

40余年深藏太白山下 这家鄞企靠“会说话的水”年销千万



■本报记者 周璐迪
通讯员 叶成好

在饮用水行业巨头林立的当下，鄞州太白水以40余年的品质坚守成为一股清流。依托太白山深层水源，该品牌通过“零代工”和严控运输成本的本土化运营，靠口碑赢得200余家长期客户，实现年销近600万瓶（桶），连续3年销售额近千万。面对行业扩张压力，其拒绝盲目外拓，通过设备升级降本增效，用“做好每一滴水”的匠心理念，在巨头夹缝中走出一条差异化生存之路。

好水自己会说话 不打广告卖千万

昨天，位于五乡镇的宁波中环太白水饮料有限公司生产线全线满负荷运转，以每小时超万瓶的生产效率全力保障旺季订单需求。

太白山下，123米深的岩层裂隙，是这些太白水的“生命之源”。20世纪70年代，这口井被开凿后，因其出水量大，且水质富含锶、偏硅酸等微量元素，成为当地优质水源。它也是浙东地区目前第一个高产矿泉水井。

靠着这口“宝藏井”，一座水厂建了起来，后来发展成为现在的宁波中环太白水饮料有限公司。2013年，现任公司总经理吴立本的父亲收购了这家企业。

彼时的太白水，是宁波人记忆里熟悉的存在，学校、家庭饮水机中的“标配”。

但行业格局瞬息万变，瓶装水市

场份额不断攀升，饮水机的使用频率逐渐降低。以桶装水为主营业务的太白水，被迫进入了“蛋糕越分越小”的困局。

面对危机，吴立本的父亲意识到：“必须变。”转型迫在眉睫。于是，太白水试水瓶装水市场，吴立本的父亲也在营销上下足了功夫。

2014年，成为浙洽会和消博会官方指定饮用水；2016~2018年期间，曾在宁波公交车、电梯等场景投放户外广告。

然而，吴立本的父亲很快发现，这些赞助、广告投入就像填不满的坑。一次投放后，热度很快消退，想要维持效果就得不断砸钱，投入和回报却不成比例。

太白水也曾3次尝试进入商超渠道，效果都不理想。由于商超要求低价促销，本就利润微薄的品牌难以承受，最终放弃合作。

一次次碰壁后，太白水开始“断舍离”。不再执着于营销，而是扎根本土，靠口碑吃饭，并在本地已积累200多家老客户。

如今，即便在年轻群体里的名气不如从前，吴立本却也坦然：“水这东西，只要喝着安全、放心，大家自然会一直选。与其花大钱打广告，不如把每一滴水都做好。”

24瓶水仅赚1元 太白水靠什么“活下去”

