

强“链”补“链”

# 永川 下足功夫提升产业生态韧性



疫情之下，永川区在优化产业生态、构建多元产业结构、推进制造业与生产性服务业融合等方面下足功夫，让产业生态更具韧性。

## 完整产业链 吸引新投资

长城汽车永川工厂副总经理刘青山正经历着幸福的苦恼：“长城炮”投产以来，一直供不应求，4个月生产销售2万辆整车，眼看越野型皮卡即将上市，现在未交付的订单还有近2万辆。

新订单不断，新产品即将上市，如何保障龙头企业顺利达产、完成订单？

永川积极行动，被誉为国内汽车行业“富士康”的瑞悦公司永川工厂于近期投产。该公司是国内少有的具备整车平台研发和生产能力的龙头集成企业，其代工的国内汽车品牌达20多个。

瑞悦董事长孟瑞章表示，落地永川，公司不仅与长城、庆铃的合作关系更加巩固，还有了上汽依维柯红岩汽车等新客户，年产10万台套汽车车身不成问题。长城汽车也因此信心更足，近日又向永川工厂追加投资10亿元，将在这里生产高端越野SUV，预计年产6万辆。

目前，永川已先后集聚了长城汽车、雅迪新能源摩托车、庆铃等一大批优质企业，加上此次投产的瑞悦汽车，初步形成了“3+2+1+N”汽摩产业体系。

疫情下很多传统产业受到影响，永川的纸业却“火了一把”。近日，来自成都的蓝源纸制品有限责任公司在永川港桥产业园启动了年产值20亿元的分厂建设。究其原因，同样是得益于相关产业链的完整性。

该公司经理朱森林介绍，一方面永



理文造纸公司生产线(永川区融媒体中心供图)

泸高速年内将建成通车，成渝两地基础设施互联互通提质增效；另一方面，在龙头企业理文造纸公司的带动下，永川纸业后加工创新模式不断完善，产业链条基本形成，有利于公司持续保持稳健发展态势。

目前永川已集聚20多家纸制品后加工企业，形成从原料采购、产品加工再到物流配送的完整产业链，产业规模超过100亿元。

## 数字化产业 开拓新模式

疫情发生后，线下服务线上化、数字化、智能化进程加速，为抢抓发展机遇，永川围绕“大数据、服务外包、数字内容、软件信息、互联网+”五大产业定位，积极推动企业在数据处理与审核、呼叫中心(含金融后台)、先进影像和渲染、软件信息、AI自动驾驶与车联网、电子商务、线上教育、线上游戏、直播经济9个领域开拓创新模式。

以呼叫外包业为例。电讯盈科、携程网、文德数慧等企业的业务模式

逐渐向智能客服、数据服务转型，业务范围从传统的业务咨询、售后服务向在线采购板块延伸，为全球100多个国家200多家企业提供呼叫及销售服务。永川与中国普天联合建设的“服务公社”信息惠民平台加快推广应用，可实现信息技术平台政务、商用、民用的融合发展。

达瓦科技负责人陆琪介绍，数字孪生城市决策平台将为永川智慧城市建设提供新的方案——通过在数字空间再造一个与物理城市匹配对应的虚拟城市，实现对城市的数字化管理，从而给城市装上“智慧大脑”。

## 利用好资源 发展新产业

新冠肺炎疫情防控，既是一堂深刻

的全民健康教育课，也让人们看到大健康产业未来巨大的发展前景。作为区域性医疗中心的永川，决心加快医疗器械研发生产、医疗器械连锁销售、医疗服务、健康管理、医养结合等大健康领域的产业布局。

短短1个月内，3个医疗器械项目落户永川，4平方公里的医药器械产业园呼之欲出。其中，国内医疗器械行业龙头企业普康集团投资10.5亿元，将在永川打造南方基地，并积极引入其他相关的健康产业企业，为永川工业经济注入新鲜“血液”。

