

# 湘江源头水“掬”入千万家

——永州市包装饮用水产业如何做大做强的调查

湖南日报全媒体记者 刘跃兵

夏日，包装饮用水成为超市、商店、酒店、加油站等的热销品。记者在永州的多处商超、酒店看到，不仅怡宝、农夫山泉、百岁山等全国知名品牌的包装饮用水很多，“湘江源”“蓝山水”等永州本土生产的包装饮用水也不少。据了解，其中一些还销往广东、广西、长沙、衡阳等地。

## 饮用水产业因势兴起

7月15日，地处蓝山县湘江源瑶族乡竹林村、浆洞瑶族乡上洞村的包装饮用水厂，工人们正在搬运“湘江源”“蓝山水”包装饮用水，销往广东、长沙等地。

近年来，永州市饮用水产业悄然兴起。目前，该市包装饮用水生产企业共有85家。

永州市地处湘江源头，生态良好，水质优良。2024年，全市52个国考、省考断面水质优良率100%，水环境质量排名全国地级及以上城市第22位，蓝山、江华、双牌、宁远等4县水质排名全省前10位。

生态好、水质优等天然禀赋，是永州市包装饮用水产业快速发展的基础。永州市森林覆盖率稳定在55%左右，境内共有733条大小河流，水资源丰富且优良，包装饮用水产业因势而起。

蓝山县湘江源国家森林公园野狗岭，山泉从岩缝汩汩冒出，飞花溅玉，一路向北。这里是湘江的源头，“掬水可饮”。

如今，蓝山的饮用水产业已经发展成为当地重要产业。

阳明山国家森林公园，森林覆盖率98.5%，溪流众多。7月16日，记者看到，山下的包装饮用水企业加班加点生产。

冷水滩区深层地下水资源丰富，水质达到国家GB19298标准，全区发展7家包装饮用水生产企业，年产量4.25万吨；祁阳市共有15家包装饮用水生产企业，1家正在申办生产许可证；江永县、江华瑶族自治县分别有4家、10家包装饮用水生产企业，产能逐年增长。

## 好产品还需要好销售

7月15日，江华瑶族自治县大路铺镇虾塘村，“不老泉”包装饮用水生产企业内部一片忙碌。

企业负责人袁波介绍，他们从村里的不老泉取水，携“不老泉”的故事奔赴广东、广西、长沙等地市场，产品逐渐得到消费者认可。2024年，公司销售桶装水、瓶装水50万桶、10余万箱。

“酒香也怕巷子深”，好的产品还需要好的销售。永州市有关部门通过展销会、招商活动等，大力推介永州的包装饮用水。生产企业也积极采取多种措施开展营销。

“湘江源”包装饮用水企业，主动与多地加油站合作，闯出一片天地。2022年，企业加大投资，产能达到每小时1.5万瓶瓶装水、1200桶桶装水。今年，他们

启动第三期包装饮用水建设项目。项目建成后，产能将达到每小时3.5万瓶瓶装水、2400桶桶装水。

“蓝山水”包装饮用水生产企业，先后在全省14个市州设立代理，为宾馆、酒店等生产定制包装饮用水。还根据广东市民爱喝茶的习惯，生产、销售泡茶定制水。

2021年，祁阳市居民王冬春，在金洞管理区金洞镇油胜村创办包装饮用水企业。没想到，产品积压。王冬春毅然安排员工处理掉过期的包装饮用水。没想到，现场拍摄的短视频走红，收获不少客户。王冬春果断取消销售点，“减负快跑”，研发微信销售配送平台，还实施喝水得积分，积分兑换产品，产品供不应求。

新田县新圩镇三占塘村生产的包装饮用水富含微量元素锶，企业大力开拓线上市场，回头客越来越多。

冷水滩区创建包装饮用水智能调度平台，整合46家配送站点，建成覆盖全区城乡的“6小时送达”配送体系。

## 好水出永州还有很长的路要走

有专家指出，永州市包装饮用水产业发展较快，但进一步做大做强，还需要克服短板，积极创新。

生产经营成本高，是永州包装饮用水企业面临的普遍难题。不少受访者说，企业地处山区、山村，运输成本高。向第三方购买水桶、水瓶、水盖等，同有成熟

产业链的大型包装饮用水企业比，成本高出不少。

一些县市区市场监督管理局工作人员建议，饮用水企业组建产销联盟，打造地方特色饮用水公用品牌。积极引入社会资本、战略投资者，降低企业的生产、管理、运输成本，“借船”拓展销路。

