

把习近平总书记的殷殷嘱托全面落实在重庆大地上

重庆日报
2020年9月25日 星期五
编辑 王毅均 美编 乔宇

聚智聚资聚力助推重庆文旅发展

重庆文旅会10月中旬开幕,设10大主题展区,线上线下同步开展

本报讯(记者 韩毅)双线会展,流光溢彩云端;文旅融合,惠民诠释生活美学。9月24日,来自重庆文旅会组委会的消息,2020重庆国际文化旅游产业博览会(以下简称“重庆文博会”)将于10月中旬开幕。重庆文旅会将设10大主题展区,采用线上线下相结合的方式开展,届时还将举行成渝双城高峰论坛文旅融合峰会等重磅活动。重庆文旅会将以文旅增强城市发展能级,助力成渝地区双城经济圈建设,提升城市国际影响力。

十大展区

尽显文化旅游锦绣新篇

据介绍,本届重庆文旅会是由原重庆国际文化产业博览会融合升级而成,由市委宣传部、市文旅委指导,重庆日报报业集团、重庆悦来投资集团主办。

重庆文旅会以“文旅交流、文旅交易、文旅交融”为宗旨,“融合文旅、展望未来”为主题。线下展览将于10月15日-18日在重庆国际博览中心北展馆举行,主题展览规划为3万平方米,共分10大主题展示区域。

其中,“双晒”融合展示区,将集中展示全市区县“双晒”第二季大型文旅推介活动成果;文旅融合互动区展现文旅+教育、文旅+金融、文旅+科技,以沉浸式体验为主,带领观众领略智慧文旅;动漫游戏体验区,以热门游戏竞技、cosplay真人秀、汉文化情景秀等为主,吸引游戏、动漫爱好者参与互动体

验;非遗工艺美术区以“民间传承、弘扬文化”为主题,将集中民间传统手工技艺及非物质文化遗产保护成果,并同时举办“工匠杯”作品评选,打造和弘扬中华民族文化品牌;生活美学艺术区以“文化创意、引领时尚”为主题,将展示现代、时尚和创意的文化产品和艺术品,推动中国时尚设计产品和书画艺术作品走向世界。此外,还有“一带一路”交流区、川渝城市示范区、产业主题创新区、艺术文化展示区、演艺文化展示区。

除了展示展览,本届重庆文旅会还将举行成渝地区双城经济圈文旅融合高峰论坛暨第三届T12中国西部文旅产业发展峰会、“文化与旅游产业发展”系列主题峰会和推介会主题活动等,聚智、聚资、聚力重庆文旅高质量发展。

双线会展

三大特色亮点不容错过

“相比往届文博会,本届重庆文旅会凸显出了三大特色亮点。”组委会相关负责人称。

第一,强化了成渝地区双城经济圈的文旅交流合作,打造了川渝城市示范区展区。该展区以“国家战略、双城互动”为主题,展览面积达3000平方米,以成渝两地毗邻交织的一体化城市发展为重点,突出文旅合作、突出一体化发展,协同展示成渝城市群文化旅游产业创新发展成果。同时亮相的还有我

国西部重点省(自治区)、长江经济带城市和沿海城市的文旅成果等。

同时,重庆文旅会还将邀请国内文旅界及川渝两地知名专家、学者等进行主旨演讲、圆桌沙龙,探讨成渝地区双城经济圈建设及文旅融合与新时代产业发展的趋势,将重庆文旅会打造成为落实国家战略的新平台和展示新时代改革成就的文旅名片。

第二,精心展示全市区县“晒旅游精品、晒文创产品”系列成果,全市各大区县将把散落在民间的精品、绝艺都提炼发掘出来,在现场进行展示、销售。

第三,首次打造“云上文旅博览会”,积极探索“双线会展”模式,打造线上展示、交流平台,展商可及时更新展品动态,与全市区县“云上文旅”联动,构建起全市区县文旅网上推介平台,促进线上交易。

此次重庆文旅会线上展出时间为10月12日至10月31日,将带在线上参会者沉浸式体验;利用数字展馆技术,将线下展馆同步搬到线上,将展位区块化,进行分类同步展示。“云上文旅博览会”不是简单地把线下会展搬到线上,也不仅是把线上线下打通,而是以线上线下双轮驱动,延展展出包括“线上助展”和“智慧场馆”两大板块的更多创新服务。其中,“线上助展”包括预约登

