



# 重庆日报

CHONGQING DAILY

主管主办单位：中共重庆市委  
出版单位：《重庆日报》编辑部

星期二 2025年2月  
农历乙巳年正月初七

4

国内统一连续出版物号 CN 50-0001  
第26468号 代号77-1 今日4版



## 央视春晚带火我市美景、美食、民俗文化活动

# 重庆春节夜经济活力迸发

### 春节消费“火”力全开 【过个“夜游年”】

■新重庆-重庆日报记者 周盈

“我们是看了春晚慕名而来的，重庆的夜景确实名不虚传。”2月3日晚上7点30分，随着一声嘹亮的鸣笛声，重庆两江游船“长航朝天星河”缓缓驶离江岸。武汉游客汪潇一边赞叹两江流光溢彩的夜景，一边举起手机记录下来。

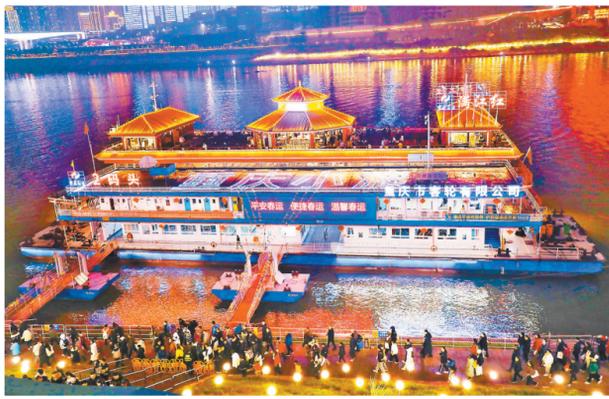
重庆是全国夜间经济最活跃的城市之一，已连续4年位居“中国十大夜经济影响力城市”榜首。春节期间，重庆夜经济持续迸发蓬勃活力，从灯火辉煌的商业街区到人头攒动的夜市小吃摊，从流光溢彩的两江游轮热热闹闹的景区活动，重庆这座“不夜城”吸引了无数游客和市民，烟火气十足。

## 夜游

### 璀璨夜景点亮新春

这个春节假期，跟着春晚打卡重庆，成为不少游客的选择。“长航朝天星河”轮作为两江游轮的代代表登上央视春晚，受到了市民游客青睐。

值得一提的是，重庆长航两江游还精心策划推出了“金蛇献瑞·福满两江”新春主题航班——在其所属的3艘游船上推



一月三十一日晚，渝中区洪崖洞嘉陵江江边游船码头，游客登船开启两江游。  
特约摄影 刘辉视觉重庆

出了一系列独具特色的春节主题活动，让游客在领略两江美景的同时，深入感受重庆的烟火气与人文情怀。

登上游船，迎面而来的是满满的年味；乘务员们头戴“醒狮帽”，喜迎八方来客；船上的水上邮局“两江水上邮驿”特别准备了五枚“福”字印章，供游客在船集“五福”聚“财气”；“长航朝天星河”“长航朝天门”轮在游船现场准备了特别定制的新春打卡手持卡、镂空露脸打卡手持卡、超大红包打卡板等，受到游客追捧。

“为了迎接春节的客流高峰，我们将游船夜班运营收班时间从原来的21:00延长到22:40收班，以满足游客的旅游需

求。”长航集团两江游事业部有关负责人介绍，从大年初一到初四，夜班游轮日均客流量同比增长了10.6%。

而在南岸区弹子石广场，央视春晚重庆分会场也成了绝对的顶流，搭配无人机表演，每天晚上，操着天南地北口音的游客早早就将这里汇成大海。

## 夜食

### 地道美食满足味蕾

被春晚带火的，除了重庆的美景，还有美食。

1月31日晚上8点，南山枇杷园火锅

店内人声鼎沸，热闹非凡，座无虚席。食客们围炉而坐，热气腾腾的火锅里翻滚着各式各样的食材，空气中弥漫着诱人的火锅香气。店内，员工忙碌地穿梭在各个桌位之间，为食客们提供周到的服务。