“区内现有三级甲等医院2所，在创的有4所。此外，由永川与新加坡Talkmed医疗集团共同投资建设的中新肿瘤医院也将在今年底前正式投用。”永川区卫健委主任邹光明介绍，在拥有良好医疗资源的基础上，随着一批医疗器械企业的不断引进、壮大和一批医疗机构的升级，永川有望成为成渝双城经济圈中心城市中的高端医养一体化“基地”。

永川区融媒体中心 彭禹乔

# 涪陵 高分子材料产业集群初现

通过高端补链、终端强链，涪陵500亿级高分子材料产业集群初现雏形。目前，涪陵已建成世界第一大己二酸生产基地和氨纶生产基地，全球单套产能最大的食品级PET高分子生产线也顺利投产。

近日，重庆华峰化工一批精己二酸产品，通过西部陆海新通道铁路联运班列运抵广西钦州北部湾，随后换装海运货轮分别抵达意大利、土耳其、荷兰3个国家。

按照全市新材料产业规划，涪陵对接巴斯夫年产40万吨MDI项目，确定了发展下游聚氨酯产业的突破方向，于2010年引进中国500强华峰集团落户。

目前，重庆华峰在涪陵基地已形成年产74万吨己二酸、20万吨环己酮、9万吨差别化氨纶、15万吨聚氨酯树脂的能力，建成了世界第一大己二酸生产基地和第一大氨纶生

产基地。涪陵正鼓励重庆华峰依托己二酸为原料，向下延伸发展己二胺及尼龙产品。

3月25日，重庆万凯一期年产60万吨食品级PET高分子新材料项目开车投产，涪陵成为全球单套产能最大的食品级PET高分子生产基地，填补了西部市场产能空白，并将打通本地石化产业链，形成新的产业集群。

针对上有蓬威石化年产60万吨PTA，下有使用聚酯产品的食品包装及纺织企业的现状，涪陵着力引进PET(聚酯)项目打通产业链中间环节，积极对接行业领先企业浙江正凯集团并达成投资意向，于2019年成立重庆万凯新材料公司。项目全部建成后，将形成年产食品级PET切片120万吨的生产能力，年产值超100亿元。

涪陵区融媒体中心 魏东

# 綦江 构建“芯屏器核网”全链条

4月3日中午，位于綦江工业园区的重庆南舟科技有限公司生产车间内，一个手机主板经过多种程序作业，被送到了质检员手中。

“通过智能化改造，我们生产车间已经达到90%的自动化率，一条高速智能生产线仅需4名员工，就可实现每小时600个产品的生产。”该公司副总经理刘木钦介绍，3月中旬复产以来，产量在每日递增的同时，并没有遭遇太大的“用工难”。公司预计，4月产值将恢复正常，达到2000万元。

节后复工复产带动了远程办公、线上教育的巨大需求，也为企业的产品研发与生产提供了巨大的推动力。同样位于綦江工业园区的重庆烯宇新材料科技有限公司生产的屏

幕，将纳米银线材料与电容式触控技术相结合，利用人体的电流进行感应工作，精准度高达99%，让人获得即刻响应的极佳触控体验。

“这个产品可广泛运用于教育、会议、广告宣传等领域。”公司董事长周明介绍，目前已接到国内多家企业的订单，产品的市场潜力将逐步显现出来。

此外，公共大数据国家重点实验室重庆分部、灾备技术国家工程实验室西部中心等项目也已落户綦江，綦江正积极谋划建设中国西部信息安全谷、信息安全学院，在“芯屏器核网”全产业链发展中抢抓机遇。

綦江区融媒体中心 吴长飞

# 沙坪坝 “云端”下出发展先手棋

4月6日下午3时，在沙坪坝凯瑞商都微信直播间，一场“踏青季”商品直播正在进行。这场1个半小时的直播里，集合了市民4月出行所需的20种商品，其中某化妆品品牌销售额突破31万元。“当新零售时代来临，就要打破传统路径依赖。”沙坪坝区商务委相关负责人坦承，“数字化”已经成为商贸产业高质量发展的先手棋。

