

专刊

从一颗香柚到百亿雄心:柚香谷的“非难不为”与共富之路

■ 徐子胭

在竞争已成红海的饮料行业,一个品牌要异军突起,需要怎样的底气与路径?当多数新消费品牌依靠流量和资本狂飙突进时,有一家企业却选择了最“重”、最“慢”的一条路:用近十年时间,默默种下一片片香柚林。

它就是源自浙江常山的柚香谷。其核心大单品“宋柚汁”,正以独特的清香与口感,从浙江走向全国。创始人宋伟怀揣着一个清晰的梦想:将“宋柚汁”打造成一款百亿级单品。今年,随着重庆酉阳、四川武胜两大生产基地相继动工与投产,柚香谷即将完成全国四大供应链基地的战略拼图,向着目标又迈出坚实一步。近日,笔者专访宋伟,探寻其百亿梦想背后的产业逻辑、共富实践与出海蓝图。

百亿单品梦:集中所有火力,打好“爆款之战”

“如果宋柚汁做不成大爆品、大单品,那别的也不要去做。如果宋柚汁能成为百亿级大单品,后面什么周边产品都很容易干。”采访伊始,宋伟便开宗明义。这句话,道出了柚香谷当前阶段最核心的单点突破战略。

面对外界对于产品线单一的质疑,宋伟显得从容而坚定。他表示,这种担心可以理解但有些多虑。“柚香产业能够带来的产品线,恰恰是其他原料不能比拟的。国际上,香柚产品覆盖上百种快消品领域,所以柚香谷是最不会缺大单品的。”然而,他话锋一转,“我们为什么现在不去做多产品线呢?因为宋柚汁还没做好,还在半坡上爬坡。”

在宋伟看来,企业的管理能力、渠道网络和团队需要在打造一个超级单品的过程中被锤炼和验证。“当你用十个产品去做一百亿,和一个产品做一百亿,公司的价值是完全不同的。”他坚信,只要宋柚汁能突破百亿规模,就意味着渠道成熟、网络建成、团队稳定。“到那个时候,你只要再往这个销售网络里‘扔’产品就行。”因此,他将“宋柚汁单品破百亿”视作公司管理体系、渠道战略和团队能力的“终极试金石”。在当前阶段,公司必须“集中所有原料去做宋柚汁”,这是最



柚香谷未来农业园区俯瞰图

高优先级、不容动摇的命题。

四大基地落子:构建“原料先行”的深广护城河

打造百亿单品,根基在于稳定且稀缺的原料供应。宋伟的布局,从一开始就展现了超乎寻常的耐心与远见。2015年,他在浙江常山种下第一片香柚林,而产品的全面上市,已是五六年之后。因为香柚树三年挂果、五年丰产,这种“农业先行”的重资产、长周期模式,构成了柚香谷最深厚的护城河。

如今,这条护城河正在被迅速拓宽和加固。随着今年6月重庆酉阳工厂动工、7月四川武胜工厂投产,柚香谷的全国供应链棋盘已然清晰:

浙江常山基地:发源地与品牌文化核心,现有香柚基地1.3万余亩。

广西百色基地:面向东南亚市场的出海桥头堡,去年产量已突破270万箱。

四川武胜基地:历时25个月建成2.5万亩香柚基地,工厂将于今年7月7日正式投产,配备两条生产线,形成20亿产能,将高效覆盖西南、西北市场。

重庆酉阳基地:已建成2.3万亩香柚基地,工厂计划于明年7月投产,将主要辐射华中和西南地区。

至此,柚香谷在全国的香柚基地总面积将超过6万亩。宋伟算了一笔明账:“饮料对运费的承受能力比较弱,全国性品牌必须要有全国性的供应链布局。”武胜、酉阳两座工厂的建成,将极大降低产品进入西南、华中市场的物流成本,是推动公司向百亿营收迈进的关键一步。

他更算了一笔暗账,关于未来的成本与利润。“我们的饮料核心原料是自己种的,当前成本很高。但在可预见的未来,三四年后,香柚原料成本会线性下降。”宋伟自信地表示,届时,仅原料成本节省下来的钱,就足以覆盖当前看似高昂的广告营销投入。“我们是行业里很少见的,营销费可以越投越多,但净利润不受影响的公司。这就是全产业链带给我们的红利。”

修炼管理内功:正视问题,从销售“原点”向上重构

高速扩张的背后,挑战随之而来。宋

伟毫不讳讳地指出,当前公司面临的核心问题是“管理问题”。随着市场从华东走向全国,团队、商品、费用管理等问题集中浮现。“销售管理真的很难,我们将来最庞大的队伍就是营销团队,人是最难管的。”