今年春晚，南山枇杷园火锅作为重庆分会场的元素之一亮相荧屏，吸引不少游客慕名而来，只为一睹这座“火锅山”的风采。

“这里的氛围真是太棒了！”一位来自广州的食客告诉记者，“我们一家人围坐在一起，吃着火锅，看着夜景，氛围感十足。”

据了解，为了确保春节期间的服务质量，南山枇杷园火锅提前做了充分的准备。不仅增加了人手，还对员工加强了全面培训。同时，火锅店还加强了食材的采购和储备工作，确保春节期间食材的新鲜和充足。

除了火锅，夜市上的美味小吃也吸引了不少游客。在江北观音桥好吃街，各种小吃琳琅满目，让人目不暇接。烤串、酸辣粉、臭豆腐等美食散发着诱人的香味，吸引着过往行人驻足品尝。

“这些小吃味道都很不错，价格也不贵，很适合我们这种喜欢尝鲜的游客。”来自湖南的游客刘女士和朋友们在夜市小吃摊上吃得津津有味。

观音桥好吃街相关负责人介绍，假期前5天，该街区客流量突破70万人次，销售额达到1040万元。  
(下转2版)

## 新春走基层

### 江北区大石坝街道忠恕沱社区 提升基层治理效能—— 社区引进“合伙人”

■新重庆-重庆日报记者 周雨

生活中，大家知道做生意、开公司需要合伙人，而重庆市江北区大石坝街道忠恕沱社区在基层治理上也有了属于自己的“合伙人”。近日，记者在该社区获悉，去年以来，该社区抓住城市更新、“三攻坚一盘活”改革契机，先后引进3个“合伙人”，推动基层治理服务效能提升了一大步。

### 盘活闲置资产解决阵地建设问题

忠恕沱社区引进的第一个“合伙人”是重庆长安汽车股份有限公司。通过与该公司合作，社区有效解决了社区阵地建设缺乏场地的难题。

忠恕沱社区辖区0.3平方公里，常住人口2558户、5224人，主要由原长安江陵厂家属院落组成，大部分建于上世纪60—80年代，属于典型的旧改型社区。

在此之前，忠恕沱社区的办公用房是一间租赁的门面，面积230平方米，只具备社区办公、接待群众办事功能。

2024年1月，忠恕沱片区实施城市更新项目，社区借机与长安公司达成合作：长安将原江陵厂家属院已荒废8年的公房，以较低租金租给社区；社区则提供相关阵地与服务，增强对原江陵厂党员与退休职工的管理服务水平。这样既盘活了长安公司的闲置资产，又解决了社区阵地建设的问题。

记者看到，该公房其实是一个小型院落，有两栋建筑，共1100平方米，另外还有两个院坝。长安公司所提供的场地，也为忠恕沱社区提供了“用场地换资源”的便利条件。

### 提供经营场所发展社区经济体

2024年6月，该社区引进第二个“合伙人”川页(重庆)品牌管理有限公司。

根据协议，忠恕沱社区为川页公司提供经营场所，川页公司则帮助社区发展推动社区文化复苏与可持续发展项目“社区集盒”，并将收益的5%注入社区公司用于社区基层治理以及公益项目。

1月7日，由该公司运营的“社区集盒 zhongzhong 杯循环商店”、社区咖啡馆、城市书屋、社区养生馆等4个社区经济体正式开业。  
(下转2版)

■新重庆-重庆日报首席记者 韩毅  
通讯员 刘纪瀛

“对不起，没有房间了。”“我们的房源也比较紧张，需要提前预订。”2月3日，家住渝北区龙山街道新城丽都小区的詹女士本打算抓住春节假期的“尾巴”，租一个民宿，度两天假，可在网络平台上查了六七家位于近郊的民宿，均被告知“订单已满”。

“有别于传统酒店、宾馆，也不同于一般的农家乐，民宿可供游客一边亲近自然、享受慢生活，一边体验个性化的管家式服务，还省去了女主人一大家子人吃饭忙碌的问题。”巴南区天星寺镇花房村“花房故事”民宿负责人贺乙介绍称。

