

# 消费“下沉”！重庆怎样点燃县域商业

## 谱写新时代信访工作 高质量发展新篇章

(上接1版)

一个榜样，就是一面旗帜。表彰全国信访系统先进集体和先进个人，让各地各部门的干部职工汇聚起奋斗的力量，以更加强烈的使命担当和历史主动精神奋进新征程、建功新时代。

重庆市永川区中路街道党工委副书记冯昭华明确了下一步的工作思路：“我们要做细做实党建引领网格化治理、小区物业矛盾纠纷化解等工作，建立‘街道、村(社区)、网格(小区)’三级党组织矛盾纠纷联排机制，努力把矛盾解决在基层、解决在源头、解决在萌芽状态。”

河北省邢台市襄都区西大街街道党工委副书记李琳，对如何落实全国信访工作会议提出的“牢记为民解难、为党分忧的政治责任”进行了深入思考：“我们要充分发挥以社区工作者、党员志愿者、离退休干部为骨干的网格员队伍作用，真正把工作做到群众心坎上，为维护群众合法权益、促进社会安全稳定发挥更大作用。”

“作为一名基层信访工作者，我要在今后的工作中更好地运用法治思维化解矛盾纠纷，引导群众依法表达诉求、维护合法权益，把群众的‘急难愁盼’处理好、解决好。”谈起今后的打算，河南省兰考县司法和信访局副局长孙兰花干劲十足。

新华社记者 白阳 刘英湛  
 (新华社北京5月27日电)

## “重庆英才·优秀科学家”第二批漫画形象开展 22名优秀科学家漫画形象亮相

本报讯(首席记者 张亦筑 实习生 冉罗楠)5月27日，在第六个“全国科技工作者日”来临之际，“重庆英才·优秀科学家”第二批漫画形象展在重庆科技馆展出，22名在各个领域有突出贡献的重庆优秀科学家漫画形象公开亮相。

本次漫画形象展由市委组织部、市人社局、市科协主办，市人才发展中心、市专家服务中心、市院士工作服务中心和重庆科技馆承办。

去年，第一批漫画形象展展出了31名优秀科学家漫画形象，线下吸引了超过10万观众参观，在社会各界引起了热烈反响。

市科协相关负责人表示，本次漫画形象展作为第六个“全国科技工作者日”的重点宣传活动之一，旨在聚焦重庆英才、讲好科学家故事、弘扬科学家精神、团结引导广大科技工作者爱岗敬业、敬业奉献、胸怀祖国、服务人民，在全社会营造尊重知识、尊重人才、尊重创造的浓厚氛围，以实际行动迎接党的二十大胜利召开。

本次展出的漫画人物形象均为四川美术学院影视动画学院徐静君团队所创作。22名优秀科学家中，有作为国际上电力系统风险评估、电力系统规划领域的引领者与开创者之一的李文院院士，研制出全球首台聚焦超声外科设备的王智彪教授，以及重庆邮电大学校长、国家杰出青年科学基金获得者高新波教授等。表情生动的人物形象，根据自身专业特色勾勒的漫画背景，让展览趣味十足。

市科协相关负责人表示，今年5月30日是第六个“全国科技工作者日”，也是新修订的《中华人民共和国科学技术进步法》将“每年5月30日为全国科技工作者日”写入法律条文后的首个“全国科技工作者日”。市科协将围绕“创新争先、自立自强”主题，精心策划一系列丰富多彩的活动，让科技工作者切实感受到“家的温暖、节的温馨”。

## 涪陵区有序推进 生活垃圾分类工作

全民参与垃圾分类  
共同缔造美丽家园

本报讯(记者 崔曈)5月24日，记者从涪陵区城市管理局获悉，为巩固提升生活垃圾分类工作成效，解决

分类工作薄弱问题，今年4月以来涪陵区集中力量开展为期3个月的生活垃圾分类专项行动。

据了解，涪陵区各居民小区围绕“分到位、投准确、规范运、全处置”的工作要求，以提高厨余垃圾精准投放质量为重点，按照“一小区一策”的原则，充分征求群众意见，优化本小区生活垃圾分类定时定点投放方式及时间，将“集中分类投放+定时定点督导”政策落到实处。

涪陵区海怡江山小区共6栋楼，各楼层已于4月18日全部撤桶，共计撤桶170只。目前该小区设置12个垃圾分类集中投放点，配备6名垃圾分类巡检员。小区充分征求居民意见后，将垃圾投放点设置在各楼栋下和车库入口，方便居民投放。

