

“北漂”创客朱一涛返乡逐梦“水经济”

让家乡好水走进千家万户

“清晨的丹江口市习家店镇,汉江水泛着粼粼波光。今年45岁的朱一涛,童年记忆里满是这片水域的清澈与甘甜。谁也未曾想到,数十年过去,这份刻在骨子里的“亲水情结”,会成为他创业路上最坚定的航向——让源自家乡的好水,流淌进更多人的生活。

“我这辈子最骄傲的事,就是让更多人知道丹江口、知道武当山,知道这里不仅有秀美的风景,还有甘冽的好水。”朱一涛语气里满是自豪。

■文/记者 杨建波 图/记者 张启国



朱一涛展示自创品牌“轻泉”纯净水。

2005年春天,丹江口市习家店镇的樱花谢了又开。站在家门口的老槐树下,朱一涛手中捏着前往北京的火车票,对身后的兄长说:“哥,我还是决定去北京。”他的声音不大,却透着一股不容动摇的坚定。

2000年,中专毕业的朱一涛就跟着兄长,在丹江口市开了首家小超市。兄弟俩起早贪黑,从进货、理货到收银,事事亲力亲为。朱一涛脑子灵活,总能把滞销的商品通过巧妙促销卖出去。但兄长心里清楚,弟弟的目光早已越过超市的柜台,装着更大的梦想。

初到北京,朱一涛瞄准汽车进出口行业,从零开始摸索。白天跑市场、对接客户,脚步不停;晚上看专业书籍、研究行业政策,常常忙到深夜。“那时候没别的想法,就想把手里的事做好。”朱一涛说。凭借这份韧劲,他从基层业务员一步步做到业务经理,年薪近30万元,不仅在京城站稳了脚跟,还组建了温馨的家庭。

可北京的霓虹再璀璨,也抵不过心底对家乡的牵挂。2009年,朱一涛心中冒出一个大胆的念头:“回十堰,回家乡干一番事业!”这个决定得到了妻子的全力支持,夫妻俩收拾好行囊,带着“北漂”积攒的经验与资金,踏上了返乡路。

回到家乡,朱一涛没有急于求成。他静下心来梳理过往经历:早年做过超市,懂零售运营;武当山是世界知名景区,游客源源不断,客流量优势明显。“不如就从熟悉的超市做起!”想法定了,他立刻前往武当山特区选址,投入资金20余万元开起两家超市。凭借诚信经营和对游客需求的精准把握,超市生意格外火爆,年利润达50万元。这是他返乡后赚到的“第一桶金”,也让他更加坚信:“家乡的土地里,孕育着无限可能。”

好景不长,随着电商崛起,线下零售逐渐受到冲击,超市客流慢慢减少。面对困境,朱一涛没有陷入焦虑,反而主动求变:“不能守着老本行不动,得跟着市场趋势走。”2016年起,他用积累的资金在十堰城区投资商铺、写字楼,在稳健布局中等待新的机遇。

与家乡好水的『双向奔赴』

机会,总留给有准备的人。彼时,南水北调中线工程持续推进,不仅实现了水资源的跨区域流通,更推动北京与十堰两地对口协作不断深化。作为南水北调中线工程核心水源区,丹江口市的优质水资源越来越受关注。朱一涛站在汉江边,望着奔腾北上的一泓清水,童年记忆涌上心头:“丹江口市的水这么好,能不能让更多人尝到这份甘甜?”这个念头像一颗种子,在他心里迅速生根发芽。

一番市场调研后,朱一涛发现市面上饮用水品牌虽多,但真正能体现丹江口市水源特色的产品却寥寥无几。“家乡的水是‘中国水都’的金字招牌,我得把这块招牌擦得更亮!”他果断放弃原有投资领域,组建团队筹备饮用水项目。

2017年,湖北青酌经贸有限公司正式成立,“云中武当”天然水、“轻泉”纯净水两个品牌也随之诞生。

创业的路,远比想象中坎坷。品牌注册阶段,为了让“云中武当”“轻泉”既融入家乡元素,又能让消费者快速记住,他和团队反复打磨方案,跑遍相关部门沟通协调,前前后后耗时近一年,才完成注册。

为了保证水质和生产效率,朱一涛一开始就下定决心买最好的设备。他辗转多个城市考察,最终斥资1000万元买下一套灌装设备。可当设备运到工厂开始调试时,他却发现这套设备的生产流程与前期设计的工艺理念完全不符,根本无法投入使用。

“1000万元是我所有的积蓄,当时就像被泼了一盆冷水,从头凉到脚。”朱一涛回忆道。

但骨子里的那股韧劲,不允许他轻易放弃。“钱没了可以再赚,可要是放弃了,就再也没有机会了。”他咬着牙,带着设备资料跑遍周边省市,四处联系同行寻找买家,最终以低价将设备转售。虽然亏了不少钱,但他迅速调整心态,亲自参与生产流程设计,与厂家反复沟通细节,终于买到了符合要求的设备,工厂也顺利投产。

另辟蹊径为家乡好物代言

生产问题解决了,销售又成了新的挑战。作为刚起步的新品牌,“云中武当”和“轻泉”没有知名度,根本无法与行业大品牌竞争。朱一涛没有盲目跟风打价格战,而是结合产品特色精准定位目标市场。

针对“云中武当”天然水,他把目光锁定在武当山特区的酒店:“每年有大量游客来武当山旅游,酒店是他们停留的重要场所。让游客喝到带有武当元素的天然水,既能感受家乡的味道,也能记住这个品牌。”为此,团队特意设计了印有武当山风景的包装,进一步提升产品辨识度。

对于“轻泉”纯净水,朱一涛则将目标群体对准年轻人。他深知,年轻人更注重个性化与时尚感,于是在包装和设计理念上花足心思,采用简约清新的风格,融入当下流行的潮流元素,“我们想让‘轻泉’不只是一瓶饮用水,更成为一种年轻生活态度的表达。”凭借精准的定位和独特的设计,“轻泉”逐渐受到年轻人的青睐,成功打开了校园、写字楼等市场。

如今,湖北青酌经贸有限公司的年销售额稳定在300万元左右。这个数字在整个饮用水市场中不算起眼,但对朱一涛来说已是不小的成就。可他并没有满足于,新的蓝图早已在心中规划:“丹江口市不仅有好水,还有优质柑橘,这些都是家乡的‘宝贝’。”他计划以丹江口市的水和柑橘为原料,为年轻人开发低温压榨橙汁、果蔬汁等新产品,更好地展示家乡特色产品。

“饮水思源”是朱一涛常挂在嘴边的话。他深知品牌的成长离不开社会各界的支持,因此在发展事业的同时,始终积极践行公益。从2018年开始,公司每年夏天都会开展“清凉一夏”公益送水行动,还连续两年参与“清凉车城”公益活动,累计捐出万余瓶矿泉水。“未来,我要开发更多特色产品,让家乡的‘好’被更多人看见、记住、喜欢。”朱一涛说。

一瓶好水,载着朱一涛的创业梦,更载着他家乡的深情。这份深情,正随着甘冽的汉江水,流向更远的地方。

从『北漂』到返乡创业