疫情是一场危机，但与之相随的，是新的商机。针对疫情对线下实体经济带来的冲击，沙坪坝区内大型商贸企业主动探索新路。

以凯瑞商都为例，其广泛利用微商城、微信公众号搭建云购物平台，加快线上社群营销，通过线上购物、媒体直播、社群分享、门店直送、包邮到家等新渠道，实现网络与实体优势互补、线上线下有机融合的“多轨联动”经营模式。2月28日至3月16日，其线上销售同比增长6937%，“云经济”正重塑在商贸企业的全新竞争力。

一块电子大屏，一次视频连线……日前，沙坪坝区总投资248.1亿元的项目集中签约仪式在“云端”拉开帷幕。

“疫情下，招商引资面临新形势、新挑战，开展不见面招商和洽谈，可加强项目跟踪与服务，实现防疫期间项目不止步、服务不掉线。”

沙坪坝区相关负责人说。走上“云端”的不止签约大会。自复工复产以来，沙坪坝区多部门开展“云招聘”“云评审”等数字化手段开展业务，跑出经济发展新速度。

3月27日，重庆国际物流枢纽园区与成都市青白江区国际铁路港，在重庆正式签署战略合作协议。这次合作要从一次“云结盟”说起。

3月4日晚，成渝两大铁路港开了一场“云会议”。基于加快推动成渝地区双城经济圈建设的战略背景，聚焦重点领域和关键环节的主动接轨、全面融入、双城一体发展，双方在通道建设互认、创新成果共享、信息数据互联、口岸功能互通、招商产业互补、口岸开放共享、人才交流互动等多项事务上达成了共识，首次实现“云结盟”。

3月16日，沙坪坝区副区长、国际物流枢纽管委会主任任建红一行前往成都国际铁路港考察调研。双方的这次见面不仅相互了解了对方的条件优势，也围绕成渝地区双城经济圈建设和双港全面联动，交换了意见。

在达成共识后，两大铁路园区谋划具体合作。3月27日，成渝中欧班列开行突破1万列之际，四大领域20项具体合作落地。

沙坪坝区融媒体中心 喻庆

# 大足 商人节线上交易额超亿元

为积极推动企业复工复产，帮助数量众多的中小企业应对困境，大足区商务委依托阿里巴巴旗下1688平台和足云智慧市场，日前在大足区电商产业园成功举办大足区第三届“3·28”商人节暨助力大足五金产业复苏活动。

此次活动中，1688平台付费会员、大足区内批发市场商家以及普通工厂均以零成本免开店，参与直播。大足区商务委通过区电商产业园和区网商协会免费为参与商家提供线上直播和营销技巧培训、商家产品装修、企业主题海报和宣传视频制作、各大平台推广引流等服务，帮助商家打通线下到线上的转化，拓宽线上销售渠道。

出售的商品包括刀具、塑料制品、农具、日用品、石磨、农产品6类产品150个单品，其中菜刀、塑料桶、塑料筛子、二锤、多齿耙、大铁锅、农用锄头、磨刀石、步步紧、技剪

10类商品备受市场欢迎。当天，参与线上活动企业152家，其中五金企业140家、农业企业8家。149家企业视频点击率达9.6%，30家线上直播企业直播粉丝48358位。活动线上流量高达523590人次，成交买家人数50264人。线上交易额1.745亿元，同比增长55%，在全国79个市场中排名第12位。

本届商人节中，大足五金企业收获成交额500万元以上的订单1笔，200万-500万元16笔，100万-200万元18笔。日成交额500万元以上的企业有2家、200万-500万元的企业4家、100万-200万元的企业16家。

线上交易成果喜人，对大足本地企业触动极大。许多企业负责人对电商有了新的认知，纷纷加大投入，学习网络营销知识，为大足五金强力复苏、扩大国内市场份额打开了新的空间。 通讯员 谭显全