涪陵区西城华府小区以党建引领垃圾分类新时尚，形成党员带头学习宣传、带头分类清理、带头减量生活的良好氛围。该小区物业公司结合实际研究制定了垃圾分类专项工作方案，组织职工开展垃圾分类专题培训，明确各部门责任，确保垃圾分类各项工作落实、落细，取得成效；完善小区分类设施，投入20万元增设智能化垃圾分类桶，并组织生活垃圾巡检队伍，指导居民垃圾分类投放。

### 保险业务机构地址变更公告

机构名称:中国人寿保险股份有限公司重庆市江津区支公司李市营销服务部  
 机构负责人:程灿 机构编码:000005500116004  
 原机构住所:重庆市江津区李市镇葡萄丘街6号(1层)  
 现机构住所:重庆市江津区李市镇商贸街29号、31号、33号  
 批准日期:2003年6月30日  
 邮政编码:402260 联系电话:47525453  
 业务范围:许可该机构经营中国银行保险监督管理委员会依照有关法律、行政法规和其他规定批准并经上级管理单位授权的业务,经营范围以上级管理单位授权文件所列为准。  
 发证日期:2022年5月20日  
 发证机关:中国银行保险监督管理委员会江津监管分局



万州北滨商圈,休闲、游玩、购物的市民络绎不绝。(摄于2020年5月5日,本报资料照片)  
 特约摄影 冉孟军/视觉重庆



两江观察

消费“下沉”到县域,是拉动经济恢复性增长的重要手段。

县域,处在超大或特大城市与农村市场的“交汇处”,蕴藏着巨大的消费潜力。从全国看,乡村消费品零售额已突破5万亿元量级的关口,增速连续8年快于城镇。从重庆看,“十三五”期间,乡村消费品零售额年均增长14.1%,高于城镇5.8个百分点,对消费拉动显著。

近日,《重庆市县域商业发展“十四五”规划》发布,提出要打造以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的一体化县域商业网络体系,传递出区县将成为提振消费重要战场的强烈信号。

作为消费领域专家,重庆大学经济与工商管理学院教授廖成林接受两江观察采访时提出,当前形势下,要大力发展县域商业,在服务、品质、渠道上寻找“上行”之道,推动消费“下沉”,打造县域商业升级版,为提振全市消费开辟新路径。

### 商圈升级扩能

事实上,随着乡村振兴全面推进,县域正成为新一轮开发规划的热土。从中央到地方,国土空间、区域战略、经济发展等一系列规划密集出台,给县域人口、市场等资源要素汇聚提供了政策支持。

就消费而言,去年上半年起,中央相继发布《关于提振大宗消费重点消费 促进释放农村消费潜力若干措施的通知》《关于加强县域商业体系建设 促进农村消费的意见》等政策;而在重庆陆续出台的提振消费市场种种举措中,县域消费同样成为重要战场。

商圈作为最活跃的商业载体,是县域商业加强基础设施建设、提升服务品质的有效切入点。

数据显示,重庆超过一半的消费在商圈实现。“十三五”期间,各区县年交易额超亿元或者营业面积超1万平方米的大型商品交易市场达436个,营业面积达2700万平方米,2020年交易额达5683亿元。可以说,把商圈的文章做好,对提升县域商业能级作用立竿见影。

“在县域打造商圈,与中心城区最大的不同就是人流量小、集聚度弱。”廖成林分析,县域商圈关键要增强对区域人口的辐射能力和吸附能力,让人们愿意来消费。

正大力发展“商圈经济”的万州,在这方面进行了积极探索。

“商圈是万州经济发展的重要支点,预计今年商圈服务业增加值将占GDP比重65%以上,规模达到525亿元。”万州区发展改革委副主任程波介绍,万州的商圈建设以高笋塘核心商圈改造升级为重点,关键在抓好“三度”。

——品牌国民度。当前,具有国民号召力的品牌已经成为商圈标配,是当之无愧的人气标杆。高笋塘在改造升级中,果断引入永辉超市、乡村基等知名企业,重振新世纪万州商都、重百万州商场等老品牌,提升商圈对消费者的吸引力。

