



“专班”护航 让企业发展无忧

崇州市擘画“低空经济”新蓝海

□唐海龙 本报记者 李祥文 / 图



近日，在四川崇州经济开发区成都崇州青崇航空科技产业园内，伴随智能设备启动运行的指示灯亮起，四川旋杰智能科技有限公司(以下简称“旋杰智能”)宣布正式投产。这不仅标志着这家专注于智能无人系统算法验证与训练的高新技术企业在成都开启了新的发展征程，也为崇州市打造“成都航空(低空)装备先进制造业集群协同发展区”注入了强劲动能。

投产：智能“教练”上线 赋能低空经济

走进旋杰智能无人系统测试训练基地，只见白色的工业机械臂在灯光下不断摆动，传感器同步运转，捕捉着每一次动作的关节角度、末端位姿与受力数据。

“这是我们数据采集的一个环节，现在正在采集的是人如何刷鞋子的，我们把数据采集后，后期就可以进行训练和应用。”旋杰智能总经理朱亚夫介绍，通过技术工人的“指导”，机械臂开展各项工作，采集真实数据，为后期应用于各个场景增加“智慧大脑”。

旋杰智能于2025年7月将总部迁至崇州航空科技产业园，并在

园区内布局智能无人系统综合验证与训练平台项目。公司以“让无人系统更安全，让机器决策更智能”为使命，深度聚焦智能无人系统与具身智能技术研发。

其核心业务是为低空经济、具身智能、安全检测、高端装备制造等领域提供集“智能无人系统算法验证与训练平台”于一体的整体解决方案。同时，通过融合数字孪生与虚实结合技术，构建“演练、训练、验证、评估”全链路一体化发展新生态。

速度：“专班”护航 让企业发展无忧

作为青崇航空科技产业园2026年重点推进项目之一，旋杰智能崇州基地建设(即“四川旋杰人工智能实训平台”)在短时间内实现快速推进：厂房按期交付，部分场景搭建已经完成并投入测试运营。据悉，该公司已与国内多家知名企业开展场景测试合作，预计2026年全年产值达到3000万元，带动周边低空经济与具身智能产业应用产值过亿元。

“2025年7月，得益于成都市

业部门的全周期专班服务，企业从签约到投产仅用时11个月，较原计划提前半年，实现总部整体迁址崇州。”

旋杰智能项目的快速落地与投产，离不开崇州市在服务重大项目上的“崇州速度”。“从项目签约到厂房交付再到投产，整个过程都感受到了园区无微不至的服务。”朱亚夫表示，“我们被崇州全力以赴的营商环境与专业的航空产业规划深深打动，特别是项目落地后‘一对一’的专员服务，为我们及时、高效解决了一系列要素保障问题，让我们能够心无旁骛抓建设、抢进度，确保项目早日投产达效。”

朱亚夫提到的“专员服务”，正是青崇航空科技产业园保障重点项目推进的常态。产业园建立全周期监测调度机制，力促“园区事园区办”，从而将产业项目在行政审批、配套设施等环节的“堵点”“难点”进行前置式化解。

布局：链上发力 构建空天产业格局

旋杰智能的投产只是崇州市系统谋划、布局航空航天产业的一个缩影。

据悉，2024年成都市青崇结对联动工作开展以来，崇州规划了占地2.7平方公里的青崇航空科技产业园。园区确立了以“航空材料、发动机、无人机(低空)、卫星整星及应用”为重点的产业赛道。

截至目前，园区引了包括中发天信(航空发动机科研制造与高空试验创新中心)、国星宇航(AI算力卫星“星算计划”)总部、已建成3D打印卫星结构产线、成都方硕复合材料等在内的重点企业40余家，初步形成涵盖“上游原材料及设备—中游航空零部件/组件/结构件—下游整机总装与运营服务”的产业格局。2025年，规模以上(限额以上)企业达12家，实现营收9.7亿元，同比

增长32.9%，成为成都市内这一领域增速最快的新锐增长极。

从配套“国家队”龙头企业做起，崇州市致力于发挥“青羊研发+崇州制造”的产业空间协同优势。与此同时，一批公服配套、基础设施项目也在同步加速：金鸡湖邻里中心、金鸡湖配套服务项目将补齐园区的商业与生态服务短板；中发天信110kV供电专线、35kV电力线路迁改等工程则夯实了产业发展硬件基石。

