

重庆如何抢占入境游市场“C位”

打好“四张牌”，构建国际旅游顶级IP

【打造入境游首站城市②】

■新重庆-重庆日报首席记者 韩毅

“嘟、嘟……”3月8日，在朝天门码头，伴随嘹亮的汽笛声，焕新升级的黄金游轮旗下高端产品“长江奇迹”号游轮首航。

动感的船体设计，极具辨识度和科技感；“中古风”装饰风格，洋溢着时光雕琢的故事味道；餐饮预订、岸上观光，每一处细节都有极致服务……这一重新定义高端游轮旅游的大船，不仅为我市入境游拳头产品三峡游轮再添新载体，也在国际旅游市场“圈粉”无数。

打造入境游首站城市、成功构建一个国际旅游顶级IP，国际营销是基础，而加强具有全球吸引力的优质产品供给，则是根本。

那么，重庆如何增强国际化的旅游产品供给，抢占入境游市场“C位”？连日来，记者深入进行了调查。

第一张牌

三峡游：满足无数游客对文旅期待

三峡游无疑是重庆拿得出手的一张国际名片。

“远山如黛，近水微澜；高山仰止，万物成已……不夸张地说，三峡游满足了无数游客对文旅的一切期待！”3月26日，在朝天门码头，刚结束三峡游轮游的新加坡游客刘欣，一脸幸福地说道。

长江三峡，可谓典藏了世界最绝美的山水画廊：现有A级旅游景区156家，其中5A级景区8家、4A级景区64家，集自然景观、历史文化、休闲度假等于一体，巫咸文化、诗词文化、三国文化、考古文化等更是灿然多姿。

但提及三峡游，我市文旅界人士可谓“情感复杂”：

它经历了“朝辞”的璀璨，经历了“告别”的透支，经历了“归来”的艰难。三峡成库后，重庆文旅有识之士喊出了“归来”的口号，但交通掣肘、结构单一、产品雷同等问题一直困扰着三峡沿线区县文旅行业的发展，让这一世界级资源“困在深闺”。

近年来，我市将其作为全市文旅名片，着力打造长江三峡国际黄金旅游带经典深度游产品，建设世界级三峡旅游核心吸引物集群，创新推动“大三峡”旅游一体化发展。

数据显示，目前我市有三峡游轮33艘，其中五星游轮22艘，列全国第一，游客接待量逐年攀升。三峡游已成为我市入境游的重要支撑。

那么，如何进一步提升三峡游的国际“含金量”呢？

一艘三峡游轮停靠在云阳县（摄于二〇二四年十月十九日）
记者 李雨恒 摄影 视觉重庆

在中国旅游研究院长江旅游研究基地首席专家、重庆文旅发展研究中心主任罗炫柏看来，提质三峡游，要坚持问题导向、结果导向，重点围绕“五个聚焦”：

聚焦推进景区度假区“品质提升、品牌打造”，充分利用高峡风光、平湖景观、厚重人文，做好旅游景区、旅游度假区存量提升和增量打造“两篇文章”，培育旅游核心吸引力，打造旅游消费主战场。

聚焦推进全域旅游“创新融合、创造转化”，以需求牵引撬动供给创新，坚持“旅游+”和“+旅游”双向流动，推动旅游与文化、体育、水利等领域跨界融合。

聚焦推进宣传营销“渠道延伸、方式创新”，共同开辟国际国内旅游市场，创新推广理念、改进推广方式，整体提升长江三峡旅游品牌影响。

聚焦推进线路产品“协同联动、务实合作”，将长江三峡旅游要素资源进行跨区域重新配置，整合与优化，形成规模更大、结构更佳、等级更高的旅游线路产品，将长江三峡国际黄金旅游带打造成为世界知名的旅游目的地。

聚焦推进基础设施“共建共享、互联互通”，加快形成“快旅慢游”的旅游交通体系，综合提升长江三峡旅游软硬件服务水平。

第二张牌

世界级山水都市游，展现诗与远方魅力

入夜的弹子石老街，灯火通明，人声鼎沸，游人如织。熙熙攘攘的人群中，外国人的身影不时闯入眼帘。

“太不可思议了，重庆就像一座未来之城！我在TikTok（抖音海外版）上刷到重庆后，利用240小时过境免签政策，飞来重庆。”美国游客艾米利亚（Amelia）称，她先后逛了磁器口、拍了“生吞单轨”、坐了长江索道、吃了麻辣火锅……“重庆给我的体验太棒了，我还要玩两天。”