——业态新潮度。商圈要火起来,关键是要吸引年轻人嗨起来。高笋塘瞄准沉浸式、体验式、互动式商圈建设,成功引进以“老火锅+新创甜品”融合为特色的咖咖火锅等时尚餐饮,引入国际知名大型主题娱乐项目,打造运动竞技、深夜食堂、个性酒吧等业态,为年轻人拉满商圈消费体验感、仪式感。

——服务便利度。商圈服务的便利度,很大程度上决定了人们的消费意愿和光顾频率。高笋塘针对这个痛点,不仅对片区支路、人行道进行整治改造,还优化公交线路,利用万三中地下空间建设公共停车场,提高商圈的通达度、舒适度,让消费者更方便、愿意来、喜欢来。

事实上,以核心商圈为抓手为县域商业注入“强心剂”,是不少数县共同的选择——黔江完成了三岔河滨滨路游憩商业带基础设施建设,大十字广场一期已投用,正启动大十字广场智慧商圈建设;江津首个一站式购物中心——金科·美邻汇购物公园已开业,吾悦广场、万达广场等商业综合体正蓄势待发;涪陵江南城区和新城区两个核心商圈交相辉映,泽胜中央广场、宝龙广场、万达广场等相继投用……

廖成林表示,县域商业要扩能,必须扭住商圈提档升级不放松,积极盘活现有资源,集中力量办实事,把商圈做出特色和亮点,让商圈成为提振商业的“定盘星”。

### 文旅换挡提质

文旅融合作为区县抓经济最有潜力的增长点,是县域消费更新产业形态、丰富多元化产品供给的理想路径。

当前,周边游、乡村旅游持续火爆,露营、

自驾游等沉浸式玩法渐成“顶流”。数据显示,五一期间,携程乡村旅游酒店订单量较清明节假期增长84%,乡村旅游景点门票下单人次增长142%。重庆本地游订单量占比近八成,乡村民宿订单量增长120%。

廖成林认为,做大县域商业,关键在于各区县要用好特色资源,避免和大都市在现代、国际化赛道同质化竞争,要充分打好山水牌、文化牌、乡情牌,以新兴形态、优质产品吸引消费者愿意到县乡买单。

作为商旅融合大区的武隆就是一个典型。2021年,武隆接待游客4070万人次,旅游综合收入197亿元。这一数据超过其全年137亿的社零总额和167亿的商品销售总额,成为拉动武隆县域商业的强力引擎。

“当前,武隆正以文旅产业换挡升级为抓手,进行旅游三次创业,全力推动商旅融合发展,增强文旅对县域商业的带动效应。”武隆区商务委副主任傅海涛介绍说。

比如,武隆充分用好典型喀斯特地貌特征和乌江画廊特色资源,今年全新打造1—2个“喀斯特经典深度游”项目,建成“中兴一城区”乌江大河漂流等项目。同时,深度挖掘特色文化,建设国际影视文化基地、陶艺产业园等项目,打造羊角古镇乌江历史文化体验基地。此外,武隆还将原乡风情作为着力点,升级避暑康养游和古寨风情游,完善响溪原乡等景点建设,启动山乡田园游精品线路建设。

傅海涛表示,武隆将持续拓展康养旅游、会展商务旅游、探险旅游等新业态,以文旅产业升级激活餐饮、住宿、零售等消费领域活力,力争5年左右实现旅游业增加值占GDP比重超过13%。

事实上,除了武隆以外,重庆不少区县也纷纷借力文旅产业,释放县域商业潜力。2022年,酉阳充分挖掘桃花源、古镇等文化元素,启动龚滩古镇、龙潭古镇国家5A景区,提升《梦幻桃源》《梯玛古歌》《面具阳戏》大型文创演艺项目,定下游客接待量、旅游