在江华“不老泉”包装饮用水生产企业，记者遇到前来考察的一位长沙客商。他建议，通过双方合作，进一步拓展省内外市场。

“建议深耕本土地域文化IP，在‘产品差异化定位’‘数字化运营’等方面寻求突破。”永州职业技术学院教师、市科技特派员罗欣说。

湖南科技学院杨金砖教授认为，饮用水不是高科技产品，但关乎人们的身体健康，且在日常生活中不可缺少。要充分利用永州优质水源的优势，用心用情持之以恒抓实产品质量、明确卖点、精准定位、品牌塑造四件事，未来可期。

“地方包装饮用水品牌逆袭破局，要深化差异化生产、营销，积极推动桶装水下沉到乡镇农村，瓶装水主打特色或功能，如广西巴马的包装饮用水突出富硒、健康元素，讲好长寿故事。”北部湾大学经济管理学院占金刚教授建议，各县市区包装饮用水企业可以组成协会，联合采购原材料。有条件的地方，打造合理的配送中心，以降低生产、运输等各个环节的成本。

## 我为湖南“十五五”规划献一策 “金点子”摘登③

# 发挥链主企业桥梁作用 畅通科技创新和产业创新融合渠道

网友 曾咏梅

链主企业具备整合资源、定义标准、平衡风险的优势，应大力发挥其桥梁作用，打通科技成果转化“最后一公里”。

1. 链主企业主导构建产业链内部协同创新机制。链主企业构建上下游企业供需对接机制，精准把握市场需求和技术方向；建设“制造共享”平台，链主企业搭建行业级工业互联网平台，向链上企业开放设计、检测等资源；链主企业设定技术标准，倒逼配套企业加大研发投入。

2. 链主企业助推高校科研与产业需求精准对接。链主企业联合上下游企业、高校院所共建动态信息交互平台、共建实验室，推动科研设备、实验数据等资源开放共享；链主企业以“揭榜挂帅”形式发布链上企业技术研究、产品攻关和产业化配套需求；链主企业牵头建立成果转化

化利益共享机制，明确知识产权归属和转化收益分配比例。

3. 链主企业托举中小企业创新及成果转化。借鉴浙江省经验，推行“链主企业联合出资挂榜”制度，共同承担研发风险；链主企业做担保，让专利“先用后付”模式得以推广，为科技成果转化机制装上“安全锁”；链主企业主导或联合建设中试平台并对链上企业开放，有效降低中小企业技术转化风险。

4. 链主企业推动产业跨区域协同创新。链主企业跨区域布局研发中心和生产基地，打通“研发—转化—产业”闭环，破解创新资源配置不均衡的困局；链主企业主导打造“1+N”集群创新模式，以链主为核心，通过外溢效应带动周边县域协同创新；链主企业与高校院所共建“科创飞地”，实现“长沙研发、全省转化”的产业跨区域协同创新。

# 实施“三助三计划” 提升农村困境妇女内生发展能力

网友 李柳英

随着城市化进程加快，农村男性劳动力外流，农村妇女成为乡村治理和振兴的重要力量。建议：实施以乡村非遗编织工艺品文旅融合经济为主的“三助三计划”，即陪伴计划（入户纾困钩织富路）、培育计划（领航赋能公益聚能）、培养计划（义卖传爱反哺助村），帮助农村困境妇女从依赖他人（“他助”），到相互扶持（“互助”），最终发展到助人（“助他”），挖掘妇女们的内生动力，培育社区资本和活力，推动困境妇女脱离困境，扶摇新生。

一是做好顶层设计，强化政策支持。将“三助三计划”纳入乡村振兴重点工程，设立专项村（社区）慈善基金，成立小型企业，减少对外部援助的依赖，促进村（社区）经济自给自足。

二是做好资源整合，搭建“四方”平台。政府牵头搭建“妇女技能培训平台”，精准匹配妇女技能培训与市场需求，整合社会组织、企业及非遗资源，推广“公益 商业”模式，支持妇女手工艺品对接旅游景区、电商平台等销售渠道，对参与企业给予税收优惠或补贴。