第三张牌

巴蜀文化旅游走廊：国际范、中国味、巴蜀韵

“从乐山大佛的微笑到大足石刻的静

谧，一佛一石，述说着穿越千年之美；从三星堆的神秘符号到钓鱼城的坚固城墙，古老文明跨时空握手……”近来，“川墩墩”的一则旅行Vlog火遍网络，成为“刷屏之作”。

聚焦巴蜀文化旅游走廊建设，着力打造世界知名文化旅游目的地，形成更多“西部领先、全国进位和重庆辨识度”标志性成果……是重庆递给世界的又一张闪亮名片。

“仅在2024年，川渝两地就共建重大文旅项目15个，共同举办川剧节等活动168场次，实现互访游客超1亿人次。尤其值得一提的是，我们还成功推动开通重庆赴东北旅游列车，持续联动四川开展川渝互惠游，联动湖北打造长江三峡国际黄金旅游带。”市文化旅游委相关负责人表示。

协同推进巴蜀文化旅游走廊建设，已成势见效。

接下来，川渝两地还将迭代构建巴蜀文化旅游走廊“四梁八柱”，协同打造巴蜀高品质文旅景观带，共同开发超大城市互动、巴蜀自然遗产、成渝古道文化等主题风景道，具体包括：

联合培育巴蜀特色文旅地标，提档升级“宽洪大量”“点石成金”等文旅品牌，联合举办第二十二届群星奖决赛、川渝曲艺展演大会等活动，推进白鹤梁题刻、川渝宋元山城体系、蜀道（重庆段）等申报世界文化遗产，联合申报巴蜀文化生态保护实验区。

共同建设川渝文旅统一大市场，策划一批“渝进蓉出”“蓉进渝出”精品线路，持续开行旅游专列，推进“畅游巴蜀”“旅游一卡通”等措施。

巴蜀文化旅游走廊正向着“具有国际范、中国味、巴蜀韵的世界级休闲旅游胜地”加快迈进。

第四张牌

风情武陵：隐藏于中国腹地的绝美画廊

山奔绿浪，雄浑苍茫，水流碧玉，婉转荡漾……多彩风情武陵，不仅是国家重点生态功能区与重要生物多样性保护区，是隐藏于中国腹地的绝美画廊，也是我市递给世界游客的第四张旅游名片。

近年来，我市一体化推进武陵山区（渝东南）土家族苗族文化生态保护实验区建设，奋力创建文化产业和旅游产业融合发展示范区，让巍巍武陵、浩浩乌江尽显山川人文之美。

其中，武陵更是围绕“生态优先、旅游引领、三产融合、强区富民”发展思路，大力推进以国际化为引领的武陵旅游发展，加快建设世界知名旅游目的地。

巴山渝水的至臻风景，正时时新、日日新，向全球游客述说着“不得不来”的N种理由。

“从乐山大佛的微笑到大足石刻的静

商品换新 橱窗上新 首店更新

借力假日经济 重庆商圈打造消费盛宴

【清明假期探消费③】

■新重庆-重庆日报记者 邱小雅 周盈

4月5日下午，砂之船（两江）奥莱购物中心内人潮涌动。市民吴芳手持刚购入的春装对记者说道：“原价499元的套装，叠加假期商场限时满减和会员折扣后实付不足300元，性价比超高！”

记者走访发现，清明假期，重庆各大商圈紧抓“假日经济”机遇，通过加码促销力度、首发春季新品等方式激发市场消费潜力。

以旧换新持续带动消费

清明假期，在政府补贴和商家促销双重刺激下，家电数码类产品迎来以旧换新热潮。

4月5日下午，苏宁易购Pro金渝店的数码橱窗内，聚集了不少科技“尝鲜族”。

“联想小新Pro14笔记本电脑官方价7799元，在我们店里，叠加‘以旧换新’补贴和消费季补贴，到手价只有6000元出头。”苏宁易购Pro金渝店有关负责人说，多重补贴后的超高性价比，让不少刚上市的电脑和手机产品成了爆款。