“云”上新景

# 丰都 “云”上庙会首秀惊艳

宅在家里“云”上逛庙会、干部化身“网红”直播带货、“云上集市”商品任你挑……近日，借着首届“云”上庙会，一波波数字红利不断辐射带动丰都经济复苏。

## 首日吸睛 100万人次

“真是想不到，不用出门都可以看庙会！”4月1日，家住丰都县三元镇滩山坝社区的李权在儿子的指导下，用手机观看完“云”上庙会的“夜游鬼城”活动后发出感叹。

据初步统计，直播助销活动开启3小时，围观人数就达到30万人次，收获订单1.5万个，销售额达112.4万元。

就在李权猜想今年庙会搞不搞时，丰都县文旅委根据民意调查结果，决定把2020年的丰都庙会搬到网上。

“通过问卷调查，很多市民表达了观看庙会的意愿。”丰都县文旅委主任谭云昭介绍，在保留传统巡游项目的基础上，首次“搬”到线上的丰都庙会，以直播、视频、图文等方式，多角度、全方位呈现庙会各类经典活动。游客只需进入重庆文旅委、京东直播等平台，就能在“云”视角下参与这场延续千年的经典盛事。

3月26日，2020中国·重庆丰都(线上)庙会如约而至，瞬间吸引到全国各地50余万名游客“云上围观”，首日超过100万人次“打卡”。

## 干部直播带货

“产自丰都三元镇的红心柚，果汁清甜，新鲜到家……”3月27日，一场别开生面的网络直播助销活动，在丰都县名山景区上演。丰都县委常委、副县长李五洲化身“主播”，为丰都扶贫产品代言带货，推进消费扶贫，助力打赢脱贫攻坚战。

受疫情影响，丰都部分地方农产品的生产销售计划被打乱。此次借力“云”上庙会的东风，丰都开通“云上集市”，通过网络直播助销活动破解难题。

在直播间，各类扶贫产品相继亮相，干部+产品企业代表+网红主播齐上阵。通过网络直播线上美食方式，推介丰都麻辣鸡、丰都牛肉等大

批特产美食。“我知道网上有句游戏流行语，叫‘大吉大利，今晚吃鸡’，所以我们也紧跟网络，办一场特别的‘直播吃鸡’。”化身“主播”的李五洲，在直播中极力宣传丰都知名小吃丰都麻辣鸡。

“直播带货打破了时空限制，‘云上集市’为用户提供了另一个空间的销售渠道。”李五洲说，疫情倒逼下，“云”上庙会衍生出的“云上集市”模式，不仅为丰都商户找到了发展之路，也对当地产业机构调整起到了推动作用。

据初步统计，直播助销活动开启3小时，围观人数就达到30万人次，收获订单1.5万个，销售额达112.4万元。

## 变危机为契机

俗话说，“冬吃萝卜夏吃姜”。去冬萝卜大丰收，却让重庆市禾禾禾生态农业有限公司负责人范红容犯了愁。

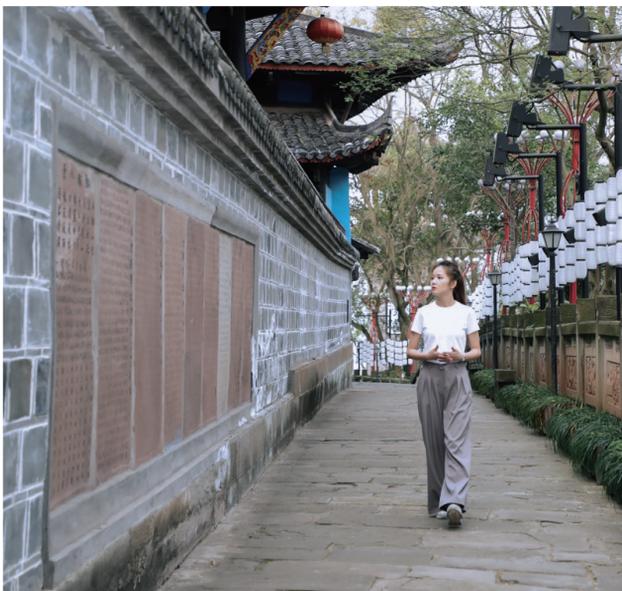
范红容是一名返乡农民工，2013年，她投入自己全部积蓄，在洞坪村成立公司发展风萝卜产业，建起了种植基地和生产厂房，没想到今年由于疫情，导致货品难销、滞销。

