

让创新成为重庆鲜明的城市特质

巴渝论坛

新重庆建设不懈的追求。

创新，不是一个环节的事，也不是某个部门的事，而是一座城市的战略选择。

早在今年开年，重庆就提出打造“7个城”，其中排在第一的就是打造创新之城。这两天，重庆连续开了两个重要会议，聚焦的是同一个主题——“科技创新”。9日，科技部与重庆市人民政府在渝举行2023年部市工作会商会议；10日，重庆市科技创新和人才工作大会召开。

创新的热潮，在巴渝大地充分涌动。从新一轮部市合作到构建“416”科技创新战略布局，重庆“大抓创新”的决心，充分体现在了密集的动作之中。这些动作，指向同一个目标：系统重塑区域科技创新体系，加快建设具有全国影响力的科技创新中心，加快形成西部人才中心和创新高地。

创新，拼的是眼界，比的是格局。如果你足够敏锐，就能从目标中找到一些亮眼的关键词，比如，“具有全国影响力”“形成西部人才中心”。重庆的创新，不仅是一域的迭代，更是全局的谋划。在唱好“双城记”的背景之下，重庆肩负“加快打造高质量发展的重要增长极”的重要使命，理应加速汇聚全社会创新资源和力量，加快建设具有全国影响力的科技创新中心，更好发挥在西部乃至全国的辐射带动作用。

提升眼界、打开格局，重庆才能不断提升在全国创新版图中的贡献度。

创新，拼的是闯劲，比的是方法。破立之间看魄力。创新，是从无到有，更是有到优。从无到有，关键是突破。对于核心技术，要加快实施攻坚突破行动，加速抢占前沿技术创新高点，牢牢掌握发展主动权。从有到优，

重点是提质。聚全市之力，打造数智科技、生命健康、新材料、绿色低碳4大科创高地，积极发展人工智能、区块链、云计算、大数据等16个重要战略领域，持续动态调整、迭代升级。

拿出闯劲、创新方法，重庆才能不断提升在全国创新版图中的显示度。

中国联通集团董事长刘烈宏曾评价——“重庆是一座富有魅力、充满创新活力的城市”。这座城市对创新的倚重，源于其战略布局、聚焦于重点领域、发力于平台搭建、立足于产业转型、落脚于人才队伍，意在构建“战略目标+重点领域+重大平台+支撑产业+高端人才+创新生态”整体构架。这是从全局谋划一域的坚定选择，更以是一域服务全局的重庆担当。

一座创新的城市，必然活力迸发、前景广阔、未来可期！

热点评析

江德斌

近期，各网络平台上涌现出低价团购“大餐”热。低价团购“大餐”看上去很美，在价格优惠的基础上，兼以昂贵食材、精致菜品、高档环境等噱头，具有很强的诱惑力，消费者纷纷抢购“超值”餐券。但是，等到兑换时体验却不理想，上菜慢、分量少、质量差等问题令“优惠福利”大打折扣。那么，这些低价团购“大餐”为何中看不中吃呢？

俗话说，一分钱一分货。餐饮行业的毛利率不低，但是经营成本也很高，诸如房租、人工等占比较大，导致净利润有限。所以，折扣过大的低价团购“大餐”，意味着商家可能无钱可赚，甚至还要倒贴。商家在平台做低价促销活动，其实是将团购当成引流工具，从而在激烈的市场竞争中保住市场份额。

为了控制成本，一些餐饮店在产品和服务质量上动起了手脚，以尽可能减少亏损。类似现象并不只存在于餐饮行业，旅游行业的“低价游”同样是典型案例。价格低过合理水平，自然会滋生低质服务。消费者看似捡了大便宜，实则吃了暗亏，并不划算。

团购的本意是将零售变批发，实现薄利多销，让品牌获得更多向用户展示商品、鼓励用户到店体验的机会，整体的引流属性大于交易属性。可是，众多商家被“内卷”，将低价团购的“折扣战”推向白热化，进一步加剧了不当竞争，诱发了一系列问题。由此可见，某些低价团购本就属于恶性竞争，被卷入的商家很无奈，为图生存只能降低品质，损害消费者权益。

低价团购“大餐”中看不中吃，提醒恶性竞争当休矣。解决此破坏行业生态的问题，需要消费者、餐饮从业者、平台和监管机构共同努力。消费者应当理性选择，不被低价的噱头诱惑；餐饮从业者应恪守诚信经营之道，注重提升产品质量和服务水平。平台不能为了流量一味鼓吹低价团购，忽视商家和消费者的权益。监管机构当加强市场监管，确保消费者的权益得到保护，打击虚假宣传、以次充好、恶性竞争等违规行为，促使市场回归良性竞争。

低价团购不应只是个噱头

动真碰硬推进问题检视

问题；防止找共性问题多，找个性问题少；防止局限于某一个方面的问题，以偏概全、以点代面……

夫唯病病，是以不病。发现问题、正视问题，是反思问题、解决问题的基本前提。检视问题就要敢于动真碰硬，从现在做起，从自己做起，从群众最不满意的方面改起，边查边改、即知即改、立行立改。已经采取的措施、形成的机制，要尽快落地生根；已经取得的成效，要巩固发展，做到抓常、抓细、抓长。

知屋漏者在宇下，知政失者在草野。为了避免自说自话、自弹自唱，检视问题还要多征求群众意见，坚持开门纳谏，眼睛向下、俯身基层，广开言路。通过调研座谈、问卷调查等各种形式，问政于民、问需于民、问计于民，真诚倾听群众呼声、真实反映群众心愿、真情关心群众疾苦。

