



我们要实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益，紧紧抓住人民最关心最直接最现实的利益问题，坚持尽力而为、量力而行，深入群众、深入基层，采取更多惠民生、暖民心举措，着力解决好人民群众急难愁盼问题，健全基本公共服务体系，提高公共服务水平，增强均衡性和可及性，扎实推进共同富裕。

——摘自党的二十大报告

现场对接 即时确认 当日到岗 合川零工市场促进灵活就业

本报讯（通讯员 唐敦 卢俊竹）近日，合川区零工市场在该区人力资源市场正式开业。该零工市场针对性地为从事零工兼职的非全日制及新业态灵活就业人员与用工主体搭建双向对接平台，可为广大求职者 and 用工主体提供发布信息、现场对接、即时确认、当日到岗等快速服务。

合川区零工市场遵循“为用工单位搭台、为零工散工牵线”的原则，与区人力资源市场分时段、分区域共享共建。除开展职业指导、职业介绍外，合川区零工市场还通过重庆公共就业网、公众号、LED 显示屏等渠道，为企业发布零工招工需求，为零工人员提供职业培训、政策咨询、社保参保、证件代办等多元化公共

服务。

“因为疫情原因，手头好久没有事情做了，幸好 在零工市场找到了工作，现在洪英建筑做电工。”家住合川区合阳城街道新华社区的张成说，零工市场确实不错，目前每天能日结到 300 多元的工资，不仅补贴了家用，还能照顾老人和小孩。

截至目前，该区零工市场共举行现场

招聘会 6 场 次，累计进场 895 人次，点对点帮助两家企业解决了临时用工难的问题，帮助 80 余名就业困难人员实现了就业。

据介绍，合川区下一步将因地制宜依托村级就创超市、双更基地等公共服务载体，在商圈、城乡接合部及便民服务中心等周边设立零工驿站，让更多劳动者随时随地享受就业服务。



南岸“五社联动”助推服务群众零距离

兴隆苑小区始建于 1996 年，是南坪镇第一个“农转非”小区，同时也是一个老旧小区，老年人较多。由于建成时间较长，小区基础设施陈旧，环境卫生、安全、邻里关系、停车等方面的问题成为社区治理的难点和痛点。

近年来，当地对兴隆苑进行了改造，

在完成环境综合整治、解决历史遗留问题后，又通过“五社联动”机制加快推进小区治理向社区治理转变，还开设了政策宣讲、矛盾协调、民意传达、送“爱心汤”等服务。

今年以来，南岸区着力构建“三治融合”基层社会治理体系，完善“五社联动”机

制，建成全市首个社会组织党群服务中心，培育发展公益类、服务类、互助类社区社会组织 1378 个，150 个城乡社区实现社会工作室全覆盖。同时，筹集资金超 5200 万元，投入社区公益项目 3000 万元，支持开展社区自治项目和公益活动 960 个，发展 137 个社区公益站等。

（上接 1 版）

服务“快一步”靠的是管理创新和职能转变。据了解，万州将逐步推进打造“无证明城市”。按照“谁办理，谁梳理”的原则，制定“无证明”办理事项清单，通过部门间数据共享、部门间信息核验、告知承诺等方式，实现原证明事项从由本人提供向由区内单位部门或者其他机构提供转变。

人无信不立，市无信不荣。25 条举

措从“信”上入手，让政商关系更加和谐融洽。就推进政府合同全面兑现来说，该区将通过全面清理不兑现政策、未履行承诺等情况，加大政府合同履约执行力度，实施“合同全面兑现”专项行动并建立常态化工作机制，进一步树立守诚信、重契约、讲信誉的政府形象；还将通过加快社会信用体系建设，实行营商环境“线上+线下”监督，营造诚实守信的营商环境。

据了解，万州区还印发了《关于推动构建亲清政商关系的实施意见》等一揽子文件，就国家公职人员与非公经济人士交往的行为清单作了详细规定，目的是通过厘清交往边界，构建“亲”上加“清”的新型政商关系。同时落实好容错纠错机制，对在招商引资、培育壮大市场主体、改革创新、重大项目落地等工作中真抓实干、成效显著的单位和个人给予表彰奖励；对在改革创新中的失误多加包容，消除干事创业

思想顾虑，营造敢闯敢拼、创先争优的良好氛围。

“万州打造营商环境升级版的鲜明态度和硬核举措，坚定了我们扎根万州发展的信心决心。”重庆华歌生物化学有限公司董事长陈志忠说，公司将加快把华歌生物建设成为西部地区、全国乃至全球数字化标杆农化企业，为万州构建形成“5+10”现代工业体系、提速打造三峡库区经济中心贡献力量。

（上接 1 版）

曹靖说，有别于传统软件企业和营销企业，博拉网络的互联网思维和技术研发能力，以及兼具“数字技术+数字营销”优势，能够充分整合数字技术能力和互联网资源为车企赋能。比如，博拉网络围绕大数据、智能车联等技术推出的一系列汽车行业应用软件平台，帮助长安汽车、赛力斯、小鹏、蔚来等众多车企在提升内部管理效率、规范经销商管理、辅助市场营销决策等多个方面发挥了重要作用。

