

电商节激活重庆消费新动能

节会期间全市网络零售额达324.9亿元,同比增长17.9%

□本报记者 黄光红

7月5日下午,“2022重庆6·18电商节”暨“寻找西部带货王电商主播大赛”闭幕式在璧山区文化艺术中心大剧院举行。市商务委现场发布消息称,据第三方平台监测,本次电商节期间(4月28日至6月28日),全市网络零售额达324.9亿元,同比增长17.9%。其中,实物网络零售额达266.2亿元,同比增长26.1%。

今年以来,全国消费市场受疫情影响冲击明显。全市网络零售额在过去两个月能实现两位数增长,凸显出电商节激发消费活力、促进消费恢复发展,为重庆稳步推进国际消费中心城市建设带来新动能。

打造消费新场景、新业态和新模式

6月中旬,家住江北区南桥寺的市民刘女士在永辉生活广场店购买了一大包蔬菜、牛肉等生鲜食品。在收银台付款时,她打开手机上的“数字人民币”App,通过扫描摄像头,迅速完成了付款。

“我是第一次用数字人民币付款,非常方便,还享受了10元优惠。”刘女士说。给刘女士带来消费福利的是重庆永辉超市和农业银行重庆市分行——电商节期间,双方联合在重庆永辉超市所有门店开展“数字人民币农行钱包支付满20元省10元”活动,消费者在线上领取数字人民币红包后,可在线下门店进行消费。

像这种线上线下联动促销的案例,在本次电商节期间还有很多。

本次电商节期间,主办方组织重庆唯品会、重庆京东、重百、重庆永辉超市等18家重点商贸企业,发动农行重庆市分行、建行重庆市分行、邮储银行重庆分行3家金融机构,联动各区县面向全市消费者共计发放上亿元消费券和近1000万元数字人民币红包。并推出了限时折扣、大礼包抽奖等丰富多彩的促销活动。

市商务委等相关单位还支持引导各区县、相关行业协会等累计开展107场线上线下融合促销活动,加大对“重庆产”“重庆造”等特色产品,以及餐饮、文旅等服务商品的网络营销力度。



6月18日零时,寸滩京东超级体验店,消费者聚集在大屏幕前,齐举手机扫描二维码,参与京东618电器整点5折秒杀活动。 陆纲 摄/视觉重庆

重庆工商大学成渝地区双城经济圈协同发展研究中心研究员莫远明认为,在统筹疫情防控和经济社会发展、构建双循环新格局背景下,如何挖掘消费潜力、激发消费活力、增强消费动力,是重庆稳步推进国际消费中心城市建设的必须解决的问题。本次电商节通过开展一系列促销活动,打造了线上线下融合的消费新场景、新业态和新模式,有助于吸引更多消费者参与和提振消费市场信心。

三大计划助力乡村振兴

日前,重庆载禾农业发展有限公司组建的“载禾战队”超能团队,与巴南区姜家镇完成梦想结对,并结合姜家镇农业产业基础及电子商务发展情况,为该镇制定了“新农人孵化培养计划”。接下来,该团队将在姜家镇开展为期1年的电商相关孵化培训,助力该镇销售农产品和发展乡村旅游。

重庆在培育建设国际消费中心城市的过程中,特别注重依托电商助力乡村振兴,激发农村消费市场活力。本次电商节专门策划开展了“渝乡优品”产业振兴、

“热土梦想”超能团队、“惠邮农品”物流支持电子商务助力乡村振兴三大计划,着力探索农村电商助力乡村振兴“新模板”。

“热土梦想”超能团队计划致力于协助有电商帮扶需求的乡镇(村)对接优秀电商服务资源,助力乡镇(村)拓宽农产品网络销售渠道。活动期间,主办方共收集到区县、乡镇(村)心愿帮扶需求报名93个,电子商务优秀服务商、高校及高职院校、MCN机构参与超能团队报名72个(其中高校团队38个)。在此基础上,搭建“热土梦想”超能团队计划线上助力专区,通过152个视频展播推动供需匹配。最终,“载禾战队”等50个超能团队与60个帮扶心愿乡镇(村)达成梦想配对,并在此次闭幕仪式上完成签约。

