



重庆成为央视春晚分会场激发市民自豪感——期待更多人看到重庆魅力和风采

■新重庆-重庆日报记者 周双双

热辣火锅，是味蕾上的滚烫交响；璀璨夜景，是夜幕下的梦幻星河；坡坡坎坎，是奋斗里的无声见证……申遗成功之后的首个春节，重庆首次成为央视春晚分会场，重庆人沉浸在前所未有的喜庆与期待中。1月24日，央视春晚重庆分会场主舞台确定为弹子石广场，吸引了众多市民游客的目光。市民对央视春晚重庆分会场有着什么样的期待？连日来，记者就此进行了采访。1月24日—25日，山城连续阴雨，却挡不住市民游客的热情，每当夜幕降临，人们或是在南滨路就近仰望，或是在河对岸

的江北嘴远眺，一边陶醉于璀璨夜色，一边在社交平台上发布自己的随手拍。这些充满自豪感的作品背后，是人们对春晚的热切期待。1月25日22:05，与弹子石广场仅一马路之隔的滨江步道上，市民吴江正准备驾车离开，忽然听到人群中一阵欢呼，“等到了！等到了！”原来是央视春晚重庆分会场主舞台正在进行彩排。人们纷纷拿出手机记录下眼前的美景。“下了雨之后视野很透亮，我是专程来拍夜景的。”吴江表示，过去看春晚时总会细数有哪些重庆元素登上了央视春晚的舞台，而今年开设了重庆分会场，他期

待重庆以更好的姿态，向世界展示自己的独特魅力和发展成就。重庆的商家们也对央视春晚重庆分会场充满憧憬。临近年关，麒麟宴餐饮公司负责人李钢每天都忙着将自家品牌腊味邮寄到全国各地，忙着接餐饮订单。“从知道今年春晚设置了重庆分会场之后，我们就干劲十足！”李钢说话的声调都有些上扬。李钢的江湖菜馆和火锅店日常就会接待不少外地游客。一般情况下，火锅店的客流有近一半都是外地游客，腊味订单也有1/3以上销往全国各地。“我们也期待春晚分会场能给重庆旅游再添一把‘火’，让全国乃至全世界的人都看到不一样的重庆。”

对广大文艺工作者而言，春晚是梦想的舞台。中国音乐剧协会会员王良军一直从事文艺活动策划创作工作，深知精心编排的节目所呈现的文化内涵有多打动人。王良军表示，除夕之夜他会和所有重庆人一样，守在电视机前，看演员们用精彩的节目演绎巴渝大地的蓬勃生机。重庆京剧院副院长、“梅花奖”得主周利同样关注着央视春晚重庆分会场。“重庆有独具特色的山水人文，有创新开放的无限活力，我们都期待春晚能360度展现重庆城市形象。”周利表示，重庆分会场的呈现，是一次传承文化、凝聚人心、推动发展的绝佳契机，她希望更多人看到千面重庆的风采之后，能来重庆深度游览。

新春走基层

盼了几十年的龙家桥通车了

■新重庆-重庆日报记者 周传勇

“盼了几十年，这座桥终于建起来了！”1月23日，连接重庆市合川区燕窝镇和四川省广安市武胜县万隆镇的龙家桥终于通车，两镇群众齐聚桥头，敲锣打鼓，喜悦之情溢于言表。

从远处望去，龙家桥并不起眼，30米长的桥身上，没有巍峨的桥塔，也不见精美的雕饰，水泥灰的色调，在雾气衬托下，更显质朴。而这样一座桥，两镇村民已期盼多年。

“以前桥很低、很窄，一次只能过一个人，一到汛期桥就被淹了”

在龙家桥的旁边，有一条约半米宽的泥巴路一直延伸到南溪河边。“这条泥路就是连接以前那座人行桥的路，陪了我们几十年，现在也‘退休’咯。”站在龙家桥上，看着曾经走过的路，万隆镇飞来石村村民邓丽感慨万千。