以服务长安汽车经销商为例，通过运用博拉网络开发的“网上云店系统”“VR 车展系统”“智能云播平台”等应用软件，让长安汽车形成了车企、经销商、销售员一体化的直播电商矩阵，大幅拓展了线下线上营销版图。

短视频直播一年多收入超 20 亿元

设施完备的上百个演播厅和直播间里，一条条风格各异的短视频不断批量制作产出，众多带货主播正对着镜头热情生动地讲解商品卖点，大厅内数块大屏幕上，实时显示着各个消费者数据分析结果……11 月 3 日，在博拉网络视频基地，现场繁忙而有序。

这是博拉网络于 2020 年在海王星大厦启动建设的视频产业基地，如今基地内

不仅有上百间专业配置直播间，还包括酒吧、健身房等大量短视频拍摄场景，配套了 AI 视觉研发中心、大型绿幕棚、道具间和各类短视频直播所需专业设备。

“这样的场景和专业化配置，覆盖了网络直播‘人、货、场’三要素。”曹靖说，博拉网络视频基地实现了场景与直播间、带货主播、供应链资源“三方均衡”——源源不断的商品货源吸引直播主播进场带货，人员充实的主播、演员库和短视频电商经纪人平台，吸引更多企业和品牌选择在视频基地进行直播，由此打通了网络直播上下游产业链，既让主播“有货可带”，也让品牌产品“有人可播”。

从去年到今年上半年，博拉网络在短视频直播这个“赛道”上实现了超 20 亿元营业收入。

为什么博拉网络能脱颖而出？“这是因为博拉网络自身的‘独特基因’。”曹靖说，一方面，企业长期积累的数字技术优势，通过与短视频产业“新赛道”结合，再加上独具特色的视频基地，形成以数字技术赋能短视频、直播电商的“博拉网络特色”；另一方面，博拉网络的“互联网基因”，让企业沉淀了大量技术产品、软件等应用场景，同时在长期服务消费市场过程中积累的大量客户资源、服务经验和成功案例，还有海量用户数据资源，都大幅提升

了短视频电商的市场覆盖面。

博拉网络还建立起电商供应链和网红主播经纪等资源聚合、交易平台，在推动短视频直播产业逐步壮大的同时，还为市场提供包括大数据、AI 视觉技术、元宇宙应用、人才培养等矩阵式衍生服务。

用数字化方式服务好乡村振兴

在为实体经济提供数字技术、新媒体服务的同时，博拉网络将服务乡村振兴作为另一个发展重点。

“蜂蜜 9 块 9 一斤，欢迎大家下单尝鲜，不甜不要钱！”在博拉网络视频基地直播间，短视频博主大林对着手机直播屏幕卖力吆喝着。

大林是万州当地一名种植李子的果农，通过参加博拉网络组织的直播培训，开播半年以来已经有了上万名粉丝。大林说，视频基地不仅是他学习新技能的课堂，更为他提供了致富增收的途径。

这个视频基地，是去年 8 月博拉网络在万州建成投用的渝东北数字产业基地。目前，该基地一方面利用直播电商推动万州烤鱼、鱼泉榨菜等当地特色产品销售和直播带货，挖掘出一批当地特色农副产品通过直播销往全国，另一方面通过开展网络直播培训、企业数字化服务等，提供人员扶智和企业孵化等支持。

作者：本报调研组
调研组成员：张永才、张红梅、曾立、陈钧、吴刚、黄光红、白麟、王天翔、杨骏、夏元、申晓佳、廖雪梅、杨永芹、贺子桓
执笔：夏元 贺子桓

摩博会点燃消费热情 创造市场新蛋糕

□本报记者 白麟

“这届摩博会真是太棒了！”11 月 5 日上午，即将离开重庆的浙江摩友龚立男回头看了一眼重庆国博中心大门，有些依依不舍。

11 月 2 日—5 日，重庆举办的中国摩博会迎来全国各地摩友和消费者，各种新车、摩托周边产品和精彩活动令人目不暇接。外战场竞速和特技表演，引发人们阵阵欢呼。700 多家参展企业更是借助摩博会的平台，充分展现自身的 product 和技术，进一步拓展了品牌知名度。

在业内人士看来，一场摩博会，不仅满足了行业的推广需要，更是在复杂的经济形势下点燃了消费激情，助力新产品拓展市场渠道，为消费市场创造出“新蛋糕”。

消费者愿意花钱 商家舍得投入

11 月 3 日上午，市民王琦枫和 3 位朋友步入摩博会展馆。下午出展馆的时候，他们 4 个人中有 3 人预订了爱车，总消费超过 8 万元。

“原本只想看下实车，没想到现场氛围浓烈，加上有些优惠，于是毫不犹豫地下单了。”王琦枫笑着说。

一连 4 天，摩博会现场都是人流如织，几乎每一个展台都是应接不暇。

“来的人太多，最多时有几十个人同时想要咨询或体验产品，已经没办法统计了。”派方机车展台的相关负责人说，现场下订的客户不少，按照以往经验，还有很多咨询者未来几个月内将持续转化为订单客户。