“渝乡优品”产业振兴计划共收集武隆羊角豆干、江津菜籽油、磁器口麻花等478个特色农产品网络促销需求,并推动其中130余款农产品通过京东、天猫、淘宝等三大平台搭建的重庆特色产业专区上线销售。同时,累计收集到16个区县27个网货产业打造需求,并支持相关区县与京东、阿里、抖音等知名电商平台

对接交流,合力推进网货产业培育。

“惠邮农品”物流支持计划旨在鼓励引导邮政、顺丰、申通等物流公司,针对农特产品推出低至4折的折扣以及免费包装设计、免费仓储等优惠政策。活动期间,该计划累计帮助80余个农特产品进行免费包装设计,为300余款农特产品寄递节约物流费用近800万元,有效减轻了区县电商物流压力,提升了物流服务水平。

得益于三大计划的助力,本次电商节期间,全市农产品销售额超28亿元,同比增长约30%。

两大活动为直播电商行业培育人才

7月5日下午,首届“寻找西部带货王”电商主播大赛在璧山区落下帷幕。来自重庆、四川、贵州等地600余名选手经过5轮比赛、4场直播,最终角逐出“西部带货王20强”“西部带货王单项奖”和主播大赛冠军亚军。

大赛聚焦“人才培育”,致力于通过“以赛代训、以赛边训”的方式挖掘培育城市主播与乡村带货网红,为直播电商行业输送人才,为电商助力乡村振兴凝聚力量。

除了这次大赛,本次电商节还开展了“美好重庆商家护航计划”培训活动。活动中,市商务委联合抖音平台,推出每周一期、持续六周的线上商家e课堂,并在区县开展了多场“商家陪跑营”。该计划预计在1年内实现公益培训1万人次,培育直播、短视频创作人才1000人,推动3000家企业及商家打通内容电商渠道、打造“直播+短视频”营销模式,为重庆电子商务特别是直播电商行业发展夯实人才基础,帮助重庆商家将重庆好物好货通过电商平台销往全国。

“支持发展电子商务,是重庆培育建设国际消费中心城市的一项重要工作。”市商务委相关负责人表示,为此,本次电商节顺应内容电商等行业新趋势、新变化,将培育直播人才、为商家赋能等做为重点内容,组织开展了“寻找西部带货王”“美好重庆商家护航计划”两大活动,着力激发重庆电子商务市场活力和潜力。

“码”出学生向上阶梯

——云阳县紫金小学探索“上信”评价引领学生快乐成长



□本报记者 陈维灯

暑假前,云阳县紫金小学低年级的同学们,迎来了一场特别的“考试”——趣味闯关、层层攻破的无纸笔测试。

测试中,孩子们兴致勃勃,手拿闯关卡在不同项目中过关斩将。他们的表现都一一记录在小小的二维码里。

暑假来临,紫金小学的家人们收到了这份特殊的“成绩单”——一枚小小的二维码。用手机扫码,自家孩子本学期在学校所有的表现便呈现眼前。

这一切,都基于紫金小学实施的学生综合素养“上信”评价体系建设。

作为全市教育评价改革试点学校,紫金小学因地制宜,创新实施“云端+实体”共融的“上信”评价体系建设,让孩子们在“双减”中快乐成长,成为云阳坚持目标导向,项目清单化推进改革,以教育内涵发展促教育质量整体提升的范例。

多元评价体系 调动学生的积极性

“‘上信’,是向上和诚信的简称,我们通过不断完善‘上信’评价的内容、方式,真实呈现学生发展样态,培育孩子全面发展。”紫金小学校长周玉兰介绍,所有就读紫金小学的孩子在入学时都会收到一张印有二维码的学生卡。

用手机扫一扫二维码,立即就能显示出学生的姓名、班级等基本信息。老师随时可对孩子的在校表现进行评价,家长也能通过扫描二维码了解孩子在校相关情况。

“我们的德育体美劳心‘六课’,每一门课都会根据学生的课堂表现给予加分。孩子们也可以随时登录‘上信’评价系统查询积分、兑换心仪奖品。”紫金小学三年级教师涂秋兰说,学校还会根据积分排名,每月公示学习明星,并进行表彰。

