

产值迈上5000亿级台阶,但仍面临新兴品类偏少、品牌影响力不足等问题——

# 重庆消费品工业如何加快提档升级

新时代新征程新重庆

重庆消费品工业调查(下)

□本报记者 唐琴 郑三波

最近一段时间,关于重庆消费品工业的好消息不断传来。

5月14日,重庆数十家企业集体亮相2023年“中国品牌日”活动;5月5日,全国首届消费品工业“三品”战略峰会在渝举行;5月5日,第二届中国(成渝)美食工业博览会开幕。

消费品工业,一直是重庆的传统优势产业,2022年,其产值站上5000亿级台阶。然而,对比国内发达地区,重庆消费品工业依然存有巨大的提升空间。

培育发展本地消费品工业,是重庆打造国际消费中心城市重要抓手之一。抢抓“增品种、提品质、创品牌”的国家战略机遇,重庆消费品工业该如何提档升级?

## 优品种

提升“创新力”

“涪陵榨菜,我最喜欢。”“冷酸灵牙膏,好像是重庆的吧。”周君记的火锅底料,我们家买得多。”

这几天,记者通过街头随机采访发现,不少重庆市民和外地游客,都对重庆本地消费品牌耳熟能详。

截至2022年末,重庆规模以上消费品工业企业超2100家,涵盖轻工、纺织、食品、医药、烟草等五大工业门类。

重庆消费品工业从业者众多,品类不少,但主要集中在日化用品、粮油加工、休闲食品、烟酒、调味品、火锅底料等传统产业,新兴领域的新兴品类明显不足。

例如,当前,智能家居、智能家电、智能终端等产品崛起,重庆虽有一些企业涉足,但却不深入。又如,个护美妆迎来新风口,重庆本可以依托生物医药产业的科创优势,深挖细分市场,开辟新赛道。但事实上,重庆在这方面乏善可陈。新兴行业新兴品类对于促进消费有



在天友乳业生产车间全自动乐冠灌装线前,工作人员正在检查产品品质。(资料图片) 记者 万难 摄/视觉重庆

重要作用。2019年,登康口腔顺应“国潮风”,结合川渝火锅文化跨界营销推出火锅牙膏,在年轻用户中掀起一股“火锅味”潮流。随后,公司结合圈层用户的情感需求,精心设计打造出二次元软萌治愈风的猫爪牙刷,迅速成为爆品。

在重庆大学教授廖成林看来,行业迭代速度太慢是造成重庆消费品工业新兴领域产品不足的主要原因之一。重庆消费品工业的龙头企业,如登康口腔、涪陵榨菜、天友乳业等,大多都是上个世纪发展起来的老品牌,即使是江小白、上口佳等相对年轻的企业,也都成立了10年有余。最近几年,重庆消费品工业领域几乎没有“黑马”。

“随着00后、Z世代的时代到来,重庆企业应与时俱进,加快在新兴领域的布局”,廖成林表示。

## 提品质

增强“竞争力”

喝饮料要看含糖量,买薯片要看是不是非油炸,选饼干最关心卡路里。记者在调查中发现,当前,消费市场正在悄然发生变化。

一些重庆企业顺势而为,通过提升产

品品质,扩大市场份额。比如,2022年,涪陵榨菜集团推出轻盐系列产品,减盐30%。当年,涪陵榨菜营收创下新高,超过25亿元,牢牢占据“榨菜一哥”的位置。

“随着生活水平的提高,人们对产品品质的要求越来越高,企业只有提升产品品质,才能在竞争中占有一席之地。”重庆大学教授姚树洁坦言,重庆企业在这方面有深刻体会。

为此,前几年,江小白凭借魔性的文案、全新包装俘获大批年轻粉丝。不过在产品品质的提升上,这家重庆企业仍然步伐太慢。

例如,前几年,江小白凭借魔性的文案、全新包装俘获大批年轻粉丝。不过在产品品质的提升上,这家重庆企业仍然步伐太慢。

“提升产品品质,企业应抓住健康化、智能化、绿色化这几个关键点。”姚树洁称。

以智能化为例,重庆玛格家居布局智能化工厂,以智能化推动产品提档升级,从而撬动新的消费市场。目前,该企业已推出3D云设计系统,实现消费者

房屋情况、造价预算、个人偏好等个性化家居方案,利用VR等技术开发超前的沉浸式场景体验,有效提升市场竞争力。

姚树洁认为,目前,在健康化、绿色化方面,重庆企业转型升级的步伐也还不够快。“重庆企业在纸业、茶业、果业、饮品业等领域均大有机会,市场也迫切需要更多绿色生态的产品,重庆企业应把握市场需求,狠力提升产品品质”,他表示。

