

重庆国企品牌，如何“渝”来“渝”好

从深耕口腔的“冷酸灵”、乳品行业的“天友”、粮油行业的“红蜻蜓”，到文化领域的“课堂内外”、链接国际的“悦来会展”、服务城市运行的“数字重庆”……重庆人的生活里，少不了这些熠熠生辉的国企品牌。

眼下，重庆正推进国企一流知名品牌建设，首批重点培育16个市属国企产品与服务品牌。

值得关注的背景是：今年5月，中办、国办印发《关于完善中国特色现代企业制度的意见》，提到“加快建设更多世界一流企业”“引导国有企业注重内在价值、长期价值”。9月，重庆市深化国企改革工作推进会指出，要“全面提升国有企业创新能力、控制力、竞争力”。

当此之时，为何建设一流知名品牌成为国企破局之道？重庆国企又该如何借势品牌打造，谋求“渝”来“渝”好的发展质效？

01

品牌无形，但其重要程度不可估量。一次交易行为的成立，可能源自企业有品牌、消费者追品牌的“双向奔赴”；而一个地区乃至一个国家的综合竞争力，也往往离不开一个个知名代表性品牌的支撑。

由此观之，便不难看出重庆推动国企一流知名品牌建设背后的深意。

直面转型的挑战，以品牌化带动国企发展思路聚焦、生产要素集聚。

看小处，国企往往是自身所处产业链、供应链的中流砥柱，甚至是区域龙头、链主，其发展状况牵连着上下游更多企业；看大处，国际竞争愈演愈烈，无论是突破关键技术瓶颈，还是应对外部风险挑战、保障改善民生，都离不开国企的资源整合与统筹能力。

这份经济与战略的双重属性，给今日的国企改革提出了更高要求——要解决的不是产品“有没有”的规模体量问题，而是核心技术“强不强”、高端产品“好不好”的发展质量问题。锚定品牌化，恰恰可以倒逼国企自律自驱，对标对表国内国际更高标准，锤炼更强的市场竞争力。

抓住市场机遇，推动重庆国企在更大范围品牌变现、价值实现。

刚刚结束的党的二十届四中全会提到，要“发挥重点区域增长极作用”。9月公布的《全国部分地区要素市场化配置综合改革试点实施方案》中，重庆也作为10个地区之一，入选开展要素市场化配置综合改革试点。加之全国统一大市场创建工作、“China Shop-

ping”(中国购)等对外开放红利……可以想见，重庆有望迎来一波持续的市场扩容、消费升级。

这样的趋势投射到生产端，会加速产品的竞争汰换，也会带动一批品牌脱颖而出。市场认知度高的国企不能错失机遇，应通过规模优势促进品质消费渗透，经由深耕主业，开拓更多元的消费场景，满足老百姓日益增长的美好生活需要。

回看市国资委首批重点培育的16家国企，有“冷酸灵”“天友”等百姓生活的“刚需款”，有“鸽牌线缆”“重庆水泵”等制造强市“顶梁柱”，有“重庆设计”“数字重庆”等赋能城市发展的“助推器”，还有“庆铃汽车”“三峰环境”等渝企百强“排头兵”。它们所在领域不同、市场定位各异，有利于总结先行经验、形成标识性成果，服务之后更多“渝字号”国企的品牌化跃迁。

02

但要看到，国企改革面临“大象转身”之难，在品牌建设中，既不能抱残守旧不作为，也不能不假思索乱作为。不妨先思考以下问题：

品牌定位怎样找准？

一些国企品牌定位模糊、战略落后，在价值链中被“低端锁定”；有国企仍面临以业务主线统一品牌，还是以品牌主线整合业务的“选择困难症”；还有国企不知道怎样使品牌下沉，去争夺新兴的细分蓝海市场。

这些问题，“破”与“立”的单一手段难以破解，只有精准聚焦国企自身品牌愿景、主责主业、资源禀赋，厘清差异化核心竞争力，才能让国企品牌化更有抓手、更可持续。

品牌羽翼如何呵护？

品牌是有生命的，辛苦建设的千里之堤，也可能因一时错误而崩塌。

近年来，类似案例屡见不鲜：有国货老牌营销“翻车”，让企业陷入“黑红”窘境；有国企产品质量不行，虽经由推进国产替代进入了其他企业的采购名单，但打不开市场局面；还有一些老字号，营销费用远超研发费用，有竭泽而渔、透支品牌生命力的苗头。

无质难立根本，无量难成大观。若没有质量作保证，没有原则作底线，那企业品牌建设只会是无源之水。

品牌效应能否集聚？

一家企业尤其是一流企业的品牌力，从不会孤立存在，它既会产生“鲑鱼效应”，带动周遭企业一同发展；也能形成响亮名片，推动



天友乳业生产车间，全自动利乐冠灌装机前，工作人员在查看产品品质。

重庆日报记者 万难 摄

地方发展。对眼下的重庆来说，建设一流国企品牌，也需要凝聚合力，关注“渝字号”国企品牌的整体打造。

具体来说，要先解决“知名”的问题，让更多“渝字号”国企品牌为人所知；再解决“扬名”的问题，让“渝字号”国企品牌代表的品质深入人心，进而推动重庆国企高质量发展，由“长个子”迈向“强筋骨”。

03

品牌化是国企改革大局中的一环，同样要在方式上目光向外，在方法上刀刀向内。

用良好的外部环境，为国企打造品牌铺路。养鱼必先养水。一流企业，离不开高标准市场体系、高水平对外开放、高效能涉外服务等作支撑。

要织密品牌保护网。2021年，重庆“鸽牌线缆”曾遭遇一起商标侵权案，这说明，要系统地筑起品牌知识产权护城河，才能让企业安心发展。此外，当下舆论环境中，“涉企黑嘴”频现，国有企业体量大、涉及利益环节多，更要做好市场监管和舆情风险管控，护航国企品牌打造。

