

做中国企业的思想者

一次考察背后的国企电商转型棋局 ——“蜀美乐购”旺苍探路记

■ 本报记者 袁红兵 通讯员 李坤 戚彪

4月1日,2019年四川省电子商务十大领军人物、2024/2025年联合国WIP0亚太商业端顾问刘澜一行,深入广元市旺苍县,对川煤集团旗下电商平台“蜀美乐购”及其货源基地进行实地考察。这是继2025年底刘澜赴川煤物产公司专题座谈会后的一次实质性回访。从座谈到考察,从平台运营到供应链源头,这场跨越半年的“双向奔赴”,将一家传统能源国企的电商转型命题推至聚光灯下。

一家国企的“非典型”转型

在旺苍县,几处曾经闲置的门面房,如今挂上了“蜀美乐购”的招牌,成为连接川煤集团内部消费与县域农产品上线的数字化枢纽。

“蜀美乐购”由川煤集团物产公司打造,是集团推动非煤产业转型、履行托底帮扶责任的重要载体。据川煤集团物产公司党委书记、董事长杨春介绍,平台围绕“物联网+现代服务业”方向,整合旺苍、苍溪等5个县域超过1500种农产品,上线商品逾万种。2025年,“蜀美乐购”实现销售10万单,销售额1017万元,成功与旺苍县“焕新生活”政府平台达成战略合作,被列为当地2025年重点培育的电商龙头企业。

“上线第一个月交易额就突破了40万



图为考察组在旺苍县黄茶生产车间实地调研。

元,这说明市场需求是真实存在的。”杨春表示,平台创新“数字工会+电商”模式,既服务集团内部职工消费需求,又与政府民生服务平台对接,有效打通了农产品上行渠道。

在杨春看来,“蜀美乐购”的核心逻辑并非简单的“卖产品”,而是服务区域发展,在国家和省级战略中寻找价值再造的“接口”。这一思路,为传统能源国企的多元化

转型提供了一条可复制的路径。

专家考察聚焦供应链短板

刘澜一行的考察,从旺苍县两大镇古茶园起步。这片古茶树群落于2024年被收录进《中国古茶树资源状况白皮书(2024)》,总面积约6000亩,其中百年以上古茶树达1.1万株。刘澜在实地察看管护与生产流程后指

出:“古茶的稀缺性和文化附加值,是电商差异化竞争的核心资产。讲好古茶故事,走‘小众但高溢价’路线,完全可行。”

在两大镇中蜂养殖基地,海拔拔蜂蜜波美度常年超过42度,属高品质原生态蜂蜜。刘澜认为,纯天然、零添加的生态蜂蜜契合消费升级趋势,电商平台应重点挖掘这一品类潜力。

考察组走进省级非遗“木门醪糟”传习所。该产品采用木门清甜泉水和优质糯米,经传统工艺与现代技术精酿而成,2025年全县食品饮料产业年产值突破2.5亿元。刘澜品尝后建议,可开发醪糟饮品、醪糟甜品预拌粉等深加工产品,拓宽电商消费场景,“让非遗技艺在数字时代焕发新生”。

在旺苍县茶叶科创中心及三合村黄茶产业园,考察组了解到,2025年全县茶园面积达25万亩,其中黄茶5.1万亩,占全国黄茶种植面积的三成以上,茶业综合产值79.24亿元,茶农户均增收1.6万元。刘澜对黄茶产业的规模与品质表示肯定,同时指出深加工和品牌化仍有较大提升空间。

考察组走进四川木门茶业有限公司生产车间,详细了解黄茶深加工、包装设计及销售渠道等情况。刘澜建议,黄茶可进一步探索茶食品、茶饮、茶日化用品等深加工方向,延长产业链,提高附加值。

五条建议与一个平台的新方向

刘澜结合“蜀美乐购”的运营现状与未来方向,提出了五条具体建议:第一,立足区域本土资源,深耕本地市场,不急于铺摊子,先做深做透本地客户基础。第二,补齐供应链短板,建立柔性供应链体系,电商的竞争归根结底是供应链的竞争。第三,培养直播电商人才,通过“传帮带”方式打造2至3名本土直播主播。第四,探索差异化、小专业化经营模式,避免与大平台同质化竞争。第五,确保现金流安全,坚持做有利润的电商,而非烧钱的电商。

