

“双11”重庆本土品牌纸巾、牛肉成“爆款”

重庆电商卖了121.4亿元,同比增长22.9%

本报讯(记者 黄光红)市商务委11月13日发布消息:今年“双11”,全市电商展现了新活力,实现了新突破。据第三方数据监测,11月1日至11日,重庆实现网络零售额121.4亿元,同比增长22.9%,排名居全国第13位,较去年上涨1位;全市网络零售额超100万元的企业和店铺,共计300多家。

据市商务委分析,今年“双11”期间,重庆电商行业呈现出四个明显特点。首先是消费增长潜能持续释放。淘宝天猫平台上,重庆消费者购买额在全国城市中排名第7;京东商城,全市民消费额环比增长98%,购买力排名全国第14。同时,城乡消费更为均衡,县城、乡镇等下沉市场交易额增长迅猛,家居日用品成交额同比增长27倍。其中,云阳县等区县增速靠前。

其次,线上销售势头强劲。主要表现为:重庆京东商城、重庆新日日顺、毛毛虫网商销售等龙头平台带动作用明显,全市网络零售额超过100万元的企业达到150多家,网络零售额超过100万元的店铺达到近190家;实体厂家借力线上破局发展,全市实物型网络零售额达100.7亿



数据来源/市商务委 制图/乔宇

元,同比增长25.5%。如,重庆理文卫生用纸制造有限公司积极做好“双11”生产筹备,设备24小时赶工,11月1日当天卖出1000万包纸巾;重庆市海浩消毒卫生用品有限责任公司近200人两班倒,开足马力搞生产,“双11”期间完成全年三分

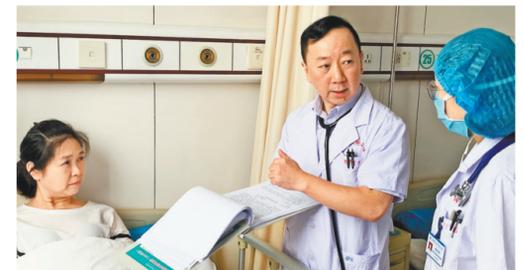
之一销量;恒都、自由点、Mr.A等本土品牌从细分品类中脱颖而出,销量抢眼,其中恒都牛肉在天猫商城生鲜品类中排名第1,受消费者热捧。第三,新业态新模式成为风口。一方面,直播电商风潮更趋旺盛。据统计,“双

11”期间,重庆直播交易额实现2.4亿元,活跃达人主播数达142个,活跃直播店铺数达941家,累计直播13492场,累计观看人数达5773.3万人次。

另一方面,跨境电商交易额再创新高。据全市抽样统计,“双11”期间,两路寸滩保税港区、西永综合保税区、公路物流基地保税物流中心(B型)、铁路口岸保税物流中心(B型)跨境电商交易单量超277万单,交易额超4亿元;农村电子商务全面提升。全市农村网络零售额达17.4亿元,丰都县、黔江区和万州区位居前三。

其四,多方保障促行业健康良性发展。如,市商务委与市邮政管理局提前谋划组织,建立电商与快递物流协同保障机制,最大限度调配资源,集中力量为旺季期间快递服务保驾护航。各大快递企业通过建立云仓、改建自动化设备等措施,促使快递更快。其中,圆通重庆转运中心新安装自动化设备提档升级,吞吐量同比老场提升50%;顺丰与中铁快运成都分公司联合推出成渝间“公铁联运+即日达”产品,将成渝间快递提速到6小时。

重庆医科大学附属第二医院呼吸内科主任王导新:重庆为年轻医学工作者提供了很好的机会和平台



王导新在了解病人病情。(受访者供图)



□本报记者 李珩

至今,重庆医科大学附属第二医院呼吸内科主任王导新的神经依然紧绷。他说:“虽然新冠肺炎疫情已进入常态化防控阶段,但冬春季是流感等呼吸道疾病高发季节,不能大意。”

作为重庆英才·名家名师,王导新还肩负着培养高端医学人才的任务。11月13日,王导新在接受记者采访时称,“重庆为年轻医学工作者提供了广阔的发展空间,我愿意将自己的经验分享让更多的医学人才。”

事实上,王导新也是这样做的。1月26日,王导新带领医疗救治市级专家组进驻集中隔离新冠肺炎患者的市公卫中心。2月3日,该中心一位新冠肺炎重症患者病情出现波动,必须有创呼吸机。“这是重庆第一例需要插管的新冠肺炎危重症患者。”王导新回忆说,插管过程中,患者因咽部异物感产生对抗,咳嗽时喷出大量气溶胶,即便穿着防护服、戴着正压面罩,也有感染的风险。

