

牢记嘱托 感恩奋进  
奋力谱写中国式现代化重庆篇章

开栏语:

2024年4月22日至24日,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在重庆考察时强调,重庆要对标新时代新征程党的中心任务和党中央赋予的使命,充分发挥比较优势、后发优势,进一步全面深化改革,主动服务和融入新发展格局,着力推动高质量发展,奋力打造新时代西部大开发重要战略支点、内陆开放综合枢纽,在发挥“三个作用”上展现更大作为,不断谱写中国式现代化重庆篇章。

今日起,本报开辟专栏进行专题报道重庆这一年来的变化。

## 今年1~2月社零总额达2831.83亿元 重庆首次登顶“消费第一城”

最近,各地公布今年1~2月社会消费品零售总额(以下简称社零总额),重庆以2831.83亿元的成绩,首次超过上海,成为中国消费总额最高的城市。

社零总额既是城市消费能力的体现,也是城市经济发展状况的重要参考依据。此次登顶“消费第一城”,可视为重庆在打造国际消费中心城市道路上的重要里程碑。这一成绩,主要得益于重庆做对了“三件事”。

### 打造消费新场景

建成“山城步道+特色街区+滨江经济带”消费场景286处

刚刚过去的清明假期,位于渝北区的紫薇路凭借独特的“市井烟火气”与“潮流消费力”双重引力,日均吸引游客突破5万人次,呈现“人从众”的火热场景。沿街商户营业额同比增长超40%,其中餐饮、文创类消费占比超七成。

6年前,紫薇路还是一条以副食品店、汽修厂为主的背街小巷,路面坑洼、管线杂乱。2019年,渝北区以城市更新为契机,启动紫薇路改造工程,通过“硬件升级+文化赋能+业态重构”三步,让老街焕发新生,成为年轻人“打卡”地,实现月均人流量超50万人次。

为打造消费新场景,重庆对城市特色资源进行地毯式挖掘,利用“8D魔幻城市”的独特地域特色,打造出“江崖街洞天”(江岸、步道、后街、洞穴、天台)的多样态消费空间体系,向天空要空间、向江岸要价值,让新场景带动消费突围,重绘城市商业地图。



重庆十八梯风景区

比如,龙门浩老街依托长江滨江岸线,打造“青砖黛瓦+现代商业”的融合场景,老街内既有历史文物建筑,也有时尚咖啡馆、艺术画廊和精品民宿。2024年,老街举办“长江文化艺术周”,吸引游客超200万人次,拉动消费超10亿元。

市商务委提供的数据显示,目前,全市已打造“山城步道+特色街区+滨江经济带”消费场景286处,带动沿线商铺租金增长15%—20%。

### 大力发展首店经济

近三年来集聚落地品牌首店892个

大力发展首店经济是重庆消费增长的另一主因。首店经济是城市商业蓬勃发展的风向标,是最能彰显城市消费国际范的重要指标,也是带动消费的强大动力。正培育建设国际消费中心城市的重庆,不会

错过此等良机。

去年初,重庆印发《支持首店经济发展若干措施》,10个部门联合发力,15条政策举措真金白银扶持助力首店经济发展。

不久前,市商务委又发布《2025年首店首发经济支持政策申报指南》,对符合条件的商业管理运营者、第三方机构及首发首秀主办方等,依标准评审后给予最高200万元资金奖励。

一揽子政策极大地激发了市场活力,吸引了众多品牌首店落户重庆。如法国品牌Maison Margiela、知名生活方式品牌三丽鸥、甜品品牌九十集抹茶、达美乐披萨等。市商务委数据显示,近三年来,重庆累计举办各类首发首秀活动120余场,集聚落地品牌首店892个。

今年,在我市拟开业的商业项目中,重庆光环花园城将引入沉浸式生态场景与区域首进品牌;龙湖龙兴天街计划引入超100家区域首店;悦来汇定位艺术生态商业公园将打造保税艺术品交易等创新模式……

纷至沓来的首店,带来的不仅是流量,也是红利,随着更多首发首店项目落地和政策深化,重庆将进一步巩固在全国消费版图中的竞争力。

### 推动县域商业崛起

工业品下乡与农产品进城双向畅通,让消费“下沉”

今年1—2月,我市乡村市场零售额同比增长4.2%,增速超过了城镇消费市场。

消费“下沉”县域,是拉动经济恢复性增长的重要手段。近年来,我市以“县域商业体系建设”为抓手,推动工业品下乡与农产品进城双向畅通,激活农村消费“蓄水池”。

市商务委有关负责人表示,县域蕴藏着巨大的消费潜力,在中心城区消费市场蓬勃发展的同时,重庆的县域商业也在加速崛起。

以奉节县为例,该县通过“电商+合作社+农户”模式,将脐橙、腊肉等农产品直供城市餐桌。奉节脐橙通过电商平台单日销量突破10万单,带动农民增收超2亿元。这种模式不仅缩短供应链,更通过消费升级反哺农业生产。

再如,垫江县小山村通过搭建农产品电商服务平台,创建村集体经济品牌“甜土渝礼”,将柑橘、土鸡、干辣椒等农特产品推向全国。2024年,小山村农副产品销售额突破200万元,带动村民人均增收3000元。