## 做品牌

扩大“影响力”

小面是重庆最具辨识度的美食之一。但重庆小面的规模化扩张之路,才刚刚起步。

数据显示,截至2022年底,重庆工业化小面预包装食品年营收还不到25亿元。而同期,柳州袋装螺蛳粉销售收入已经突破150亿元。

重庆小面的尴尬并非个别现象。数据显示:2021年,重庆天友乳业实现营业收入25.52亿元,光明乳业仅在上海地区营收就高达79.65亿元;同年,江小白营收突破30亿元,而五粮液、泸州老窖营收分别约为662.09亿元、203.84亿元。2022年,重庆登康口腔营收13.14亿元,云南白药营收364.88亿元。

“当前重庆消费品品牌几乎都面临知名度不高、影响力不强、市场竞争力弱的瓶颈”,姚树洁指出。

为扩大品牌影响力,如今,重庆啤酒加速推进“大城市计划”,新增15个大城市市场,加大在全国市场“攻城拔寨”的力度。

“对于国际市场拓展的不足,也是造成重庆消费品品牌影响力偏弱的一个因素。”姚树洁分析,目前重庆市场还没有培育出可以媲美海尔、五粮液、蒙牛、联想这样的国际品牌。

“重庆企业一定要抢抓RCEP新机遇,充分利用中欧班列、西部陆海新通道等国际贸易“大通道”,以“一带一路”沿线国家地区为重点进一步拓展境外消费市场”,姚树洁表示,重庆需要打造出真正属于自己的国际品牌,让重庆优品被全世界看到。

本报讯(记者 夏元)5月29日,工信部发布的运行监测数据显示,今年1—4月我市软件产业实现软件业务收入806.5亿元,同比增长16.5%,全市共收储楼宇面积50余万平方米,使用38万平方米,新增软件企业1500余家,新增从业人员2万余人,累计达到28万余人。

“培育和引进了一批软件产业知名企业,知名产品,是今年以来我市软件产业发展的一大亮点。”市经信委软件处负责人介绍,今年以来,7款“重庆造”产品及项目入选了工信部优秀工业软件产品、工业互联网App优秀解决方案、区块链典型应用案例等,全市评选出2022年度市级重点软件企业171家,市级优秀软件产品131个,市级软件公共服务平台5个。另外还签约引入禾赛科技、东软睿驰等软件项目169个,落地腾讯西南总部二期、科大讯飞AI+产业园等项目61个,合同投资额超过500亿元。

据介绍,今年以来,我市重点聚焦工业软件、汽车软件、人工智能、卫星互联网和开源社区这五大领域,征集了第3

## 今年前4月重庆软件业务收入逾800亿元

批“揭榜挂帅”项目需求,累计收到推荐项目91个。组织Unity中国、商汤科技等一批知名软件企业与长安、赛力斯等车企对接,并组织20余家工业软件企业与30多家工业企业接洽。另外我市围绕服务制造业数字化转型,征集“一链一网一平台”、创新示范工厂、5G全连接工厂等一揽子数字化转型项目,启动了重点制造业企业智能制造咨询诊断评估等工作。

在人才培育方面,市经信、人社部门通过举办“满天星”行动计划专场招聘,先后组织700余家软件企业走进高校开展双选会,招聘企业与6000多名应届毕业生达成了就业意向。我市还推动了高校与重点软件企业建立人才培训“订单班”,累计培训从业人员2.5万余人次。

市经信委表示,今年我市软件和信息技术服务业总收入力争实现3600亿元,同比增长不低于20%。

## 数字重庆 加油干

本报讯(记者 左黎韵)5月29日,记者从巫山县委宣传部获悉,今年,巫山县在我市率先试点建设“学习强国”数字农家书屋,首批建成的下庄村数字农家书屋成功入选第二届全民阅读大会·最美农家书屋。