飞来石村所在地是燕窝镇和万隆镇之间的一处飞地。从邓丽记事时起，她就需要穿过燕窝镇红豆村，再走过人行桥，才能抵达万隆镇。

“以前桥很低、很窄，一次只能过一个人。”邓丽说，最初连接两镇的是一座石桥，桥面宽不到半米，小时候村里的孩子都害怕但又不得不过那座桥，因为绕路至少要多走半个小时才能到万隆镇。后来两个镇出钱翻修了那座桥，桥宽达到半米，桥高三四米，“过桥虽然方便了一点，但一到汛期桥就被淹了，大家还是只能绕远路”。

类似的情况不在少数，但最令大家头疼的是影响两镇村民做生意。龙家桥一头连着燕窝镇红豆村，近年来，红豆村大力发展乡村旅游，吸引不少游客。“去年全村接待游客大约10万人次。”红豆村党委副书记罗凡说，村里人气旺了，许多万隆镇的村民也开始过来卖土特产，“货物一多就得开车，绕过来就得走六七公里，很影响大家的积极性，两镇的交流也就少了”。

修建一座宽敞舒适的行车桥，成为川渝两镇村民的共同诉求。

“现在桥很高、很宽，10秒钟就能跨省，两镇联系更多了”

转机始于2024年9月，燕窝镇向合川区交通运输委求助，希望在两镇之间搭建一座行车桥。这一诉求很快得到肯定答复。在各方的共同努力下，集资了190万元用来新建行车桥。

但建桥还需要万隆镇的支持，燕窝镇相关负责人随即前往万隆镇协商相关事宜，双方一拍即合。2024年10月下旬，龙家桥正式开工建设。“那段时间，不管风吹日晒，每天都能看到施工队热火朝天地建设。”邓丽说，得益于大家的努力，仅用3个多月，龙家桥就通车了，“现在桥很高、很宽，10秒钟就能跨省，两镇联系更多了”。

通车仪式当天，武胜县宝箴寨镇返乡创业青年陆俊伶受邀来到燕窝镇。过去4年多，陆俊伶一直在燕窝镇、万隆镇、宝箴寨镇、清平镇等川渝毗邻镇帮助村民直播卖农产品。陆俊伶说，现在不仅交通便利了，还吸引了其他镇村的种植大户前来摆摊做生意、谈合作，接下来她也将向更多人推介燕窝镇红豆村，线上线下同步销售农产品。

“以龙家桥通车为契机，我们还将联动毗邻镇镇携手共推文旅融合发展，串联武胜县万隆镇的‘凤栖小院’、清平镇的万亩大雅柑基地和千亩稻田公园、宝箴寨镇的4A级景区百年段家院子，实现连片发展。”罗凡说，如今仅看红豆村每年的游客接待量就已达上万人次，未来各个旅游点真正实现融合发展后，川渝毗邻镇的村民流动将更加频繁，合作也将更加紧密。

“要像爱护自己的孩子一样爱护这座桥”

“以前，每到逢年过节，在外务工的村民开车回家时，都被挡在了河对面，想回家只能把车停在四川，人走回重庆，现在终于可以直接开到家门口。”红豆村村民唐德禄难掩心中的喜悦。

唐德禄经营着一个零食摊，每天他都要推着车到万隆镇去做生意，之前的人行桥太窄，他没法推车过去，再加上他腿脚不便，只能多花1个多小时绕路过去，耽误了他不少时间。

“现在龙家桥通车了，我只需要花半分钟就可以过河。”唐德禄说，通车仪式当天，他看到不少万隆镇的村民过来游玩，“以后方便了，没准不用出村，生意就自己上门了”。

“要像爱护自己的孩子一样爱护这座桥。”邓丽说，作为受益的村民，爱护这座桥是他们的责任，她建议组建一个护桥队，定期打扫桥面卫生，检查有没有损坏的地方，“也要教育好家里的娃娃，让他们知道这座桥来之不易，不能在桥上乱涂乱画、破坏设施。”



