

上个周末,4场高级别体育赛事相继在巴南、铜梁、永川、江津擂响战鼓。这个“四城同燃”的周末,勾勒出重庆区县体育经济发展的新图景——各大区县赛事经济方兴未艾,正在将赛事流量转化为经济发展增量。

优势在哪

非遗特色、硬件优势、群众基础构筑区县办赛底气

中甲联赛开幕式现场,当非遗铜梁火龙在场内翻腾出绚丽的金花时,铜梁区文化馆馆长杨俊难掩自豪地说:“这些龙为中甲联赛注入了‘铜梁魂’。”

上周日,在相隔40公里外的江津,足协杯开幕式上灵动的“小彩龙舞”是江津区的市级非遗代表性项目,它将舞龙与中华传统武术融合,刚柔相济,为揭幕战铺陈出千年武术之乡的底蕴。

“非遗+赛事”的化学反应,恰是重庆区县办赛的特色之一,区县各具特色的文旅资源与顶尖赛事“强强联合”,彰显独特魅力。不只非遗,体育赛事青睐中心城区周边,原因是多方面的。首先,硬件支撑构筑起区县办赛的底气。例如在巴南,华熙LIVE·鱼洞·场馆具备举办国际顶级体育赛事的硬核实力。永川体育中心作为女足国家队训练基地,是中国女足口中的“老家”之一,高规格的场馆建设水平为承接国内外顶尖体育赛事的举办提供了坚实保障;而铜梁龙体育场则是广大球迷认可的聚集地,群众基础深厚。

重庆邮电大学体育学院党总支书记滕金生注意到,近年来在赛事组织方面,周边各区县从赛事筹备、人员组织到现场调度,已较为成熟。例如《铜梁区促进文化旅游体育业高质量发展五条措施》等政策支持就为赛事经济注入活水。

浓厚的群众体育氛围更是办赛的重要基础。江津区多年来致力于将足球“从娃娃抓起”,全区足球场数量达117片;永川区数年来依托永川国际女足锦标赛等大型赛事,将足球文化植入城市肌理,除了让足球走进学校,还在城中修建足球主题公园、雕塑,街头巷尾随处可见市民对足球的热情。

“重庆浓厚的乒乓球氛围是WTT连续五年落地重庆的重要原因。”中国乒乓球协会相关负责人曾多次这样表示。

双向奔赴,赛事流量转化为经济发展增量 看重庆体育经济何以“繁花”

如何变现

体育跨界、文旅融合形成品牌效应

“看完球赛泡温泉,这种度假真是完美!”WTT落下帷幕的当天,上海游客李薇去打卡了南温泉和木洞古镇。像她这样“跟着赛事游重庆”的消费者不在少数。数据显示,WTT赛事期间巴南区接待游客116.07万人次,带动综合消费数亿元。

“我们希望龙文化从街头‘火’到赛场,让地方特色非遗与体育跨界共生,更希望让体育流量转化为文旅‘留量’。”铜梁区文旅委相关负责人介绍,赛事期间,铜梁区在球场周边集中推介“渝味360碗”铜梁特色美食和玄天湖等景点,周末两天全区游客人数同比增加13.25%,实现旅游综合收入4974万元;江津区则以赛事为媒,大力推介白沙古镇、四面山景区的旅游线路,赛事期间旅行社接单量大幅上升。2025年重庆市政府工作报告提出发展赛事经济。作为新兴经济形态,赛事经济正以强大的产业带动效应和品牌传播效应,为重庆区县经济发展注入新动能,最直接的体现就是消费拉动。

重庆市体育局相关负责人介绍,目前各大区县已形成“月月有赛事、区區有品牌”的格局。今年,重庆龙舟公开赛、中国武隆国际山地户外运动公开赛、环三峡公路自行车赛、智跑重庆国际城市定向赛等群众喜闻乐见的品牌赛事都将在不同区县举办。接下来,还将跨部门协同推进文体旅商深度融合,推动体育赛事进景区、进街区、进商圈,充分释放体育赛事特有的聚众效应、流量效应和乘数效应。

怎样拓展

围绕赛事发展上下游产业
形成完整产业链

如何让区县经济通过“赛事+”创新方程式继续求解发展新动能?巴南区体育局相关负责人表示,接下来将以赛为媒,促进体育旅游融合发展、体育消费扩容升级;铜梁区相关负责人表示希望借力龙文化体育赛事,形成独一无二的文化赛事品牌;永川区则希望继续依托国际顶级赛事,将“足球之城”打造成该区的名片之一。

“赛事经济不应是昙花一现,而要成为持续发热的暖炉。”西南大学体育学院院长黄晓灵指出,丰富多彩的高流量赛事可成为提升城市软实力、促进多产业协同发展的重要基础。

在重庆理工大学经济金融学院党委副书记谢博看来,区县应将体育赛事纳入城市发展规划,完善城市基础设施建设,提升城市服务水平。以举办赛事为契机,改善交通、住宿等条件。

在原重庆市综合经济研究院院长易小光看来,目前对于各大区县而言,完善体育产业生态是关键。应围绕体育赛事,发展上下游产业,形成完整的产业链。一方面,增强体育用品制造、体育传媒等产业扶持,培育本土企业;另一方面,引进国内外知名体育企业,加强体育与旅游、文化、康养等产业融合,开发体育旅游线路、文创产品,拓展产业空间。

当足球遇见火锅、攀岩邂逅山城、电竞碰撞古镇,当体育

精神与城市气质共鸣,当竞技激情与市井烟火交融,从观赛到度假,从流量到留量,重庆正在“赛事+”的赛道上迸发出前所未有的经济活力。我们期待更多八方来客来到重庆,用运动丈量生活,用消费续写城市体育新故事。