网络直播助销活动首日，范红容把自己公司的风萝卜带进了直播间。“我们的风萝卜，色泽饱满，入口爽滑弹牙，极富营养价值，欢迎大家购买品尝。”直播平台上，她向全国网友介绍道，短短1个多小时，销售额就达8万元。

“第一次在线直播卖货触动很大，网上销售增加了销量、提升了知名度，也增强了我们发展订单种植生产的信心。”范红容说，通过直播，产品直接从田间到餐桌，少了中间环节，利润可观，目前公司已签订订单1000余单，新发展20余户贫困户种植萝卜。

“一场火爆的直播，不仅缓解了疫情下的农产品滞销难题，更让广大商户、中小企业找到了发展的新契机。”李五洲说，下一步，丰都都将依托持续1个月的“云”上庙会活动，让丰都农产品搭上“互联网+庙会+农业”的网络快车走向全国。

丰都县融媒体中心 隆焯



网络播主在丰都“云”上庙会现场与网友互动 摄/隆焯

# 万州 三峡柑橘接到国外订单

“虽然三峡柑橘国际交易会(网上)已经结束，但我们仍不断接到全国各地的订单，这是对三峡柑橘品牌的认可，也是对电商平台上的激励。”近日，三都电商负责人一边核实订单，一边联系柑橘种植基地发货。

新冠肺炎疫情发生以后，万州区结合国家电子商务进农村综合示范区建设，统筹疫情防控和电商发展，推动企业线上交易和线下服务相结合，电商企业迎来前所未有的发展机遇。

“今年柑橘销售额达到100万元，不仅畅销国内，还有来自吉尔吉斯斯坦、俄罗斯的订单。”最忙碌的时候，三都电商工作人员要赶到凌晨才能休息。

作为万州本地电商平台，三都电商在劳动力、快递物流等受疫情影响的情况下，如何做到逆势增长？

与普通电商线上销售不同，三都电商主要依靠传统媒体强强联盟、资源共享的方式，闯出一条纸媒转型发展、跨界经营的新路子。

作为中国报商联合会理事单位，三都电商与联盟单位沟通交流，青岛早报、南方日报、遂宁日报、青海报业、厦门日报、毕节日报等联盟单位分别在自己的电商平台预售、直销玫瑰香橙。

翻开三都电商的订单，销往吉尔吉斯斯坦和俄罗斯的玫瑰香橙就是在新疆媒体的助推下，走出了“国门”。

玫瑰香橙是三都电商销售的产品之一。点开平台主页，巫山特产农家腊肉、三峡特产青花椒、忠州豆腐乳、城口风干鸡、云阳面、三峡手工竹编等产品让人应接不暇，每天都有接到来自广东、上海、陕西、四川、山东、新疆等地的订单。

在页面中，全国各地的特产也相当丰富，内蒙古小米、新疆阿克苏苹果、青海黑枸杞……“作为本地电商企业，除了要跨越地域，把本地的优质农产品卖出去，还有把其他地方的优质产品引到本地来。”平台负责人介绍，去年底，仅新疆的阿克苏苹果就销售了数千箱。

在中国报商联盟的支持下，优质优惠的内蒙古小米、青海黑枸杞、青海冬虫夏草、景德镇陶瓷、新疆和田枣、湖北柏杨豆干、恩施土家榨碗酒等好货源源不断进入三峡地区。

接下来，万州区还将组织开展“农商对接”“电商年货节”等线上线下农产品促销活动，持续拓展万州农产品销售市场，带动贫困户产品销售，帮助广大农民群众增收致富。

“下一步，我们将依托电商公共服务平台，借助报商联盟优势，进入各个乡镇进行特色农产品直播带货。”三都电商负责人介绍。

万州区融媒体中心 汪佳