春节期间，不少家庭选择到该民宿过

## “租个民宿过新年”受消费者青睐 重庆春节假期民宿“一房难求”

一个别样的春节，除了感受传统年味，也能亲近大自然。“这个春节假期，我们的房间早在半个月前就被预订一空。客户主要以家庭组团出游为主。”贺乙说。

位于巴南区安澜镇的“仙那度”民宿，同样是“一房难求”。该民宿隐匿于茂密的森林之中，其独特的不规则白色建筑外形，在山林中格外引人注目，森林客房、木屋更是为游客提供了宁静的住宿体验。该民宿负责人谢勇斌表示，今年春节假期，他们的房间同样供不应求。

北碚区文化和旅游发展委员会相关负责人表示，这个春节假期，该区的各大民宿深受游客欢迎，入住率超过90%，部分精品民宿“一房难求”。

途家民宿发布的春节民宿出游报告显示，在民宿里过个团圆年，已成为越来越多人的新选择。今年春节假期，我国民宿的订单量比2024年同期增长两成，民俗游、冰雪游为民宿游的主流玩法。外国人也爱来中国民宿过年，今年春节假期，外国游客住民宿的订单量同比增长2.3倍。

“租个民宿过新年”，不仅是一种旅游方式的创新，更是一种文化的传承与交流。游客租住民宿，不仅能享受到舒适的住宿环境和贴心服务，还能深入了解民宿所在地的传统文化和民俗风情。”重庆市乡村旅游协会、重庆市农家乐产业协会常务副会长兼秘书长赵琴表示，随着人们对旅游品质的要求越来越高，“租个民宿过新年”这类新兴的度假方式会越来越受到消费者青睐，也会为乡村旅游注入新的活力。

## 有序返程

春节假期接近尾声，2月3日，我市迎来返程客流高峰，人员流动量增长态势明显。我市交通运输部门积极应对，努力保障旅客平安有序返程。



▲2月3日，重庆北站，春节铁路返程高峰到来。  
记者 张春晓 摄/视觉重庆



▲2月3日凌晨2点，重庆江北国际机场到达大厅外灯火通明，大批旅客正有序排队等候出租车。  
记者 刘力 摄/视觉重庆

## 夺取开门红

### 今年来柑橘鲜销同比增长20% “巫山恋橙”成市场宠儿

■新重庆-重庆日报记者 赵伟平

“大家手脚都麻利点，争取今天早点下班。”2月3日，大年初六，巫山县福田镇果品分拣中心一片繁忙。重庆耕田而食电子商务有限公司总经理王晨宇招呼十多名工人，将刚采摘下来的柑橘进行挑选、分拣、清洗、装箱、贴单……几天后，这10余吨果子将运抵马来西亚。

见自家种的柑橘将走出国门，巫山县福田镇天宫村柑橘种植大户李尚兵拿出手机和柑橘拍了张合影。“老辈子，只要你们好好种柑橘，达到了出口标准，今后还能出口到更多国家。”王晨宇笑着说。

而400多公里外的渝北区一家果琳门店，“巫山恋橙”同样销售火爆。不到半天，该门店200多斤橙子便销售一空。“由于果肉细腻，甜度适中，今年元旦以来‘巫山恋橙’就成了水果中的宠儿，每天我们要销售一两百斤。”重庆果琳鑫园科技公司采购经理黄严坤说。

为何今年“巫山恋橙”如此受欢迎？“这是我们主动求变，打响柑橘‘突围战’的结果。”巫山县农业农村委主任易前聪说。

柑橘是巫山重点打造的“3+N”现代农业主导产业之一，已培育出“纽荷尔”和“W·默科特”两大拳头产品和椪柑、沃柑等多个特色品种，柑橘种植面积达20万亩，其中投产面积15万亩，产量13万吨，成为当地群众增收致富的“金果果”。

近年来，随着全国柑橘产量的日益饱和，柑橘市场越发疲软，价格持续低迷。其中巫山柑橘表现尤为明显，价格从一斤两三元跌到一元多。

市场调研显示，在东南亚，柑橘类水果长期依赖从欧洲、美国等地进口，价格偏高。与这些地方的柑橘相比，国内柑橘有交通和价格优势，完全可以把东南亚等区域作为目标市场。

另一方面，重庆中心城区有1000多万人口，与过去把橙子拉到珠三角、长三角、东三省销售相比，把柑橘销往中心城区更具性价比。  
(下转2版)