谁?王导新义不容辞地带着专家组成员、市公卫中心重症医学科主任袁国丹以及市公卫中心麻醉科主任谭蓉丹上了。

事后证明,这样的搭配很成功,不仅帮助患者渡过这次难关,还为年轻医生处置类似状况作出示范。

“既然选择学医,就肩负着治病救人的重担。”这是王导新从医35年常挂在嘴边的一句话。从2003年的非典疫情、2007年的H7N9禽流感,再到今年的新冠肺炎疫情,都有王导新带领着白衣战士与病毒作战的身影。

在王导新看来,学医是一个漫长的过程,重在坚持、勤奋、仁爱。毕业后进入重医附二院后,他就专注呼吸危重症及肺癌等方面的研究,如今已是医学博士、二级教授、博士生导师、国务院特殊津贴专家。在他的带领下,重医附二院的呼吸衰竭治愈率达到80%,急性呼吸窘迫综合征的诊治达到国内先进水平。对于中晚期肺癌的治疗,微创介入也在国内领先。

近两年,王导新被评为重庆英才·名家名师、重庆市医学领军人才、重庆市学术技术带头人、重庆市首席专家工作室领衔专家、国家自然科学基金评审专家,获得重庆市“科技进步二等奖”。

近年来,各地不少医疗机构向王导新抛出“橄榄枝”,而他选择留在最有活力的重庆。“医院非常重视中青年医生的培养,重庆也给年轻医学工作者提供了很好的机会和平台。”王导新举例说,他和他的团队拿到国家级科研课题时,市卫生健康委、重医附二院在科研经费和福利方面都有奖励政策。

从脏乱差村庄变身全国首批“绿色村庄” 潼南天印村人终于脱掉了“雨靴”

全面建成小康社会 “百城千县万村调研行”

□本报记者 苏畅

“过去,如果有人在大晴天还穿着雨靴去塘坝赶场,那他一定是天印村的。”11日,重庆日报记者在潼南区塘坝镇天印村采访时,村民张永洪的一句玩笑话,形象地说明了过去天印村的路有多烂,环境有多差。

的确,雨靴一度是天印村人的标志。如今,通过开展人居环境整治,天印村的泥泞烂路变成硬化水泥路,村民们终于脱下了雨靴。村容村貌焕然一新,也让一些原本有意在此发展产业的企业不再望而却步,村民享受到农村人居环境整治带来的实实在在的红利。

雨靴曾是出行必备工具
天印村位于潼南区塘坝镇东北部,有

1226户4326人,曾经家家户户都有雨靴。

张永洪从上中学起,雨靴就是她出行的必备工具。天印村的烂路费鞋,过去,张永洪的父母每年都会为她买双新雨靴。如今,张永洪已是两个孩子的母亲,在小孩进入小学时,她也像当年父母那样,为他们准备了雨靴。

柠檬、蔬菜、油菜、小龙虾、花椒,是潼南区现代农业中的五朵“金花”,其中柠檬、小龙虾、花椒这三朵“金花”,是天印村产业振兴中的关键抓手。

然而,天印村的烂路带来的交通不便,让不少想要入驻的企业望而却步。对天印村而言,村里的烂路阻碍了天印村发展的脚步。

“旧靴”换“新鞋”

近年来,围绕“六改六治”目标,天印村对污水垃圾、公共空间等方面积极展开环境综合治理。目前,天印村的烂路

已不复存在,80%以上的居民家门口通硬化道路。在实施“增美添绿”工程中,天印村大面积栽种树木,增补花草,积极发展特色经济作物、名优水产等产业,形成立体循环观光农业。同时,结合“三清一改”村庄清洁行动,村容村貌得到根本性改变。天印村也因此获评全国首批“绿色村庄”及重庆市“十大特色乡村”等称号。

这几年,张永洪家的鞋架上摆的都是高跟鞋和运动鞋,她再也没有放置过雨靴。曾经穿雨靴传统,随着天印村人居环境整治的顺利进行,已成为过去式。

从张永洪家中出来,不远处就是天印村的何家坪广场。何家坪广场有10余座池塘,总面积240亩,池塘内不仅有锦鲤和金鱼等观赏性鱼类,也养殖有甲鱼、“四大家鱼”等。池水清澈,倒映出岸边的垂柳和翻新的村民房屋。