记、直播展销、数字展馆、会议直播等;“智慧场馆”涵盖智能引导、智慧出行等。

刺激消费

提升城市国际影响力

今年,受新冠肺炎疫情影响,文化旅游产业遭受前所未有的冲击。目前,随着国内疫情防控持续向好,提振和复苏文旅消费是一项重要任务。本届重庆文旅会的举办,将促进文旅产业交易、交流,带动文旅产业高质量发展,推动巴蜀文化旅游走廊建设,助力成渝地区双城经济圈建设。

值得一提的是,在本届重庆文旅会线下展览中,主办方专门设置了“一带一路”交流区,展览面积达1000平方米。众多“一带一路”沿线国家驻华大使馆和驻蓉、驻渝总领事馆纷纷参展,包括立陶宛、日本、澳大利亚、匈牙利、巴基斯坦、乌拉圭、捷克、以色列等国家,以及上海合作组织等国际组织,展示类别涵盖各国传统工艺美术、创意设计、非物质文化遗产、文化旅游、文化教育、影视演艺等内容。

他们的参展,不仅会给展会增添更多国际元素,也有利于我们做大“朋友圈”,提升城市的国际影响力。



参展中外摩企超过500家,展品覆盖全产业链,产品门类为历届之最——

摩博会为重庆摩企带来什么

□本报记者 夏元 杨骏 白麟

9月22日,为期4天的第18届中国国际摩托车博览会(以下简称“摩博会”)在国博中心闭幕。

作为国内唯一的国家级摩托车专业展会,也是全球摩托车行业规模最大的展会之一,在今年米兰摩展因新冠肺炎疫情影响停办的情况下,本届摩博会广受国内外关注——参展中外摩企超过500家,展出规模为历届之最,观展观众众多,仅参展摩托车俱乐部就有500家,不少观众更是从全国各地骑行赴会,另外参展展品覆盖摩托、电喷、轮毂等全产业链,展出产品门类亦为历届之最。

一届盛况空前的摩博会,为重庆摩企带来了什么?对此,重庆日报记者展开采访。

展会热:摩博会成行业风向标

9月21日下午3点,经过近半个月的骑行,孙宗伟终于抵达重庆国博中心。“这就是一场‘朝圣’。”孙宗伟从浙江温州骑行而来,他说作为摩托车发烧友,这是一场必须奔赴的盛会。

00后摩托车发烧友陈钱松,从四川达州骑摩托前来观展。连续4天,他现场观摩多场摩托特技表演,大饱眼福。

“今年展会确实火爆!开幕当天我光等候进场就花了两个小时。”哈雷车主会重庆分会会长陈海荣感叹。

摩博会上,参展摩企同样获得满满——在宗申动力展台,30多款参展摩托车款款受青睐,900多平方米的展台每天都挤得水泄不通。火爆人气自然带来可观收益,宗申摩托现场销售额比上届展会翻了一番。隆鑫通用旗下的无极机车亦吸引了众多眼球,现场发布的3款新车型,每款销量均超过200台。

展会上,摩托车配套产品同样颇受欢迎,作为一家销售头盔、服饰等配套产品的品牌,LS5已连续参加5届摩博会,其展台负责人王延飞说,今年展会观众至少比以往多出一倍。

他认为,摩博会人气火爆,得益于年轻群体对摩托车认可度提升,特别是大批量、休闲娱乐款车型在本届摩博会上广受追捧,这与当前摩托车消费市场需求相符,同时摩博会也正成为行业风向标。

不少参展摩企人士均表示,此前摩托车行业发展遭遇瓶颈,是行业转型发展阵痛期。今后,更加个性化、娱乐化的中高端排量摩托车,将成为行业消费主流,完成产品更新换代后的摩托车市场前景值得期待。

研发多:“重庆造”摩托车进军中高端市场

“‘重庆造’摩托车廉价到论斤卖了”,作为重庆工业金字招牌的摩托车产业,曾一度给消费市场留下低质低价印象,不过,如今重庆摩托车的身价“涨回来了”——隆鑫旗下无极品牌中的大排量摩托车,价格区间在4万元至5万元,力帆摩托KP系列的主力车型需要排队