刘澜特别指出,国企做电商具有信任度高、资源整合能力强、政策支持力度大等优势。“从‘蜀美乐购’的实践来看,这条差异化之路不仅走得通,而且大有可为。”

杨春表示,川煤物产公司将充分吸纳专家建议,推动“蜀美乐购”从“内部消费平台”向“区域特色电商”升级。“我们希望,‘蜀美乐购’不仅能成为川煤转型的一个亮点,更将成为国企助力乡村振兴的一个样本。”

从“煤山”到“茶山”,“蜀美乐购”的前行探索,为传统能源国企的转型发展打开了一扇新的窗口。而刘澜此次以考察为名的深度回访,为这扇窗口提供了更清晰的行业视角与实践路径。

一季度经济起步有力 线下消费等高频数据回升

《经济参考报》记者从国家发展改革委国家信息中心大数据发展部获悉,多项高频数据显示,今年一季度,我国经济开局良好、起步有力。其中,一季度线下消费支付金额同比增长3.4%,增速较去年四季度提高2.2个百分点,电子产品类、家用电器类增速较快。投资方面,一季度,与算力基础设施建设和软件开发相关的项目中标金额同比增长4.7%。

一季度,在假期、消费品以旧换新政策等因素共同带动下,社会消费品零售和服务消费均呈现较好的回升势头。

线下消费大数据显示,一季度,线下消费支付金额同比增长3.4%,增速较去年四季度提高2.2个百分点。具体来看,商品消费同比增长5.2%,增速较去年四季度提高3.2个百分点,其中,电子产品类、家用电器类增速较快,同比分别增长10.7%和8.4%,增速较去年四季度分别提高2.4个和23.5个百分点。

一季度,服务消费同比增长0.9%,增速较去年四季度提高0.5个百分点,其中,交通服务类、餐饮服务类增速较快,同比分别增长6.9%和4.5%,增速较去年四季度分别提高2.0个和1.7个百分点。

国家发展改革委国家信息中心大数据发展部副研究员邢玉冠表示,2026年一季度,我国线下消费呈现总量稳健、结构优化的良好开局,特别是家电、数码产品等消费需求旺盛,这是超长期特别国债支持消费品以旧换新、优化个人消费贷款贴息等政策精准发力的结果。随着促进消费系列政策持续显效,消费市场有望进一步量增质升、向新向好。

投资方面,财政政策靠前发力,重大项目集中开工等为投资增长提供支撑。一季度,与算力基础设施建设和软件开发相关的项目中标金额同比增长4.7%。人工智能、人形机器人等前沿领域的资本投资事件金额同比增长45.5%。

“国家信息中心测算显示,一季度,全国新增专项债发行额同比增长20.8%。”邢玉冠说,今年以来,稳投资政策前置发力,资金安排聚焦关键领域和薄弱环节,重大项目加速落地,人工智能、算力等智能经济相关领域投资活跃,不仅为今年固定资产投资和宏观经济大盘稳定增长打下较好基础,也为“十五五”重大项目建设开好局、起好步提供有力支撑。

值得注意的是,专家同时指出,一季度经济运行节奏和经济数据受到“春节错峰”因素扰动。粤开证券首席经济学家、研究所所长罗志恒表示,今年春节错峰,导致“节前赶工—春节停工—节后复工”周期整体后移,技术性地推高了1月至2月的同比数据,3月数据则可能承压。

比如,从高频指标来看,反映工程建设活跃度的水泥发运率1月至2月上旬高于去年同期,2月下旬至3月则低于去年同期。“要充分考虑春节因素的扰动效应,将1月至3月合并观察分析,以更加客观地评估年初经济运行的真实趋势和内生动能。” [下转 P2]