1月23日，两镇村民在龙家桥上散步。记者 周传勇 摄/视觉重庆



1月25日，大渡口跳磴镇金整田园，村民正在抬年猪巡游。通讯员 刘映呈 摄/视觉重庆



1月22日，丰都县虎威镇文化广场，村民正在村运会上进行拔河比赛。通讯员 熊波 摄/视觉重庆



1月26日，沙坪坝区磁器口新街新春气息浓郁。记者 张春晓 摄/视觉重庆

百米长桌宴迎客来 安居古城年味浓

■新重庆-重庆日报首席记者 陈维灯

“端盘子！上菜喽！”1月22日，正是农历小年，在铜梁区安居古城，20多张桌子在火神庙街依次摆开来，长度有百余米。随着一盘盘当地美食被端上桌，近两百人参与的“长桌宴”开幕，新春年味溢满古城。2025“非遗贺新春 古城过大年”重庆主场活动在安居古城举行，长桌宴便是其中的“重头戏”之一。作为独特的餐饮形式，长桌宴是中国传统文化中的一种重要饮食文化和礼仪表现。在安居古城，长桌

宴也早已成为庆祝春节等重要节日的传统活动。“大家不要着急，马上就好，香得很！”安居古城老居民肖华熟练地将裹了红薯粉的猪肉下锅，不多时就成了喷香的酥肉，这是他为了今天的长桌宴特意炸制的，“过年吃酥肉是我们的传统，肯定要拿出来招待乡亲们和客人们，大家一起感受过年的热闹！”长街上人山人海，本地居民和外来游客热热闹闹地陆续围坐在桌边。中午12点整，古城长桌宴准时开幕。热腾腾的海带猪蹄汤、软糯的粉蒸肉等本地特色菜肴

一盘接一盘地端上桌。“来！请大家举杯！新年快乐！”一人号召，大家欣然响应、共同举杯，四方来客已然成为一家人。“今天烧白蒸得好哟！”在另一桌上，市民张德容夹起一块透亮的大肉，称赞着今天的菜色。来自上海闵行区的游学少年林泽南告诉记者，这是他第一次参加这样的长桌宴，感觉很特别，氛围非常好。席间，更有川剧变脸、金钱板艺人等非遗传演出互动，为宴席再添一份热闹。“王爷

爷你们这桌吃得好嗨，给你们拜年！”每到一桌，重庆市非物质文化遗产“铜梁金钱板”代表性传承人何代科便以饱含美好祝愿的俏皮话，配合明快的快板节奏，向大家拜年，赢得阵阵掌声和喝彩。一桌团圆饭，吃出浓郁的年味，更品味了欢乐与情谊。“长桌宴的举办，让大家品味美食、畅聊美事、享受美时，既是我们对即将到来的新春佳节的庆祝，也是对市民和游客的祝福。希望大家在铜梁安居感受到浓浓年味，欢欢喜喜、红红火火过新年。”铜梁区文旅委相关负责人表示。

渝字号国企品牌点燃重庆日报直播间

■新重庆-重庆日报记者 余振芳

1月25日晚上6点，渝字号国企品牌送年货活动在重庆日报视频号、抖音号和重庆客户端直播间等重庆日报全媒体平台拉开帷幕。4个多小时的接力直播中，近20家市属重点国企携拳头产品亮相。由资深记者组成的3个“主持团”与国企“品牌推荐官”深聊品牌故事，还送出了440余份诚意满满的年货，涵盖食品、日用品、文创、旅游等丰富品类，本场直播吸引超60万人次观看。

“种草官”推介，讲述国企品牌故事

直播环节按照美好家园、健康生活、快乐出行三大主题分为3个环节，来自国企的“品牌推荐官”中既有企业负责人，也有来自一线的岗位能手，既有“60后”也有“00后”。大家纷纷化身“种草官”，与记者深聊企业品牌故事，分享企业历史，探讨创新发展。

