

# 企业家日报

2026年5月7日 星期四  
 丙午年 三月二十九  
 今日 8 版  
 第104期 总第11733期

国内统一连续出版物号:CN 51-0098  
 邮发代号:61-85  
 新闻热线:028-87319500  
 13811660079  
 全年定价:450元 零售价:2.00元

做中国企业的思想者

## 唱响三首歌 激发“战斗力” 一场经营分析会背后的国企管理突围

■ 本报通讯员 戚威

近日,川煤集团物资产业有限责任公司(简称“川煤物产”)一季度经济活动分析会现场,一句开场白在参会人员中炸开了锅:“部分经营指标未达预期,重点项目建设推进缓慢,部分领导干部责任意识不强、担当精神缺失,需要认真反省。”川煤物产党委书记、董事长杨春直截要害。

四川省国资委一季度经济运行分析会公布的数据显示,今年一季度,四川省属企业实现营收1388亿元、利润总额49亿元,同比分别增长0.9%和91.3%,实现“开门红”。放在全省国资国企向好的大背景下,川煤物产主动“揭短”——这家脱胎于川煤集团司法重整、专司盘活“历史存量”的国企,面对的严峻处境与其母体完全不同。

会场氛围陡然升温。杨春给全体干部职工布置了一个硬任务:高唱《国歌》《国际歌》《咱们工人有力量》三首歌。他给出的解释颇为硬核——《国歌》对应“最危险的时候”,唤醒全员对经营压力的清醒认知;《国际歌》强调“从来就没有什么救世主”,必须倒逼内部挖潜、自主突围;《咱们工人有力量》则要回归制造业与实体经济本色,突出产业工人的主体地位。

唱完这三首歌,耗时不过五分钟。但放在一家包袱沉重的资源型国企坐标里,这是一次文化的再校准,更是一次管理的仪式

化传导。

川煤物产的资产清单上,既有关闭30年的矿井“废地”,也有停运20年的铁路专线,还有遍布省内各地的老旧厂房与废弃厂房屋顶。

2025年,企业交出了一份不俗的盘活账本:累计建成分布式光伏装机16.4MW,全年发电2122.92万千瓦,实现绿电收入905万元;将达州303厂厂区改造为PVC管材生产基地,2025年全年生产PVC管材188.3万米、销售168.2万米,实现收入1323万元;打造“蜀美乐购”电商平台,整合5个县域超1500种农产品,实现销售额1017万元。

然而,今年一季度暴露出来的短板同样被摆上了台面:部分项目推进依旧滞后,应收账款持续攀升,一些干部存在“重汇报、轻实干”的惯性。

四川省国资委已明确部署——省属企

业在六大优势产业和新兴产业中的投资占比需进一步提升,新兴产业投资增长不低于15%,战略性新兴产业投资在2026年要实现同比翻番。宏观任务层层分解到川煤物产,压力显而易见。

“一个存在困难的国企,要有这三首歌歌词里的清醒与决心。”川煤物产党委副书记、副董事长、总经理李正军如是说,川煤物产正在尝试把文化符号转化为管理工具——一种低成本但高韧性的内控路径。

光唱歌,没有刚性制度支撑,仍然是徒劳。会上,川煤物产出台了多项硬举措:严格落实干部不胜任退出机制,清理淘汰“躺平混岗”人员,市场化公开引进紧缺专业人才,刚性执行薪酬与业绩挂钩考核制度;6月底前完成闲置资产地毯式排查并建立数字化管理平台,确保上半年完成全年50%资产盘活任务。

唱歌是为了激发打硬仗需要的“战斗力”。

在四川纵深推进“1+8”重点领域改革的大棋局之下,川煤物产的“唱歌”实践,是一个缩影。这背后,是企业治理逻辑的实质性转变——敢于直面问题的勇气、刀刃向内倒逼改革的决心,以及不把问题留给后来者的执行力。



● 开慧村党总支书记朱有志为乡村CEO易丹(左)颁发聘书。

## 「到最需要我的地方去」 湖南长沙县「一元CEO」易丹乡村振兴札记

■ 本报通讯员 星组轩

杨开慧纪念馆内,一场跨越时空的对话悄然进行;初恋茶馆里,一壶芝麻豆子茶泡开悠悠乡愁。今年“五一”假期首日,湖南省长沙县开慧镇游人如织,镇内景区停车场、临时停车场停满游客车辆。

“初恋小镇”是开慧镇的浪漫别称。作为“初恋小镇”的代言人,易丹对媒体和游客提出的问题,易丹总是笑着回答:“何为初恋”这一问题早已司空见惯,但他从不敷衍,每次都会郑重地援引作家路遥的话来回答:“只有初恋般的热情和宗教般的意志,人才有可能成就某种事业。”而这些年,他也始终怀揣着初恋般的热忱,投身到开慧的乡村振兴建设当中。