为此,他提出了“向内求,向下沉”的解决思路。过去五六个月,公司进行了一场从销售“原点”开始的深刻梳理与重构。“销售的原点,从人来讲是业务代表,从场所来讲就是终端门店。”宋伟认为,必须倒推回来,建立一套让门店有效、让业务代表有积极性的管理体系,销量才会水到渠成。

“与其在营销上想得过多,不如把基础工作做好,销量自然会到来。”这套务实的管理哲学已初见成效。宋伟透露,短短三四个月内,公司已引进数十位行业优秀人才,并与各地一流大商展开合作。“今年肯定是我们发生根本性转变的一年,不管是在销量还是管理质量。”

共富的产业实践:让每一亩地,为农户创造收益

企业的价值,不止于商业成功。在

宋伟的蓝图里,柚香谷的产业版图与社会责任紧密相联,尤其是在助力共同富裕方面,有着具体而微的实践。

在川渝地区,柚香谷的创新模式正在改变许多农户的命运。当地大量老橘园、柚园因品种老化、市场滞销而陷入困境,“农户种出来了卖不掉,产生不了收益”。柚香谷通过土地流转,将老果园进行“高位嫁接”改造,变身为香柚基地。

更为人们称道的是其在重庆酉阳推广的“876”合作模式:在嫁接后的前几年,以保底价收购香柚,这一模式为迷茫中的农户提供了稳定的预期和收入保障。

宋伟算了一笔共富账:每亩地的流转费,加上日常劳务、采摘费用(按亩产5000斤计),能为当地农户带来约3000元的综合收入。“那我们一万亩就是3000万元,以后干成十万亩就是三个亿。你说,这不是共同富裕的事业吗?”此外,许多流转土地的农户还到基地务工,获得另一份工资收入,实现了“赚两头的钱”。

柚香谷出海:不只是生意,更是文化输出

当国内市场尚在深耕,宋伟已将目光投向海外。“为什么在国内市场还未完全布局时,就要考虑海外?”他的答案关乎稀缺性与使命感。

“香柚这个原料在国内是稀缺的,在国际上更是稀缺。当我们的产品进入国际市场,会有巨大的产品力优势。”为此,柚香谷已启动海外布局,计划用三年时间(2026—2028年)完成主要市场的团队建设与渠道摸底。目前,公司已拥有在中东、新加坡的外籍员工,并正在面试俄罗斯、欧盟、北美等地的市场负责人。

渠道策略上,将延续国内“佐餐饮料”的定位,但灵活应变。“到什么山唱什么歌”,根据各国实际情况,可能从餐饮、商超或电商渠道切入。宋伟强调,这三年重在“布局而非起量”,待国内原料供应瓶颈突破后,海外市场将迎来广阔空间。

然而,出海之于宋伟,有超越商业的更深层次意义。“我有一个梦想。”宋伟说,“中国现在很多产业在国际上已经领先,但是快消品不是。海外消费者对中国的食品还有成见。我们要扭转这种(看法),日本、韩国也是这样走过来的。”

在他眼中,产品输出就是文化输出。“通过小小的香柚系列产品,去输出中国的饮食文化、中国的柑橘历史。”这份雄心,将企业的成长与国家品牌的塑造融为一体。“通过我们每一个个体、每家企业的努力,为国家强盛做出自己的贡献。”

从常山出发,到布局全国,再到眺望全球,柚香谷的路径清晰而笃定。宋伟的战略,是典型的“长期主义”:以十年种树的重资产,构筑原料壁垒;以聚焦单品的压强式投入,锤炼组织能力;以“农业+”的产业融合,践行共同富裕;以产品为舟楫,承载文化出海。

这条路上,有种植的风险,有管理的挑战,有扩张的压力。但正如宋伟所言,他坚信“宋柚汁这款产品的产品力就摆在那儿”。当稀缺的原料遇见广阔的市场,当产业的根基结合文化的内核,一个关于百亿单品、关于中国品牌的故事,正从一片柚林开始,加速生长。