广大党员干部，要以高度自觉接受主题教育的锻造洗礼，强化问题意识、坚持问题导向，敢于正视问题、善于发现问题，在有效解决问题、破解难题中增强履职尽责的本领和能力，更好地在新征程上扛起新使命，干出新业绩。



禁止炒作“暑假最可怕”

教育部日前印发通知，决定在全国开展校外培训“监管护苗”2023年暑期专项行动。行动强调，培训机构和媒体不得违规发布校外培训广告，不得宣扬“暑期最可怕”“暑假是第三个学期”等错误概念，不得制造或炒作教育焦虑。

点评：无论是宣扬“暑假最可怕”还是鼓吹“暑假是第三个学期”，都是在“贩卖教育焦虑”。目前，教育部已经重拳出击，家长也要保持定力、擦亮双眼，避免被焦虑“洗脑”，上了部分培训机构的当。

悠久浓香史 流动入山城

泸州老窖 在“流动的博物馆”里探寻酒文化魅力

“形式新颖、内容丰富、文化体验独特！”“可看、可听、可感、可体验，这样的沉浸式观展真令人耳目一新！”7月9日-12日，泸州老窖“流动的博物馆”全国巡展首站在重庆开展，展示泸州老窖浓香鼻祖、浓香正宗的风采和浓香文化发展史，吸引了众多山城市民和酒文化爱好者、文博爱好者现场观展，在沉浸式体验千年中华酒文化后，大家都点赞连连。

追溯历史内涵 直观体验中华酒文化魅力

“‘流动的博物馆’是泸州老窖今年推出的文化营销创新IP，是以泸州老窖博物馆为基础打造的浓香文化展览。”泸州老窖相关负责人在现场介绍，该IP旨在展现泸州老窖发展脉络与“活态双国宝”传承保护，传递泸州老窖深厚底蕴和中华酒文化魅力。

本次“流动的博物馆”重庆站，以“中国浓香 大成之路”为主题，集文物展出、专题讲座与互动体验于一体，通过展现浓香文化在不同时代的起源、繁盛及发展，带领观众溯源一条从3000多年到700年再到70年的中国浓香大成之路。

此次展出，泸州老窖博物馆馆藏的许多珍贵文物备受关注。展览展陈以时间线索串联起“溯于先秦、始于秦汉、兴于唐宋、成于元代、盛于明清、耀于民国、成就在新中国”7个时期，通过展示珍贵的酒文化文物展品，溯源浓香文化的发展历史。



其是“活态双国宝”文化优势，持续开展全方位文化营销建设。泸州老窖“流动的博物馆”正是在此契机下诞生，邀请公众共同探寻泸州老窖699年发展脉络与渊源，感知24代传承的坚守与不易，聆听历史足迹下的白酒故事。

李光杰还表示，泸州老窖“流动的博物馆”全国巡展拉开帷幕，开辟出泸州老窖文化营销走向前沿的全新阵地。随着品牌、品质、文化等领域的全方位发展，泸州老窖将继续引领品牌年轻化、国际化、时尚化发展潮流，打造高质量发展体系。

白酒产业是川渝两地最具代表性的特色优势产业之一，协同发展的空间广阔、潜力巨大。在成渝地区双城经济圈建设的重要背景下，泸州老窖“流动的博物馆”全国巡展重庆站的举办，充分体现了以酒助力经济圈建设的美好愿景。泸州老窖正以文化为载体，用直接对话消费者的方式走出一条独具特色的文化自信之路。

张婷
图片由泸州老窖提供

感受文化魅力 沉浸式体验令人耳目一新

置身泸州老窖“流动的博物馆”现场，在为泸州老窖这种文化展示的创新点赞的同时，更能沉浸式体验到浓香文化的深层魅力，专题讲座、互动体验……观众们开启一场白酒文化之旅。

值得一提的是，泸州老窖博物馆馆长杨辰带来了妙趣横生的酒文化讲座，带领大家走进“博物馆里的千年酒城”。讲座包含了“中国唯一酿酒活文物博物馆群落”“活态文物、国宝会说话”“一代宗师，中国白酒三圣”“一本教材，一次举国朝圣”和“共赴中国浓

香大成之路”五大板块，淋漓尽致地诠释了“天之美禄，浓香圣地”的主题。在互动区，观展嘉宾可以尽情选择心仪的、寓意吉祥的汉砖图案，以油墨和宣纸亲手拓印汉砖，和千年文物来一场“亲密接触”。

“活态双国宝”优势尽显 助推白酒文化传播

泸州老窖是从明清36家酿酒作坊群发展而来，拥有始建于公元1573年、持续不间断使用至今的1573国宝窖池群，和自元代传承至今、入选首批“国家级非物质文化遗产名录”的泸州老窖酒传统酿制技艺“活态双国宝”。

泸州老窖“流动的博物馆”走进重庆

1996年，1573国宝窖池群被国务院颁布为行业首家全国重点文物保护单位。如今，在整个白酒行业中，仍在持续酿造的90%以上的国家保护文物窖池在泸州老窖。

今年是1573国宝窖池群持续酿造的第450年。泸州老窖“流动的博物馆”将在今年巡展全国各大城市，讲述中国白酒文化故事，也为大众提供全新的文化空间、文化体验。

“中国白酒文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分，一直引领着白酒产业振兴和白酒文化复兴，成为讲好中国故事的重要载体。”泸州老窖销售有限公司副总经理李光杰谈到。据介绍，泸州老窖依托深厚的文化底蕴、真实可追溯的悠久历史，尤



泸州老窖是唯一蝉联历届“中国名酒”称号的浓香型白酒