在天然矿泉水市场，350毫升规格24瓶装的太白水，零售价仅21.67元，单瓶不到1元，堪称“性价比之王”。

但实惠的背后，是太白水微薄的利润，每瓶利润仅四五个百分点，24瓶加起来利润不过1元，几乎触及利润“地板价”。换作其他企业，这样的定价或已入不敷出，太白水却能维持

经营，秘诀在哪？

吴立本向记者透露，太白水能够在低价中存活，关键在于对运输成本的严格把控，以及一系列循环利用举措。

就运输成本来说，目前太白水水源距离仓库仅6~7公里，因此运输及人工费用较低。

不仅如此，企业内部组建了一支8人的送水队伍，负责区域内的配送工作，减少了对第三方物流的依赖，进一步降低了运输成本。

目前企业与三四十家经销商合作，经销商自行来拉货，企业主要负责生产、提供员工及场地，也省去了运输成本。

同时，太白水的水桶采用循环利用模式，经销商会将使用过的空桶返还，从而减少了一部分外包装成本。

目前企业使用的机器已投入运行第五年，折损率较低。

不过，吴立本也坦言，成本控制并非无底线压缩。水的成本6元一度，还有污水处理费、资源税等必要开支，这些都是企业必须承担的硬性成本。

太白水还有“增收密码”——定制水业务。定制水的定价高于普通水，为企业拓宽了盈利空间。

但说到底，太白水能够严格控制成本，核心还是依托本地市场销售，压低了运输成本。

80%销量在宁波 太白水如何走向全国

“在瓶装水市场，要么成为巨头，要么被巨头吃掉。”吴立本很清楚当下的行业处境。

虽然太白水已经积累了一批稳定的回头客，但市场竞争实在太激烈。如今，不少品牌水代工厂都落户宁波，太白水想要进一步发展，打响品牌是必经之路。

可难题也随之而来：扩展市场谈何容易？去年，太白水的销售情况不错，但80%的销量都集中在宁波市场，剩下20%主要销往江浙沪地区。

显然，单一市场无法支撑品牌的长远发展。想要真正“走出去”，太白水必须开拓全国市场。

对此，太白水既有野心，也有忧虑。

行业内有一条“500公里”的经验理论，即市场距离水源如果是在500公里以内，一两元一瓶的矿泉水还可能盈利，但是运输半径一旦超过500公里，运费、过路费以及损耗等成本将急剧上升，使得低价矿泉水难以实现盈利。

如何解决？吴立本告诉记者，一方面，太白水已与物流企业深度合作，争取压低物流价格。

其次，产能提升是关键。吴立本向记者透露，企业计划明年斥资80万元更换生产设备。新设备投产后，产能将提升一倍。

通过规模化生产降低单位成本，或许能为未来全国市场的开拓，提供更多“议价底气”，更有能力消化远距离物流成本，逐步实现全国范围内的市场布局。

编者语：

在快节奏的消费时代，太白水以四十年如一日的品质坚守，放弃短期营销诱惑的“断舍离”智慧，以及对成本与品质的把控，在饮用水市场中走出了一条独特的本土品牌之路。

它或许不是聚光灯下的“网红”，但在消费理性回归的今天，却用实实在在的品性与服务，赢得了方市场的认可。正如太白山麓的涓涓细流，不急不躁，却终能汇聚成川。

区首善有爱助残服务中心 获评省助残先进集体

本报讯（记者 宋莉 通讯员 徐秋林）记者昨日从区残联获悉，浙江省政府表彰一批残疾人自强模范和助残先进典型，我区首善有爱助残服务中心脱颖而出，荣获“浙江省助残先进集体”称号。

据介绍，首善有爱助残服务中心由“唐宝”母亲周伟琴创办，以2600余平方米的服务综合体为依托，秉持“让心智障碍群体过上有尊严、有品质的生活”初心，构建起“康、托、教、就、融”全生命周期服务体系。自2019年开展助残活动以来，该中心已为108名心智障碍人士搭建起温暖港湾，成为浙江助残领域的标杆。

在推动残疾人就业方面，首善有爱助残服务中心成功打造融合就业“鄞州模式”。该中心创新推出“小黄车”残创品流动售卖平台，从最初5个地铁站起步，如今已拓展至宁波市政务服务中心、栎社国际机场等23个固定点位。400多

人次“心青年”担任“店小二”，在掌握商品分类、价格计算等技能的同时，每月平均增收1500多元。“小黄车”项目曾荣获“浙江省残联系统担当作为好案例”最佳案例。此外，该中心的“快递驿站”就业模式让22名心智障碍青年参与快递收发，其中有1人获评鄞州区“最美快递员”。

在多元化服务领域，中心还开设儿童精准康复、大龄日间托养等模块，组建专业师资队伍，编写标准化辅导教材。380平方米的就业创业实训基地内，烘焙坊、咖啡奶茶吧等功能区一应俱全，帮助20多名学员掌握技能并获得稳定收入，2人实现就业签约。

在社会化参与上，中心整合多方资源，开展“柠檬树&荣吉鸟”等项目，促进残疾学生“学业与职业”融合；儿童精准康复项目借助智能系统赋能，康复显效率超95%，助力30多名残疾儿童进入普校学习。

职业技能培训家门口开课 共享厨房点亮“暖暖就业梦”