据介绍,下庄村农家书屋位于愚公讲堂旁,占地面积200平方米,由下庄村党支部书记毛相林的土墙老房子改建而成。书屋内,电脑、阅读屏、Wi-Fi等数字化设施一应俱全,藏书内容涵盖政策法规、农业生产、科普知识、医疗健康等,共计5000余册。

傍晚时分,村民们吃过晚饭,便三三两两地来到书屋。“打开手机App,指尖轻轻一划,就能查阅学习各类书籍,太方便了。”柑橘种植大户刘恒保说。当前,

柑橘正进入夏季管理,他在农家书屋扫描二维码后,很快便找到了疏果修枝等农技专业书籍。

“我们会根据群众需求,定期补充更新一定数量的图书资源,打造村民们喜爱的‘文化粮仓’。”毛相林说。

以试点建设“学习强国”数字农家书屋为契机,村里大力推广电子图书阅读,辐射带动效应。

数字设施一应俱全 藏书资源海量多样

## 巫山下庄数字书屋成村民“文化粮仓”

同步接入了数字农家书屋手机端、电脑端、IPTV电视端“三端合一”的全媒体传播矩阵,并把“学习强国”学习平台海量化、多样化的学习资源融入实体农家书屋建设中,推动党的创新理论、科技科普、新闻资讯等进校园、进农家。

接下来,巫山县还将在全县范围内全面试点数字农家书屋建设。

特色优势产业发展的人才需求,联合山东省开设乡村振兴综合培训班,推行“学习+见习+实习+就业”全链条服务,全力打造“培训+就业”“培训+服务”“培训+订单”一体化培训模式,全面提高培训实效。

在万州区,山东省济宁市援派5名科技特派员对接该区5个乡镇、6家企业,实施“三峡茶鸡香鸭产业化帮扶深加工”科研项目;同时携手组织“百名科技工作者走乡村”,在长滩镇、龙驹镇等地分别建设生态渔博士工作站、山地芦花鸡科技小院,搭建实验示范基地与技术推广平台,让科技为乡村振兴注入“源头活水”。

与此同时,万州、济宁两地党校还在14个区县率先互送干部开展“政德教育培训”和“三峡移民红色基因培训”,实现千名干部互学互鉴。

2022年,山东向重庆选派挂职干部57名,专业技术人员1063名,重庆向山东选派挂职干部56名,专业技术人员349名,培训干部和专业技术人员22520人次。

(上接1版)

去年,山东帮助采购、销售重庆农畜产品和特色手工艺品18.8亿元。

## 推动区域协作上新台阶

今年4月,开州区南门镇莲池村刚刚建成的鲁渝协作(寿光)蔬菜现代产业园——南门科技示范园正式投产。

“第一批蔬菜总产量预计达3万斤。”技术员肖在军称,示范园迎来首次丰收,标志着“寿光模式”在开州落地生根、开花结果。他透露,“以前每亩地收入约1.5万元,‘寿光模式’种植蔬菜每亩地净增收5.5万元。”

在开州取得良好开局后,山东“寿光模式”在奉节、秀山、永川等地逐步推广,努力打造全国东西部产业协作“新标杆”。

推动区域协作再上新台阶,山东与重庆强化产业合作,坚持把共建产业园区作为承载东部产业转移的重要载体,引导东部资金、技术、人才、市场向园区集中,完善园区招商引资、创业孵化、技能培训、市场拓展等服务功能。

2022年,重庆积极承办中国农民丰收节“强协作促振兴—社会帮扶在行动”活动,现场签约鲁渝协作项目12个,投资总额达78.37亿元。

“创新协作载体,将鲁渝协作招商范围延伸至主城区都市圈。”市乡村振兴局相关负责人称,利用东西部协作机制和“一区两群”对口协同发展机制,我市打造“鲁渝协作·工业互联网矩阵”,建设12个智慧园区公共服务平台,推动成立山东省重庆商会,实现鲁渝产业精准对接。为鲁渝两地企业资源对接架起桥梁。

2022年,全市新增落地投产山东企业77家,实际到位投资额49.23亿元,5008名农村劳动力实现就地就近就业。

如今,区域协作再上新台阶,鲁渝两地持续开展“十万山东人游重庆”“陆上三峡”直通车、百万主播助力鲁渝文旅协作等品牌活动,共同培育出万州一汶上芦花鸡、丰都—滕州马铃薯、酉阳—东营大闸蟹、日照—黔江海通茧丝绸等一大批鲁渝产业协作项目品牌,并持续发挥