奕境汽车官宣核心管理层 汪俊君任董事长 曾清林出任品牌总经理

本报讯(记者 李代广)4月7日,由华为乾崮与东风汽车集团联合打造的全新汽车品牌奕境汽车正式公布其核心管理团队:汪俊君出任董事长,全方位负责东风汽车集团与华为乾崮深度融合与产品落地;曾清林正式履品牌总经理,全面主持品牌各项工作。

汪俊君毕业于清华大学动力工程及工程热物理专业,作为东风汽车集团新能源智能化转型核心推动者,拥有深厚的技术研发背景与战略视野,曾任岚图汽车科技集团有限公司CTO等职,并深度推动过东风汽车集团与华为乾崮的前期合作。此次东风汽车集团汪俊君被委派出任奕境汽车董事长职务,将主要负责东风汽车集团与华为乾崮两大体系的深度融合与产品战略落地,为品牌筑牢技术根基。

曾清林则拥有涵盖研发、生产、销售等汽车全链条的数十年经验,对高端新能源汽车市场有深刻洞察,曾任岚图汽车销售服务有限公司副总经理等职务。其就任奕境汽车品牌总经理,将为奕境品牌注入年轻实干、高效进取的鲜明基因,推动品牌战略与产品布局加速

落地。

业内分析指出,汪俊君与曾清林形成的“技术基石”与“市场舵手”组合,将为奕境汽车凝聚强势发展动能。

奕境品牌是东风汽车集团与华为乾崮深度融合的成果,致力于打造“央企制造底蕴+前沿科技生态”的双核驱动模式。华为乾崮将向奕境全面开放产品开发和运营体系能力,最新一代乾崮智驾、鸿蒙座舱等技术成果及全栈智能解决方案,将深度赋能奕境,打造行业领先的智能体验。东风汽车集团则注入自身在底盘操控、整车安全、供应链管理、整车制造等领域的57年成熟经验和深厚底蕴。

据悉,奕境首款车型家庭旗舰大六座SUV已顺利完成极寒测试,计划于2026年4月在北京车展正式亮相,并将于年内上市。2026年作为品牌市场首战的关键之年,核心管理团队的到位,将为奕境品牌带来更强劲的发展动能与清晰航向,以更专业的运营,更贴近用户的理念,为家庭用户打造高品质智能出行新体验,开启品牌发展全新篇章。

热坯直送打通生产“快车道” 天钢公司棒材热送系统热负荷试车顺利完成

本报讯(记者 陈俊岭)近日,天津钢铁集团有限公司轧钢总厂传来消息:棒材生产线热送项目热负荷试车顺利完成并一次成功,各项运行指标稳定达标,设备运行状况良好,标志着该系统已具备正式投运条件,为企业优化生产流程、提升能源利用效率提供了重要支撑。

据了解,棒材热送项目是天钢公司推进生产流程升级和节能降耗的重要技术改造工程。项目以实现连铸工序与轧钢工序高效衔接为目标,通过建立高温铸坯直接输送通道,使铸坯在保持高温状态下进入轧制环节,最大限度利用余热资源,减少重复加热带来的能源消耗,从源头提升生产效率和能源利用水平。

项目建设过程中,公司组织技术、设备、电气及生产等多专业力量协同推进。前期设计阶段,技术团队围绕设备匹配、控制系统稳定性及电气线路优化开展系统论证,对关键方案进行多轮完善和调整,为工程实施奠定了可靠基础。

程精细化管理,对辊道驱动装置、电气控制单元及信号传输系统逐项检查、逐点验证,针对运行调试中出现的速度波动与信号响应问题开展专项技术攻关,持续优化系统参数,确保设备运行安全稳定。

热负荷试车期间,高温铸坯输送顺畅,轧钢工序衔接紧密,各项数据达到设计要求。系统成功运行,意味着连铸与轧制之间形成高效协同通道,显著缩短物料周转时间,为棒材产线提产增效创造了有利条件。

业内人士表示,热送技术的应用不仅提升了生产组织效率,也有效降低了能源消耗和碳排放水平,是钢铁企业推进绿色制造的重要途径之一。该项目的顺利实施,标志着天钢公司在轧钢一体化运行和节能技术应用方面取得阶段性成果,为企业高质量发展注入新的动能。

