



渝东南武陵腹地，秀山这座被群山环抱的边城，曾因山高路远，让满山山野特产、地道农货“藏在深闺无人识”。而如今，秀山黄精、边城茶叶、武陵柑橘这些带着泥土芬芳的土特产，竟与泡泡玛特潮玩并肩，从深山生产线走向全球货架，漂洋过海卖到欧洲、北美、东南亚。从“提篮叫卖”到“跨境直邮”，从“土味货”到“国际范”，秀山用十余年时间，借跨境电商的东风、政企同心的发力、物流通道的打通，让深山土货纷纷搭上出海快车，真正实现了从大山深处到全球市场的跨越。

# 从“提篮叫卖”到“跨境直邮” 从“藏在深闺无人识”到有“国际范” 秀山土货圈粉全球



## 活了259年的“田园立交” 藏着秀山人的治水智慧与家国情怀

春风拂过武陵山麓，平江河畔的巨丰堰渠水潺潺。近日，记者踏入秀山自治县清溪场街道与乌杨街道交界处，站在道光年间建成的三拱桥渡槽下，抬头望见“渠—渠—河”三层水流错落而过。这座入选世界灌溉工程遗产的古水利工程，以259年的持续奔流，诠释着“顺应自然、众志成城”的东方智慧。

### 石头缝里的“水利黑科技”

“你看这渡槽，跨度50米、高12.5米，全是青石砌成，没用一根钢筋，道光年间建的，现在还在引水灌田，这就是咱老祖宗的‘硬核手艺’！”67岁的守堰人黄仲成拄着锄头，站在三拱桥渡槽下，黝黑的脸上满是自豪。老人守堰已经40年，从爷爷手里接过的不仅是一把锄头，更是一份守护的责任。

顺着他手指的方向望去，三拱桥渡槽如飞虹横跨平江河支流，上层巨丰堰渠水灌溉高田，中层永丰堰渠水滋养低地，下层河水自然流淌，三层水道在垂直空间里各畅其流，完美实现“高水高灌、低水低灌”。这处中国现存年代最早、规模最大且仍在使用的古代砌石渡槽，正是巨丰堰“田园立交”的核心精髓。

“别小看这老堰，里头的学问可深了！”秀山自治县水利高级工程师王晓雪蹲在渠边，伸手掬起一捧清水。乾隆三十二年，乡贤杨文臣等五人自发集资建堰，首创竹管水准仪测高程，误差不超过5厘米；苗族石匠夏玉卿独创“火烧水激法”采石，“六面平整”的条石误差不得超过一粒米。三代人接力，最终形成41.5公里的灌溉体系，覆盖1.6万亩农田。“2022年重庆极端高温，周边不少地方水稻绝收，咱巨丰堰灌区水稻亩产依旧达到650公斤，旱涝保收可不是吹的！”黄仲成笑着说。

### 石头碑上的“团结密码”

在五拱桥渡槽旁，一通清道光十五年的古碑静静矗立。“这可不是普通的石头碑，是咱老祖宗的‘治水公约’，更是汉、土家、苗各族群众的团结见证！”秀山文物管理所所长杨举成抚摸着碑身说。1767年秀山“改土归流”后，各族群众比邻而居。那年春旱，杨文臣、粟大化、夏玉卿等五个不同民族的普通人聚在老屋场，立下修堰誓言。杨文臣变卖200亩祖田，粟大化抵押家族山林，夏玉卿典当祖传银饰，一场“万亩捐银”运动，让各族群众拧成了一股绳。

记者偶遇正在渠边巡查的堰长黄宜宾，他是土家族，手里拿着一本泛黄的《堰工日志》。“从乾隆年间的‘三族共管’，到现在的‘堰长+渠长’制，咱这治水的规矩，代代相传，从未变。”黄宜宾说，灌区8个村寨，汉、土家、苗群众同喝一渠水，两百多年来从没因用水红过脸。

### 活水流淌的“时代新篇”

“以前只知道巨丰堰能浇地，现在成了世界遗产，家门口的老堰变成了‘香饽饽’！”清溪场街道村民吴维国正忙着整理自家的农家院，他的院子就在巨丰堰旁，如今成了游客打卡的网红点。

自巨丰堰入选世界灌溉工程遗产后，秀山正让这座“活态的水利博物馆”焕发新活力。一条串联古堰、渡槽、稻田的历史文化旅游走廊正在规划，农文旅融合的新图景正徐徐展开。

夕阳西下，余晖洒在巨丰堰的渠水上，波光潋滟。黄仲成老人依旧守在渡槽下，看着渠水缓缓流淌，嘴里念叨着：“这水，流了两百多年，还要一直流下去，润着秀山的田，暖着秀山人的心。”

上游财经-重庆晨报记者 刘波



三拱桥鸟瞰图



产业园里部分出口商品展示

### 土货搭潮玩出海显神通

秀山的跨境电商产业园里，有一幅不可思议的鲜活画面：秀山黄精、高山茶叶等本土土货，与全球热销的泡泡玛特盲盒同框陈列，共同登上发往海外的货单。谁能想到，全球文创爱好者追捧的泡泡玛特，超734万个玩具均产自这座深山小城，而秀山土货，正借着这份成熟的跨境出海供应链，搭上了走向世界的“顺风车”。