永川“数字审计”刷新审计核查速度 审计效率提升近70%

本报讯(记者 颜安 通讯员 龙远信)过去,10个工作日内,审计人员完成1000条信息核查就疲惫不堪,如今却能在3865条数据的核查。是什么刷新了审计核查速度?9月22日,重庆日报记者从永川区获悉,该区大力推进“数字审计”,开发运用在线核查工具,实现在线审计疑点核查,让审计人员不再来回跑,实现了一键流程再造,审计效率提升了近70%,成为重庆数字化审计的首创。

今年上半年,永川区审计局要完成2019年70个部门预算执行和财政财务收支审计任务,涉及单位多、位置分散、核查结果归集难,又恰逢新冠肺炎疫情期间,要如期完成审计工作,审计核查就是最大的堵点。永川找到的解决办法就是:让数字多跑路,让审计人员少跑腿,走数字化核查路子。

其实,早在2017年,永川区审计局便开启了探索应用大数据的审计模式。然而,审计人员对大量数据采取分散实地核查、取证,效率较为低下,

提货,宗申推出的森蓝锂电池高端摩托车市场反响同样积极……

本届摩博会上,这些“重庆造”摩托车新品一经亮相,无不受观众追捧。

随着摩托车消费需求升级,“重庆造”大排量摩托逐渐受到市场青睐,而以前这部分中高端市场几乎是外资及合资品牌“领地”。如今通过研究消费市场,尤其是加大研发力度,推动产品转型升级,本地摩企逐步进入并占有了这一市场——虽然“重庆造”摩托车中高端产品数量不算多,但售价都在1万元以上,最高为5万多元,其利润是传统摩托车数倍以上。

种种迹象表明,重庆摩托车企业通过积极投身研发和转变增长方式,正在逆势突围。

过去,市场上每出现一款好卖的产品,便会引来多家摩企仿制,造成产品雷同、缺乏特色。而现在,不同摩企在前端研发和产品定位时就追求多元化,加上精制造、重营销,从发动机、主打技术到市场卖点各不相同,逐步实现差异化竞争。

“比如,以前重庆摩企在海外市场主要靠贴牌生产,而现在越来越多的企业开始转型为自主设计。”隆鑫通用摩托车事业部副总经理胡泊表示,当企业不再靠几款仿制的低价车打市场,而是发展智能制造,推出更多自主研发产品时,便能够在市场上掌握更大话语权。

智慧高:推广智能化改造 造成摩企共识

从本届摩博会参展的多类展品,以及国内外摩托产业发展动向趋势来看,智能制造、绿色节能、环保技术等,将是未来摩托车产业的发展方向。

采访中,多位摩企人士及业内专家表示,通过智能化改造和工业互联网赋能,推动摩企产业链、创新链、价值链实现重构和融合,促进全行业数字化、网络化、智能化发展,是摩托车产业发展的必由之路。

“今后,智能化将成为摩托车产业转型发展的关键词,它将为摩企产品全生命周期管理提供必要保障,对摩托车产业产生全方位、深层次影响。”宗申产业集团常务副总裁李耀认为,摩企实施智能化改造,不仅可以提高生产效率,还能大幅提高产品质量,同时通过工业互联网等“上云上平台”方式,打通生产、包装、售后等环节的数据通道,还将提高摩托车后市场服务质量。

重庆汽摩交易所有限公司总经理王晓骏认为,此前由于重庆摩托车行业产品结构单一,生产车型多为小排量跨骑和弯梁车,当面临摩托车消费市场需求多元化,以及电动车、低速四轮车带来的市场冲击后,“重庆造”摩托车市场份额必然萎缩。

而目前,随着隆鑫、宗申等一批摩企进入中高端大排量摩托车生产领域,再加上实施智能化改造和推动全产业链融合发展,随着一批数字工厂、智慧工厂建成投用后,采用柔性制造单元、机器人生产、管理信息系统等信息化生产技术,将大幅度提升我摩企生产制造水平,重新擦亮“重庆造”摩托车招牌。

晒亮点 大型系列专题报道

□本报记者 龙丹梅

“除了好吃,其他一无是处!”这是今年6月,一位来三溪口吃过豆腐鱼的食客在美食网站上留下的点评。

三溪口豆腐鱼是北碚区的地标美食,以口感爽滑细嫩、味道麻辣鲜香而闻名。但多年来,因店家装修简陋、经营方式“江湖”,在多数人眼里,只是上不得台面的“苍蝇馆子”。

今年,北碚区全面启动了三溪口豆腐鱼升级行动。9月24日,焕然一新的三溪口豆腐鱼美食街开街。重庆日报记者现场打探发现,三溪口豆腐鱼真的变样啦!