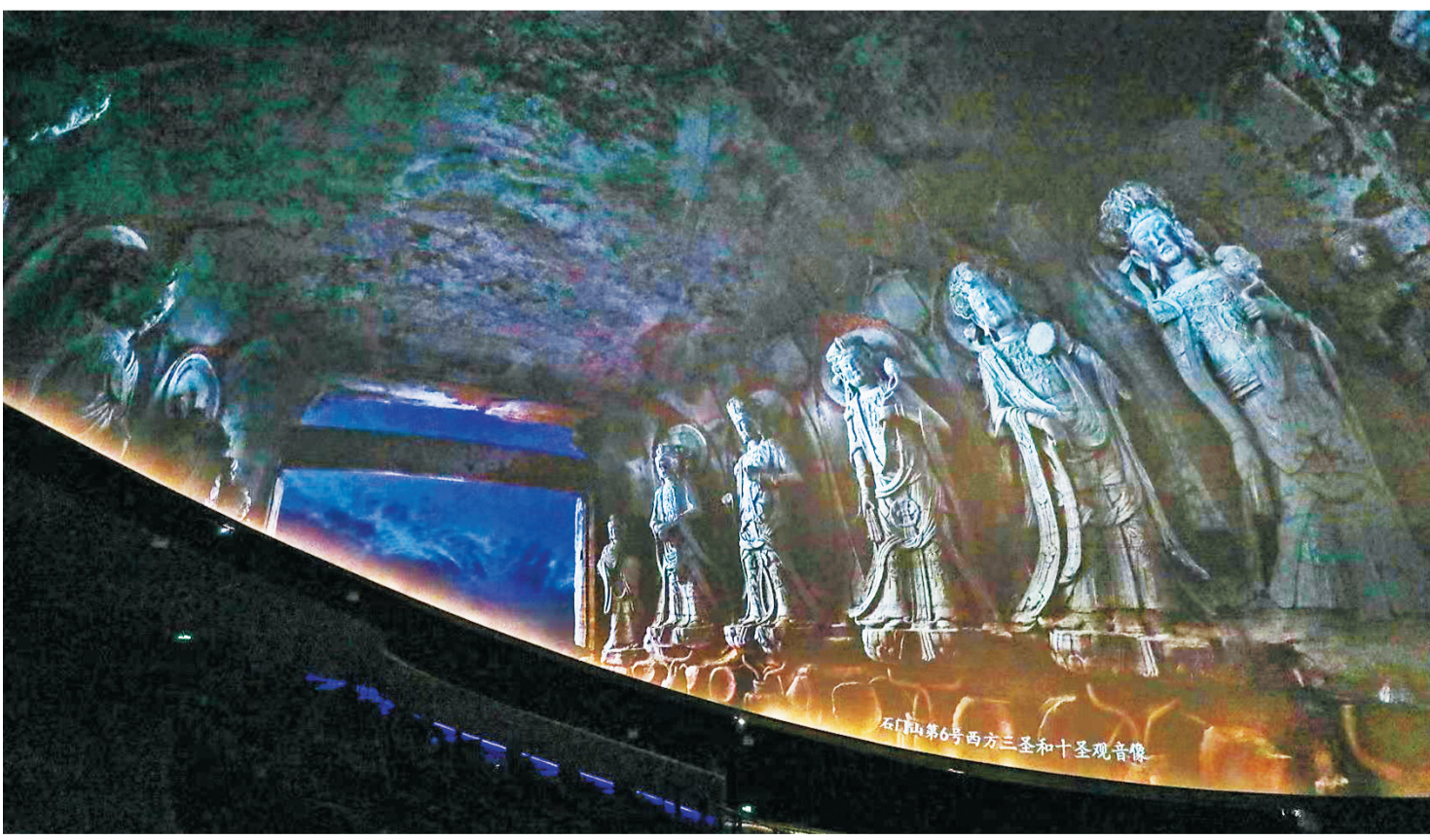
## 国内首座杜比全景声 球幕影院在大足建成

本报讯(记者 韩毅)5月27日,来自大足区人民政府消息,大足石刻游客中心明星项目——大足石刻数字影院已建成,内设的8K球幕影院和4K宽银幕影院是国内首座杜比全景声球幕影院,可分别同时容纳300人观影。

两个影院将分别播放球幕电影《大足石刻》和4K电影《天下大足》。

《大足石刻》在全球首次使用了“实景拍摄+CG动画”的制作方式,把真实的现实空间转换成数字空间,把球幕与8K超高清画面完美结合,将在大足石刻的超高艺术价值和丰富文化内涵上,为观众带来超视听震撼。

《天下大足》则以波澜壮阔的中华文明史为大背景,以大足石刻的学术研究成果为根本,纵向梳理出一条大足石刻开凿的历史发展线,横向呈现出大足石刻的思想内涵和地理空间,为观众构建了一个立体的大足石刻文化时空。



5月27日,大足石刻数字影院正在调试,预计6月11日正式对游客开放。(受访者供图)

# 国网重庆市区供电公司:迁改输电线路助力渝昆高铁建设

5月27日,在渝昆高铁迁改工程现场,施工人员在紧张有序地对220千伏双环线进行铁塔组立,这是国网重庆市区供电公司全力推进线路迁改,为渝昆高速铁路建设护航的一个缩影。

