

雄奇山水 新韵重庆

重庆文旅宣传品牌口号发布,极具重庆辨识度

7月21日,市政府新闻办举行重庆文旅宣传品牌口号新闻发布会,宣布“雄奇山水 新韵重庆”成为我市文旅宣传品牌口号。

接下来,我市将从三个维度做好该口号的宣传推广,进一步强化城市文旅品牌,彰显城市个性,提升城市影响力。

品牌口号极具重庆辨识度

“雄奇山水 新韵重庆”短短8个字,体现了重庆的城市特色,彰显了重庆的独特气质,提炼精准、言简意丰、朗朗上口,具有很强的重庆辨识度。

雄奇山水,浑然天成。重庆是中西部地区唯一的直辖市、长江上游地区的经济中心、国家中心城市,也是中国最大的城市和世界超大城市,有雄阔的长江三峡、奇丽的武陵风光,城在山中、山在城中,半城山水、满城灯火,山水之城独具魅力。

雄奇山水,秀美如画。重庆拥有5A级景区12家,成功创建武陵山区(渝东南)土家族苗族文化生态保护区,渝东北五里坡成为世界自然遗产地,重庆云阳正式获批“世界地质公园”称号。同时,重庆坚持“共抓大保护、不搞大开发”,长江干流重庆段水质长年保持在Ⅱ类并持续优化,全市森林覆盖率达到55%以上。

雄奇山水,人文厚重。3000年江州城、800年重庆府、100年解放碑,孕育了厚重的巴渝文化、三峡文化、抗战文化、革命文化、统战文化和移民文化。巴蔓子将军“刎首留城”忠肝义胆;刘伯承、聂荣臻、杨闇公、赵世炎等先辈以赤子之心寻求救国真理;江竹筠、王朴等英烈用如磐信仰浇筑红岩精神。这里既有“轻舟已过万重山”的豪迈,又有“思君不见下渝州”的牵挂,还有“曾经沧海难为水”的浪漫。

雄奇山水,享誉全球。重庆被誉为“8D魔幻”城市,独特的山水颜值、城市景观、美食文化,吸引了全球眼光,2024年海外网络传播力排名全国城市第四,2025城市网络形象指数排名全国第三。重庆全力优化旅游环境,在全国率先实施“魅力重庆”无人机灯光秀常态化展演,现场观演人数累计超过400万人次,11787架无人机表演更是刷新吉尼斯世界纪录。

新韵重庆,活力迸发。重庆围绕做实“两大定位”、发挥“三个作用”,奋力谱写中国式现代化重庆篇

章,2024年地区生产总值迈上3.2万亿元大关,成为名副其实的全国智能网联新能源汽车之都、全球闻名的“摩托之都”“笔电之都”。重庆全力优化营商环境,努力建设内陆开放综合枢纽,现代化新重庆正在吸引全球的目光。

新韵重庆,改革奋进。重庆主动融入国家战略,系统谋划推进“六区一高地”建设,成渝地区双城经济圈建设加速推进,建成投用三级数字化城市运行和治理中心,数字经济增加值占GDP比重突破45%;“三攻坚一盘活”国资国企改革实现新突破,累计盘活资产超千亿元;涉企涉民“一件事一次办”,让数据多跑路,让企业和群众少跑腿。

新韵重庆,民生为大。重庆认真践行“中国式现代化,民生为大”理念,突出数字赋能和“大综合一体化”,积极探索超大城市现代化治理新路子,大力建设山城步道、口袋公园等,加力打造“15分钟高品质生活服务圈”,民众出行更加方便,社区服务更加温馨,城市文脉更好传承,市民的获得感、幸福感、安全感和认同感大幅提升。

新韵重庆,近悦远来。重庆正在成为投资“洼地”、兴业“高地”、旅游“热地”,“坚韧、忠勇、开放、争先”的城市精神得到市民高度认同。

“‘雄奇山水 新韵重庆’是重庆文旅发展的新定位新要求新期待。山的坚韧奠定城市沉稳的底气,水的灵动滋养城市创新的活力,新的时代赋予城市光荣的使命,韵的魅力造就城市美好的未来。”市委宣传部副部长(主持日常工作)、市电影局局长管洪说。

征集活动传播量超2亿次

“我们突出重庆辨识度、提升社会传播力,综合运用媒体宣传、网络征集、线下互动和专家研讨等多种方式,着力提升重庆文旅宣传品牌口号征集的覆盖面和参与度。”市文化旅游委主任高琳说,通过本次征集活动,重庆推出的文旅宣传品牌口号,对于精准定位重庆文化旅游形象,更好地展示重庆独特的自然禀赋和人文气质,必将起到重要作用。

