



“食尚漯河 嗨购双节”活动在漯河市民之家广场举行

一座名城 一个平台 六亿跨越

——豫中南数字产融平台的年度成长纪实

(上接01版)

速度答卷：三个月上线，一年破六亿

时间回到2024年金秋时节，一场意义非凡的签约仪式为漯河食品产业的数字化升级埋下了伏笔。

2024年9月13日，漯河投资集团与京东集团正式牵手，达成合作协议——双方决定联合打造豫中南数字产融平台。在不少人眼中，这或许只是一次常规的政企携手，但两家单位的此番合作从一开始就锚定了产业破局升级的清晰目标。

“签约只是合作的开始，真正的考验在落地。”12月22日，豫中南数字产融平台董事长郭夏蒲在接受采访时坦言，项目启动之初，难题便如潮水般涌来：如何在短时间内完成市场调研、系统开发、商户入驻等一系列繁杂工作？如何平衡技术标准与漯河本地企业

的实际需求？如何避免重蹈过去部分平台“投入大、收效微”的覆辙？

答案只有两个字：实干。

需求调研、系统开发、功能测试……各项工作压力推进，没有丝毫懈怠。“时间紧迫，团队几乎是连轴转。”一位参与初期开发的工程师回忆说。仅仅三个月，豫中南数字产融平台就从一纸蓝图变为现实，于2024年12月27日如期上线。更令人振奋的是，平台运营仅87天，综合交易额便突破了1亿元大关。

速度的惯性还在持续。

2024年12月24日，万达广场旗舰店开业；2025年4月26日，迎宾馆形象展示店开业；5月16日，中国食

品名城品牌馆开业；9月26日，郑州海容店开业，中国食品名城品牌馆成为区域公众品牌新地标；10月10日，平台完成集团化升级，注册成立集团公司及3家子公司，构建起“商贸+供应链+物流”三位一体的专业化运营体系，为产业赋能提供了更坚实的架构支撑。

截至2025年12月26日，平台入驻企业达1786家（其中食品类企业1110家），商品超75万种，全网用户突破60万，累计完成订单80多万单，总交易额突破6亿元。短短一年，豫中南数字产融平台交易额完成了从零到六亿的跨越，实现了从单一交易平台到产业生态枢纽的蝶变，树立起传统产业向数字化转型的漯河标杆。

融合实践：打通供需内外双循环

“以前我们采购面粉、白糖都是小批量分散采购，价格高且供应不稳定。如今，通过平台集中采购，成本下降3%，一年可节省近百万元。我们把这笔资金投入产品研发，市场竞争力进一步提升。”豫鼎源食品企业负责人曹现立说，企业是平台融合赋能的直接受益者。

融合，是豫中南数字产融平台的核心基因。它打破了传统食品产业中供给与需求、线上与线下、本土与国际的无形壁垒，用数字化的纽带织就了一张覆盖全产业链的生态网络，产业各环节实现了高效共振。

在供给端，平台瞄准食品企业的核心痛点，打造“集零为整+订单合并”的集采模式。“漯河有上千家食品企业，很多中小企业采购量小，在与供应商谈判时没有话语权，原材料成本居高不下。”平台供应链负责人高昌明介绍，为了解决这一难题，平台主动对接京东、中粮、益海嘉里、嘉吉等头部供应商，将分散的采购需求整合起来，形成规模化采购优势，让中小企业也能享受到大厂的采购价格。2025年，通过集中采购帮助本地企业平均降低原材料成本1%至5%，年节约采购支出超2000万元。

在需求端，平台聚焦市民消费与企业福利需求，构建了多元化的消费场景，让产业红利真正惠及民生。“我们设立市民福利商城和工会福利专区，联动中国食品名城品牌馆，推出线上选品+线下提货、定制礼盒+积分兑换模式。”平台运营负责人兰硕鹏介绍，2025年累计发放消费券及工会福利超500万元，撬动

市民消费超1250万元，惠及职工家庭1万余户。供需两端的精准对接，实现了大宗采购降成本、市民消费得实惠的双向共赢，形成了良性互动闭环。

线上与线下的深度融合，为产业生态插上“双翼”。2025年5月16日，第二十二届中国（漯河）食品博览会开幕，中国食品名城品牌馆同步开馆。这座建筑面积超5000平方米的场馆作为平台线下体验主阵地，快速完成4次迭代，汇聚800余家企业、1100多个品牌、超1万款单品，设置产品展示、试吃、直播等功能区域，实现“所见即所得”。截至2025年底，品牌馆累计接待政企客商300批次、市民超80万人次，直接带动线下消费500余万元，推动大宗商品交易成交1亿元。线上渠道则让漯河食品的影响力突破地域限制。他们在六大主流电商平台构建“食全食美漯河在其中”品牌全域推广体系，线上通过抖音、快手等六大平台开展活动200余场，实现销售额1500余万元；成功打造舞粮三色杂粮馒头等十余款爆品，其中“舞粮三色馒头”连续4天日销破万单，累计销量超百万单，成功跻身平台零食热销榜前列。