据新重庆-重庆日报



球员激烈拼抢



“四链融合”助企跑出加速度

重庆多家科技企业发力机器人、人工智能等赛道

今年政府工作报告提出,让更多企业在新领域新赛道跑出加速度。连日来,记者走访发现,依托“四链融合”,重庆多家科技企业以“创新链”为核心驱动力,正在机器人、人工智能等赛道全力奔跑,为全年发展好势头打下基础。

深耕防爆赛道

“创新链”的重要一环是技术进步。七腾机器人有限公司(以下简称七腾机器人)以创新为引擎,深耕防爆机器人领域,成功研发出“重庆造”防爆机器人,并进军西亚市场,为当地油气田提供安全保障。

2024年4月,七腾机器人率先推出采用航空领域静电液驱动技术的四足防爆机器人,整机质量149公斤,额定负载能力高达200公斤,可持续工作两小时。该机器人搭载了500多种先进算法,可灵活携带或挂载多种设备,完成多样化巡检、物资运输、救援以及操作运维等任务。

今年1月,七腾机器人又推出了全新防爆四足机器人,持续工作时间延长至5小时。无论是细微的管道漏液,还是复杂的载人作业,都可以交给它完成。

今年初,七腾机器人成功完成海外订单交付,其产品将奔赴西亚油田,承担安全巡检工作,为共建“一带一路”贡献力量。

瞄准新基建

除了技术进步,创新链的另一环是

产业升级。重庆中科云从科技有限公司(以下简称云从科技)就把目光瞄准新基建领域。云从科技参与共建的数字交通智能安全川渝实验室,就是要为包括桥梁在内的各类交通基础设施的安全性“把脉”。

“我们可以运用自研的AI大模型,增强视觉识别能力,赋能无人机、工程车等传统设备,还可以挖掘交通行业沉淀的海量大数据,为桥梁、隧道、道路等建立‘健康档案’,提前防范安全风险。”云从科技公共事务总监李赓介绍,在前不久公示的8个川渝共建重点实验室中,云从科技是唯一参与建设的民企。

大模型融入交通基建,会有怎样的变化?李赓表示,桥梁等基建的安全检测工作,如辨别裂缝、变形等,大模型的视觉识别能力完全可以胜任。通过配备无人机、工程车等,可以降低对人力的依赖程度,从而降本增效。

赋能制造业

围绕产业链部署创新链,可推动现有产业中低端向中高端迈进。在汽车领域,广域铭岛数字科技有限公司(以下简称广域铭岛)正深度融入制造业,在汽车工厂打造由AI设计的“新人培训课”。

教授技艺可以靠“老带新”,为何要用AI来培训新员工?广域铭岛相关负责人说,以吉利旗下的领克成都工厂为例,每个月的新员工人数约为100人,这

100个新人会被分配到各个车间的班组,实习一段时间后正式上岗。

传统的师带徒模式,技术都靠手把手教,一些技术窍门还有可能随着老师傅退休而“失传”。

而AI介入则可以彻底改变上述痛点。首先,广域铭岛运用AI技术,学习和分解汽车制造中所有环节的技术,并将其形成一个标准化的知识库,具体到每个车间的每个工位。

新员工到工厂后,先进入包含冲压、焊装、涂装、总装四大工艺的“道场”。在这里,AI通过摄像头捕捉并分析新员工的操作动作、次数、准确率等,及时进行反馈和修正。在“道场”培训结束后,AI还会根据培训内容和岗位需求,出一套包含了理论和实操内容的题目,让新员工考试。同时,当新员工到岗后,工位上的摄像头也会捕捉他们的动作,并通过AI计算,分析动作流程和工时,进一步优化工序。

该负责人表示,目前,AI“新人培训课”正在吉利旗下多个工厂推行,覆盖新员工3000名。

重庆社会科学院产业经济研究所副研究员詹懿表示,在“四链”中,创新链和产业链的融合是关键,两者的融合将形成从基础研究、应用开发到市场化应用的闭环机制,实现科技成果从“书架”到“货架”的转化,最大化实现创新的价值,为持续推动创新提供积累。

据新重庆-重庆日报

LPR连续5个月保持不变

3月20日,2025年3月贷款市场报价利率(LPR)出炉,1年期为3.1%,5年期以上为3.6%,已连续5个月维持不变。东方金诚首席宏观分析师王青表示,2025年货币政策定调“适度宽松”,预计央行会继续实施有力度的降息降准。2025年不排除通过较大幅度引导5年期以上LPR报价下行等方式,继续对居民房贷实施较大力度定向降息的可能。“这是促进房地产市场止跌回稳的关键一招。”

据中新经纬

美联储下调经济增速预期

美联储昨日宣布,将联邦基金利率的目标区间维持在4.25%~4.5%不变,符合市场预期。此前1月,美联储同样维持上述利率不变,去年美联储累计降息100个基点。

与1月议息声明相比,本次声明强调了经济前景不确定性的增加,删去了“实现就业和通胀目标的风险大致是平衡的”的表述。

美联储对今年美国经济增速的预测由去年12月的2.1%下调至1.7%。

据中经网

中汽协倡议叫停销量周榜

3月18日,中汽协发布《关于规范企业数据发布的倡议书》,呼吁汽车行业规范数据发布,停止对外发布销量周榜。

“近期我们关注到部分车企频繁发布不能代表市场规律的销量周榜,数据来源不明,引发舆论误读,扰乱行业秩序,加剧了‘内卷式’恶性竞争。”中汽协发出倡议,企业宣传应聚焦自身经营成果,宣传内容应关注企业自身技术突破、产品创新及服务升级,避免使用对比性表述,发布关联性排名等内容,禁止通过拉踩、攀比制造恶性竞争。

据中国经营网