



严打高压 重庆禁毒战果惊人！

去年缴毒220公斤,抓获5600余名毒贩,全市现有吸毒人员数量已连续第7年下降

在第38个国际禁毒日即将到来之际,6月18日,重庆市召开全市禁毒工作新闻发布会。重庆市禁毒委副主任、重庆市公安局副局长龙庆介绍了2024年重庆各级禁毒职能部门取得的主要工作成效。他说,去年重庆市成功破获各类毒品刑事案件3800余起,抓获毒品犯罪嫌疑人5600余名,全市现有吸毒人员数量已连续第7年呈现下降趋势。

据了解,2024年,重庆市各级公检法以及海关、邮政、铁路、边检、民航等部门持续保持严打高压态势,深入推进“春季攻势”“夏季行动”“拔钉追逃”“集群打零”、湘鄂“猎枭”以及打击依托咪酯、“笑气”“上头电子烟”等新型毒品及成瘾性物质专项行动。全市共破获各类毒品刑事案件3800余起,其中包括千克以上毒品案件25起、全国集群战役毒品案件6起,抓获毒品犯罪嫌疑人5600余名,境外涉毒“钉子”逃犯17

名,缴获毒品220余公斤。

重庆市还深入推进“禁吸戒毒基础年”专项活动,常态化开展吸毒人员平安关爱、见面核查,开展重点行业领域从业人员涉毒风险筛查、“毒驾”治理专项工作,细化完善社会面吸毒人员风险分类评估标准,规范吸毒人员服务管理措施,构建“发现-评估-管控”全链条服务管理闭环。2024年责令社区戒毒3600余人,处置强制隔离戒毒4400余人,全市现有吸毒人员数量已连续第7年下降。

此外,各级公安、商务、应急管理、市场监管、药监等部门加强协作配合,落实监管责任,严密防范制毒物品流入非法渠道。2024年实地检查涉易制毒化学企业4800余家,核查易制毒化学品购买证4.8万余份,核销购买、运输证5.2万余份,核查入滇制毒物品5900余批次,处置各类预警信息3000余条,确保了本市易制

毒化学品未流入制毒渠道。同时,深化审批改革,将涉易制毒化学品行政审批事项全部纳入“川渝通办”,非药品第一类易制毒化学品审批办结时限压缩至4个工作日。

在宣传教育方面,各部门以“防范青少年药物滥用”为主题,重点针对青少年群体积极开展全民禁毒宣传教育活动。全市共建成1个市级青少年禁毒教育基地和45个区县级禁毒教育基地(园地)并投入使用,组织在校学生50余万人次参观禁毒教育基地。连续11年策划开展“感恩生命,健康生活”全民禁毒宣传月活动,依托山城地理景观和夜景特色,举行禁毒主题灯光秀,以网红城市名片体系化打造“山城禁毒号”游轮、公交、轨道交通、缆车等移动宣传载体,让更多的人了解禁毒工作,学习禁毒知识。

新重庆-重庆晨报记者 郑三波

深入贯彻中央八项规定精神学习教育继续派出3个中央督导组

据新华社电 党中央决定,深入贯彻中央八项规定精神学习教育继续派出3个中央督导组,将对内蒙古、广西;市场监管总局、国家林业和草原局;中国农业银行、中国移动通信集团有限公司、北京航空航天大学等7个地方和单位开展学习教育指导督导工作。

前期派出的中央第3督导组由指导督导湖北潜江调整为指导督导湖北。

拼经济 抓发展

重庆征集一批智能养老服务机器人应用试点项目

近日,市经济信息委联合市民政局启动智能养老服务机器人结对攻关与场景应用试点申报,将面向我市机器人企业、养老辅具企业、高校、科研院所及第三方养老服务机构进行征集推荐。

据了解,试点内容包括开展结对攻关、开展场景应用验证、完善标准及评价体系。试点通过面向居家、社区、机构三类养老服务形态,围绕失能失智照护、情感陪护、健康促进、智慧环境、日常生活辅助等应用场景,以用户实际场景中的需求痛点问题为导向,针对现有产品或解决方案短板开展研用结对攻关,逐步提升产品的安全性、可靠性、易用性和服务能力。在家庭、社区和养老机构等场景中试点应用,在应用验证过程中完成产品迭代升级,应用验证周期不少于6个月。居家养老服务机器人产品需完成不少于200户家庭应用验证,部署不少于200台套;社区和机构类养老服务机器人产品需完成不少于20个社区或20家养老机构应用验证,部署不少于20台套。

