

一泓清水

十分深情

南水北调中线工程通水

周年特别报道

市商务局

激活“水经济” 擦亮“水品牌”

——十堰商务系统扎实推进“堰水进京”工作纪略

记者刘俊 张贤维 通讯员高瑾

丹江口水库是南水北调中线工程核心水源区，汉江水是十堰三张世界级名片之一，也是北京与十堰结缘协作的纽带。为做好“水文章”，激活“水经济”，擦亮“水名片”，近年来，我市以水为媒，抢抓对口协作机遇，开启“扩大十堰包装饮用水和饮料销售进京津冀地区”新合作，全力以赴推进“堰水”进京，助推生态“好水”转化为“经济活水”。

如今，一库源头好水，一路流金淌银，既润泽南北两地，又激活源头水产业。来自市商务局的统计数据显示，今年元至10月，“堰水”进京销售额达8.7亿元。



▲开通“堰水进京”铁路物流专列



▲举办2024对口协作堰水进京暨农产品推介展销活动



▲湖北十堰“堰水进京”产品推介会在北京举行



▲“堰水进京”产品展销

发挥水优势

“育”好源头水

“十堰的水质高、口感好。正是看中十堰优质的水产品，在‘堰水进京’第一时间，我与湖北堰水进京供应链集团有限公司北京分公司签订了供应链战略合作协议。”9月5日，湖北·十堰“堰水进京”产品推介会在北京举行。会上，各类“堰水”产品赢得20多家经销商的青睐，共签订价值2亿元的订单。缘何各类“堰水”产品初露头角便一炮而红？北京草原宏达食品有限公司的创始人樊伟龙在签约时一语道破其中缘由。

十堰水资源丰富，是全国首批“中国好水”水源地。好水出好饮，好饮当“育”好。“堰水”能迅速在北京市场打开局面，不仅得益于水源地优质的资源禀赋，还离不开市委、市政

府的正确领导与支持，市商务局等职能部门的统筹谋划、强力推动，以及对产业主体的精心培育。

为更好发挥“堰水”优势，我市立足市场实际，于去年6月启动“扩大十堰包装饮用水和饮料销售进京津冀地区”工作，坚持规划先行，印发《扩大京津冀地区十堰包装饮用水和饮料销售市场工作方案》，明确工作目标，部署重点任务。

市委、市政府主要领导高度重视这项工作，召开专题会部署推进，制定考核及协调机制，推动各方责任落到实处，为“堰水进京”提供坚强有力的组织保障。

各地各部门多措并举、多方发力，组织招

商专班深入东鹏特饮、乐百氏、娃哈哈、均瑶、今麦郎等十余家水饮料生产企业，积极招引国内饮料产业头部企业及上下游配套企业落户十堰。

作为该项工作的牵头单位，市商务局着眼长远，发挥统筹协调督办落实之责，联合各关联单位聚焦产业建圈强链，加快培育壮大“堰水”市场主体，护航“堰水”产业朝着品牌化方向转型升级。

4月11日，十堰市水源地酒水饮料产业协会成立，共吸纳会员企业43家，涵盖水饮料、白酒、黄酒、红酒、啤酒等生产企业，加快形成产业链条集聚发展模式。

7月10日，湖北堰水进京供应链集团有

限公司注册成立，现已分别组建北京、十堰两家分公司。自成立以来，先后组织开展“堰水进京”铁路首发仪式、“堰水进京”产品推介会、对口协作单位感恩赠水等活动。

全市一盘棋，上下一条心，“堰水”产业圈不断壮大。目前在十堰各地，“水产业”项目如火如荼建设推进：张湾区5000吨精酿啤酒加工生产项目进入设备安装调试阶段；丹江口市燕京啤酒项目开工在即；华润怡宝项目正进行土地平整及规划设计。此外，竹山县成功引进3家水企，开发桃花源饮品、一品圣水、柠檬汁蜂蜜水等系列产品，还未量产就签下3万箱订单。“堰水进京”市场主体培育工程硕果累累。

畅通进京路

堰水“直快达”

9月3日上午9时30分，一辆运载着1200吨“武当山水”的“堰水进京”铁路物流首发专列从汉丹铁路丹江站发车，经汉丹线、焦柳线、京广线，开往北京大红门站。“堰水进京”铁路物流专列的开通，为两地水产业商务贸易打开了新局面。