秀山县振雄塑胶制品有限公司作为泡泡玛特授权代工厂，90%以上产品远销海外，为秀山打通了成熟的跨境物流和海外销售渠道。产业园顺势搭建农产品、工业品出海选品中心，将本土土货整合进这条跨境产业链，让柑橘、中药材、茶叶等山货，跟着潮玩、纺织制品一起，通过海外仓体系拼箱直发全球。

2025年，产业园打造的“秀源·轻山”海外品牌直接出口额达900万元，更带动本地柑橘、茶叶出口超1亿元；鸿利、合信等10家本地工厂完成FDA认证，带动20余款土货拿到了进入国际市场的“通行证”。深山里的“土味道”，终于借着跨境电商的东风，拥有了“国际范”。

### 蹚出专属出海黄金道

土货要出海，物流是第一道硬坎。曾经的秀山，大山是天然阻隔，再好的土货也因运输慢、成本高，只能在本地小范围流转，“提篮叫卖”是最常见的销售方式。而秀山十余年的破局之路，首先就是砸开物流的“枷锁”，让海港功能延伸至武陵深山，为土货蹚出专属出海黄金道。

“从2013年做农村电商开始，我们就把物流建设放在核心位置，一步步啃下这块硬骨头。”秀山自治县通道经济发展中心主任雷钧友说，2022年铁路集装箱货场扩能，让秀山实现了海港功能向内陆延伸；陆海新通道班列、中欧班列、跨境公路班车相继开通，不仅能满足周边企业大宗原材料运输需求，更让秀山土货有了直达海外的运输线。

如今的秀山，已形成“铁路+公路+快递”的立体物流网络，三通一达专属快递产业园即将投用，能为土货提供一站式收发、分拣、配送服务。“以前发一箱茶叶到东南亚要折腾大半个月，现在通过跨境班车几天就能到，成本还降了不少。”当地商户的感慨，印证着物流破局给土货出海带来的质变，曾经的“提篮叫卖”，早已变成如今便捷的“跨境直邮”。

### 政策托底留住创业人

深山做跨境电商，最难留住人、聚起力。秀山的破局密码，就藏在实打实的政策扶持和贴心服务里。2024年10月，盘古秀山跨境电商集聚区入驻，半年就吸引25家企业、100名从业者扎根，其中90后、00后占比超九成，成为土货出海核心力量。



武陵山(秀山)国际电商产业园展示大厅一角

“我们选择秀山，就是因为这里的政策红利实打实，服务做到了心坎上。”盘古秀山跨境电商集聚区总经理孙文毅坦言，当地产业扶持政策降低了企业运营成本，用工有补贴、人才有公寓，彻底解决了跨境创业的人才痛点，让创业者能安心发展。

为保障人才供给，秀山与多所高校合作，定制跨境电商人才培养方案，提供实习岗位实现“毕业即就业”。如今园区从业者中，本地人与返乡创业者各占一半，本土人才懂物产、外地人才懂运营，互补发力让土货出海队伍不断壮大。

### 本土优势圈粉全世界

秀山土货能站稳国际市场，核心是自身“硬实力”。这座武陵小城生态优越、无工业污染，出产的茶叶、中药材等土货，天然绿色有机的标签，正是海外市场最看重的优势，也是秀山海交出海的底气。

“海外华人群体对秀山的中药材、茶叶需求特别大，欧美、东南亚市场也对中国特色农货充满兴趣，这就是我们的核心竞争力。”雷钧友说，秀山不盲目出海，政企携手为每类土货量身定制方案，让武陵味道精准对接全球味蕾。

针对茶叶、中药材，设计适配海外的包装；针对柑橘，加工成果干解决运输难题；推行“一产业一方案”，适配海外消费习惯。加上海外仓体系支撑，20余款土货拼箱直发，让海外消费者快速尝到武陵深山的纯正味道，成功圈粉世界。

### 记者观察

## 政企同心织密产业链

秀山十余年破解土货出海密码，从来不是单打独斗，而是政企同心、各环节协同发力，把土货出海的产业链做细、做实、做扎实，让“土味货”变“国际范”成为可持续的常态。

秀山自治县通道经济发展中心全程保驾护航，从土货的标准化培育、品质把控到企业入驻的手续办理、日常运营的需求解决，再到物流通道的搭建、海外市场的资源对接，全流程提供贴心服务；跨境电商产业园发挥平台整合作用，汇聚企业、人才、资源，还为本土农户和小微企业提供跨境电商培训，让更多人学会把土货卖到海外；入驻企业则深耕市场，深挖土货卖点，对接海外客户，让秀山土货一步步走进全球千家万户。

开业仅一年多，武陵山(秀山)国际电商产业园已入驻企业80家，实现跨境电商销售额0.9亿元，预计今年网络零售额将突破30亿元；盘古秀山跨境电商集聚区则成了土货出海的孵化平台，带动更多本土主体参与到跨境赛道。从土货培育、包装升级到跨境销售、物流配送，秀山已织密一条完整的土货出海产业链，让深山里的东西，能持续、稳定地香飘世界。

十余年深耕破局，秀山不仅证明了深山小城能让土货闯遍全球，也为深山物产出海提供了可复制的鲜活案例。

上游财经-重庆晨报记者 刘波 摄影报道