此外,试点鼓励产品研制单位和应用试点单位联合开展智能养老服务机器人标准研究,聚焦场景需求和应用安全研制智能养老服务机器人产品和服务标准规范,聚焦安全性、可靠性、适老化、经济性等研制智能养老服务机器人产品评价标准。引导行业紧扣老年人的生理心理特点及服务需求,进行智能养老服务机器人产品的设计开发,提升产品适老化、智能化和安全可靠水平。

新重庆-重庆晨报记者 陈军

校企携手 深化跨境电商产教融合

在数字经济蓬勃发展的背景下,创新跨境电商人才培养模式成为推动产业升级的关键。6月18日,在重庆两路果园港综合保税区“一带一路”商务中心,重庆外语外事学院与非欧坦(重庆)数据科技有限公司举行校企合作签约仪式暨跨境电商人才培养研讨会。此次合作将通过深化产教融合,培育实战型跨境电商运营人才,为重庆企业“走出去”提供人才支撑。

据了解,作为重庆跨境电商领域校企协同育人的创新实践,项目依托企业真实业务场景和学校优质教学资源,通过“理论+实践”“课堂+职场”的培养模式,着力破解招人与就业难题。合作项目将每年选拔约50名优秀学生组建10支团队,依托覆盖欧美、东南亚等全球市场的真实海外电商项目,运用公司自主研发的AI智能工具开展实战训练。

在跨境电商人才培养研讨会上,双方就项目目标体系、创新选拔机制、科学考评体系、实战课程方案、资源配置保障以及责任分工机制等六大核心议题展开深入交流。在为学生提供高质量就业通道方面,双方将共促学生掌握从产品调研、上架、推广到图片视频营销、数据分析的全流程运营能力,并建立人才输送通道,让优秀学员可直接进入企业实习就业。

重庆两路寸滩保税港区管委会相关负责人称,目前管委会正在与非欧坦公司等开展深入合作,旨在基于重庆国际贸易数字平台,共同打造基于跨境电商业务全链条的服务生态,进一步为重庆产业带的出海服务赋能。

新重庆-重庆晨报记者 杨圣泉 摄影报道

超长版“618”,折射哪些消费新动向?

“618”购物节超长“待机”,让“剁手式消费”回归理性购物;潮玩、萌宠等细分市场崛起,更多垂直赛道涌现新蓝海;AI加快对消费全产业链改造,助力行业提“智”向“新”……今年“618”,折射消费领域新动向。

消费更加理性

“618”越来越长了,这是近几年不少消费者的共同感受。

今年5月中旬,京东、淘宝、抖音等平台开启“618”预热促销活动。记者了解到,部分平台促销活动将持续至6月20日,总时长超过1个月,创下“618”最长时间纪录。

告别复杂“算术题”,平台补贴规则也更加简单直接。京东在“每人每天可领超6180元补贴”等优惠基础上,再加码“618”补贴力度;天猫取消“满减”等需要复杂计算的优惠,只设“官方立减”叠加各种优惠券等;抖音电商投入百亿消费券补贴爆款商品,用户每人最高可领2280元……

“今年大促活动时间长,可以慢慢挑选自己真正需要的东西,避免了很多一时‘上头’的冲动消费,也不用费脑筋凑单满减,感觉‘618’变得更清爽和松弛了。”河南郑州的消费者赵女士说。

聚焦打造多元消费场景和体验,线下商业也纷纷抢抓“618”节点开展一系列促销活动。

定制AI照片、戴上眼镜体验AI翻译等互动吸引人们排队打卡;在电竞体验区,多款顶配电脑装备让电竞发烧友直呼过瘾;沉浸式实景样板间与全屋定制服务,为顾客提供家电家装“一站式”解决方案……在不久前亮相北京的京东MALL双井店,多元业态融合场景为人们带来别样的消费体验。