不仅是课堂上表现良好能得到加分,学生们在校的一言一行都被纳入“上信”评价体系。

“学校制定了问好礼、行走礼、清洁礼等‘八礼’,表现好的孩子也能得到加分。”紫金小学大队辅导员朱春燕说,无论是哪名老师,在学校遇到言行良好的学生都可以给予加分,对学生给予实时鼓励。

最终,这些评价都会汇总到“上信”评价系统,并在学生的期末考核中占据50%的比重,另外50%是每门课程的期末测验成绩。

“上信”评价系统 提升学生综合素养

6月1日,紫金小学校园里歌声回荡,老师和同学们都沉浸在赛歌节的欢乐氛围里。

赛歌节,是紫金小学“九节”之一。这一天,学校组织老师和同学们参与赛歌活动。无论是当下最

流行的“儿歌”《孤勇者》,还是浅显易懂的《卢沟谣》,或者是欢快的《童年》,每一首歌曲在孩子们的演绎下都充满了蓬勃向上的气息。

“我们的参赛团队,是二年级和一年级的混合队伍,拿了一等奖。”说起自己的“混编队伍”,同时担任一年级和三年级班主任的毕昊脸上写满骄傲。

孩子们在赛歌节上的精彩表现和所获名次,同样会通过二维码加分的形式体现在“上信”评价系统中。

周玉兰介绍,为了聚焦课后服务质量提升,构建“兴趣发展、特长引领、展示比赛”的常态实施路径,发挥“上信”评价杠杆作用,学校充分利用校内外优质教育资源,定期开展赛歌节、读书节、体育节等九大主题活动,为孩子成长搭建展示平台,让学生个性得到彰显。

不仅如此,紫金小学还开设了少儿编程、舞蹈、中国画、足球等20余个校级社团,根据学生爱好组成了剪纸、数独、华容道等30余个兴趣小组,让孩子们在轻松愉悦的氛围中感受学习的快乐,体验成功的喜悦。

2021年以来,紫金小学已有300余人次在市、县级艺术、科技比赛中获得等级奖,还有200多名学生在县级各类体育竞赛中获奖,学校也多次荣获先进组织奖。

依据系统数据 为教育教学“找茬”

“‘上信’评价系统不仅记录了学生们的点滴表现,也是我们教育教学质量的直观体现。”周玉兰介绍,依据“上信”评价系统数据,学校通过剖析发现现状,不断完善课堂教学举措,推动教学改革创新,实现学生和教师同步成长。

比如通过系统数据,发现部分教师普通话基础不够扎实。为此,紫金小学组建了“紫金朗读者”微信群。学校全体教师跟随群内分享的“每日一练”内容,发送自己的普通话练习语音,由普通话水平较高教师作为指导教师,在群内给予及时反馈,教师再纠正、朗读,直至朗读准确。

紫金小学教师陈爱生坦言,自己的普通话功底较为薄弱,通过“紫金朗读者”的训练有了进步,还获得了云阳县小学数学优质课比赛二等奖和云阳县班主任基本功大赛一等奖。

为了更好地发现教育教学中的问题,提升教育教学质量,紫金小学还设置了“研究者”。“直白地说,‘研究者’就是‘找茬’的。”何成英老师正是“研究者”之一,“根据‘上信’评价系统反馈的信息,查找学校在教育教学中的短板,分析教师课堂教学的优缺点,并研究制定扬长补短的策略,追求教育教学效果的更优化。”

前不久,在“研究者”的带领下,紫金小学举行了为期两周的摸底课教研活动:语文、数学、英语、体育4门学科10位教师讲课,各学科教师分教研组全程参与听课、评课。

“以教研组为单位,随机抽签决定上课教师名单。”何成英介绍,课后各教研组分别进行了评课议课,大家畅所欲言,各抒己见,针对摸底课上的亮点、不足进行评议,共同进步。

□本报记者 罗芸

6月28日上午,在大渡口二季度招商引资项目集中签约仪式上,4家小面产业类企业正式签约落户大渡口,其中营销类传媒企业就有3家,包括年带货销售金额超过3亿元的达人。这意味着位于该区建桥工业园的重庆市小面产业园将进一步增强营销实力。