作为开慧镇集体经济发展总顾问、开慧村乡村CEO、好相惠创始人,易丹对“初恋小镇”做出了更加丰富的解读。在他看来,“初恋”并非虚浮的文艺注脚,“小镇”也并非单纯的地域名片,前者是他深耕于此的内驱力,后者则是他将愿景变为现实的舞台。于是,人们看到的不是一个空谈概念的企业家,而是一个脚踏实地的行动者。

展+乡村CEO”模式,当年5月,易丹从开慧村党总支第一书记朱有志手中接过乡村CEO聘书。他到任后的第一件事就是主动要求将年薪降至1元,并将剩余的政府补贴用于开慧村乡村建设。对此,易丹解释道:“拿15万年薪,村民会觉得你是来上班的;但拿1元年薪,他们就知道你是来干事的。”这一决定,也成功为他赢得了村民的信任。

当时的开慧村有很多优质特产,但缺乏系统的品牌化建设,市场价值不高,游客来了也只是匆匆过客,没有给当地带来太多经济效益。易丹决定改变这一现状。

易丹和团队整合包装开慧村内茶叶、加工食品、水果3类农副产品资源,上架好相惠销售平台,打通了农特产品销售渠道,实现了“山货出山”。与此同时,针对当地特产有品无牌的窘境,他引入专业团队,通过创意设计提升包装,开发出“摇摇蜂蜜水”等爆款单品,使农特产品实现销量与增值的双重飞跃,迈出农产品品牌化的关键一步。

## 擦亮“中国智造”名片

——浙江科的科技有限公司董事长王立伟的创新之道

■ 特约撰稿 方令航 发自浙江金华



● 图为王立伟(右)在车间和质检员一起检查五一前要打包出口英国的一批洗地机。

最近,在荷兰阿姆斯特丹举行的2026年国际清洁与卫生展览会上,国内商用清洁设备领域的创新代表品牌科的(KEDI)携小型商业洗地机系列集体亮相,向全球专业观众展示了中国商用清洁智造的技术实力与产品优势。

在中国制造向中国创造跨越的浪潮中,众多企业深耕细分赛道,以技术创新为根基、品质坚守为核心,在行业同质化内卷与进口品牌垄断的双重压力下,凭借硬科技与过硬品质擦亮“中国智造”名片。浙江科的科技有限公司创始人王立伟,正是其中一位坚守制造业初心,在商用洗地机行业深耕细作,推动中国制造走向国际市场的实干家。

十五载扎根实业铸初心

作为现代商业清洁的核心装备,商用洗地机广泛应用于机场、商超、工厂、写字楼等各类场景。长期以来,高端市场被海外品牌牢牢占据,国内企业多陷入低端代工、低价竞争的困境,核心技术被“卡脖子”,产品同质化严重、行业乱象频发,成为制约中国清洁设备产业发展的痛点。

王立伟创业之初,中国商用洗地机市场尚处于萌芽阶段:进口设备价格高昂,售后响应滞后,难以适配国内中小商企的需求;而国内小作坊式企业粗制滥造,品质参差不齐,无法提供可靠的清洁

解决方案。正是敏锐捕捉到这一行业痛点与市场机遇,彼时正深耕于园林机械领域的王立伟,毅然跨界投身商用洗地机新赛道,确立“专注小型商业洗地机,打造行业标杆品牌”的发展定位。

“洗地机行业看似门槛不高,但要做好、做精、做出国际竞争力,必须沉下心来搞研发、抓品质、练内功。”这是王立伟常挂在嘴边的话,更是他15年来始终坚守的初心。创业初期,他告别家乡永康,扎根义乌新区从零起步,资金短缺、技术空白、市场不信任等重重困难接踵而至,但他从未动摇过。他坚信,品质是企业的立身之本,创新是企业的发展之魂,唯有坚持自主研发、持续迭代产品,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟,打破进口品牌的垄断格局。

“一个企业的价值,不仅在于创造多少利润,更在于为地方发展、为中国制造贡献多少力量。我们可以走得慢一些,但一定要走得稳、走得远,有时候‘小而精’,反而能走出企业可持续发展的康庄大道。”王立伟的话语朴实无华,却字字铿锵,彰显出一位民营企业家的责任与担当。多年来,他始终秉持“持续技术创新、提供卓越服务、坚守品质诚信”的理念,带领科的科技不断突破自我,从园林机械企业中独立分设,逐步成长为集研发、设计、生产、贸易于一体的综合型企业,在小型商业洗地机领域具有独特的

影响力。

创新为基 从“跟跑”到“领跑”

“在高端制造领域,没有核心技术就没有话语权,更没有市场竞争力。洗地机的核心技术买不来、躲不开,必须牢牢掌握在自己手中。我们不贪多求全,专注做好洗地机这一件事,把这个赛道做精,就是最大的赢家。”15年来,王立伟始终将研发创新置于企业发展的核心战略位置,持续加大研发投入,组建专业研发团队,聚焦小型商业洗地机核心技术攻关,逐一突破多项“卡脖子”技术瓶颈,实现了从行业“跟跑”到“领跑”的跨越式发展。