下一步,天钢公司将持续推进工艺优化与智能化升级,进一步释放产线潜能,不断提升绿色制造水平和综合竞争能力。

乡村振兴共富人 ——记四川马边高山茶叶有限公司总经理、 高级茶艺师李贤波

■ 本报通讯员 李代奎

李贤波以实际行动为乡村振兴作出了卓越贡献,2025年4月,他被评为马边彝族自治县2025年“最美乡村振兴共富人”。

春风和煦,细雨如酥。眼下正值春茶采摘旺季,为了保证鲜茶品质,必须连夜炒制。4月8日早上,四川马边彝族自治县劳动镇唐家山茶叶基地云雾缭绕,茶香弥漫。结束了一个通宵的彝茶制作,马边高山茶叶有限公司总经理、高级茶艺师李贤波凝视着漫山遍野的老彝茶树吐芽,略带倦意的脸上洋溢着幸福的笑容。

每一株彝茶都是他艰苦奋斗十余年积攒下的成果,每一片嫩芽都凝聚着他攻坚克难的汗水与心血。

披荆斩棘 创立茶叶基地

李贤波大学毕业后在成都开起了茶叶店。因客户对来自边远高山地区的有机茶情有独钟,李贤波的生意做得风生水起。一批批茶叶翻山越岭从马边高山运送到成都门店,进入成都乃至周边市县的客户手中,成为供不应求的俏商品。李贤波收获了一大批茶友的一致好评。

随着销量不断扩大,上游供货商不断增多,质量问题也逐渐暴露出来。有的茶叶鲜嫩程度不达标,有的多个种类茶叶混装,农药残留超标更是成了最致命的质量问题。面对层出不穷的质量和不断流失的客户,李贤波决定返回马边,亲自打造真正的高山有机茶叶基地。

2011年春节过后,李贤波回到马边劳动镇唐家山,创立有机茶叶基地。基地成立之初,仅1个人、1间房(租用农户的),1块地(农户的)。面对茶叶市场的持续低迷,村民们早已对种茶失去了信心。“与其种一年茶,不如打一月工”,对李贤波返乡创业种茶,人们充满了质疑。

李贤波走家串户,给乡亲们讲解种茶的好处,分析茶叶市场低迷的原因,劝说乡亲们把荒芜的茶园重新整理出来,让茶叶生长好、销售好,自己出技术、保价格、保销售,为大家兜底增收。经过多番耐心劝说,有五家农户抱着试一试的心态表示愿意合作,共同建立茶叶基地。

第一季春茶收获立竿见影。在李贤波的指导和帮助下,基地的茶叶很快销售一空,客户一片叫好。共同合作的农户也得到了远高于市场价格的收益,其他乡亲也为之心动,纷纷申请加入基地共

同合作。

随着合伙人队伍的壮大,李贤波面对更大的挑战——改造茶园。由于乡亲们的茶园已荒废多年,各类杂草、树木比人还高,多数茶树几乎枯死,成活的茶树零星散乱,参差不齐。李贤波带领大家除草砍树、垦荒种茶,先找茶苗再补种,先修剪再成垄。经过不懈努力,唐家山茶叶基地初具规模。2013年5月,马边高山茶叶有限公司正式成立,标志着唐家山茶叶基地进入规模化、实体化、市场化阶段。

孜孜以求 追求卓越品质

马边高山茶叶有限公司的核心品质是什么,应该树立怎样的茶文化理念,这是李贤波不得不作答的命题。李贤波始终坚持“不打化学农药、不施化学肥料”的绿色理念,依托基地得天独厚的区域优势,打造高山茶叶的核心品质。





双汇熟食
SHUANGHUI DELI

本报出版质量监督公告

为提高本报出版质量,欢迎广大读者及社会各界人士对本报编校质量进行监督。有编校差错之处,及时向报社举报。

联系方式: 电子邮箱: cjb490@sina.com
电话: 028-87325242

企业家日报社编辑部

责编:王萍 版式:黄健
企业家日报网: www.zqceo.cn 电子版: www.entrepreneurdaily.cn
官方微博: http://weibo.com/jrwbd 投稿邮箱: cjb490@sina.com