自2021年初大渡口将小面产业列入支柱产业以来,该区不断增强产业集聚效应。尤其是去年8月以来,产业链快速延伸、壮大,随着这些新项目的签约落户,该区基本形成重庆小面从研发到营销的全产业链布局。

大渡口有关负责人表示,通过创新、生产、营销,今年“重庆造”重庆小面预制面在线销售额将增长50%以上。

全产业链布局,提升“重庆造”预制小面占比

重庆小面是重庆的美食名片之一,自带口碑与热度。但去年年初的一项调查显示,电商平台排名前十的重庆小面预制面销售网店,仅有一家重庆本土品牌;卖得最好的重庆小面预制面大部分产自北方,“重庆造”的销售占比并不高。

对此,大渡口区委紧紧抓住这一产业发展空白,将其作为该区五大产业集群之一着力发展,以推动大渡口这个老工业基地转型升级。去年8月,“重庆市小面产业园”在大渡口建桥工业园启动建设。

“我们在谋划小面产业时,就秉持全

产业链基本完成布局 营销实力进一步增强 重庆小面预制面积积极“走出去”



「重庆造」重庆小面预制面。 记者 罗芸 摄/视觉重庆

产业链发展的理念,谋划将研发、生产、营销优质资源集中到重庆市小面产业园内。”大渡口有关负责人表示,这让并非农业大县的大渡口,在重庆小面预制面产业上实现了快速发展。

口感口味创新,适应南北消费需求

通过招商引资,目前重庆市小面产业园内已集聚了约10家预制小面生产企业,形成了初步的产业集聚效应。

“这些企业基本都有自己的研发力量,侧重于复刻线下面馆面条口感,同时

研发新的小面浇头种类。”小面产业园有关负责人表示。

重庆小面用的是鲜切面,保质期较短,这成为预制小面生产、保鲜的一大难题。为此,不少企业加大研发力度,不断延长鲜切面保鲜期限。目前,最长的鲜切面保质期可达9个月。

与此同时,为适应不同地区消费人群的偏好,企业还纷纷推出线下馆难以尝到的新浇头种类。目前,已有部分企业推出肉沫豇豆的浇头;下月,预制小面生产企业“辣来主义”将推出金汤肥牛等两款新浇头,用以吸引消费者。

除传统的清汤、红汤小面外,重庆市小面产业园企业已研发出十余种适应南北口味的浇头。

提升小面文化情怀,加强线上营销力度

“重庆小面预制面销售主战场在线上,消费目标群体遍布全国。”大渡口有关负责人表示,这需要该区帮助企业适应当前的营销趋势,加大重庆小面预制面的文化与情怀含量。

在此次签约仪式上,重庆渡叙文化传媒有限公司、重庆朋和友道文化传媒有限公司等4家文化传媒公司落户小面产业园。其中,渡叙文化董事长游絮聚焦于美食领域,目前在抖音、快手等各类网络平台拥有全网粉丝1亿以上,去年电商带货成交额超过3亿元。对于落户大渡口,游絮表示,将结合自身账号的美食属性,帮助重庆小面这张美食文化名片走出全国、走向世界。

“重庆小面承载着浓厚的重庆地方文化。我们将为重庆小面预制面注入更多的文化情怀,让它所具有的家国情、温度气、包容心被更多消费者了解、熟知,助推产业实现可持续发展。”大渡口有关负责人表示。

扎实开展“安全生产月”活动 筑牢安全防线

精心部署 上下联动

我市“安全生产月”活动由市委安委办主办,指导全市安全生产月活动。市委安委办在安全生产月印发了《关于开展2022年全市“安全生产月”活动的通知》,同时发布全市统一制作的“安全生产月”公益宣传片、宣传海报、“十五条措施”宣传海报、“十五条措施”宣传折页、安全生产法宣传折页、安全知识手册、安全知识宣传视频等一系列宣传品。全市各区县、各部门也相继制定了具体活动方案,召开“安全生产月”活动动员部署会,明确责任单位、责任人和时间节点,确保组织机构、人员、经费落实到位,为安全生产月活动的顺利开展提供了坚强的组织保障。