2024年12月,我市启动重庆文旅宣传品牌口号征集活动,受到社会各界广泛关注,参与者范围覆盖全国所有省市。我市还在各区县、市级部门、高校、文旅企业进行广泛动员,吸引青年学生、机关干部、企业职工、专家学者等踊跃投稿;联合全市27家重点5A、4A级景区开展网络投票、推出有奖征集等方式,累计吸引超过350万人次参与,共计收到作品10万余件。

专家评审组对征集口号开展了初筛、评审,同步邀请多个专业团队定向创作,共计组织召开10余次专题会、20

多次专家研讨会,广泛听取各界代表的意见和建议。从投稿和创作的高频词来看,“重庆”占比超70%、“山水”占比超过42%。

在征集过程中,我市广泛运用微信、抖音、微博等平台,进行全方位宣推;在中央媒体上推出专题报道、在市属媒体上开设专栏;组织全市170多家旅游景区景点、重要商圈联动宣传,相关内容全网传播量超过2亿次。

三个维度做好宣传推广

接下来,我市将主要从三个维度统筹做好“雄奇山水 新韵重庆”重庆文旅宣传品牌口号的推广工作。

首先,做好全媒体矩阵的联动推介。充分发挥中央媒体覆盖面广、影响大等特点,以及市属媒体根植本土、服务重庆的在地优势,浓墨重彩进行宣传推广,同时策划制作多语种原创图文、视频,在脸书、推特、YouTube等海外社交平台广泛传播;充分发挥商业平台和社交媒体覆盖面广、传播力强等特点,在微博、微信、抖音、今日头条、小红书、B站等社交媒体平台,对重庆文旅宣传品牌口号进行个性化推广;充分发挥自媒体分众化传播、交互性强等特点做好宣传推广,持续邀请全球文旅达人、网红博主等,实地感受“雄奇山水 新韵重庆”的独特魅力。

其次,开展多形态产品聚合传播。围绕重庆文旅宣传品牌口号,精心策划制作画质精美、特色鲜明、艺术性强的文旅宣传片;策划系列专题报道、言论评论、对话访谈等对口号进行持续深度阐释和解读;制作短视频、动态海报、微动漫等富有新意的融媒体产品,鲜活呈现“雄奇山水 新韵重庆”的丰富内涵。此外,利用全市公益广告牌、户外广告牌等各类社会媒介,通过手机短信、航空广播、无人机灯光秀等,常态化进行宣传推介。

最后,统筹把握好宣传节奏。既要突出重点、集中发力,又要持之以恒、久久为功。我市计划分三个阶段有序推进:第一阶段,即日起到8月底,利用好暑期旅游旺季、来渝旅客高峰等优势,联动各级各类媒体和平台集中宣传、形成声势、扩大影响、凝聚共识;第二个阶段,从9月1日到今年底,组织开展深度解读、专家访谈、集纳报道等,进一步提升重庆文旅宣传品牌口号的影响力、覆盖面,在国内外形成更高的认可度、辨识度;第三个阶段,自2026年1月起,持续常态化做好宣传推广,让重庆文旅宣传品牌口号深入人心、家喻户晓、口口相传、耳熟能详。

据新重庆-重庆日报



重庆夜景 重庆市文旅委供图



黔江濯水古镇



大足区宝顶山石刻景区,游客正在千手观音造像前拍照打卡。(资料图片) 据新重庆-重庆日报



大足石刻景区

广告

华夏银行股份有限公司重庆分行与华润渝康资产管理有限公司债权转让通知暨债务催收联合公告

华夏银行股份有限公司重庆分行与华润渝康资产管理有限公司于2025年6月26日签订了《不良债权转让协议》,依照《中华人民共和国合同法》第八十条及相关规定,华夏银行股份有限公司重庆分行特公告通知各债务人及担保人,已将其对下列债务人的债权以及与债权相关的从权利等全部权利依法转让给华润渝康资产管理有限公司。

华润渝康资产管理有限公司作为下列债权资产的受让方,现公告要求下列债务人及担保人,从本公告发布之日起,立即向华润渝康资产管理有限公司履行主债权合同及担保合同等确定的还款义务或相应的担保责任(若债务人、担保人因各种原因发生更名、改制、歇业、吊销营业执照或者丧失民事主体资格等情形,请相关债权债务主体、清算主体代为履行义务或者承担清算责任)。