展望：依托空域资源 擘画“低空经济”新蓝海

崇州市的航天航空(低空)产业蓝图，远不止于“制造与测试”。园区正充分发挥“空域”“场地”等独特自然资源禀赋优势，积极布局立体化、全链条的产业链条。

在低空经济方面，园区立足“两湖两河”(明湖、金鸡湖、白马河、黑石河)生态空间规划打造低空综合示范区，积极对接民航西南地区管理局，逐步拓展真高2000米以下的立体空域资源，构建“整机制造、测试试飞、维修检测、场景应用”一体化的功能体系，为无人机、eVTOL(电动垂直起降飞行器)等低空装备产业发展提供理想的飞行与应用测试环境。

“我们正致力于将区域内的低空资源优势，转化为推动产业集群发展的核心竞争优势。下一步，园区将继续坚持精准、科学的产业链招商，瞄准中核系引育标志性、引领性项目，形成带动效应；加快打造集研发设计、制造维修、测试展览等于一体的航空(低空)特色专业楼宇；用好在项目服务中形成的行之有效的机制，保障所有落地的重点项目都能早开工、早投产、早见效，到2030年，推动航天航空(低空)产业链实现营收突破百亿级。”青崇航空科技产业园相关负责人王用说。

主办单位：西南商报
支持单位：四川省工商联(商会)

“暖企驿站”助力民营企业加速快跑

绵竹市正式发布“暖企驿站·同心+”服务品牌

□罗天琪 本报记者 李鹏飞文 / 图



为持续优化营商环境，护航民营经济发展，近日，四川省绵竹市正式发布“暖企驿站·同心+”服务品牌。品牌整合同心咖室、同心窗口、同心匠坊、同心基地、同心商汇五大板块，是绵竹市统筹涉企服务、集聚产业资源、破解服务碎片化问题、打通民营经济服务“最后一公里”的创新举措。

据悉，“暖企驿站·同心+”服务品牌锚定“同心暖企”核心理念，搭建立体化服务体系。依托绵竹市政务服务中心企业综合服务专区、市公共实训基地、统战之家三大平台，统筹行政审批、技能培训、联络联谊功能，为体系运行提供专业化、系统化支撑。以绵竹高新区、德阿园区企业2个服务驿站为载体，聚焦项目审批、要素保障等精准服务，助力产业高质量发展；依托全市12个镇(街道)商会建站布点，同步在N家重点企业、小微园区延伸服务网点，常态化落地政策宣讲、诉求归集、银企对接等便民惠企举措，实现服务全域覆盖。

依托现有资源，该品牌细分五大“同心+”子项目，并配套落实“专员负责、四级联动、季季见活动”工作机制，保障驿站常态运转、精准暖心。其中，绵竹市政务服务中心企业综合服务专区

变身“同心窗口”，整合全部涉企业务，实行一窗受理、专人跟进，实现“企业点单、窗口派单、部门接单、企业评单”闭环办事模式；绵竹市公共实训基地打造“同心匠坊”，紧扣企业用工短板，推出订单式培训、技能比武、工匠培育项目，为民营企业打造高素质的产业工人队伍；统战之家打造“同心咖室”，常态化开展政企座谈、行业沙龙，在轻松交流中收集解决企业发展诉求；在绵竹高新区、德阿园区、新市工业园布局“同心基地”，聚合项目审批、要素保障、金融对接、法律咨询等功能，打造园区企业赋能枢纽；各镇(街道)商会打造“同心商汇”，把惠企服务下沉至企业家门口。

“暖企驿站贴心落地各类惠企举措，能切实帮助企业纾困解难，让我们民营企业发展更有底气、更有信心。”四川豪特森包装印务有限公司总经理杨帆说。

下一步，绵竹市将以“暖企驿站·同心+”服务品牌建设为总抓手，统筹多方资源，打破部门、行业、区域壁垒，构建一站式对接、全周期服务、精准化赋能、闭环式落实的服务体系，推动服务从被动接件向主动靠前、从零散帮扶向系统赋能转变，助推全市民营经济提质增效、稳步快跑。

小小直播间 撬动大产业

贵州黎平以数字化手段打通农产品外销堵点

□杨武彩 姚进忠 本报记者 王建武

小小直播间，撬动大产业，实干赋能新振兴。近日，贵州省黔东南苗族侗族自治州黎平县官方组建的村播助农团走进中潮镇黄堡村合团冲小组，开展首场下乡助农直播活动，以数字化手段打通农产品外销堵点，用真抓实干破解山村产销难题，为乡村振兴注入鲜活数字动能。

