



620名“蓝精灵”志愿者将服务第五届西洽会

5月18日,第五届中国西部国际投资贸易洽谈会将在重庆拉开大幕。本届西洽会期间,将有620名“蓝精灵”志愿者参与志愿服务,这些志愿者主要来自重庆大学、西南大学、西南政法大学、重庆师范大学、重庆邮电大学、重庆商务职业学院等15所高校,涵盖商务英语、国际经济与贸易、计算机科学与技术等专业。

5月13日,“蓝精灵”志愿者在重庆邮电大学集体誓师上岗。现场,来自重庆邮电大学的志愿者代表陈相杰和西南大学志愿者领队代表唐瑞萱表态发言,620名志愿者共同进行了庄重的集体宣誓,他们将听从指挥、服务安排、立足岗位、精益求精,以青春之我,奋斗之我,为西洽会的圆满举办,添砖加瓦,贡献

力量。为进一步提升“蓝精灵”志愿者的服务水平,现场还对志愿者们进行了相关培训,包括西洽会赛会概况、志愿服务规范、服务礼仪规范、心理健康、医疗急救及防疫知识等。

上岗誓师会结束后,所有志愿者开始陆续进入岗位实战,分别前往重庆国际博览中心、重庆悦来国际会议中心、重庆国际传播中心、来福士洲际酒店、江北国际机场、火车站(沙坪坝站、重庆北站、重庆西站)、悦来温德姆酒店等指定服务地,开展语言翻译、礼仪接送、嘉宾指引、服务咨询、会务提醒、场馆引导、文秘宣传等志愿服务,为西洽会的顺利开展贡献青春力量。

据重庆日报



誓师现场

107万辆! 今年一季度我国汽车出口量超日本

今年前四个月,我国货物贸易出口总值达7.67万亿元,同比增长10.6%。其中,汽车出口的表现尤为亮眼。中国汽车工业协会上周发布的数据显示,今年一季度,我国汽车出口107万辆,同比增长58.1%;而去年汽车出口量排名全球第一的日本,一季度汽车出口95.4万辆,单季度比较已低于中国汽车出口量。

5月12日,在上海外高桥港区的一处汽车滚装码头上,超过1万辆的各品牌汽车正在等待陆续装船出海。今年年初至今,车辆繁忙装船的场景已成为码头上的常态。上海外高桥港区海关查验九科科长陈佳告诉记者,2023年一季度,外高桥海通码头继续延续去年汽车出口破百万辆的旺盛势头,共计完成外贸汽车出口23.1万

辆,其中新能源车占出口总量的40%,出口航线遍布欧洲、东南亚、南美洲和中东地区。在上海港的另一处码头,27辆崭新的国产纯电动公交车也顺利启运海外,这也是该码头首次承接新能源客车出口业务。

今年1~4月,我国汽车企业共出口汽车137万辆,同比增长89.2%;其中,新能源汽车出口34.8万辆,同比增长1.7倍。中国汽车工业协会副总工程师许海东表示,目前中国汽车的出口还是一种贸易形式的出口,未来主要的发展方向还是要到目的国去进行直接投资,整个供应链体系可能也需要本地化。相信随着贸易模式出口的增加,海外直接投资模式也会进入一个快速发展的阶段。

据央视

全网创作好创意 展现千年荣昌猪魅力 荣昌猪征集活动颁奖仪式即将举行

日前,由荣昌区人民政府主办,荣昌区农业农村委(畜牧发展中心)承办,荣昌区融媒体中心、重庆琪金食品集团有限公司、重庆上游新闻传媒有限公司共同协办的“荣昌猪主题创意征集活动”落下帷幕,活动引发了全网关注。

活动邀请到了重庆市荣昌区人民政府副区长程昌耀,第十四届全国人大代表、重庆琪金食品集团有限公司董事长林其鑫,重庆市畜牧科学院院长、国家生猪技术创新中心主任刘作华共同作为荣昌猪推荐官,通过他们的视角,呼吁更多人关注我们自己的华系优质猪种——荣昌猪。

征集活动开始后,参与人群广泛。有刚学画画的幼儿园小朋友,有热爱艺术的退休老人,有荣昌猪的忠实用户,还有和荣昌猪有渊

源的外地网友。活动还走进了四川美术学院,吸引诸多学子参与活动。组委会负责人表示:“此次活动中,许多年轻人积极参与进来,贡献了许多优秀创意,我们也希望荣昌猪能在年轻人心里生根发芽,共同加入到保护本地猪种、宣传千年荣昌猪品牌的行动中。”

主办方共收到“荣昌猪形象标识(LO-GO)”345条,“荣昌猪IP形象”264条,“荣昌猪宣传口号”6537条。经过网络征集、网络点赞、专家评审及公示环节后,最终三个类别共计64个作品进入获奖名单。明日,第十届中国畜牧科技论坛荣昌猪赛猪会将在荣昌召开,赛猪会将现场决出本届“猪大王”和“猪皇后”。届时,荣昌猪征集活动颁奖仪式也将在现场隆重举行,主办方相关领导出席活动为所有获奖者颁奖。

2023年中国品牌日活动昨日闭幕 收获满满,意义非凡——

“重庆品牌影响力在不断扩大!”