本公告清单仅列示截止于转让基准日的本金和利息余额,受让方将按照借款合同、保证合同、反担保合同及中国人民银行有关的规定计算利息。

华润渝康资产管理有限公司 地址:重庆江北区江北嘴金融城3号T1-24 联系电话:023-65856536 特此公告。

华夏银行股份有限公司重庆分行
华润渝康资产管理有限公司
2025年7月25日

附件:公告资产清单				公告清单			
序号	借款人	贷款余额	累计欠息	代垫费用	担保方式	债权合计	担保人
1	重庆渝青机械配件制造有限公司	35,259,245.76	29,128,352.01	813,642.96	抵押+保证	65,201,240.73	巴中渝翔机械制造有限公司、平昌奥狮房地产开发有限公司、李光胜
2	重庆黔鄂湘农机股份公司	49,999,919.70	102,907,683.20	276,800.00	抵押+保证	153,184,402.90	重庆盛东南商贸股份有限公司、陶富祺、陶富福
3	重庆佳垦商贸有限公司	19,991,464.11	23,247,422.47	373,530.88	抵押+保证	43,612,417.46	贾佳、吴克家、王凤娇、周丽思、毛磊、文闻、重庆铁特商贸有限公司、重庆威炬商贸有限公司、重庆金湖汽车美容服务有限公司、重庆淳德实业有限公司
4	重庆市万州区辛氏混凝土经营有限公司	14,000,000.00	13,838,266.16	179,336.00	抵押+保证	28,017,602.16	重庆市万州区红土实业有限公司、聂志坚、段茂香
5	重庆强联发投资集团有限公司	25,995,028.85	8,011,802.10	364,907.75	抵押+保证	34,371,738.70	郭亚强、魏星、周小悠
6	重庆圣名商业广场有限责任公司	17,250,000.00	1,878,350.20	41,833.00	抵押+保证	19,170,183.20	重庆兄弟实业(集团)有限公司、重庆西部国际汽车城有限公司、唐胜明、唐胜连
7	重庆海明望商贸有限公司	1,880,000.00	101627.06	500	抵押+保证	1,982,127.06	杨海
8	重庆海博建设有限公司	14,480,000.00	723,631.89	47,670.00	抵押+保证	15,251,301.89	付龙学、付维、马发群、张礼容
9	重庆三科农产品市场有限公司	23,031,471.33	1,002,876.12	20,500.00	抵押+保证	24,054,847.45	三科控股集团有限公司、李名泽、李科枝
合计		201,887,129.75	180,840,011.21	2,118,720.59		384,845,861.55	

教孩子修复恐龙化石 带孩子观展再实地打卡

重庆博物馆暑假“玩”出新花样

7月15日起至8月31日,我市部分博物馆延长每日开放时间至下午6点,以满足家长有更多时间带孩子参观博物馆。

面对暑期研学大市场,重庆各家博物馆推出了哪些产品?连日来,记者进行了探访。

重庆自然博物馆今年暑假新推出的“亲手修恐龙化石”研学活动,刚一上架就供不应求。为啥花大力气让孩子们在专业修复师的带领下学习化石修复?重庆自然博物馆馆长高碧春说:“我们希望通过活动促进年轻一代了解古生物学知识,让抗战时期科学家们‘在烽火中坚守真理’的精神薪火相传。”

7月15日开始,重庆中国三峡博物馆带头延长开放时间,将闭馆时间从开放日的每天下午5点延长至下午6点。时间延长了,如何丰富孩子们的博物馆体验呢?

带着孩子们看完博物馆再去实地走一走,成了这个暑假三峡博物馆的新招。24小时玩转山城三重奏——穿越历史、征服魔幻、玩转水陆空正式启幕。

博物馆定制的旅游线路有啥不同?

重庆中国三峡博物馆公众教育与服务部主任邱晓玲说,这三条一日游路线,就像三把钥匙,带领博物馆观众们体验不一样的重庆。其中,“红色历史”解锁英雄城市的峥嵘记忆,“特种兵暴走”则挑战山城肌理的时空错位,而“水陆空”用多元视角重新定义重庆的打开方式。

这只是三峡博物馆推出的特色研学活动中的一项。在这个暑假,该馆还推出了“少年读巴渝大型互动体验式文博研学营”。

博物馆亲自下场研究独具城市特色的研学活动,背后是社会对博物馆研学更高希冀。

重庆市博物馆协会理事长程武彦说,规范博物馆研学旅游是必要的,这主要是基于博物馆的三个属性:一是政治属性,博物馆要向观众传播正确的历史观、民族观、国家观和文化观;二是教育属性,博物馆要坚持正确的价值导向;三是公益属性,博物馆不能以营利为目的。

据新重庆-重庆日报