

大学生创客把仿生蝴蝶做成大生意

单价千元出头 季度营收破二十万元



▲婚礼现场，艾雨庆设计的仿生蝴蝶。

因热爱启程 磕磕绊绊站稳脚跟

艾雨庆是武昌职业学院无人智能装备技术应用学院无人机应用技术专业的学生，即将在今年6月毕业。2025年，他在网上刷到仿生蝴蝶飞行器的视频，灵动的飞行姿态让他眼前一亮，更让他敏锐捕捉到市场机遇。一腔热血的他，立刻联络了叶佩识等另外5名“00后”同学，一支涵盖机械研发、飞行测试、视觉设计、市场运营的创业团队就此成立。

几个年轻人凑齐30万元启动资金，在学校创新创业基地的支持下注册公司、搭建工作间、采购零配件，正式踏上创业之路。和许多从零起步的创业者一样，他们最初的日子充满挑战：扑翼结构不稳定、轻量化材料难以适配、试飞接连失败；研发场地紧张、设备有限、市场少有人知……困难接踵而至。

“好在学校始终是我们最坚实的后盾。”艾雨庆介绍，学校创新创业基地与无人机社团全力扶持，不仅开放实验室与测试场地，还邀请机械、自动化、材料等领域的骨干教师一对一指导，帮他们申请创业补贴、对接行业资源，让这支年轻团队一步步突破技术瓶颈，在磕磕绊绊中站稳了脚跟。课堂上学到的空气动力学、机械制图、无人机操控等知识，也在一次次试验中转化为实实在在的研发能力。

数月磨一剑 让每只蝴蝶稳稳飞翔

从2025年暑假确立方向，到第一只稳定飞行的样机问世，艾雨庆团队用3个多月时间完成了从0到1的突破。他们以真实蝴蝶的飞行姿态为蓝本，模拟翅膀翻转与扑动的协同姿态，让飞行更接近自然形态；机身大量使用碳纤维、3D打印等轻量化材料，把整机重量控制在50克到100克之间，轻盈又坚固。

翅膀是仿生蝴蝶的灵魂所在。团队放弃廉价厚重的普通面料，选用聚酯膜与专用尼龙布料，搭配碳杆制作仿生翅脉，在还原蝴蝶美感的同时，大幅提升飞行效率。每一只成品都要经过10次以上试飞检测，合格率超过95%，开箱就能直接使用，不用客户再动手组装。

一路走来，产品不断迭代升级。如今团队已推出基础版、性能版两款产品，价格在1300元到1500元不等。目前，团队已具备月产200至300只的小批量生产能



▲艾雨庆试飞仿生蝴蝶。

力。2025年效益最佳的季度，营收便达到二三十万元；进入2026年，一季度订单同比增长30%，客户遍布全国各地，复购率超过50%，累计销量已达上千只，从校园创客真正成长为稳定运营的创业团队。

“每一只蝴蝶飞起来的样子，都藏着我们熬的夜。”艾雨庆坦言，从第一只蝴蝶试飞成功，到卖出第一台产品，再到如今源源不断的订单，背后是无数次修改、调试、炸机、重来。

不迷失于流量 以初心奔赴远方

凭借逼真的姿态、稳定的性能和细腻的做工，艾雨庆团队的仿生蝴蝶很快打开市场。婚庆现场，它是浪漫出圈的“空中精灵”；科普课堂上，它是点燃孩子科学兴趣的生动教具；不少机构与景区也慕名而来。随着产品视频的广泛传播，团队迅速走红网络，收获了众多关注。

突如其来的流量，没有让艾雨庆迷失。他依旧保持着创业者的清醒与务实，一边打磨产品，一边谋划未来。他们正着手设计具有地域文旅特色的定制款翅膀，希望把科技与文化结合，让仿生蝴蝶走进景区、自然保护区，成为生态宣传与文旅推广的新载体。目前，团队已与相关自然保护区展开合作洽谈，为小小蝴蝶开拓更广阔的舞台。

“最开始只是想做出来自己玩，没想到能走到今天。”回望这段创业历程，艾雨庆感慨万千。从兴趣萌芽到组建团队，从自筹资金到月产数百台，从无人知晓到客户遍布全国，他和伙伴们用热爱、坚持与匠心，把一个短视频里的灵感，变成了能飞、能卖、能被无数人喜爱的科创成果。

青春因热爱而热烈，梦想因坚持而闪光。在即将毕业的路口，艾雨庆与团队没有停下脚步，他们继续以科创为翼、以匠心为笔，让一只只仿生蝴蝶振翅高飞。在这片充满无限可能的天空下，这群“00后”大学生的创业梦想，正翩然飞向远方。

华西都市报-封面新闻记者 赵紫萱 受访者供图

全国第一所烧烤学院首批30名学员结业 小烧烤为何要从路边摊走向“学院派”