渝昆高铁途经重庆、四川、贵州和云南四省(市),全长约699公里,是我国“八纵八横”高速铁路主通道之一,京昆高铁通道的重要组成部分,建成后将对进一步完善国家综合立体交通网络,提升西部交通发展新格局,加强川渝两地

合作起到重要的促进作用。目前,渝昆高铁川渝段正开足马力推进建设,有望2024年实现通车,这是重庆与四川首条时速350公里的南下通道。届时,宜宾、泸州也将首次开通到重庆的高铁,实现一小时重庆的目标。

国网重庆市区供电公司主动对接政府部门,密切跟踪项目推进情况,全力保障高铁建设用电需求。在前期查勘中,发现有9条220千伏、7条110千伏线路横跨在建渝昆高速铁路九龙坡

段,跨越段最低点弧垂不满足铁路施工需要和“三跨”要求。为保证渝昆高速铁路建设的顺利推进和输电线路的安全运行,该公司统筹安排,决定利用220千伏圣双线路增容的停电窗口期推进线路迁改。

据了解,首批迁改工程涉及3回220千伏线路,6回110千伏线路,共拆除铁塔17基,新建铁塔21基,新架设线路长度6.5公里。施工前期国网重庆市区供电公司认真做好工程沿线线路设

综合收入2600万人次、110亿元以上的目标;春节依托“三峡门户”的核心优势,升级“巅峰双峡”“奉宜奉”、县城至瞿塘峡等精品游线,加快“归来三峡”浮台商业化运营,力争文旅产业增加值达20亿元……

廖成林表示,区县要千方百计、不遗余力在文旅产业提档升级上花力气、下功夫,把天赋的生态和人文资源用足用好,延展消费链条,提升商业价值。

### 电商催化破局

电商作为近年来互联网经济的风口,是县域商业突破渠道瓶颈的绝佳机遇。

数据显示,“十三五”期间,重庆建成区农村电商公共服务中心28个、物流配送中心29个,孵化涉农电商网商近2.6万家。2020年全市农产品网络零售额130.7亿元、同比增长21%,近三年年均增速60%以上。

“事实上,对于绿色、生态、有机农产品的消费理念和实践,乡村无疑比大都市领先,也是消费的最大卖点。而电商的异军突起,为县乡农产品销售开辟了路径,提供了无限的市场。”廖成林说。

比如边城秀山,就被电商重塑商业形态。

“曾经的秀山,受地理条件限制,7800余种农特产品仅有600种变成了商品,绝大多数在大山中‘沉睡’。”秀山高新区管委会副主任雷钧友介绍,借力电商,秀山的边贸效益一路攀升——过去五年,累计实现电子商务交易额705亿元、网络零售额136亿元,卖出价值64亿元的农产品及加工品。

依托电商平台,农产品销售火爆。近几年,秀山每年签订柑橘、辣椒、土豆等农产品包销订单3万亩以上。2021年农特产品电商销售额实现17.2亿元,其中销售脐橙、柚子等生鲜水果达1000余万斤。

建设电商加工中心,延伸农产品价值链。依托高新区13家休闲食品企业打造电商加工中心,投用自热火锅、火锅底料、手撕面包等电商加工线58条,农产品附加值提升30%,成功将本地20余种生鲜农产品及休闲食品打造成电商“爆款”,销量稳定在全网前十。

培育电商产品品牌,释放品牌效应。成功打造“武陵遗风”“秀山毛尖”区域公共品牌,开发“奇麦记”等自有品牌105个,31个农产品入选“巴味渝珍”,上线本土商品1000余款,年网络销售额上亿元品牌5个,“啃一腿”入围CCTV中视购物“国货优品”。

此外,涪陵、江津、铜梁、忠县等地的优质特色农产品也通过电商助力实现了出村进城。比如,涪陵依托电商平台推广榨菜、白茶、黑猪、龙眼等产品,有效提升产品利润和品牌价值;万州通过电商进一步强化15万亩玫瑰香橙、10万亩柠檬、10万亩青脆李、10万亩古红桔等农产品产销链条,2021年全区电商销售额达6亿元。

廖成林建议,下一步县乡要进一步培育电商人才,完善物流体系,加大政策资金支持力度,增强电商对县域商业的支撑和催化作用,让乡村优质农产品更好转化为真金白银的商业价值。