张永洪指着池塘周边的步道说,“以前大家都不愿意从这里经过,如今这里成了我们散步休闲的地方。”

穿上发展的“快跑鞋”

人居环境的改善,让天印村人脱掉了“雨靴”,也让天印村脏乱差的村居环境得到改善和提升,随着一批企业的入驻,天印村在产业发展的道路上快跑起来。

2018年,重庆市丰之源生态农业有限公司入驻天印村,年可粗加工柠檬6000吨,产值近2100万元。同年,重庆市印天湖现代农业发展有限公司在天印村发展2000亩枳壳种植基地,预计年产值超1700万元。

目前,天印村枳壳种植产业发展规模已达4000亩,建成了西南地区最大的标准化枳壳产业园,成功获批“枳壳桑田”市级现代农业产业园。村民以承包土地、管理技术入股,享受产业发展收益。

丰之源生态农业有限公司在雇用村民时,优先考虑村里的贫困户,并对他们进行技术指导。公司负责人赖勇告诉记者,在工厂里积极工作的贫困户,每个月还会额外获得一定奖金补助,“下一步我们将引导天印村的老百姓自己种植柠檬,通过企业回购的方式带领他们脱贫致富。”

现在的天印村人,已经脱下了“雨靴”,穿上了发展的“快跑鞋”。

上百家川渝老字号共谋发展 首届川渝老字号博览会在大足开幕



本报讯(记者 汤艳娟)11月13日,首届川渝老字号博览会在大足区宏声广场隆重开幕。当天,上百家川渝老字号企业摆摊设展,其间,两地老字号组织签署共建发展联盟协议共谋发展。

老字号拥有世代传承的独特产品、精湛技艺和服务理念,承载着中华民族工匠精神和优秀传统文化,有巨大的品牌价值、经济价值和文化价值。重庆是全国较早开展老字号保护和发展工作的省市,目前有中华老字号19家、重庆老字号241家,老字号企业生产总值超1000亿元,涌现出桐君阁、桥头等一批耳熟能详的知名品牌。

本次博览会吸引川渝两地16个区市县参展,共展出100余个老字号企业品牌,其中包括五粮液、保宁醋、赖汤圆、陈麻婆、鹃城豆瓣等四川的中华老字号品牌,以及桥头火锅、永川豆豉、黄花园酿造、张鸭子等重庆的中华老字号。

开幕式上,四川省商业联合会老字号发展专委会与重庆老字号协会签署共建川渝老字号发展联盟协议。在当天下午举行的川渝老字号发展论坛上,企业掌门人和行业专家齐聚一堂,共同探讨了如何帮助老字号企业拓宽经营思路等话题。中华老字号工作委员会常务副主任王耀说,“今天的老字号产品展销现场中老年人多,年轻人较少,这恰好就是老字号焕发新生首先要解决的问题。”王耀指出,川渝两地老字号企业应该以此次博览会的合作共赢为起点,携手应对虚实结合的销售新环境,创造与时俱进的老字号经典时尚产品。

“本次川渝老字号博览会,是在过去5届重庆老字号博览会的基础上,首次邀请四川老字号企业同步参与、同台展示、共融共促。”市商务委服务业处副处长郑海涛介绍,“我们希望借力此次老字号博览会促进同源文化创新发展,繁荣成渝消费市场。”

及桥头火锅、永川豆豉、黄花园酿造、张鸭子等重庆的中华老字号。开幕式上,四川省商业联合会老字号发展专委会与重庆老字号协会签署共建川渝老字号发展联盟协议。在当天下午举行的川渝老字号发展论坛上,企业掌门人和行业专家齐聚一堂,共同探讨了如何帮助老字号企业拓宽经营思路等话题。中华老字号工作委员会常务副主任王耀说,“今天的老字号产品展销现场中老年人多,年轻人较少,这恰好就是老字号焕发新生首先要解决的问题。”王耀指出,川渝两地老字号企业应该以此次博览会的合作共赢为起点,携手应对虚实结合的销售新环境,创造与时俱进的老字号经典时尚产品。

“本次川渝老字号博览会,是在过去5届重庆老字号博览会的基础上,首次邀请四川老字号企业同步参与、同台展示、共融共促。”市商务委服务业处副处长郑海涛介绍,“我们希望借力此次老字号博览会促进同源文化创新发展,繁荣成渝消费市场。”

陈磊出任CEO后,进一步加大了对于新电商生态体系尤其是农产品价值链的战略投资。拼多多上线了包括“多多买菜”在内的创新业务,以推动农业从种植、生产、流通到消费的全链条革新,并深入满足中国家庭的日常所需。