“共享厨房”面点制作培训现场。

本报讯（记者 金协 通讯员 胡伟妮 余捷）日前，潘火街道海璟园社区共享厨房内香气四溢，街道零工市场推出的首期“家门口”职业技能培训课火热开班。当天，近20名学员围在“璟园里”共享厨房主理人张月平和吕娟身旁，学习中式面点制作技巧。

来自东鹭社区的90后学员王静是最年轻的一位。她是一名肢体残疾人，却从未向命运低头。学生时代，她曾在残疾人运动会游泳项目中斩获全国第三名。大学毕业后，她做过网店客服，但始终渴望掌握一门扎实技能。“街道残联的老付叔叔推荐我来试试，第一次揉面，张姐手把手教我用了巧劲。”王静额头沁出汗珠，却笑得灿烂。课程结束后，她

主动预约了第二次培训：“有机会我还是想依靠自己的手艺养活自己。”

39岁的车轱来自世纪社区，身为全职妈妈的她想寻找在家门口就业的机会，所以一直关注着共享厨房的相关报道。这次看到社区网格群里的报名信息，她第一时间抢下名额。她说：“既能照顾家庭，又能实现价值，这才是‘妈妈岗’该有的样子。”

潘火街道社会事务办公室副主任张欣介绍，此培训是街道零工市场和就业指导中心“技能提升+”计划的首个项目，后续将推出家政服务、电商运营等特色课程。零工市场还将建立“学员技能档案”，优秀学员可直通辖区企业岗位，实现“结业即就业”。

设置可移动“宣传隔离栏” “观警路”巧解开放小区安全困局

本报讯（记者 李佳男 通讯员 沈瑜青 杨晓洁）昨日，东胜街道庆安社区东胜路小区的居民们发现，小区西侧原本因车辆违停导致消防通道堵塞的东胜路，竖起了可移动的“宣传隔离栏”。这一兼具功能性与美观性的设施规范了道路秩序，成为守护居民生命安全的“流动哨兵”。

作为典型的开放式老旧小区，东胜路小区长期面临“开放与安全”的矛盾。由于没有围墙分隔，临近的单车道东胜路，成为不少社会车辆长期违规停放之地。这种无序停车现象不仅挤占日常通行空间，更造成应急救援通道持续收窄，形成“生命线梗阻”的治理困局，居民们守护生命通道的诉求持续升温。

经过网格员和微网格员的走访和动员，社区在广泛征求居民意见后，创新采用“柔性治理+警示教育”模式，在道路一侧安装可移动式宣传隔离栏，可根据需求移动隔离栏拓宽道

路。此外，隔离栏上还印有“珍爱生命 远离毒品”“预防电信诈骗”“反邪教”“防溺水”等警示教育图文，通过视觉冲击强化居民安全防范意识，借助场景化案例开展沉浸式普法教育，打造了一条兼具功能性与教育性的“观警路”。

设置“观警路”可移动宣传隔离栏后，困扰东胜路小区的应急救援通道堵塞问题得到有效解决。如今，随着可移动隔离栏的安装及动态调整，违停现象得到了有效控制，道路空间得以释放，也为消防车、救护车等紧急救援车辆开辟了一条畅通无阻的“生命通道”。

庆安社区党委书记孙淑芳表示，“观警路”的命名蕴含“观警情隐患、察民情民意、守文明平安”之意，是继“听喇叭”居民议事品牌后的又一民生实事工程。从“被动堵截”到“主动引导”，这条焕然一新的“观警路”，将为东胜路小区居民们的生命安全保驾护航。

每天练练深呼吸 进行“最坏结果演练” 鄞州考生，这份考前“心理指南”请收好

本报讯（记者 王莎 通讯员 周子莘）“面对试卷，我的脑子只有一片空白”“我总觉得最近好累”……随着中高考临近，不少考生开始出现紧张、焦虑等情绪，有的甚至出现失眠、厌学等情况。

昨天，记者从鄞州二院医共体姜山分院获悉，近期前来该院心理咨询的考生和家长多了起来。5月以来青少年心理门诊量增长近20%，其中以焦虑、失眠、情绪波动等考前心理问题为主。

