

前7月中欧班列开行超1.1万列

新华社北京8月10日电（记者 樊曦）记者从中国国家铁路集团有限公司获悉，今年1至7月份，中欧班列累计开行11403列，发送货物122.6万标箱，同比分别增长12%、11%。其中7月份开行1776列，发送货物18.5万标箱，连续3个月单月开行超过1700列。

国铁集团货运部负责人介绍，今年以来，国铁集团持续提升中欧班列运行品质和效率，有力保障了国际供应链产业链稳定畅通，为服务我国外贸发展和高水平对外开放注入了新动能。

一是加强通道能力建设，提升中欧班列运输效率。强化境内外运输协调，加强中欧班列通道建设，提升口岸换装能力，推广快速通关模式，西（经阿拉山口、霍尔果斯口岸）、中（经二连浩特口岸）、东（经满洲里、绥芬河、同江北口岸）三条

运输主通道1至7月份中欧班列开行量同比分别增长15%、22%、2%。跨里海通道中欧班列常态化稳定开行。

二是扩大全程时刻表中欧班列开行规模，提高中欧班列运行品质。全程时刻表中欧班列开行规模不断扩大，自6月中旬实施第三批全程时刻表以来，每周稳定开行17列，包括西安、成都、重庆、义乌、武汉、广州至德国杜伊斯堡、波兰罗兹等线路，按照客货化开行，运输时效得到可靠保障，受到客户青睐。紧密对接市场需求，大力开行新能源汽车、跨境电商等定制化班列，提供高品质的国际物流服务。

三是强化全程盯控，保障中欧班列安全平稳运行。与沿线国家铁路部门密切合作，积极运用北斗卫星定位、5G等新技术，强化全程安全盯控，加强安检查危、装载加固等工作，有效保障了中欧班列安全平稳运行。

市委市政府致电祝贺重庆健儿奥运夺金

贺电

中国体育代表团：

欣闻重庆运动员丁欣怡在第33届夏季奥运会艺术体操集体全能比赛中，与队友密切配合、奋勇争先、勇夺桂冠，充分展现了中国体育健儿的高昂斗志、顽强作风、精湛技能，生动诠释了奥林匹克精神和中华体育精神。全市人民欢欣鼓舞、倍感自豪！在此，谨向中国体育代表团，向中国艺术体操队，向丁欣怡及其教练员表示热烈祝贺！诚挚感谢国家体育总局对重庆体育事业的关心支持！

衷心祝愿中国体育代表团捷报频传、再创佳绩！

中共重庆市委
重庆市人民政府
2024年8月10日



八月十日，重庆运动员丁欣怡（右一）和队友夺得巴黎奥运会艺术体操项目集体全能金牌。



“梦之队”
包揽跳水8金

男子举重100公斤以上级别
中国选手首次夺金

女子拳击
再添一金

国乒女团
实现奥运五连冠

（相关报道见3版）

锚定现代化 改革再深化

重庆延伸拓展人大代表履职平台阵地，助力高质量发展——

这家亿元级企业要把总部迁到云阳

协助企业3个月招工200多人
街道人大工委近距助企纾困

2021年，联宇电子落户云阳县青龙街道。根据街道党工委安排，青龙街道人大工委主任夏银琼一直参与协调项目落地事宜，围绕企业选址、租房、招聘等事项靠前服务，推动相关问题协调解决。

让卢光兵印象深刻的是：企业落地后，面对的第一个难题就是招工难，“那时候，云阳外出务工较多，很多年轻人过完年就出去了，因此在本地招工难，招到合适的更难。”

为此，夏银琼和部分县人大代表组建了服务小队，助力企业招聘。他们化身“宣传员”赶赴招聘现场，为求职者解读岗位要求、

工作流程和薪资待遇等，提高人岗匹配精准度。短短3个多月举行了6场现场招聘会，为企业落实用工200余人。

同年10月，联宇电子正式投产，生产手机充电器和蓝牙耳机等，产品以出口为主，很多手续需要在本地办理。联宇电子又找到街道人大工委。

“从一开始围绕企业落地，到进入日常经营为企业排忧解难，我们发挥人大优势，让企业感受到良好氛围。”夏银琼说，不管是配套建设货梯、疏通消防通道，还是办理产品出口海关手续等，企业只要遇到困难，街道人大工委总是竭尽所能，直至问题得到有效解决。