受益于农产品需求扩大,三季度,拼多多的用户访问频率、访问品类数量、日均访问时长均有所提高,平台订单量峰值于近期突破1亿单大关。对此,陈磊表示:“尽管我们在增长和规模上已取得了一些成绩,但我们仍感觉如刚刚启程一样。”他强调,拼多多会坚持致力于帮助农民赚得更多,帮助消费者节省更多。

梅吟

“百年粉条” 加快配套项目建设

11月12日,荣昌区河包镇,顺溜食品厂工人正在晾晒粉条。

河包镇素有“粉条之乡”的美誉,已有上百年的粉条生产历史。河包粉条质量上乘,风味独特,加工工艺别具一格,并形成了完善的产、供、销网络。经过多年的发展,河包粉条远销全国20多个省市区,成为西部地区最大的粉条及淀粉产销集散地。目前全镇粉条生产企业达到23家,实现年产量6万余吨,总产值7亿元。

据了解,河包镇正积极引进有实力的粉条生产、粉条贸易、配料种植等上下游产业链项目,加快推进淀粉加工厂等配套项目建设。

记者 龙帆 摄/视觉重庆



“双循环”显效内需强劲

新任CEO陈磊带领拼多多迎来首个盈利季度

国内经济持续回暖,内需强劲。目前,中国正推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,在此背景下新电商平台拼多多迎来了GMV高速增长以及平台活跃买家数与平均消费额劲增的一个季度。

11月12日,拼多多发布2020年第三季度财报显示,截至9月底,平台年度活跃买家数达7.313亿个,同比增长36%,一年强劲增长了1.95亿个活跃买家。其中,第三季度单季增长了4810万个。

第三季度,拼多多App平均月度活跃用户数达6.434亿个,较去年同期增长50%,单个季度大涨7460万个。

截至9月底的12个月,拼多多平台交易额达14576亿元,同比增长73%。

财报显示,截至今年9月底,拼多多平台年度活跃买家数达7.313亿个,单季度增长4810万个,一年净增1.95亿个,在中国互联网行业中继续保持增速领先。

拼多多CEO陈磊表示,拼多多秉持“普惠、人为先、更开放”的理念,将继续加大在用户端的投资力度,扩大用户规模,为用户提供“多实惠、多乐趣”的消费体验。

今年以来,在“双循环”的新发展格局下,拼多多先后推出了抗疫助农、助力外贸企业出口转内销等系列举措,并与广东、江苏、浙江、福建等中国20多个制造业主产区开启深度合作。其间,为服务更多的中国用户,平台不断加大以“百亿补贴”为代表的用户投资力度,

使得消费者能够在拼多多平台放心购买到高性价比的国内外各大品牌商品。在此带动下,今年1月至9月,拼多多净增活跃买家规模达1.461亿个。

与此同时,拼多多平台的用户粘性不断增强。三季度,拼多多App的平均月活用户数达6.434亿个,较去年同期增长2.138亿个,单季度大涨7460万个。

近期,高盛援引数据机构Quest Mobile的报告称,第三季度拼多多App的用户总时长达到5310亿分钟,较去年同比增长101%。在第三季度,拼多多用户使用时长已经占据中国所有电商服务平台用户总时长的41%,较第二季度的34%大幅提升7个百分点。

单季营收超142亿元,迎来首个盈利季度

截至9月底的12个月期间,拼多多平台GMV达14576亿元,较去年同期增长73%。拼多多成为持续推动网络零售增长的最重要引擎之一。目前,拼多多已经成为国内外品牌开拓市场,以及本土制造企业培育国货品牌的主要平台。

在年度活跃买家规模保持强劲增长同时,拼多多平台活跃买家年平均消费额进一步增长至1993.1元,较去年同期增长27%。

财报还显示,第三季度的销售与市场推广费用约100.72亿元,同比增长46%。这说明,拼多多继续加大了在用户端的投入力度,比如“百亿补贴”的长期在案。

强劲现金流,也持续支撑了拼多多的高速增长。截至9月底,拼多多持有现金、现金等价物及短期投资达456亿元。

拼多多将继续加大在农产品领域的“重”投入

陈磊透露,农产品订单量在拼多多平台继续保持高速增长。拼多多通过赋能实现将农产品直接运到用户餐桌,成为了中国最大的农产品上行平台。接下来,平台将继续加大在农产品领域的“重”投入力度,持续投入买菜业务,与合作伙伴共建冻库冷链,提升农产品流通的效率。