为落实国家“数商兴农”工程及农村电商高质量发展相关部

署，黎平县立足乡村发展实际，科学整合商务、乡村振兴等部门资源，创新搭建“政府主导、部门协同、达人助力”的立体化助农平台，精准释放政策红利，切实为民造福，让惠农政策落地见效、惠及千家万户。

合团冲小组地处深山，交通不便、信息闭塞，村内优质笋干、绿皮黄豆、土鸡蛋、干辣椒等原生态农产品品质优良，却因销路受限难以变

现。针对山村发展桎梏，黎平村播助农团打破传统直播模式，走出固定演播室，把直播间搬进农家院落、田间地头，以接地气的乡音唠家常、讲农事，全景展示农产品种养、加工全过程，用真实场景拉近与消费者的距离，筑牢产销信任纽带。

本次首场直播创新采用“官方账号+本土达人”双矩阵联动模式，依托官方平台公信力与达人流

量优势，实现精准引流、高效转化。首场系列直播共开播4场，让深山土货走出了大山、销往了全国各地，切实拓宽了农户增收渠道。

据悉，此次直播为黎平县常态化数字助农拉开序幕。下一步，当地将健全长效助农机制，深耕“一村一品”特色产业，培育本土乡村直播代言人，持续激活乡村数字经济潜力，全力打造黔东南数字助农、共同富裕示范样板。

广元市朝天区中子镇多措并举打通销售链路

枇杷产业铺就乡村振兴“甜蜜”路

“快看秤，这个果子比大鸡蛋都还大。”“轻点放，装进包装箱里，每箱称足，客人等着要呢。”……6月5日上午，四川省广元市朝天区中子镇小屯村的枇杷种植大户张玉波正和家人将刚采摘下来的枇杷分拣、装箱。

忙碌的同时，张玉波的手机也不时响起。“今天一早就有客商联系订货，我们得赶紧采摘一批装车发货。”张玉波一边忙着查看果品质量，一边介绍，这两年他家陆续发展了30多亩枇杷，全部都是“大五星”品种，其中20多亩已进入丰产期。“今年天气好，雨水充足，预计能采摘上百万斤。”张玉波一脸笑意。

而在宣河村的永全家庭农场，同样也是一番热闹场景。山间，阳光透过连片繁茂的枝叶洒落下来，金黄饱满的“大五星”枇杷缀满枝头，果香浓郁，沁人心脾。一早便有三五成群的游客慕名而来，登山赏景、采摘鲜果、品尝农家美食，沉浸式体验乡村田园风情。“一路上来的风景很不错，山清水秀，空气也好。尝了他们家种的枇杷，味道很棒，农家饭也煮得很好吃，主人家热情好客，体验感很不错。”游客梁虹一边摘枇杷一边赞不绝口。

“我们农场种植面积有七八十亩，种了李子、枇杷、水果柿等，从夏到秋都有果子采摘。”永全家庭农场负责人樊文文介绍，游客来了不仅可以采摘鲜果，还能吃到现摘现做的地道农家菜。她告诉记者，农场还计划进一步改善果园里的采摘道路和灌溉系统，让游客能有更好的采摘体验，提升果子的品质。

中子镇的枇杷之所以品质

出众，离不开其得天独厚的自然条件。小屯村海拔适宜、生态优良，沙质土壤十分适合枇杷生长。目前全村枇杷种植面积已达上千亩，其中500亩已进入盛果期。为破解果品销售难题，助力农户丰产增收，村上多措并举打通销售链路，让优质枇杷走出深山、走向市场。

“今年，我们主动想办法，通过短视频宣传、直播、对接经销商等多种渠道，多管齐下帮农户把枇杷卖出去，确保丰产又增收。”小屯村党支部书记李建林表示，下一步，村里还计划发展林下养殖产业，进一步拓宽乡亲们的增收路子。

与传统的种植销售模式不同，该镇宣河村的永全家庭农场走出了独具特色的农旅融合之路。游客不仅可以到农场亲手采摘鲜果，还能欣赏独特的喀斯特地貌景观，品尝地道的农家饭菜。这种沉浸式的乡村体验，吸引了越来越多的城里人走进乡村，既带动了果品销售，也提升了当地旅游人气。

从精耕细作种好果树、提质创优做好果品，到多元销售打响品牌、农旅融合留住客源，中子镇的特色产业链条不断延伸、业态持续丰富。据了解，该镇核桃花产量已稳定在6000吨以上，枇杷、蜂蜜等小水果年产值超过200万元。

一颗颗金黄饱满的枇杷，既让外地游客尝到了中子镇的“甜蜜”味道，更让当地群众实现了增收。特色小水果产业已成为该镇富民兴村的“甜蜜产业”，为乡村全面振兴铺就了一条甜度满满的致富路。