解放碑商社电器同样销售火爆。“科沃斯的新款扫地机器人我观望了很久，之前的价格是4500多元，现在可以享受国补、商场优惠折扣，算下来比原价便宜800多元。”市民杨鸣说。

“每年三月、四月是重庆家装旺季，前来购置家电的人很多。有了以旧换新补贴加持，消费者的热情明显比往年更高。”商社电器解放碑商场某电器品牌销售员告诉记者，该品牌清明假期首日成交量是平时的两倍，其中冰箱、热水器等大件以旧换新需求量最大。

市商务委数据显示，自今年启动消费品以旧换新政策以来，家电数码产品补贴量达178.2万笔，家装厨卫“焕新服务”惠及22.5万笔交易，消费升级趋势显著。

服装销售上演“双重热潮”

随着气温持续攀升，重庆市民春季消费热情加速释放。

清明假期，记者走访多个商圈发现，服装行业正上演“春装上新”与“户外热销”双重热潮。

记者在万象城看到，各服装品牌门店已全面焕新春季陈列，不少市民趁放假前来选购心仪春装。

“轻薄风衣、针织开衫、牛仔外套等兼具实用性与时尚感的单品最受欢迎。”该商场某服装品牌导购告诉记者，自三月中旬以来，春装销量持续攀升，清明假期三天推出了限时八折优惠，首日销售额就比平日增长了近30%。

春暖花开，正是登山、徒步的好时节，这带动户外运动装迎来一波销售小高潮。

4月5日下午，记者在大坪龙湖时代天街、光环购物公园等商圈的户外品牌店看到，速干衣裤等产品吸引众多消费者驻足。某运动品牌店长向记者表示：“今年新上市的透气轻量化系列特别抢手，部分款式已经断码。”

首展首秀聚客效应显著

最近这段时间，众多品牌的新店、首店在重庆相继开业。美团数据显示，今年以来，重庆餐饮新开门店数量位居全国前十，其中以城市首店、品牌新店型首发为主。

4月5日中午12点，位于万象城的九十柒抹茶重庆首店，门前排起了“长龙”；新光天地刚开业的达美乐披萨店内，坐满了慕名前来尝鲜的食客……

记者走访发现，重庆各大商圈的新晋首店、网红店人气都不错，顾客中不乏拖着行李箱的外地游客。“清明假期来重庆玩，专程来九十柒抹茶打卡尝鲜，味道很不错。”甘肃游客陈晚双说。

除了首店，首展也为重庆消费市场添了把火。

4月5日上午，位于江北观音桥的星光68广场内人流如织，国际知名香氛玩偶品牌PUFUSOUL西南首展在这里热闹开展。

该展览设置9大主题展区，联动场内300余家国际一线大牌，借助多元艺术形式，为市民带来一场融合视觉、嗅觉与触觉的沉浸式体验。“首展带动商场客流持续攀升，清明假期客流量预计同比增长36%以上。”星光68广场有关负责人说。

市商务委有关负责人表示，今年我市将力争全市社会消费品零售总额增长5%，商业增加值增长6%，新培育打造消费新场景超20个，新引进品牌首店超300个。

在渝高校青年学子开展缅怀革命先烈、探寻清明文化活动

本报讯（新重庆-重庆日报记者 李志峰 实习生 王文文）记者4月5日从重庆大学、西南政法大学等在渝高校了解到，连日来，各高校青年学子举办多种形式活动缅怀革命先烈、探寻清明文化厚重底蕴。

“你们的牺牲，不是终点，而是我们奋斗的起点。”重庆大学启动“行走的红岩思政课堂”，组织近千名师生赴重庆红岩思政课外基地，开展感悟红色文化、传承革命精神、塑造时代新人系列活动。

在巴南区南泉革命烈士陵园，重庆大学外国语学院组织190名团委和学生会员、学生党员代表等，通过敬献花篮、传唱红色歌曲、诵读红色诗歌、宣讲红色故事，深切缅怀革命先烈，弘扬传承革命精神。

“红岩魂，永不朽；先辈志，当传承。”四川外国语大学新闻中心和国际金融与贸易学院师生前往歌乐山烈士陵园开展清明祭扫活动。活动通过主题宣讲、祭祀扫墓等形式，引领川外青年以革命先烈为榜样，传承红岩精神，挺膺青年担当。