## 项目带动强化人才支撑

4月7日,中国水产科学研究院淡水渔业研究中心重庆首个博士后科研工作站,在酉阳县揭牌,推动桃花源高山大闸蟹产业发展。

自2021年以来,山东省东营市在酉阳县10个乡镇建成15个稻蟹综合种养基地,发展成“东蟹西引、稻蟹共生”的生态循环农业,同时建立“东营·酉阳稻蟹产业人才工作站”,通过人才培育、科技赋能、平台搭建等举措,为东西部协作产业发展注入“智力”。

“功以才成,业由技兴。”市乡村振兴局相关负责人介绍,近年来,鲁渝两地加强干部互派、人才互动,带动两地技术互学、观念互通和作风互鉴;同时设立东西部协作产业发展基金和人才发展基金,促进人才交流。“累计募集产业发展资金7210万元、人才发展资金1215万元,资助产业和人才项目43个。”

2022年,城口县提出打造鲁渝协作人才培育“升级版”,围绕养殖、种植

□新华社记者 李勇 赵宇飞 张海磊

今年“五一”假期,重庆、四川文旅复苏势头格外亮眼——接待游客较2019年同期分别增长17.9%、27.3%,成为经济发展回升向好的生动写照。

川渝文旅市场强势复苏的背后,既有经济社会全面恢复常态化运行的大势所趋,更得益于两省市打破行政壁垒,携手推进文化遗产保护利用,创新文旅产品供给和品牌联合营销,加快推进巴蜀文化旅游走廊建设,让巴蜀文化释放出独特魅力。

## 新活力

携手让巴蜀文化遗产“活起来”

成都金沙遗址博物馆馆藏商周有领玉璧、重庆中国三峡博物馆馆藏西汉“御史大夫倪宽”子母玉印……5月17日,川渝博物馆联盟在重庆举行的“国际博物馆日”主题活动中,一大批珍贵文物惊艳亮相。

今年“国际博物馆日”到来之际,川渝多家文博单位联合举办“金玉良缘”川渝馆藏精品玉器及金银器展、“巴山蜀水”川渝博物馆文创展等一系列主题活动,展示巴蜀文化紧密相连、相互促进的文明气象,加强考古成果和历史研究成果的转化与传播。

古老的巴蜀大地,拥有三星堆、金沙遗址、大足石刻等丰富的文化遗产资源。如今,川渝正携手推进文化遗产保护利用,让陈列在巴蜀大地上的遗产“活起来”。

重庆市文化和旅游发展委员会主任冉华章介绍,在考古调查研究方面,川渝已联合召开钓鱼城遗址宋元建筑考古学术研讨会等学术会议数十场,联合完成“考古中国”重大项目“川渝地区巴蜀文明进程研究”部分考古发掘,已启动涪江流域考古调查工作。

“文化遗产保护利用方面,三星堆遗址祭祀区已入选‘2021年度全国十大考古新发现’,川渝联手打造川渝石窟寺国家遗址公园。”四川省文化和旅游厅厅长戴长征说,目前长征国家文化公园重庆段、四川段进展顺利,长江国家文化公园重庆段、四川段纳入全国重点建设区,正在合作编制建设规划和建设方案。

在川渝携手推动下,巴蜀文化遗产正展现出新的活力。以石窟寺文物为例,川渝已建立联合保护机制,大足石刻景区推出8K球幕电影,让游客沉浸在360度全景声画面中体验石刻艺术,安岳卧佛院打造集石刻文化与自然生态景观为一体的休闲度假旅游景区,两地正共同推动文旅消费提档升级,联合开发、推介旅游线路等。

“五一”假期,来自深圳的陈女士和朋友们组队,先乘飞机到重庆,再租车开启了为期三天的川渝石刻之旅。他们在重庆参观完大足石刻后,继续开车到四川资阳市探访安岳石刻。

“这条川渝石窟石刻艺术主题精品路线正好满足我们的需求,两地石刻一脉相承、各具特色,集中看完后感觉更连贯、更震撼,对游客而言更有吸引力。”陈女士说。

## 新品牌

联合营销塑造“流量担当”