三是做好文化赋能，实现文旅融合。结合地方特色，如长沙县的红色母婴文化、传统湘绣技艺，设计培训内容，增强产品项目本土适应性

与可持续性，带动文旅经济发展，继而反哺农村。

湖南创新探索的消费帮扶“四销四有”模式（平台销有数据、资源销有渠道、赛事销有长效、媒体销有流量），累计带动脱贫地区产品销售超200亿元，获国家发改委向全国推广。面向“十五五”，建议以“产业链金融赋能”和“青年人才培养”为核心，推动消费帮扶战略升级，为乡村振兴注入可持续动能。

一是强化金融科技赋能，破解供应链瓶颈。依托“湖南省消费帮扶活动服务平台”沉淀的产供销全链条数据，联合金融机构在全省122个县市区推广“订单质押价格指数保险”模式（如湘西黄金茶案例中茶农融资满足率提升35%、利率降2个百分点），优先覆盖15个重点帮扶县特色产业。建设智慧冷链网络，将“冷链贷”财政贴息政策纳入乡村振兴专项，支持

县域冷链中心建设，破解农产品损耗难题。

二是深化“赛事育人”机制，打造湘字号新农人梯队。推动赛事成果转化，将消费帮扶营销大赛纳入高校创新创业学分体系，5年来累计超90万大学生参赛的经验推广至全国院校，定向培养农村电商运营、品牌策划人才。建立“青年农创孵化基地”，在长株潭、湘南、湘西设立区域基地，为大赛优胜团队提供创业孵化、供应链对接服务。

三是构建“湘品出湘”双循环渠道。打响“农产品、湘当好”宣传标语，在社区、景区、高速服务区开设消费帮扶线下展销点，同步接入线上平台数据。打通跨境通道，借助中非经贸博览会平台，推动“农小湘”区域公用品牌出海，优先对接RCEP市场。

# 推行类似广州的“地票”制度

网友 王朝晖

政府收回低效闲置用地，建议湖南推行类似广州的“地票”制度。给退地企业“等额财政票据”，该票据仅支持在有效期内，在同城市购买土地。票据可拆分、转让一次。赋予“地票”以下功能：对于退地企业，能够更容易地实现“退地”，变现资金，或者实现“换地”；对于打算买地的企业，可以购买打折地票，以更低成本购买土地。

# 加快发展空天信息产业

网友 曾权

立足卫星应用特色领域，与深圳等城市形成协同发展格局。学习深圳航天东方红发展模式，支持长沙南部融城片区建设国际一流的商业卫星研发制造基地。借鉴珠海欧比特成功经验，培育新经济增长点。

（湖南日报全媒体记者 郑旋 整理）



## 快乐学艺度暑期

▲7月17日，嘉禾县某舞蹈培训中心，孩子们在老师的指导下学习舞蹈。暑假期间，当地许多中小学生参加兴趣班，增长才艺，丰富暑期生活。

黄春涛 摄(湖南图片库)

## 红色经典润童心

►7月16日，吉首市石家冲街道寨阳村隔代家庭教育示范基地，孩子们在阅读红色书籍。暑假期间，该市关工委充分利用农家书屋、儿童之家、文化站等场所，组织青少年读红色书籍、讲红色故事、分享阅读心得，让爱国精神浸润心田。

姚方 杨燕萍 摄影报道(湖南图片库)



# 桂东每天超6000游客前来避暑

湖南日报7月17日讯（全媒体记者 罗徽 通讯员 郭建东 何茂葶）盛夏来临，我省进入高温模式。在桂东县万洋山景区的彩虹营地上，近200名游客晚上围着篝火，载歌载舞。7月15日晚，来自长沙的游客陈浩说：“山顶晚上的气温不到20摄氏度，燃起篝火完全不觉得热。”

桂东平均海拔900米，是全省“个子最高”的县。高处不胜“凉”，该县夏季平均气温23摄氏度，负氧离子瞬间检测值达每立方厘米15万个。

把“凉意”变生意。桂东全面提升城乡道路、停车场、公厕、污水处理厂等基础设施，全域推进人居环境整治，持续提升旅游从业人员服务水平，加快万洋山、齐云峰、龙溪瀑布等景点景区提质改造，发展民宿1000余家，床位2.8万张，每年暑季300万“暑民”前来吸氧纳凉。