“我们推出‘京补+品牌补贴+银行补贴’等多重优惠,并通过设立沉浸式体验专区、引入首店首发潮品等,让消费者在线下享受更加个性化、多元化的商品和服务。”京东MALL北京双井店副店长陈瑞说。

国家电子商务示范城市创建工作专家咨询委员会专家李鸣涛分析,今年“618”,多个平台流量分配机制从“价低者得”转向“优者多得”,线下商超也更加注重体验感和场景打造,这背后是消费者从“价格敏感”到追求品质和理性消费的转变,从需求导向出发,才能让大促活动有效激活消费动能。

“购物车”映射消费新动向

作为一年一度重要的促消费节点,“618”无疑是消费市场新动向的重要风向标。

潮玩、宠物等细分市场崛起——

Labubu掀起社交平台上的“开箱狂欢”,线上线下一“bu”难求;“养娃式养宠”催生大量宠物产品消费……这个



一家商场内的“618”海报

“618”,更多垂类细分赛道火热,为激活消费打开了新空间。“今年‘618’,淘宝天猫玩具潮玩领域多个商家销售破亿元,近800个单品销售破百万元。‘谷子类’商品海外订单增速同比实现三位数增长,其中绝大部分成交是国产IP的衍生品。”淘天潮玩行业负责人对记者说。

服务消费成为新引擎——

“端午假期带孩子去贵州玩了一趟,顺便趁‘618’大促在网上订了一套亲子旅拍服务,体验很好。”深圳市民宋倩说。“从冰雪经济火热到银发经济崛起,服务消费日益成为拉动消费增长的新引擎。”国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵说,积极拓宽服务消费场景、增加优质服务供给,将更好满足居民在养老、托育、文娱等方面不断增长的消费需求。

“即时零售”加速入场——

今年“618”,各大平台即时零售业态加快布局,美团闪购联合知名餐饮、零售品牌旗下百万家线下门店开启大促活动,淘宝闪购也在“618”期间链接更多线下实体,进一步加大补贴力度。“用户越来越追求‘即时满足’,‘即时零售’逐渐延伸到母婴、3C、美妆、服饰等多个领域。仅5月28日到6月1日,就有超过800个品牌商、零售商在美国闪购成交额同比翻倍,‘618’期间手机、小家电、白酒等商品十分畅销。”美团闪购负责人说。

AI助力商家提“智”增效

“自主选择搭配服装、模特、场景,就能用AI一键生成各种风格的真人上身短视频,大促期间帮我们快速完成商品视频矩阵,实现视觉升级。”云尚武汉国际时尚中心相关负责人说。

这位负责人告诉记者,传统服饰行业上新频率快,图文视频等商品内容制作成本高,AI视频工具极大提升了传统视频生产的效率,让企业腾出

更多精力投入到产品设计和营销上。

“AI不仅是生产工具,更是市场洞察的放大器。”口腔护理品牌参半联合创始人常宁晓曦告诉记者,通过对用户行为数据进行智能分析,能帮助品牌发现潜在的市场需求,为产品研发提供更精准的决策参考。

京东云向商家开放免费AI营销产品,京东数字人累计服务超13000家品牌商;淘宝上线生意管家“图生视频”系列工具,一个多月时间内累计为商家生成超150万个视频素材……今年“618”,AI加速融入电商业态,助力更多平台商家提“智”增效。

今年“618”,有消费者在收快递时同步收到了一份“惊喜语音”——“奶奶,我和女朋友祝您端午节快乐,等我们安顿好,请奶奶来深圳玩”“快高考了,要记得身体第一考试第二,哥哥是你永远的后盾”……

“我们近期上线了‘惊喜电话’功能,由AI外呼提供技术支持,消费者可以选择录制一段语音,或者让京东大模型生成的‘AI百变声线’用自己的声音来说。收件人收到快递时,就能一同收到这份语音通知。”京东相关负责人说。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬表示,人工智能加速融入千行百业,成为激活消费潜力、牵引产业升级的重要力量,随着技术迭代和落地场景逐渐丰富,人工智能与消费领域的结合正向个性化、多元化发展,有望在未来激活更多消费增量。

据新华社