2023年中国品牌日活动已于昨天在上海正式闭幕。重庆代表团以“新时代新征程新重庆”为主题参展,本次遴选的40家品牌企业在活动中充分展示了重庆城市形象,让重庆品牌得到了有效的推广和宣传,收获满满。



赛力斯展台



展示中的重庆消费品品牌

收获 重庆品牌获得认可

参加今年中国品牌日活动的40家参展品牌涵盖一、二、三产业,是从我市先进制造业集群、优势特色农业发展和国际消费中心城市、巴蜀文化旅游走廊建设中涌现出的优秀品牌。

来自云阳的渝峰乌天麻,接到了600多万的意向订单;来自黔江的竹家山蜂蜜,与数十家电商平台和销售渠道建立了联系;产自忠县的红高雷野笋干,带来的产品在展会第二天就销售了三分之二;来自酉阳的五榜山纯茶油,最大的收获则是对接到一家上海本地的连锁超市。天府可乐通过互动环节送出了约两吨产品,其现场负责人张文晋说,“观众最高频的感叹句就是‘中国自己的可乐’,让我们很自豪。”辣来主义的“预制小面”,其食材和调料的高还原度被很多渠道商和餐厅看重。中科摇橹船现场展示的3D双目结构光相机,引来了多个行业观展嘉宾的关注。易保全与来自

北京等地的意向客户,也已在接洽之中。

意义 展示重庆品牌建设成果

中国海装通过现场互动,让更多人关注到这家身居内陆却引领国内海上风电的企业。中国海装品牌经理黄楸萍认为,本次参展最大的意义,是不仅展示了品牌,还对大众进行了科普,让更多人了解风力发电。

中科摇橹船和易保全都认为,与不同行业品牌之间的交流与学习,让本次中国品牌日之行变得更有意义。天府可乐现场负责人张文晋认为,参加中国品牌日活动,是一种官方认可。“感觉我们也成了‘国家队’的一员,离天府可乐走向世界的目标更进一步。”几位“巴味渝珍”品牌的企业代表认为,最重要的意义是借助中国品牌日活动,带着产品和品牌“走出了重庆”。

协作 重庆品牌抱团前行

在过去几年的结伴参展中,天府可乐

因为向其他品牌企业免费提供工作用水而成为“团宠”。天府可乐的张文晋说,重庆品牌企业在一起相互帮助共同进步,是一件很开心的事情。

峰米投影和川仪自动化,两家展台相连,峰米用自己的产品协助川仪共同展示,既统一了风格,也增加了曝光率。辣来主义的于森认为,能与高科技企业品牌同台参展,很骄傲。“虽然行业跨度很大,但现场引流却形成了互补。”

周君记华东大区经理邓小川通过几天沟通,与天府可乐、野笋干、五榜山纯茶油等企业都达成了合作意向。“主要是通过我们的全国渠道,协助其他品牌产品进入全国市场。”

中科摇橹船研发的汽车3D涂胶质量在线监测系统,以及本次带来的3D单目、双目结构光相机,在研发过程中都得到了另一家重庆参展品牌企业赛力斯汽车的生产场景支持,这样的产研合作,也是“重庆创新”的持续动力之一。

未来 壮大品牌矩阵,打造重庆精品

结合本次活动的成果,重庆市发展改革委工业处处长刘书获介绍,近年来,重庆贯彻落实党中央、国务院品牌建设决策部署,大力发展根植重庆、服务全国、面向全球的民族品牌,品牌影响力不断扩大。“下一步,我们将着力壮大重庆质量品牌矩阵,加快建立市场主导、政府推动的品牌发展机制,做大‘重庆制造’品牌,打造‘重庆工程’品牌,擦亮‘重庆服务’金名片,推进‘品牌强农’工程,培育保护、传承振兴老字号,打造一批自主创新、品质高端、信誉过硬、市场公认的重庆精品,让重庆品牌享誉全国、走向世界。”刘书获说。

据有关部门统计,目前全市有效注册商标和地理标志数量均居西部第二位,巴味渝珍品牌授权农产品701个;累计培育中华老字号19个,重庆老字号291个,老字号品牌企业年产值突破1000亿元。

文/周渝斌 祝可