2022年10月，联宇电子升为规上企业，产品远销至美国、东南亚地区。去年5月，当地依托联宇电子“以商招商”，吸引产业链企

业——亿恒线材也落户云阳。如今，两家企业年出口额将达1.5亿元。

代表工作室设企业

13名人大代表、议事代表服务产业链

人大代表在助企纾困中做了大量细致工作，如何将其常态化？

青龙街道人大工委总结经验，提请县人大和街道党工委商榷后，决定依托企业设立面向上下游产业链的代表工作室，按照代表自愿、岗位相近原则，邀约市人大代表、街道议事代表入驻，助力企业发展。

6月5日，云阳县人大常委会青龙街道工委“芯联心”代表工作室，在联宇电子正式挂牌，聚力服务产业链相关企业。（下转2版）

建筑工程规划许可实现“一件事一次办”

重庆1300多个项目加速落地

北碚区规划和自然资源局建筑科科长靳小海表示，借助“一件事一次办”系统，建设单位一次提交建设工程许可证申请，相关部门同步并联审批，办事效率大幅提高。

据统计，该项改革推行前，企业群众跑动次数为11次，改革后跑动次数仅为1次。办理环节数量由原来的11次压减为1次，事项总办理时限由原来的75天压减为17天。

具体来说，“建筑工程规划许可一件事”按照“一类事项一个部门统筹、一个阶段同类事项整合”的原则，在建设申报审批工程规划许可证时建设项目所涉及的防空地下室设置、附属绿化工程设计方案、机场

净空安全管理、文物保护许可等11个审查事项实行“一表申请、一窗受理、一次申报、并联审批”。

此举将被动受理服务转变为主动协调服务，集成办理事项由“线条式”的“串联”审批变为“块状式”的“联合”审批，全面提升审批效能和服务水平。

在酒店方面，携程数据显示，钟点房订单量同比增长了近三成。北京、上海、成都、青岛、广州、西安、杭州、南京、重庆、苏州位列前十七夕当晚最热门酒店预订城市。

光污染的地方，享受这份专属的星空浪漫。近两周，携程平台上“流星雨”相关搜索热度环比增长213%。

在酒店方面，携程数据显示，钟点房订单量同比增长了近三成。北京、上海、成都、青岛、广州、西安、杭州、南京、重庆、苏州位列前十七夕当晚最热门酒店预订城市。

（下转2版）

七夕释放浪漫消费力 重庆上榜全国十强

多个OTA（在线旅行社）平台数据显示，重庆酒店预订量等七夕消费上榜全国十强，“新中式”浪漫游人气旺。

带动周边游订单增长82%

在这个充满爱意的节日里，许多情侣、夫妻选择在星空下、山顶或演出赛事中度过一个难忘的夜晚。

携程数据显示，七夕节前后（8月9日至11日），国内本地游和周边游的订单量同比分别增长了37%和82%，部分酒店的主题房型订单更是实现了近100%的同比增长，景区门票订单量同比增长87%，而演出类订单量更是实现了308%的同比增长，“浪漫经济”再次展现活力。

英仙座流星雨来到，为今年七夕增添了一份独特的浪漫。许多情侣选择去远离城市

光污染的地方，享受这份专属的星空浪漫。近两周，携程平台上“流星雨”相关搜索热度环比增长213%。

在酒店方面，携程数据显示，钟点房订单量同比增长了近三成。北京、上海、成都、青岛、广州、西安、杭州、南京、重庆、苏州位列前十七夕当晚最热门酒店预订城市。

光污染的地方，享受这份专属的星空浪漫。近两周，携程平台上“流星雨”相关搜索热度环比增长213%。

（下转2版）



□新重庆-重庆日报记者 周鑫

今年春节期间，一款名为“沁润白桃”的冷酸灵抗敏益生菌牙膏刚刚上市，就受到消费者追捧，在社交平台“火出圈”。

这款牙膏是重庆登康口腔护理用品股份有限公司（以下简称登康口腔）联合中国国家博物馆推出的新产品，以馆藏文物“粉彩桃文天球瓶”为灵感，以“桃个好彩”为传播创意，上市即收获关注与口碑。

随着消费市场不断升级，以及消费者需求多样化，老字号企业面临着越来越多的新兴品牌竞争。我市不少老字号企业将传统工艺与现代科技结合，还与其他“赛道”的商家进行跨界合作，打造出一系列既有传统特色、又贴合年轻人个性的新产品，为老字号企业销售带来新的增长点。

跨界合作

联名款牙膏“火出圈”