退役光伏再生 循环点亮绿色

作为浙江省分布式光伏应用的“先行者”,嘉兴市秀洲区对光伏板的应用广泛,工厂厂房、学校医院等建筑屋顶上比比皆是。而那些“功成身退”的退役光伏板,也有全新的归宿。

近年来,秀洲区将光伏回收打造成光伏产业的新亮点,走出了一条技术领先、企业集聚、全程闭环的“无废光伏”发展之路,更成为全国首个出台地方“无废光伏”政策的区域。

退役光伏板被集中回收后,经过精细拆解、资源再生,重新转化为高价值

的硅料、金属等材料,真正实现“从光中来,回产业去”的绿色闭环,避免了资源浪费和环境污染。

同时,秀洲区靠着“龙头企业+产业集群”,为“无废光伏”发展注入强劲底气。2025年,中国资源循环利用集团新能源公司、一道环保等企业,与光伏回收产业发展合作中心达成战略合作,共同建设国家级光伏资源循环双创基地,回收装备研发、示范设备落地等工作加速推进。截至目前,全国首个聚焦分布式光伏回收循环的双创示范基地已具备创建条件,从技术

研发、装备制造,到回收处置、再生利用,一条完整的光伏回收产业链正逐步成型。

“无废”从来不是企业和政府的“独角戏”,而是融入秀洲人日常生活的“全民行动”。秀洲区搭建起“3+8”再生资源回收体系,3个区级分拣中心、8个镇(街道)回收网点实现全域覆盖,智能回收箱、流动回收车直接进入村入社,居民只需扫码投递废纸板、旧家电等废品,就能兑换积分。

除了光伏回收,秀洲区在“无废城市”建设上还实现了工业固废“日产日

清”;建筑垃圾资源化利用率超九成;“无废工厂”“无废乡村”“无废公园”串起“无废精品路线”,让绿色理念浸润城市每一个角落。

“我们会一直朝着‘全链闭环、绿色高效’的目标努力,完善政策、强化技术、壮大产业,让‘无废光伏’做得更好,让绿色循环成为秀洲区高质量发展的鲜明底色,也为全国其他地方处理退役光伏板,提供更多可借鉴的秀洲经验。”秀洲区生态环境分局相关负责人表示。

(蒋蔚森 李晓芳)

监督护航 畅通路网

“以前出门要绕一大圈,现在这条路通了,去地铁站和商场方便多了!”家住杭州市西湖区转塘街道双流社区的王阿姨指着新修的象山路—双流路支路,笑容满面。近日,这条全长约160米、宽9米的城市支路正式竣工通车,以“转塘速度”打通区域交通微循环,让周边百姓的“烦心事”变成“舒心路”。

作为转塘单元重要配套路网,该项目工期紧、任务重,周边协调复杂。之江城投集团纪委设立监督职责,将纪检工作深度融入工程建设关键环节,以严实监督护航民生工程跑出“加速度”。“工期再紧,质量安全和廉洁底线也不能松。”纪委工作人员在项目现场如是说。监督组紧盯招标采购、资金支付等

风险点,开展嵌入式监督,最大化压缩无效工期,确保工程廉洁高效。

道路通车后,彻底打通了转塘单元局部路网“堵点”,有效分流周边车流,显著改善了绿城六十七象、双流社区等周边园区的居民出行条件。以往绕行、拥堵问题得到根治,通勤效率大幅提升,为转塘艺术产业、居住片区发展筑牢了交通基础。

在转塘,经济发展与民生改善并非各自为政,而是在监督护航下协同推进。如今,这条崭新的道路上车流如织,恰似一阙流动的民生乐章——之江城投集团纪委监督力量的默默护航,让这首民生工程韵律铿锵。

(骆晓芬)

桃香漫城绘景 颜值赋能产值

四月杭州城北,皋亭山下千亩桃林灿若云霞。从杭州上城区丁兰街道的皋亭山到桃花湖公园,十里桃花沿路铺展,将南宋延续至今的桃林古韵,化作了市民触手可及的日常风景。春风拂过,花瓣飘飘,落在笑声里。而这片“颜值”背后,更涌动着—场从“美丽风景”到“美丽经济”的转身。

皋亭山景区内,30余种桃花、7000余株桃树与石刻家训、古典诗词相映成

趣;桃花湖畔,1000余株桃树正值花期,“花神泛舟”与婚纱摄影交织成浪漫地标。居民无需门票,出门即景——这份惬意背后,是丁兰对花期控制、场景营造、公共设施的精细打磨。

花开了,人来了,如何将“流量”变“留量”?丁兰的答案是一条完整的“桃经济”产业链:皋村村打造“桃花坞”IP,建起艺术馆与乡村大舞台,村民通过共富工坊制作桃花文创。2025年,该村游客