“我马上要高考了，两星期前就开始失眠，第二天又昏昏沉沉、没精打采，特别难受。”昨天上午，高三学生小芸在家长的陪同下来到鄞州二院医共体姜山分院心理门诊就诊。

心理咨询师徐雁玲诊断发现，小芸对自己期望很大，一旦成绩出现波动，就感到紧张、焦虑，她是典型的考前焦虑。最终，徐雁玲为她制定了心理调适方案，帮助她将“必须考好”的信念转化为“允许自己尽力”。

徐雁玲介绍，最近接诊的高考生中，焦虑症状集中表现为生理和心理两方面。生理上，部分学生会感到心跳加快、肌肉紧张、失眠多梦、食欲不振；心理上则易出现恐惧、注意力涣散、情绪激动或无故烦躁。

考生和家长应当如何调适好心理和状态，从容应对？徐雁玲开出一份“抗焦虑指南”。徐雁玲坦言，考前适度的紧张属于正常现象，考生和家长需学会情绪管理和减压方法，以

更好地应对考试压力。

“学生要对自己有清晰的认知，合理对待成绩的波动。”徐雁玲说，中高考在即，学生要基于目前自身学习情况，制定适合自己的学习计划和目标。此外，还要接纳自己的紧张情绪，避免用“焦虑而焦虑”，可以通过倾诉、听音乐等方式宣泄压力。保持充足睡眠和适度锻炼也是关键，尽量维持原有作息，避免熬夜突击。

家长应在家中营造宽松氛围，特别是亲子之间的沟通，多用温和的语言、放慢语速与孩子沟通，避免反复追问复习进度，导致过度施压带来紧张。

徐雁玲提醒，若焦虑症状持续加重，如连续失眠、情绪崩溃，应及时寻求专业心理咨询。

董领寓项目竣工

由鄞城集团投资建设的鄞州区东钱湖重点建设项目——董领寓正式通过竣工验收。

董领寓项目总用地面积约8160平方米，总建筑面积约20619平方米，总投资约1.62亿元，建设内容包括2幢住宅公寓、2幢商用用房及1幢配电房、社区服务设施以及地下车库等。

项目建成后，能有效满足区域周边企业人才的住房需求，实现“15分钟生活圈”的规划目标，解除人才居住的后顾之忧。

记者 辛宗保 通讯员 陈姣 摄



渴了累了来歇歇 “甬爱市场”为新就业群体扩容升级

本报讯（记者 李佳男 通讯员 胡佳 宓伊沛）昨天，东胜街道张斌社区依托张斌菜市场自身优势，将原有骑手友好商户升级为“甬爱商家”，市场内20余家商户签署承诺书，正式加入街道“甬爱市场”行列，携手为快递员、外卖骑手等新就业群体提供贴心服务。

据悉，张斌社区“甬爱市场”区域

以张斌菜市场为中心向周边展开，东至甬港北路，西抵上茅巷，北依宁穿路，南达中山东路。在此设立“甬爱市场”能够精准对接新就业群体的高频活动区域，确保他们在忙碌的工作间隙便捷地获取服务与关怀。

“甬爱市场”中，服务内容丰富多彩。社区诊所充分发挥自身优势，为新就业群体免费提供血压测量等服

务，还贴心准备了藿香正气水、碘伏等各类药品；零食铺则敞开大门，为骑手们提供冰棍、糕点等能量补给。此外，还有不少商户为新就业群体提供雨具、充电设备以及厕所使用等便利服务，全方位满足他们工作中的实际需求。

东胜街道沿街商辅联合党支部党员商户丛晓明说：“我是一名党员，

也是一名退役军人，我很乐意在这个市场带头成为‘甬爱商家’。那些骑手在外奔波赚钱不容易，向他们开放洗手间、提供茶水，只是举手之劳。”

“跑单的时候经常风里来、雨里去，有时候渴了、累了很难有歇脚的地方。现在有了‘甬爱市场’，能来这里喝口水、充充电，方便多了。”外卖小哥王先生说道。