对于消费者而言，展会提供了多样的选择和充足的优惠。对商家而言，摩博会是他们提升市场影响力的最佳平台。

重庆珠峰钶动力科技有限公司今年是第二次参加摩博会。与去年不同的是，今年该公司的展台占据了展馆最核心的位置，展出规模增加了两三倍，布展设计和物料装潢等也有了大幅提升。与之相对应的，来该展台参观咨询的人数也比去年大幅提升。“现在更多人愿意买摩托了，商家参展也更愿意花钱了。”上述公司总经理崔健说。

“这届摩博会消费者整体比往届更热情，现场气氛也更热烈，甚至超出了一些参展商原本的预期。”摩博会组委会相关人士说，近年来，摩托车在交通系统中的有益补充作用得到了社会的认可，以摩托车作为城市出行代步和休闲娱乐工具的人群在不断扩大。2021 年，我国摩托车产销量再次恢复到 2000 万辆，达到自 2014 年以来的最好水平。在诸多利好因素影响下，相信下一届会有更多参展商追加布展投入，助力创造更大的消费规模。

产品结构升级 摩托单价更高

通观本届摩博会，不仅现场气氛更为火爆，所展出的产品价值也比往年有明显提升。

例如，隆鑫 VOGUE 无极本次展会上就亮相了 250cc 和 500cc 级别的拳头车型——无极 250RR 竞技版和无极 RR525。其中，无极 250RR 竞技版的售价 20980 元，无极 RR525 售价尚未公布，但市场预期价格或接近 3 万元。

力帆旗下的全新子品牌派方机车，也携旗下多款高人气车型亮相摩博会。其中被誉为“国产大金翼”的大排量巡旅—星舰 6，吸引了众多参观者关注，该车搭载 650cc 级别发动机，市场预期价格或接近 6 万元。

无极展台相关负责人表示，年轻人喜欢大排量、个性化、配置和功能更多的车型，企业必须跟上时代。

记者在国博中心停车场看到，这里停满了各式各样摩托车，但几乎都是外观亮眼、性能强劲的街车、跑车、拉力车、越野车、复古车等，价格几乎没有低于 1 万元的，价格超过 5 万甚至 10 万的高端车型也不少见。

在市场观察人士曲云超看来，作为国内首屈一指的摩托专业展会，摩博会凭借强大的市场聚集能力和消费号召能力，极大推动了产品消费升级，“通过摩博会，整车企业能够更清晰地把握市场方向，推动产品结构高端化，创造更多附加值。”

新产品新技术 行业创新“试验场”

与往年相比，今年摩博会出现了许多与摩托相关的新产品和新技术。

11 月 4 日，记者进入 N5 展馆大门，见到的第一个展台，就是一家摩托流媒体智能车机“突破者”的展台。该展台给人第一印象就是面积巨大，甚至丝毫不亚于任何整车品牌的规模。

“新的消费模式和玩法，正在滋生新的产品需求，而摩博会是新产品亮相的最佳选择，我们希望‘一炮打响’。”突破者品牌负责人朱磊表示，本次摩博会上，该品牌首次向公众亮相，预计 3 年内可实现 10 亿元年产值。

与上述产品类似的各种“新玩意”，在摩博会上层出不穷。例如，在 N5 馆的 LIVALL 品牌展台，记者就看到了一款智能摩托车头盔，该头盔外观酷炫，前额处设置了警示灯和摄像头，头盔内还有蓝牙组网对讲设备和 HIPI 耳机，除了可实现头盔通风智能调节和支持光感控制以外，这款头盔还拥有摔倒报警与智能求救专利。

在 N3 馆一展台，记者看到了采用非牛顿流体技术智能材料的骑行防护新产品。该产品在常态时呈现柔软状态，而一旦遇到高速冲击，材料分子就可以立刻相互锁定，使材料变硬，并吸收和分散能量，形成保护层。等外力消失后，材料又会恢复柔软，可以说是兼具了舒适和安全。

“除了各种新产品、新技术，摩博会还衍生出各种创新的活动和商业模式，呈现出极强的‘产业整合平台’的能力。”摩博会组委会相关人士表示，例如，摩博会打造了“劳动骑士节”，进一步提升摩托车从业人员的社会地位，培育摩托车产品的生产资料市场；通过“骑聚重庆”“赛事体系重建”等专属项目，帮助全国摩友俱乐部建立系统化的运营体系，带动周边区域旅游布局；与各大头部传播平台合作，为线上商业投入更多支持；打造“车主自售”专区，创新具有高社交属性的场景。总之，摩博会已成为行业创新的“试验场”。

采矿许可证注销公告			
采销[2022](黔江)0001 号 以下采矿许可证已经注销,特此公告。			
序号	矿山名称	采矿许可证号	注销时间
1	重庆市黔江区旺泉矿业有限公司泰峰石英砂岩矿山	C5001142012037120123574	2022 年 11 月 3 日
重庆市黔江区规划和自然资源局 2022 年 11 月 7 日			