新华社长沙5月28日电（记者 余春生 常竣斐 薛宇舸）晚上九点，湖南岳阳，金黄透亮的牛油粒在炭火上滋滋冒泡，油花顺着烤网滴下溅起火星，红亮的辣椒粉和孜然一扬，焦香混着辣气能飘出半条街。

这是刻在岳阳人生活习惯里的夜宵日常，也是一个坐拥超3000家烧烤门店、年产值突破30亿元的民生产业最鲜活的底色。

就在这烟火缭绕的烧烤“名城”，全国第一所烧烤学院——岳阳烧烤学院前不久送走了首批30名结业学员，引发全网热议。4000余人报名，录取率不足1%，有人叫好，有人质疑：烧烤不就是路边摊手艺吗，用得着正儿八经办学？

连日来，记者深入岳阳街头与学院采访发现，这所学院，野心远不止烤几手好肉串那么简单。

烧烤江湖，群雄逐鹿。

山东淄博烧烤凭借城市服务和标志性吃法率先出圈，辽宁锦州烧烤以老锅口味稳坐东北一席，云南昭通、新疆烧烤各据一方……岳阳烧烤虽有三十年底蕴和香辣入味的独特口感，但要想在高手如云的烧烤江湖中杀出重围，难度不小。

“岳阳烧烤味道好，但三十年来一直是‘有口碑、无品牌’。”岳阳市岳阳楼区副区长刘湛涛说，全市烧烤门店虽多，多数却是单打独斗，“以前大家不愿意抱团，怕被别人分走一杯羹”。

办好烧烤学院，做大地域品牌，正是瞄准了岳阳烧烤产业发展的痛点。

今年3月，岳阳烧烤学院招生信息发布后引发全网热议，不仅让学院火出了圈，更意外带火了整个岳阳烧烤的品牌。

刚过去的五一假期，老板们第一次尝到抱团的甜头。“节前这波热度，直接推动各家店的营业额平均上涨15%到25%。”岳阳烧烤学院副院长乔彬彬说。

采访中，一个细节让记者印象深刻，不少店铺的工服正面印着各家店铺的商标，背后却统一印着硕大的四个字——“岳阳烧烤”。这个不起眼的变化，藏着整个行业心态的转变。

“‘岳阳烧烤’这四个字比自家招牌还好使。以前总觉得同行是冤家，现在才算想通，把这个大招牌擦亮了，来的人多了，每家店的生意都差不了。”

烧烤店老板欧阳坦告诉记者。

品牌意识的觉醒只是第一步。真正决定一个产业能不能走出当地，从来不是某几家店的味道好不好，而在于是否有一套可复制推广的行业标准。

“我们办学院，不是要把所有烧烤店都变成一样，而是探索给行业立标准。”岳阳开放大学副校长、岳阳烧烤学院创始人姜宗福说，过去个别店卫生差、食材乱，砸的是整个岳阳烧烤的牌子。现在的学员从第一天就牢记食品安全，懂得规范操作，这才是行业长远发展的根基。

与学院同步成立的岳阳烧烤研究院，正是专门干这件事的。“研究院的核心任务就是把能标准化的环节规范化。”姜宗福表示，把过去“凭感觉”的经验变成白纸黑字的标准，为构建统一供应链奠定核心基础。

有了规范标准做底座，岳阳烧烤就有了跳出单店经营局限、全产业链延伸的可能。从“守着一家店”到“做活一条链”，产业逻辑的转变，正在重塑整个行业的生态。“看准产业链的发展趋势，我们的课程从一开始就围绕‘主理人’能力设计，为产业发展积累人才。”乔彬彬说。

“单店的天花板太低了，只有把产业链做起来，才能把蛋糕真正做大。”岳阳烧烤学院院长胡俊表示，当岳阳烧烤真正能走出去，不仅可以带火物流冷链、食材加工、烧烤设备制造等上下游产业，甚至还能撬动地方文旅发展。

如今，岳阳市楼西食品有限公司等企业已经切入岳阳烧烤的上游供应链。记者在这家公司的车间里看到，新鲜原材料经过切配、拌料、穿串等工艺，速冻锁鲜后马上被放入冷库。“我们高峰期一天要制作20多万串，送往全国各个地方。”董事长赵祖龙说。

当然，岳阳烧烤从街头摊到“学院派”的跨越，不可能一蹴而就。记者在走访中，时常有业内人士指出，烧烤学院的成立只是一个开始，岳阳烧烤想要真正站稳全国市场，还有品牌影响力、供应链完善等不少“硬骨头要啃”。

岳阳烧烤已经握着一手好牌——有历史、有口味、有学院、有政府支持。站在产业升级的风口，这把在洞庭湖畔燃起的炭火，能否走向全国，值得拭目以待。



5月19日，学员们在岳阳烧烤学院进行毕业考试。

新华社记者 薛宇舸 摄