杨青鹏 冉金鹭

从一家店到一个生活圈

永辉涪城万达店让品质零售触手可及

□本报记者 吕捷

6月5日，永辉超市绵阳涪城万达店(以下简称“永辉涪城万达店”)迎来学习胖东来模式调改一周年庆典，并首次完整呈现第二阶段调改的场景化落地成果。一年前，这家扎根四川省绵阳市十多年的老店焕新重启；一年后，这家老店用实打实的一日三餐好商品，给出了一张“商品力”答卷——从现烤烘焙到鲜活水产，从现制包点到轻食果切，门店用“十大场景”把品质零售变成了可品尝、可比较、可带走的具体商品，让日常烟火触手可及。

品质零售 藏在每一份日常烟火里

调改一周年之际，永辉涪城万达店首次完整呈现第二阶段调改的核心成果——十大健康场景。现烤烘焙坊、鲜食包点坊、轻食能量站、海味厨房、市井小吃街、卤味食集、缤纷果坊、原切肉铺、鲜活水族馆、健康鲜蔬园……十大场景不是印在招牌上的漂亮名字，而是从烘焙、小

吃海鲜、蔬果，每一个场景都对应着真实的一日三餐，让“品质零售”四个字变得可触摸、可品尝。

最先感受到变化的是每天买早餐的上班族。过去超市烘焙区多是预包装长保产品，如今换成了新鲜现烤、无添加的包点糕点。一位常客直言：“以前买面包要去专门的烘焙店，现在超市顺手就买了，价格便宜一半，新鲜一点不差。”隔壁的鲜食包点坊里，酱香饼现煎现切、包子现蒸出炉、水饺现包现煮，三款单品撑起了早餐和简餐的烟火气；市井小吃街再往前延伸一步，汇集手工飞饼、水果麻糍等地道小吃、放学接孩子、周末逛店，随时能吃上一碗热乎的。从生鲜食材到即食热食，永辉涪城万达店用丰富的加工商品覆盖了家庭早餐、简餐和下班后的即时消费。

对深处内陆的绵阳人来说，最大的惊喜来自鲜活水族馆与海味厨房。鲜活小龙虾、明虾，以及石斑、东星斑等中高端海水鱼，如今都成了货架上的常客，品质不输沿海。更关

键的是，海味厨房提供现代加工，方便带回家，彻底解决了内陆家庭“会买不会做”的痛点。“鲜活有保障，加工更省心”——让海鲜从“偶尔尝鲜”变成了“想吃就吃”。

面向年轻家庭和年轻人群，轻食能量站用自制低卡蔬菜沙拉作为核心单品，搭配寿司、三文鱼、三明治，一站配齐健康简餐；缤纷果坊则把鲜切水果做成了独立商品，免费清洗、鲜切、榨汁，买完就能吃、带着就能走。原切肉铺主打原切牛肉和原切猪肉，拒绝拼接调理，部位清楚、纹理可见；卤味食集汇集热卤冷吃，下酒佐餐一站买齐；健康鲜蔬园以日清标准运营，叶菜、菌菇、净菜品类齐全，每一份蔬菜都在传递“鲜”的价值。

从现烤蛋挞到鲜活小龙虾，从现包饺子到原切牛肉，每一个场景都有自己拿得出手的大单品。从“有得卖”到“卖得好、卖得鲜、卖得值”，十大健康场景的首次亮相，标志着永辉涪城万达店已经从“民生超市”走向了“品质零售”的深水区。

从一家店到一个生活共同体

如果说十大场景回答了“卖什么”的问题，那过去一年里的点滴变化，则在回答“为谁而做”。

“真的不一样了。”这是过去一年里，门店老顾客说得最多的一句话。这份“不一样”，既在货架上，也在细节里，更在人与人的连接中。

服务的打磨藏在看不见的地方。裱花蛋糕柜的改造是一个缩影——门店将开放式冷藏陈列柜高度调至55-60厘米，方便孩子也能轻松看到柜内蛋糕；四周玻璃改为弧形防撞设计，让小朋友挑选时多一份安全。

服务的温度，源头在员工。过去一年，绵阳各门店实现了员工分红，让每一份付出都有实实在在的回报；同时定期举行顾客座谈会，把倾听变成习惯。

从商品力到服务力，从善待员工到赢得顾客，从一家门店到一个社区生活圈——永辉涪城万达店正在用实实在在的改善，融入绵阳人的每一天。