作为登康口腔“跨界联名”的新产品，沁润白桃的热销，并非偶然。“冷酸甜甜，想吃就吃！”这句广告语，让冷酸灵牙膏一度风靡大江南北。然而，上世纪90年代，外资品牌牙膏大举进军中国市场，冷酸灵牙膏市场份额严重缩水，企业一度面临生存危机。

巨大的竞争压力之下，登康口腔一直在思考如何把握消费趋势、赢得市场份额。近年来，跨界联名产品的火热，为冷酸灵牙膏打开了一扇新的大门。

登康口腔董事长邓嵘介绍，2019年，“国潮文化”“国潮消费”开始火热。在此背景下，冷酸灵品牌顺应消费新趋势，先后跟小龙坎火锅、马迭尔冰棍、中国国家博物馆展开跨界合作，推出联名款产品，并通过开展创意营销活动，不断拉近与年轻消费者的距离。

“为此我们投入了大量的人力物力，进行了无数次的配方调试和口感测试。”邓嵘介绍，一系列跨界联名款牙膏以其独特的口感和卓越的功效赢得了市场的广泛认可。

特别是“火锅牙膏”的推出，在2019年“5·10天猫国潮日”一经推出，热度一路飙升，预售即告罄，加售产品被“秒光”。

老酒新做

“拿捏”年轻消费者喜好

近日，在电商平台上，一款包装时尚、单瓶只有150毫升的“小酒”销量节节攀升。这款仅在线上销售的酒，是“中华老字号”渝北老窖专门为年轻人打造的古露酒。

里斯战略定位咨询此前公布的《年轻人的酒》报告显示，仅有11.2%的年轻人喜欢酒精度30度以上的酒，而在年轻人的酒饮选择中，白酒只占13%。

与之相对的则是年轻人成为饮酒主要人群，据统计，18—30岁群体成为2023年中国酒类第二大消费群体，占比达39.13%。

如何“撩动”年轻人的心，让他们为渝北老窖买单？

渝北老窖的做法是，“拿捏”年轻消费者喜好。“为满足新生代消费者口感多元化的饮酒需求，2021年，我们主导推出了古露酒，这是一款针对新生代年轻人设计的时尚、健康小酒。”渝北老窖第六代传承人叶薇薇说。（下转2版）

重庆6个品牌入选首批《中国农产品品牌索引名录》

本报讯（新重庆-重庆日报记者 刘冲）近日，记者从市农业农村委获悉，中国绿色食品发展中心最新发布首批《中国农产品品牌索引名录》。重庆共有忠县蜂蜜李、忠橙、江津花椒、开县春橙、巫山脆李、马湖贡米6个品牌上榜。

《中国农产品品牌索引名录》征集范围涵盖但不限于全国销售、绿色优质、品质高效并获得相关权威机构（组织）评价认可的农产品知名品牌，包括种植、畜牧、渔业和农产品加工及相关领域的知名品牌。

在入选的6个品牌中，既有江津花椒、巫山脆李等种植历史悠久、拥有全国知名度的优势品牌，也有忠县蜂蜜李等发展时间不长，但市场影响力逐年增加的新兴品牌。

江津是“中国花椒之乡”，花椒种植已有2000多年历史。近年来，江津区着力构建以花椒产业为主的“一主两辅”特色产业体系，2023年，江津花椒全产业链综合产值52亿元、品牌价值达63.66亿元。

巫山脆李种植也有上千年历史。近年来，巫山县着力构建巫山脆李全产业链条，擦亮“中华名果”金字招牌。如今，巫山脆李已成为全国知名的重庆“土特产”，品牌价值达27.64亿元，位居全国李类品牌价值榜第一。

相比于历史悠久的“土特产”品牌，此次入选的忠县蜂蜜李则是忠县2015年引进栽培的新品种。2021年，忠县蜂蜜李荣获重庆市第三届“三峡杯”优质农产品评选蜂蜜李类果王称号。

据了解，凡纳入《中国农产品品牌索引名录》的农产品品牌，将由县级以上地方绿色食品（绿色优质农产品）工作机构加强跟踪评价和技术服务，帮助品牌拥有者完善管理制度规范，提升技术管理水平，发挥好品牌强农带动效应。



□新重庆-重庆日报记者 韩毅

七夕节遇周末，怎么过？去哪儿过？

8月10日，重庆各大景区、酒店、商业综合体等不约而同开启七夕模式，争相推出浪漫主题的体验、促销活动，吸引以情侣、夫妻为主的客群消费，让“浪漫经济”释放出新的活力。