重庆第二师范学院体育与健康管理学院部分党员和入党积极分子，开展“缅怀先烈，奋进新征程”清明祭扫活动。

重庆城市科技学院永川校区师生在永川桂山公园、永川区档案馆，开展“清明祭英魂，翠柏映丹心”清明祭扫活动；巴南校区师生在南泉革命烈士陵园，开展“赓续·2025·清明祭英烈”红岩思政——巴南区大中小学思政课程一体化活动，激励广大师生从红色精神中汲取砥砺前行动力。

“清明寒食人间事，青团一盞寄相思。”清明假期，各高校还举办了“清明话廉”“清明寄相思”等活动，共同探寻清明文化的厚重底蕴。

在西南政法大学，一场别开生面的“清明品清韵·春和养廉心”主题活动拉开帷幕。活动围绕“民俗话廉”“思辨明廉”“步履践廉”三个环节展开，师生们一起从“食味知廉”“茶苦悟洁”“踢球破贪”“花语明志”四个维度，感悟廉洁文化。

4月4日上午，西南大学食品科学学院在校内举办“揉春入青团，清明寄相思”主题活动。师生们通过亲手制作青团，参与飞花令、投壶挑战等清明节知识问答等小游戏，增进对传统节日的文化认同。

“疆电入渝”哈密至重庆特高压直流输电工程年内建成投运

4月2日，位于渝北区大湾镇的渝北换流站项目建设现场。

渝北换流站是“疆电入渝”±800千伏哈密至重庆特高压直流输电工程在渝重要落点，目前约1400名作业人员正在开展安装、试验、调试、验收等工作，力争4月10日启动交流系统带电调试，实现从建设转向运行的关键一跃。

按计划，±800千伏哈密至重庆特高压直流输电工程将在今年内建成投运，届时每年可向重庆输送电超360亿千瓦时，助力重庆形成“一交一直”特高压输电新格局。

记者 张锦辉 摄/视觉重庆



(上接1版)

近年来，以龙湖天街、万达广场、万象城、大悦城、光环等为代表的购物中心在重庆迅猛扩张。据不完全统计，今年重庆还将新开14个MALL，包括重庆光环花园城、龙湖龙兴天街等。

“重庆强劲的消费活力与优质商业载体的良性互动，正在形成独特的‘首店经济生态圈’。”在重庆工商大学应用经济系主任李然看来，年轻消费群体对品质生活的追求催生了旺盛的高端消费需求；而不断升级的商业基础设施为品牌提供了理想的展示平台。这种供需两旺的发展态势，进一步助推了重庆打造国际消费中心城市。

势，进一步助推了重庆打造国际消费中心城市。

打造首店“强磁场”，确保其进得来、留得住、经营得好

重庆不断刷新的首店版图背后，离不开政策支持。

记者注意到，重庆市商务委最新公布的《2025年首店首发经济支持政策申报指南》明确，将对符合条件且经评审纳入支持的商业管理运营商、第三方机构，按照引进商业品牌首店品牌能级及数量、首店层级

及数量等进行综合评审，分别给予最高不超过200万元、100万元的资金奖励；对在渝开展首发首秀且符合条件的活动组织企业（主办方），给予最高不超过100万元的资金奖励。

早在2024年1月，重庆就发布政策鼓励发展首店首发经济，着力培育“必购必带”品牌。同年，市商务委组织开展首批首发经济集聚区和首发中心评定工作，首批认定了解放碑一朝天门商圈、观音桥商圈2个首发经济集聚区，以及渝中区天台131、江北区重庆金融会展中心等6个首发中心。

加工材质、加工精度，每种产品所喷涂的磨料、柔软度和产品形状都各不相同。

其所用的喷涂磨料也有金刚石、氧化铝、碳化硅、陶瓷刚玉等多种，产品形状亦有尼龙砂带、砂碟、卷紧轮、层压轮等多种。截至目前，佳研新材料共获得各类专利50项。

记者在采访中获悉，佳研新材料依托

(上接1版)

至于磨具磨料产品开发，则是佳研新材料的“独家秘笈”。

近年来，佳研新材料抓住国内高端制造业发展机遇，加大技术研发力度，开发出了50多种磨料磨具产品，广泛应用于各种精细加工场景，迅速做大该产业。

比如，在芯片封装和高硬度电子器件、