十年前,他带领团队攻坚克难、潜心研发,成功推出拥有自主知识产权的中国第一代家用洗地机,一举打破海外品牌在国内洗地机市场的垄断格局,填补了国内相关领域的技术空白,为中国清洁设备产业的自主化发展奠定了坚实基础。

在商用洗地机领域,王立伟带领研发团队持续深耕,聚焦高效化、轻量化、环保化三大发展方向,不断推进技术迭代与创新突破。2023年,科的科技成功获得“推磨式智能转向机构”两项国家发明专利,这项关键技术彻底解决了传统洗地机转向笨重、操作不便的问题,实现洗地机360度灵活转向、狭小空间精准作业,技术水平达到国际前沿,产品获得国内外市场的高度认可与广泛青睐。

截至目前,科的科技已累计拥有2项发明专利、32项实用新型专利、29项外观设计专利,专利覆盖洗地机转向系统、清洁效率、机身结构、外观设计等核心领域,逐步构建起完善的知识产权保护体系,彰显了企业强大的自主创新实力。每一项专利的背后,都是王立伟带领团队无数个日夜的反复试验、攻坚克难;每一次技术突破,都凝聚着他对“中国智造”的执着追求与坚定信念。

凭借过硬的产品品质,科的洗地机先后荣获欧盟CE认证、国家质量CCC认证、CCC认证等多项权威认证,产品质量达到国际领先水平,年出货量达5000台套,出口额突破3000万元,出口市场以欧盟国家为主,2025年还获得全球商用清洁与维护行业权威媒体《Cleaning & Maintenance》“新产品奖”,深受国际买家的认可与好评。 [下转 P3]

### 从“单打独斗”到“抱团突围” 乡村CEO带着村集体经济闯新路

2024年初春,在长沙县政协的一次会议上,有人建议易丹去乡村当CEO。“去就去,我要到最需要我的地方去。”他爽快地答应了。随后,他跑遍长沙十几个乡镇,最终被开慧镇吸引,来到了开慧镇开慧村。

当被问到为什么要来开慧镇时,他说:“因为开慧镇不仅好人扎堆,还有‘初恋小镇’这个IP,我想我这几年来沉淀的市场经济知识、经验和团队用来帮助开慧镇打造集体经济。”

然而,现实总比理想复杂,“初恋小镇”的建设同样如是。开慧镇作为典型的农业型乡镇,同样面临着青壮年劳动力流失导致大量土地、房屋闲置和农业生产抗风险能力弱等问题。为破解这些难题,2024年,开慧镇指导10个村(社区)以抱团发展思路成立镇级集体经济总公司,将所辖资源打捆运营,摆脱了单个村“单打独斗”的发展困境。

作为一个公司,员工从哪里来?怎么维持运营?易丹成为“总操盘手”。2024年,借助长沙市选聘乡村CEO的东风,开慧镇首创“集体经济抱团发

### 从“无人种”到“抢着认” “我在开慧有丘田”让撂荒地变成增收田

同时,易丹针对部分农田无人种、乡村建设投入大但农民增收难的问题,联动镇级集体经济总公司推出了“我在开慧有丘田”认养农业项目。该项目以“农田认领+共享经济”为核心,企业或个人按每年8000元/亩的价格认领农田,可获得农特产品配送、农事体验等十项权益。

不到半年,375亩农田被认领一空,带动镇级经济增收300万元,综合消费450万元。其中开慧村集体收入突破200万元,激活民宿、餐饮、研学等业态,形成“一田带全域”的发展矩阵。

2025年5月,“我在开慧有丘田”2.0版上线,推出“一亩三分地回家计划”,将菜地与农房捆绑推出,“认领一丘田,赠送一间房,还可获得专属菜地”,盘活了100多间闲置农房。

在易丹的努力下,开慧镇的农文旅产业取得了显著成效。“我在开慧有丘田”项目实现镇级经济增收800万元,两次为村民发放分红共68.7万元,有效带动农文旅综合消费逾5000万元。 [紧转 P3]



### 河南华惟科技集团 设立企业品牌日

本报讯(记者 李代广)2026年5月4日,河南省华惟科技集团有限公司“企业品牌日”活动正式启动,河南省企业品牌研究会会长程方华、华惟科技集团董事长杨威力等出席启动仪式。

杨威力表示:“企业品牌日承载着我们的发展记忆与品牌理念,是对内凝聚共识、对外传递价值的重要载体。它是呼应国家‘中国品牌日’战略,更是我们走品牌强企之路、践行企业使命的具体行动,是我们对发展的敬畏、对责任的坚守、对未来的期许。”

杨威力表示,品牌不是口号,而是日复一日的坚守;品牌不是单次活动,而是长期的战略践行。今天,我们共同见证华惟品牌日的荣光;明天,我们更要以品牌为引领,坚守初心、勇担使命,深耕大健康领域,打磨优质产品、传递品牌价值。



### 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。

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/rwdb 投稿邮箱:cjb490@sina.com