“我们一共获得了28个鲁班奖，重庆第一座长江大桥、第一座城市立交以及深受网友喜爱的洪崖洞，背后都有重庆建工集

团的身影。”来自重庆建工集团的全国劳模杨波是一位从事焊接的技师。当被问及成为大国工匠的秘诀时，他坦言，“脑子里有思路，眼睛看得见问题，手上绝活，脚下有路子，一步一个脚印，立足岗位用心做事，在平凡的岗位上也能发光发热。”“当你站在解放碑，你能看到的超高层建筑，基本都是由重庆设计集团参与设计的。”重庆设计策略研究院副院长向娟介绍，他们还设计了新中国第一座甲级体育场大田湾体育场、中国第一部城市客运电梯凯路路电梯，参与了20座跨江大桥的设计。“1953年成立重庆油脂公司，引进先进炼油设备，1994年注册红蜻蜓商标，推出第一代品牌包装油……”市农投集团所属凯欣粮油有限公司的孙艳玲谈起企业历史时侃侃而谈，如今，红蜻蜓还推出了适合老麻抄手、重庆小面的红花椒油、花椒酱等新品。“1985年成立以来，庆铃汽车始终专注于商用车主业，年年盈利，从未亏损。”庆铃集团总裁办公室副主任赵桂透露，他们今年在转型发展上还有大动作，将和五十铃在重庆布局新能源零部件及配套产业，和宁德时代推出下一代电动车，并联手国

内某科技巨头研发新产品。携手搭平台，提升国企品牌影响力直播直播间里，来自重庆建工集团、重庆储备粮集团、重庆城投集团、市地产集团、市农投集团、重庆设计集团、重庆化医集团、重庆机电集团、重庆文化旅游集团、市水投集团、庆铃集团的品牌及产品依次亮相。一直以来，市属重点国企是地方经济社会发展的中坚力量，这些渝字号国企品牌中，既有大家耳熟能详的冷酸灵牙膏、红蜻蜓食用油、天友牛奶等，也有既实用又有品质的三峡油漆、人和大米，还有黄金游轮船票、千里走单骑·巴渝民俗仙女山套票等极具重庆特色的文旅产品，最高价值超3000元。本次活动由新重庆-重庆日报联合重庆国资传媒中心举办，旨在发挥党报新媒体优势，向市民讲好国企故事，展示国企优秀产品，提升渝字号国企品牌传播力。值得一提的是，在去年取得良好效果的基础上，今年参与品牌从5个增加到10个，送出的年货从300多份增加至400多份，参与直播的记者阵容也进一步扩大，既有资深时

政、经济记者，也有优秀评论员、主持人等。网友踊跃参与，传播量超100万人次直播直播间里，随着主播们越聊越深入，亮相品牌越来越多，网友们参与的热情也越发高涨。“万里长江，天生云阳”“有米有财，富贵发财”“家乡味，幸福年”“巴渝民俗，蛇年吉祥”等抽奖口令在屏幕上快速滚动，短视频直播间里，观看人数瞬间便飙升至10万+。“去年我就参加了你们的活动，但没抽到奖，没想到今年这么幸运。”网友“琳琳老师”抽中了黄金游轮船票和庆铃车模，他兴奋地说，准备再买一张票，和家人去体验一把三峡风光，“这次直播除了奖品吸引人，也格外有意义，听完直播才发现，原来那么多熟悉的品牌都来自重庆市属重点国企。”除了25日晚上的直播，1月20日—1月24日，新重庆客户端、重庆日报微信公众号、重庆日报微博、重庆日报视频号、新重庆-重庆日报抖音号、“重庆国资”微信公众号等不同平台也抽取了幸运粉丝赠送年货，自活动启动以来，全平台传播量超过100万人次。