从4月29日到5月20日期间,成都宽窄巷子和重庆洪崖洞携手推出数字徽章送祝福活动,采用交互数字藏品引领游客沉浸式享受都市旅游,游客可凭徽章享受两家景区内部分展览的门票优惠。

川渝正结合消费新趋势,积极开展文旅品牌联合营销。由川渝地标性景区成都宽窄巷子和重庆洪崖洞组成的“宽洪大量”组合,在品牌联播、市场营销、产品互推、游客导流等领域开展深度合作。

“宽洪大量”已成为巴蜀文旅“流量担当”。今年春节期间,洪崖洞景区接待游客93.6万人次,比2019年春节增长36%;宽窄巷子接待游客105.26万人次,比2019年春节增长370%,双双创下开街以来节假日最高接待量。

“我们在重庆洪崖洞看到成都宽窄巷子、春熙路等景点的宣传,决定领略重庆的‘立体’和‘魔幻’之后,再去感受成都的精致与闲适。”来自北京的游客陈冲告诉记者,川渝地缘相亲、民俗相通,成都和重庆又保持着鲜明个性,这正是成渝吸引外地游客的魅力。

重庆市文化和旅游发展委员会副主任秦定波介绍,川渝已联合推出“安逸四川·大美重庆”文旅品牌,成立西南区域文化和旅游消费城市群推进联盟。川渝还策划推出“解放碑和春熙路”“点石(大足石刻)成金(金沙遗址)”等创意主题宣传,相关重点景区已实现品牌共推、游客互送。

同时,川渝联合开展“川渝一家亲景区惠民游”等双城互动营销,两地280余家旅游景区携手开展“百万门票免费送”等优惠活动,合作启动“百万职工游巴蜀”活动;联合参加澳门国际旅游(产业)博览会等,联合主办“澜溯世界遗产城市对话活动”,全方位宣传推介巴蜀文化旅游资源。

## 新业态

联袂创新巴蜀文旅产品

近日,广西游客王爱华跟团畅游了长江的多姿多彩——从四川自贡顺江而下,感受自贡彩灯的绚丽、宜宾李庄古镇的文化底蕴、重庆长嘉汇大景区的繁华,以及长江三峡的壮美……

“这条长江上游黄金水道主题游新线路,涵盖了长江上游文化资源的精华,让游客更真切感受长江文化的独特魅力。”王爱华说。长江上游黄金水道主题游涵盖川渝长江沿线20余个主要景区,涉及自然、人文、都市等多种类型,是川渝合作推出的巴蜀文化旅游走廊十大主题游线路之一。

“十大主题游线路是川渝联合推出的文旅新产品,涵盖古遗址文化主题游、世界自然遗产主题游、石窟石刻艺术文化主题游、红色旅游主题游、民族风情主题游等特色产品。”秦定波说,其中既包括三星堆遗址、金沙遗址、钓鱼城遗址等文化遗产,又包括九寨沟、南川金佛山、武陵喀斯特等自然遗产,还包括小平故里、朱德故里等红色景区,充分展现巴蜀大地的自然之美、人文之韵。

结合当前消费新趋势,川渝正联袂创新文旅产品,拓展文旅新项目、新业态、新体验。据川渝文旅部门介绍,川渝已联合发布主题精品线路70余条;联合承办第六届中国诗歌节、第十三届中国西部动漫文化节、第五届川剧节等系列活动;组织川剧《江姐》、民族歌剧《尘埃落定》等精品剧目在两地推广演出等。2022年两地举办近百场文化活动,线上线下服务逾1000万人次。

联合开展产品创新,有效激发了巴蜀文旅发展活力。今年一季度,四川省旅游消费金额1930.93亿元,同比增长8.81%;今年1至2月,重庆市累计接待过夜游客1517.82万人次,同比增长77.9%。

川渝文旅部门负责人表示,川渝将进一步树牢“川渝一盘棋”思维和“巴蜀一家亲”理念,深入探索文旅跨省协同发展新模式,更好地保护利用文化遗产,丰富文旅产品供给,创新开展联合营销,力争让文旅产业成为成渝地区双城经济圈高质量发展的重要支撑。

# 融合发展彰显巴蜀文化独特魅力

成渝地区双城经济圈文旅复苏观察