本土与国际的双向奔赴，让“漯河味道”飘香全球。国内市场，平台链接本地150多家企业的1600多个授权产品，对接“京东企业购”“阿里1688”等渠道，打入大型集团采购体系，更与浙江临掌柜集团签署2000万元首期采购协议，融入长三角供应链；通过十余场国内重点展会及“全国行”活动覆盖13个重点城市，助力双汇、卫龙等品牌全国声誉提升35%以

上。国际市场，平台联合海外机构帮助企业办理出口备案、报关报检等手续，2025年11月完成出口备案，推动漯河食品进入俄罗斯Lenta等国际连锁超市，为拓展“一带一路”沿线市场铺路。

成长密码：从工具到生态的跃升

“平台的成长不是孤军奋战，而是市委市政府高位推动、部门协同发力、企业积极参与的结果。我们就像一颗种子，在漯河肥沃的产业土壤里沐浴充足的阳光雨露，才得以快速生根发芽、枝繁叶茂。”豫中南数字产融平台总经理任江鹏深有感触地说。

从功能性工具到生态级枢纽，平台的成长离不开政策的精准滴灌、服务的持续升级和品牌的价值跃升，每一步都坚实有力。

服务升级是生态繁荣的“滋养液”。“平台的核心竞争力在于让企业‘进得来、留得住、做得大’。”任江鹏说，平台确立“全要素服务”理念，整合物流、金融、营销、技术等资源，提供一站式赋能。金融方面，对接京东金融、中原银行等机构，获2.45亿元融资额度；营销方面，拿下抖音、小红书等平台省级代理资质，联合墨雅广告、千川等服务商，为食品企业提供流量采购、店铺托管、内容创作等一站式数字营销服务；物流方面，规划建设豫中南食品产业云仓中心，建成后将使物流时效提升30%、仓储成本下降15%；人才方面，与高校共建实训基地，年培训电商人才超500人次，培育30余名本土带货达人，其中15人粉丝超10

万。

品牌跃升是生态成熟的“金名片”。“以前提到漯河食品，大家只知双汇、卫龙。现在通过‘食全食美漯河在其中’公共品牌，更多本土食品企业被熟知。”任江鹏介绍，2025年平台打造“漯河好礼尊礼”礼盒并荣获河南省特色旅游商品大赛银奖；通过线下多载体投放和线上全方位推广，品牌辐射能级不断强化，全网曝光量超1.2亿次。平台的成果获得广泛认可：获评河南省创新型中小企业、入库国家科技型中小企业，入选漯河市全面深化改革典型案例，并登上英国权威行业媒体《The Grocer》专版。

谈及2026年的发展蓝图，郭夏蒲眼中满是希望：“2026年，我们将聚焦B2B、B2C、企业服务三大板块向10亿元收入目标发力，持续拓展海内外供应链，做大做强大宗供应链业务，与头部平台深化合作打造爆款，做精做优品牌产品销售业务，拓展广告流量服务并打造‘新品首发’品牌，做深做专企业服务市场；同时高标准承办第二十三届中国（漯河）食品博览会，加快推进数据要素先行区建设，进一步放大平台生态效应，为‘中国食品名城’品牌增值赋能。”

时间的刻度，丈量着成长的速度；生态的织就，见证着融合的深度；价值的跃升，镌刻着成长的高度。豫中南数字产融平台用一年时间证明：数字化转型不是遥不可及的概念，而是赋能产业、激活消费、提升品牌的现实力量。未来，这个不断成长的数字生态枢纽必将为漯河食品产业高质量发展注入更强劲的动力，让“中国食品名城”的金字招牌更加熠熠生辉。

本版图片由豫中南数字产融平台提供



中国食品名城品牌馆与浙江临掌柜集团达成合作



豫中南数字产融平台与天津荣程集团共同举办选品会



德国代表团参观豫中南数字产融平台



开封市通许县领导参观中国食品名城品牌馆并与相关人员座谈



电商直播大赛



品牌馆签约



市民在品牌馆内选购产品



市民在中国食品名城品牌馆展区选购商品



高质量发展 进行时