近年，该县先后获得“中国最佳生态旅游示范县”“中国最佳消夏避暑旅游名县”“中国深呼吸小城百佳县”等金字招牌。今年，该县先后举办茶王争霸赛、“桂在食材 东厨有味”村厨大赛、湖南省乡村文化旅游节、“爱上桂东·高海拔之恋”影像展等主题活动，不断提升“中国氧都·旅居桂东”旅游品牌质量。

为了扩大“避暑”影响力，桂东还

护漂员，配备8名沿途安保和后勤保障人员。

11时，在工作人员指引下，游客从景区入口出发，沿着石桥旁的小路入谷，顺溪而下，两边山体陡峭，植被茂盛。在浅水区，游客三三两两地坐在鹅卵石上戏水，清澈的河水与七彩的鹅卵石相互映衬，让人沉醉其中。“这里空气好，人泡在水里穿戴救生衣和安全头盔，直接跳入水中，顺着水流漂流。”景区负责人向泽毅告诉记者，7月份以来，景区全员上岗，还从周边村子聘请了6名

的水好清凉。”听到同伴呼唤，游客们一个接一个下水体验，山谷间传出阵阵尖叫声。过险滩、越激流、冲浪尖，险阻与挑战一路相随。来自龙山的李女士，浑身湿透却兴奋得满脸通红：“这才是夏天该有的样子，解压又带劲。”

捧车河漂流就像一条黄金纽带，激活漂流用品售卖、小吃摊点、土特产销售等一整条产业链，带动沿线村民增收致富，漂流经济惠及周边2个乡镇、4个村庄的500多名群众。

湖南日报7月17日讯（全媒体记者 李璇 通讯员 刘蕃）把身体完全交给溪流是种什么体验？今天，记者在37℃高温下奔赴湘西土家族苗族自治州保靖县捧车河景区，感受今夏最硬核的降温方式——“人体漂流”。

“‘人体漂流’是一种不需要使用传统漂流工具的漂流方式，通过穿戴救生衣和安全头盔，直接跳入水中，顺着水流漂流。”景区负责人向泽毅告诉记者，7月份以来，景区全员上岗，还从周边村子聘请了6名

护漂员，配备8名沿途安保和后勤保障人员。

11时，在工作人员指引下，游客从景区入口出发，沿着石桥旁的小路入谷，顺溪而下，两边山体陡峭，植被茂盛。在浅水区，游客三三两两地坐在鹅卵石上戏水，清澈的河水与七彩的鹅卵石相互映衬，让人沉醉其中。“这里空气好，人泡在水里穿戴救生衣和安全头盔，直接跳入水中，顺着水流漂流。”景区负责人向泽毅告诉记者，7月份以来，景区全员上岗，还从周边村子聘请了6名

# 夏日炎炎，安化『冷泡』黑茶走俏

湖南日报7月17日讯（全媒体记者 杨军 通讯员 陈垚）“这种‘冷泡’黑茶喝起来既解渴又有茶的味道，太爽了！”今天，在2025年“安化黑茶杯”全国羽毛球后备人才基地赛（南方赛区）赛场，一名11岁年龄组的运动员喝了由矿泉水冲泡的安化黑茶冷萃茶后说。

“冷泡”黑茶，是通过萃取技术加工后用常温水能快速溶解的一种即饮茶品，分为冷泡袋泡茶、速溶冷泡茶粉等多种类型，取用快捷，携带方便。

湖南省碧丹溪茶业有限公司法人代表唐令中告诉记者：“瓶装饮料糖分高，夏季热水冲泡的黑茶又不够冰爽。公司研制的瓶装拼配调和袋泡茶，用冷水泡3分钟就可以喝。这种‘冷泡’黑茶比水味道好一点，比饮料健康多一点。6月份线上、线下的销量达10万瓶。”

近年来，安化县以“方便化、高档化、功能化、时尚化、标准化”理念高质量发展茶产业，依托中国工程院刘仲华院士工作站，推动黑茶产业向“新”而行，注重推出更多具有市场竞争力、影响力、品牌力的爆款产品。安化县茶产业发展服务中心党组书记刘刚贵说：“安化‘冷泡’黑茶既丰富黑茶产品线，又吸引年轻消费群体。今年上半年，理想华莱、白沙溪茶厂、千秋界茶业等10多家茶企生产的安化‘冷泡’黑茶总销售额近亿元。”