创新方式 紧扣主题

全市应急系统在安全生产月期间,紧紧围绕安全生产主题,推动落实安全生产“十五条措施”。集中观看学习应急部制作的《生命重于泰山》电视专题片和我市

6月,我市安全生产月活动紧紧围绕“遵守安全生产法 当好第一责任人”主题,集中开展了一系列安全生产宣传教育活动,有效提升了全民安全意识和防灾减灾救灾能力。

制作的《知责、尽责、问责》党政领导安全生产教育片,共安排理论学习中心组专题学习3025次,参与9万余人次;组织学习安全生产“十五条硬措施”,贯彻落实我市制定的“66条重点任务”,全市共召开新闻发布会43场;广泛开展“三个一讲安全”活动,党政“一把手”带头讲安全,企业第一责任人专题讲安全,一线工作者互动讲安全;组织开展“企业主要负责人讲安全”短视频展示活动,重庆电视台新闻频道“安全第一”栏目制作“一线岗位讲安全”系列节目。据统计,全市开展安全生产“公开课”“大家谈”“班组会”等学习活动2162场,参与7万余人次。

广泛宣传 注重实效

全面宣传贯彻安全生产法,推动“第一责任人”守法履责。

一是开展“学安法”活动。各级各部门和各生产经营单位组织开展了安全生产法专题讲座,开设安全生产法宣传专栏(展板)和标语,开展安全生产法演讲、知识竞赛、顺口溜比赛等多种形式宣传活动。二是开展“履安责”活动。各级各部门进一步厘清了安全责任书,各生产经营单位组织开展安全责任大讨论,积极开展“第一责任人安全倡议书”活动,我市参与倡议活动的企业第一责任人达12万人次。三是开展“大检查”活动。各级党政领导干部示范检查,各行业部门负责人带队执法,“三个责任人”到岗履职,企业广泛发动职工排查治理隐患,不断提升安全生产水平。四是开展“大演练”活动。各级各部门深入开展了4317场坚持贴近实战、注重实效的事故灾害应急演练和知识技能培训,参与人次8万余人次。五是开展“大警示”活

动。开展以案释法和以案普法,公开曝光一批因企业主体责任不落实被执法处罚的典型案列,形成舆论声势。

内容丰富 形式创新

采取多形式多样化全方位宣传教育,营造浓厚宣传氛围。6月16日,在重庆江北国际机场T3B航站楼建设项目部举办全市安全宣传咨询日暨重庆市安全文化节活动,先后开展安全文艺演出、安全科技达人PK、安全专家带你进企业找隐患视频连线、百名企业主要负责人安全生倡议、安全科技结合地区和行业实际,同步开展群众喜闻乐见、形式多样、线上线下相结合的安全宣传咨询日活动;举办第十届“最美应急人”学习宣传活动,选拔出10名市级、420名

区级“最美应急人”;创新媒体宣传形式,邀请了有影响的公众人物、行业专家、媒体人员开展“主播讲安全”“专家查安全”43场,参与5100人次,开展“新安法知多少”“救援技能趣味测试”等活动86场,参与3万余人次;在主干道、公共场所、居民社区、工业园区等区域广泛张贴、悬挂、播放全市统一发布的宣传海报、宣传标语和公益宣传片,营造安全宣传浓厚氛围;全市组织千名安全宣讲员走进企业、学校、社区,开展万场安全知识大宣讲活动,扎实推动安全宣传“五进”工作,提升社会公众安全意识和自救互救能力。以“安全生产专项整治三年行动”集中采访,暗访督查警示曝光,安全监管,安全大篷车巡演等活动,持续开展“安全生产渝州行”活动,分类进行强化警示教育。

苏宗生

贯彻落实安全生产“十五条硬措施” 安全生产举报电话:12350