“大力发展水产业，合力推动‘堰水进京’，是贯彻落实习近平总书记给十堰丹江口库区环保志愿者的重要回信精神、统筹高水平保护和高质量发展的务实举措。”市商务局

党组书记、局长李光锐在谈及“堰水进京”工作时表示。

对十堰而言，“堰水进京”铁路物流专列的开通，推动优质“堰水”产品输送到首都乃至全国市场，助力十堰做活水文章、做强水品牌、做大水产业，促进绿色食品饮料产业结构调整和优化升级，为全市经济社会高质量发展注入新的强劲动能。

对进京“堰水”企业而言，堰京两地虽情牵一江，但相距千里。控制好物流成本，既关

系企业运营，也关系产品的市场竞争力和效益转化，专列的开通为企业降本增效畅通了渠道。

为打通“堰水进京”关键环节，市商务局认真履行扩大京津冀地区十堰包装饮用水和饮料销售市场工作领导小组办公室职责，多方协调统筹，携手市交通运输部门，依托湖北堰水进京供应链集团有限公司平台优势，寻找“破题”之法，开展堰水进京物流降本调研、召开供需对接座谈、外地学习考察……

得益于多方协调推进，堰水进京铁路运价下浮35%，一吨水从丹江口市至北京的物流费用（含两端短驳）约250元，物流费用下降36%，较公路运输成本降低49%，为今后此铁路物流专列的常态化运行开了好头。

在物流政策支持下，时隔一个多月，第二列“堰水进京”专列顺利启程。这一装载有90吨张湾君王醉黄酒、竹溪VOSS饮用水等产品的专列从十堰站始发，驶向终点站北京大红门站……

叫响水品牌

扬名天下知

为持续释放水产业经济活力，近年来，市商务局联合市市场监管局精心策划，着力打造区域公用品牌，提升本地包装饮用水和饮料产品的市场竞争力，加快推进十堰特色水产品向中国好水品牌进阶。

先后举办“堰遇车城、水泽万物”十堰市包装饮用水和饮料产业区域公用品牌名称及形象LOGO征集大赛，通过对北京包装饮用水和饮料进行专题调研，邀请湖北地理标准中心设计运营策划，持续挖掘十堰市水文化蕴含的时代价值。

十堰闻名全国的“水产品”品牌中，房县黄酒首当其冲。今年以来，市商务局结合房县实际，加大对房县黄酒品牌培育力度，协助地方聘请专业第三方打造具有地方特色的“区域公用品牌”，设计房县黄酒LOGO，制订以“堰水进京”为主题的房县黄酒营销设计方案。目前，“房县黄酒网”正式上线，全面宣传销售房县黄酒，助力“房县黄酒进京”。

“堰水进京”品牌最终建设成果成效如何？市场最有发言权。

10月3日，为期4天的2024对口协作堰水进京暨农产品推介展销活动在北京工人体育场圆满落幕。活动期间，武当山水、富锶山泉、房县黄酒、武当山茶等300多款南水北调中线工程水源地水产品和农特产品亮相，吸引上万名北京市民、客商品尝下单。这是我

市持续深化京堰对口协作，大力推动“堰水进京”品牌化发展的成果之一。

为进一步开拓“堰水”市场销售渠道，市商务局充分发挥职能优势，借助在京重点商贸企业、十堰驻外商会平台和京堰对口协作优势，多次赴京对接，组织各类展示、展销活动。今年7至9月，该局先后组织召开“堰水”进商超、进酒店对接会，为采购双方提供沟通对接平台；举办十堰市绿色食品饮料品鉴（对接）会，助力企业推介绿色食品饮料；组

织参加2024中国国际服务贸易交易会，助力十堰企业对外签订特色农产品和水饮料产品销售订单；此外，携手企业参与全国2024农商互联暨乡村振兴产销对接大会，促成总额1000多万元的意向协议……

绿水青山就是金山银山。一场场对外展销，一笔笔交易达成，进一步打响“堰水进京”品牌知名度，助力“堰水”走向全国各地，也为十堰水经济实现绿色高质量转型注入源源不断的动能。

清清“堰水”，奔涌进“京”，关山初度，行路尤长。“为做大做优做强‘堰水进京’品牌，市商务局将扛牢主体责任，强化履职担当，砥砺实干作为，通过加强京堰商务对口协作、加快营销网站建设、搭建产销对接平台等举措，全力以赴把优质‘堰水’产品快速输送到首都乃至全国市场，为全市突破性发展绿色食品饮料产业、加快建设绿色低碳发展示范区贡献力量。”市商务局党组书记、局长李光锐说。（本版图片由市商务局提供）



十堰市水源地酒水饮料产业协会成立