超33万人次,文旅营收破3500万元,人均收入超10万元,村集体资金过亿元。街道引入“花陌派”多肉主题园,桃花湖公园落地婚姻登记处,串联婚纱摄影、婚宴消费,形成甜蜜产业链;“四季皋亭”品牌更将花期拉长至全年。一朵桃花开出一串产业,一季花事延续全年热度,生态颜值变成了发展的产值。

生态红利实实在在落进群众口袋。沿山村发放全省首本集体山林收

益权证,800余亩山林折股量化到户;“巧大姐”“拾光”等共富工坊带动数百人灵活就业,人均月增收近2000元。

面对观桃季人流,街道提前疏导交通、增设车位,并兼顾生态保护;更深功夫下在平时——持续推进“十分优享”公共服务体系建设,让文旅收益反哺民生。从千年桃林到全链赋能,丁兰街道用实践写下答案:城市的美,如何真正惠及每一个人。

(周燕)

小阵地大服务 全龄共享幸福家园

提起社区党群服务中心,很多人第一反应可能是“开证明、办业务”的办事窗口。但在海盐县望海街道北荡社区,这个省级引领型未来社区的党群阵地,却走出了一条不一样的蝶变之路。没有大拆大建的空间改造,不靠华而不实的装修升级,凭着对为民服务的深耕细作,这里将—幢普通楼宇打造成了全龄段居民的“幸福综合体”。

北荡社区是典型的多村安置混合型城市社区,常住人口过万,新居民占比近半,老龄化加剧与新居民集聚并存的局面,曾让社区治理面临“众口难调”的困境。党群服务中心—头连着党心,—头连着民心,绝不能是刻板的办公场所。社区锚定“全龄友好”核心,将居家养老服务中心与党群服务中心同楼布局、—体运营,先从老年群体最迫切的照料需求破题。

走进社区居家养老服务中心,智能健康监测设备随时可用,日间照料、药事服务、助餐配餐等便民服务全部落地,高龄、行动不便的老人足不出户就能享受专业照料。硬件做扎实的同时,社区也关注老人的精神需求,办起“老年学堂”,还组建银龄志愿服务队,让老人们发挥余热。“以前在家只能坐着发呆,现在天天来这里,日子过得充实又开心。”曾经冷清的办公空间,如今成了热闹的“夕阳红家园”。

服务好“—老”,也要守护好“—小”。针对双职工家庭带娃难、育儿焦虑的双重痛点,社区依托党群服务中心打造儿童友好空间,绘本阅读区、海洋球游戏区全年免费开放,“幸福里”1号空间成了周边居民带娃的“网红打卡地”。社区持续深耕暑期少年军校等品牌活动,构建起15分钟少儿便民服务

圈。为破解家庭教育盲区,社区还量身打造“家长夜校”,利用晚间时段空闲开课,聚焦亲子沟通、儿童心理疏导等课题,联动县妇联、县教育局送教上门。“暑假把孩子送到少年军校,我去家长夜校学育儿技巧,这个社区很贴心。”双职工家长纷纷点赞。

全龄服务不仅要兼顾老小刚需,更要精准对接新居民等重点人群。北荡社区新居民有4700余人,陪读妈妈、随迁老人大多有就业意愿,新老居民之间也存在融合隔阂。社区把党群服务中心变成“家门口的零工市场”,定期举办招聘会。新居民全职妈妈张倩通过推荐找到了灵活岗位,58岁随迁老人刘清容也顺利入职保洁岗位。针对融入难问题,社区成立“老乡来了”工作室,吸纳新居民参与治理,连续三届的“百家宴”成了凝聚邻里情的特色品牌。

(龚晨之 张凤)

安全宣传 入脑入心

今年4月15日是第11个全民国家安全教育日,嘉兴市秀洲区油车港镇紧扣活动主题,多措并举开展国家安全知识普及宣传,筑牢全民国家安全思想防线。

4月以来,油车港镇各村(社区)、正阳工业社区党组织志愿者深入基层—线,向群众、企业职工发放印有国家安全知识的宣传物料。除常规宣传传单外,还精心准备了扇子、日历等实用性强的宣传品,让安全知识融入日常生活,更易被群众接受。

同时,该镇依托党员活动等载体,将国家安全宣传教育与党建活动有机结合,通过面对面讲解、现场答疑等方



式,把总体国家安全观的核心要义传递到千家万户,进一步增强了广大群众的国家安全意识,营造出“国家安全、人人有责”的浓厚社会氛围。(张龙)