类似案例在各区县屡见不鲜:綦江区东溪镇通过改造古镇商业街区,打造集“休闲、旅游、购物、体验”于一体的特色商贸中心;武隆区通过《印象武隆》演出带动周边餐饮住宿消费,2024年演出观演游客增长103.5%,带动消费增长7.5%……

新重庆-重庆日报记者 周盈

## “重庆造”消博会受热捧 现场煮小面烫火锅

4月13日,作为我国唯一以消费为主题的国家级展会,第五届中国国际消费品博览会(以下简称消博会)在海南省海口市开幕。

本届消博会以“共享开放机遇,共创美好生活”为主题,共吸引71个国家和地区的1700余家消费企业携4100余个品牌参展,集中展示了时尚消费、数字消费、健康消费、绿色消费等新兴消费领域的精品新品。除了国际新品精品,本届消博会还突出展示国内的外贸优品、国货潮品和老字号,包括重庆市在内的全国34个省市区(含重点城市等)组团参展。

重庆组织了5个区县的25家参展企业组成的代表团参展,以“新时代 新征程新重庆”理念为主题,搭建了400平方米的重庆综合展示馆,重点展现重庆国际消费中心城市建设成效。

重庆特色产品展区重点展示问界M9新能源汽车、深蓝新能源汽车、宗申摩托车等消费精品,雪泉高氧饮用水、瀚婷油茶、丰源花椒等内外贸一体化企业,以及瑞桑农业、阿依达不老泉水、水火土食品、武隆区农业产业发展公司等乡村振兴企业。

一向“宠粉”的重庆更是把观音桥同款网红打卡地的“我在重庆”搬到了现场,吸引众多观展的消费者打卡。“之前在网上刷到过这张图,没想到今天能在现场看到同款。”趁着周末来逛展的市民王先生表示,这几年重庆文旅太火了,早就在他的旅游目的地清单里,以后找机会一定要去重庆现场打卡。

问界M9新能源汽车、深蓝新能源汽车、宗申摩托车等重庆造汽车、摩托车凭借



消博会现场

其出众的外观以及性价比,询问者、体验者颇多。为了走进车内,沉浸式体验智能交互,感受科技魅力,几款车前基本都是“排队”体验的状态。

在重庆综合展示馆内,人气最高的地方要数“重庆美食”展示区。火锅、重庆小面、老鸭汤……一道道山城美食打造了一场消博会上的味觉盛宴。

小面师傅现场煮面,麻辣鲜香的味道、食材丰富的浇头吸引了不少当地市民购买。

而在一旁的火锅底料展台前,一口火锅里的红油正在翻滚,工作人员将豆皮、丸子等食材涮进锅中,依次捞出分发给等待品尝的观众。“好吃!好吃!感觉又辣又爽!”参展的客商李女士说,一到重庆展示馆就被火锅的香味吸引了,第一次尝试地

道的重庆味道非常喜欢!

市商务委相关负责人表示,这些“重庆味道”早已是重庆的响亮名片,展会现场通过现煮现卖,让大家更直观地了解重庆美食,同时也带动了参展企业的销量。

本届消博会的重庆馆,布置了一个全新的区域——内外贸一体化展区,展示了重庆的酒、茶叶、水、油茶等内外贸产品。

今年商务部将以“外贸优品中华行”活动为标志,进一步扩大外贸优品消费,并采取“1+10+N”模式,即举办一场启动仪式,发挥10个经济大省(市自治区)作用开展一系列重点活动。

下个月重庆举行的西洽会期间,重庆将作为经济大省(市自治区)之一,举行相应活动。

新重庆-上游新闻记者 冯锐

## 重庆到成都50分钟飙拢 成渝中线进度条再刷新

记者从长江沿岸铁路集团重庆有限公司获悉,4月12日,随着最后一方混凝土完成浇筑,成渝中线高铁全线控制性工程玄天湖双线大桥顺利合龙,为全线按期通车奠定了坚实基础。

玄天湖双线特大桥位于重庆市铜梁区玄天湖4A级景区内,全长460.56米,环保要求高,施工难度大。为保护天鹅栖息地及湖区生态,建设者们创新应用智能建造技术,将跨越湖面的施工栈桥缩短至最短路径,减少水中钢管桩27根,承台施工采用锁口钢管桩围堰,将主墩施工区与湖水隔离,确保“不让一滴污水流入玄天湖”。

成渝中线高铁作为成渝地区双城经济圈建设的标志性工程,被列为“十四五”国家重点铁路项目,是国家“八纵八横”高铁网沪渝蓉沿江高铁大通道的重要组成部分。线路自重庆枢纽重庆北站起,向西经重庆市渝北区、沙坪坝区、璧山区、铜梁区、大足区,四川省资阳市、成都市,引入成都枢纽成都站,正线全长292公里,设计时速350公里。成渝中线高铁预计2027年建成,届时将实现成渝“双核”50分钟通达。

成渝中线高铁建成后,将与已建成运营的西安至成都高铁、郑州至重庆高铁和在建的西宁至成都高铁、成都至达州至万州高铁、西安至重庆高铁、重庆至昆明高铁、重庆至万州高铁等多条线路连通,推动成渝地区路网结构更加完善,成渝两地旅行时间进一步压缩,将极大便利沿线人民群众出行,对助力成渝地区双城经济圈建设,形成西部大开发新格局,具有十分重要的意义。

据重庆广电-第1眼TV