修外功

专业团队指导“一店一品”改造

“豆腐与鱼相爱,不是一种意外”“三溪口不远,豆腐鱼很近”……从渝武高速公路三溪口互通下道,一路往北碚方向行进,沿线的S542(原212国道)道路两旁,随处可见三溪口豆腐鱼的宣传广告牌。

自上世纪八十年代起,三溪口豆腐鱼沿原212国道两边自发形成并名噪一时,后因渝武高速公路通车而逐渐衰落,目前仅剩17家商户。因装修过时,管理粗放,三溪口豆腐鱼曾被视为“苍蝇馆子”。

今年以来,北碚区启动了对三溪口豆腐鱼美食街的升级改造,目前一期工程已完工。24日,记者在现场看到,从网红餐厅“鱼司机”到已经经营多年的“宋洋鱼庄”“凉风垭鱼庄”,每一家餐馆外观都经过了重新设计。

“鱼司机”新增的店面选择了八十年代复古风;走工业风的“宋洋鱼庄”增设了二楼露天餐厅和甜品站;资历最老的“凉风垭鱼庄”从最早的路边摊,换成简单明快的现代风格,还加装了电梯,餐桌上贴二维码,支持扫码点餐。

北碚区商务委主任赵娅介绍,北碚区聘请专业团队,一对一为17户商家量身定制改造提升方案,目前已有6家



九月二十一日,北碚区三溪口,改造升级完成的三溪口豆腐鱼特色美食街重新亮相。记者 万难 摄影 视觉重庆

门店完成“一店一品”改造。此外,北碚区还在道路沿线增设了停车场、美食广场等基础设施。

练内功

17家商户联合成立行业协会

“昨天星期三,一共接了126单,营业额比改造前提升了40%。”凉风垭鱼庄负责人刘光亮表示。凉风垭鱼庄是三溪口豆腐鱼的“领军”餐厅,此次投入了200多万元进行提升改造,重新开业不到两周,顾客比以往多了近四成。“过去不想花钱改造店面,也不愿意学习现代管理经验,生意每况愈下。基本上靠吃老本。”刘光亮说,现在,17家商户联合成立了三溪口豆腐鱼行业协会,大家“抱团”发展,准备把三溪口豆腐鱼名声重新打响。

谋未来

三溪口将不再只有豆腐鱼

赵娅介绍,三溪口豆腐鱼美食街是北碚区今年重点打造的特色街区之一,

米营业面积,并将店面打造成复古风,吸引了不少食客。“从19日开始试营业,每天都顾客盈门。”鱼司机餐厅负责人李高明说,尽管是网红店,但若一直单打独斗,也担心客源不稳定。北碚区对三溪口豆腐鱼美食街进行整体打造后,食客越来越多,现在他们最愁的不是客源,而是如何就近招工。

蔡家岗街道办事处主任刘学介绍,目前街道正为三溪口豆腐鱼申请集体商标注册,并挖掘其文化内涵以申请老字号。此外,她还为三溪口豆腐鱼完成了渝菜标准申报,这意味着三溪口豆腐鱼的制作工艺今后将通过规范流程代代相传。

同时,北碚还把山王溪河段打造成郊野豆腐鱼文化生态湿地公园,在最北段的花园瓦房区域,通过风貌整治、景观升级,植入工坊、民宿等业态,带动瓦房片区乡村旅游发展。

“未来的三溪口,将成为‘有文化的景观、有特色的美食、有创意的店铺、有故事的道路、有活动的乡村’。”赵娅说。

中化学生态环境公司总部落户重庆

还将在渝组建生态环保研究院

理、环境保护、市政基础设施等领域的工程建设、投资、运营、服务等相关业务。在重庆设立运营总部后,该公司将通过广泛参与广阳岛·长江生态文明创新试验区为代表的一系列生态保护和环境治理项目,深度融入重庆生态文明

建设,预计5年可实现营业收入140亿元、税收7亿元,并力争在中小板或A股上市。

同时,该公司还将在渝组建生态环保研究院,以提升地区及全国生态环境质量,改善人居环境为目标,打造一系

列专业技术科研平台,广泛开展持续科技攻关,借助重庆经开区区位优势,迅速复制成果、发展壮大,进军全国生态修复和环境治理市场,实现跨区域协同发展,努力成为立足重庆、辐射全国的生态环境领域一流企业。