副产品。

品牌影响力不够、打不开市场……一开始的创业，刘婧面临的困难重重。好在她丝毫不畏惧，条分缕析地研究现状，最终决定从国家地理标志保护品种（简称“地标”）的申请入手，打响了创业翻身仗。

为了申请“地标”，刘婧带着技术团队在北京和永州来回奔波，一次次地完善数据、技

术参数和种群数量。

可“地标”种群有一个十分苛刻的要求：五代不能近亲繁殖，很多申请者也因此被拦在半路上。但这次，刘婧很有决心，她把所有五代近亲繁殖的猪全部放弃，确保核心种群达标。

“地标”被认为是特色农产品闯市场的“金字招牌”，不仅是对产品质量的肯定，更省掉了我们商家的选择成本和产品推广成本。”刘婧说，最终2012年，国家地理标志保护品种成功申请到手。舜皇山土猪，也成了刘婧企业的金字招牌。

如今，在“地标”的加持下，湖南恒惠集团深加工肉制品2万吨，产品主销粤港澳大湾区、上海、江苏、浙江等地，年销售收入2亿多元。

然而好景不长，随着养殖

户的增多，光靠本地市场远远不够，造成农户养的土猪回收回来卖不出去。看着猪一天天地长大，老百姓开始质疑，刘婧也怀疑自己的选择，下决心找到突破口。

随后，刘婧重回沿海城市考察市场，了解行业，终于有了启发——“我们不能光靠卖初级农产品，还得做成精深加工产品，才能走出去。”刘婧说，之后，她依托与国际卖场沃尔玛、卜蜂莲花等KA渠道深度合作，共同开发了以“酱爸天下”为品牌的酱卤系列肉制品。

三年时间，刘婧的产品布满全国一二线城市。同期，以订单式农业、定制化服务与全国知名电视购物频道快乐购、家友购等深度合作，打造爆品。

2018年、2019年分别获得中国中部博览会产品金奖。



## 迎接风口，

## 开辟预制菜新赛道

创业15年，刘婧又发现了新商机——2020年以来，新消费形式的变革，消费者对营养、效率、便捷等个性化需求日益迫切，预制菜产业规模 and 市场需求迎来井喷式增长。有数据显示，2022年湖南预制菜加工产值达到345亿元，预计2025年可达700亿元。

“标准化、规范化，是预制菜的核心。”2022年10月，刘婧带领公司正式进军预制菜行业。为了实现标准化、规范化，她依托恒惠集团成熟的产业链：100万头生猪定点屠宰，1000万羽家禽类屠宰生产线配套，建成了年加工10万吨的预制菜生产加工车间。

“有的老百姓不了解，认为预制菜就是低价低质的代名词，但实际并非如此。”刘婧说，她想通过预制菜明星产品来挽回消费者的信心。

2023年2月13日，“中央一号文件”发布，要求“提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平，培育发展预制菜产业”，这让刘婧对预制菜的发展更加充满信心。

如今，刘婧开始了预制菜发展的新布局——围绕湖南地方特色农业精深加工，以湘菜爆品延伸至地方特色食材预制菜系列：黑猪扣肉、黑猪粉蒸肉、秘制猪蹄、酿肉丸等产品，开发湘菜配套预制肉类食材，打造了湘味预制食材产业群。目前市场已开拓到粤港澳大湾区，实现了年销售额5000万元的好成绩。

## 抢救难产母猪，是她童年印象最深的事

永州市气候温暖湿润，以农业闻名。作为土生土长的永州妹子，刘婧的梦想却是“跳出农门”，离家越远越好——于是，在高考填报志愿时，她果断选择了离家近3000公里的黑龙江求学。

毕业后，刘婧就职于Disney（迪士尼）、SONY（索尼）等知名外资企业，凭借出色的英语专业能力，从外贸业务岗直升公司副总，过上了令人羡慕的都市金领生活。

不过，鲜有人知，她的成长经历却是“与猪宝宝相伴”。

“我童年印象最深刻的一件事，就是跟着妈妈一起抢救难产的母猪。”刘婧的父母都是地道的农民，家里曾靠养猪供她和弟弟上学。在母亲的影响下，她从小就学着照顾家中的“猪宝宝”，每次放学回家，都要去猪栏看上一眼。

可自打刘婧懂事以来，她并不看好父母养猪这份差事——工作辛苦，收益低，也不被人待见。所以，在她的职业规划里，也从未想过还会回老家继续养猪。

直到2009年的一天，父亲遭遇的一场车祸彻底改变了刘婧的想法，她开始思考，子女远游是不是正确的选择？

“还是回老家创业吧！”于是，刘婧辞掉了年薪40万的工作，回家！

可回家该干点啥？刘婧深入农村展开调研后发现：农村大部分老百姓散养的土猪卖不起价，反而集约化养的吃饲料的良种猪卖得更好，而生活在大城市的市民根本买不到正宗土猪肉。

有需求就有市场！刘婧决定“重拾旧业”，用新时代思维养猪创业。

## 当创业团长，带着“宝妈美食推荐官”玩转直播



刘婧带着“宝妈美食推荐官”一起直播卖货。

2020年，突如其来的疫情，让刘婧的企业经营再遇挫折。

5月的一天，一名曾经离职的老员工唐丽给刘婧打来电话：“我可不可以回来上班？”

原来，唐丽两年时间生了三个孩子，找工作陷入了困境。刘婧了解到，和唐丽同样失业在家的当地宝妈还不少。

身为女企业家，刘婧很想

帮助这些失业的妇女，但想全部招人公司也没那么多需求岗位。于是，她又想到了一个网红职业——带货主播。

刘婧将20名失业宝妈聚集到一起，推出恒惠集团首批宝妈美食推荐官——她自掏腰包邀请直播团队对宝妈们进行培训，从打造账号到搭建账号，再到直播实战……1个月时间，

20个直播主播账号建成，由宝妈们独立运营。

“宝妈美食推荐官”的带货之路并非一帆风顺。一开始，宝妈们不敢面对镜头。好不容易鼓起勇气，直播间里惨淡的观看人数，又让大家心里打起了退堂鼓。

但刘婧不是一个轻言失败的人。看到宝妈直播团遇到发展瓶颈，她决心自己学习拍短视频，“我想开辟另一个赛道，讲创业故事，等粉丝量上来了再卖货。”不承想，刘婧发布于2022年5月的一条短视频，播放量瞬间突破50000。

自己亲自带货后，刘婧积累了更多的经验。她开始手把手教学，一对一带着“宝妈美食推荐官”出镜直播，“现在，越来越多的网友通过直播买我们的产品，我们一个月的直播卖货，就可以赚20多万元。”