要为国企品牌化加速度。如，新重庆-重庆日报已连续两年同“渝字号”国企品牌一起策划送年货直播活动，既帮助重庆国企向外破圈传播品牌价值，也让重庆市民对重庆国企的旧回忆、新期待被企业方更好听见。

而在线下场景中，还要持续推动重庆国企在智博会、西洽会等国际盛会，以及西部陆海新通道建设、中新(重庆)战略性互联互通示范项目中大胆亮相，进一步增强重庆国企品牌关注度、美誉度。

国企自身要勇立潮头，主动作为。党的二十大报告这样总结世界一流企业：产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代。重庆国企也必须认识到，建设一流知名品牌，不是给企业常规工作“戴帽子”，而是要动真碰硬、大胆试错。

要求新求变，为老品牌注入创新DNA，为旧流程插上智能化翅膀，为传统的销售经营方法增加互联网思维，做到考古不泥古、创新不失宗；也要敢壮士断腕，建立好品牌加速培育、市场反响平等的业务快速出清的良性机制。

也要精准考核、打表推进，让一流知名品牌建设走稳走好。

市国资委已经提出，将针对16家企业出台专项考核方案，力求将考核转化为企业内生动力，持续赋能品牌。未来，也要以实际情况、市场需求为导向，充分调动国企品牌建设的积极性、主动性，进一步推动重庆国企品牌阵容更强大、市场化运营机制更完善，让有为政府与有效市场彼此成就、双向赋能。

品牌，成于时间与人心的共同铸就。重庆国企要打造的品牌，不该只是一个商业符号，而是重庆国企改革的生命注脚、城市能级跃升的鲜明信号。

据《重庆日报》

我国科学家发现最古老的动物“地下公寓”

新华社南京10月30日电(记者 王珏)记者10月30日从中国科学院南京地质古生物研究所获悉，该所早期生命研究团队在湖北宜昌石板滩生物群中首次系统性地发现一套复杂的三维动物潜穴遗迹化石。这套遗迹化石距今约有5.5亿年历史，是目前最古老的复杂三维动物洞穴化石之一。

这一新发现将动物复杂掘穴行为的确切出现时间提前了约1000万年。相关研究成果当天发表在国际学术期刊《科学进展》。

此次研究中，科研团队发现的三维潜穴化石复杂程度令人惊叹。它们忠实记录约5.5亿年前远古动物在海底泥沙里“钻、撬、挖、住”留下的“地下工程”：有的呈“之”字或阶梯状形态，显示掘穴生物进行有节奏、可重复的推进和探测；有的像包含“前厅”“通道”“餐厅”等多种功能结构的“复式公寓”；还有的酷似蝌蚪，一头膨大，仿佛动物挖了一个“取食坑”后掉头离开。根据其中一类“之”字形遗迹，科研团队还建立起一个新遗迹化石种——“旋脊锯形迹”。

位于三峡地区的石板滩生物群地质年代约5.5亿至5.43亿年前，被誉为从埃迪卡拉纪向寒武纪过渡的“咽喉”。

“发现这些复杂的‘地下工程’，意义远不止于证明‘远古的虫子会打洞’。它彻底改变了我们对当时动物能力的认知。约5.5亿年前远古动物对生态空间的利用，发生了从二维平面到三维立体的根本性跃迁。”领导此项研究的南京古生物所研究员陈哲介绍，这些远古“挖掘工”的行为很可能既“拆解”了当时一些生物赖以附着和生存的“地基”，引发了对生存空间和资源的激烈争夺，又给海底环境“松了土”，改变了氧气和营养物质的循环、分布。旧平衡被打破，新生态位产生，也为此后寒武纪大量动物“集体登场”搭好了“舞台”。

守住钱袋子 平安伴我行 三部门进小区宣传反诈

新渝报讯(记者 犹曩)为筑牢社区反诈安全防线，守护居民财产安全，近日，北门派出所、市场监管局龙岗所、电信大足分公司工作人员走进五星华府小区，开展了一场干货满满的反诈宣传活动，“线下讲解+线上引导”双重发力，用接地气的方式将反诈知识送到居民身边。

活动现场，工作人员设立宣传展台，发放宣传手册，向过往居民普及常见的电信网络诈骗类型。从虚假投资理财、刷单返利，到冒充客服退款、冒充公检法办案等高发骗局，工作人员结合真实案例，详细拆解诈骗分子的作案套路，传授“不听、不信、不转账”的反诈口诀。

针对小区老龄人口较多的情况，电信公司工作人员手把手教老人如何设置拒接境外来电、删除高风险手机程序。民警们引导居民扫描二维码关注“平安大足”公众号，告知大家公众号内会持续更新反诈动态、预警信息和实用技巧，鼓励居民多学习、多转发，让反诈知识帮助更多人。市场监管执法人员则重点向老人们讲述会销等消费形式的风险和危害，学会自我保护。

同时，现场循环播放反诈宣传片，一个个触目惊心的案例、通俗易懂的讲解，让居民直观感受到电信诈骗的隐蔽性和危害性。

传承石刻魂 剪纸进校园

大足区第九届非遗剪纸校园巡回展览开展

新渝报讯(记者 崔晓玲 实习生 赵元元)10月30日，大足区第九届“传承石刻文化·弘扬石魂精神”非遗剪纸校园巡回展览开幕式在城南小学举行，家校社代表齐聚，共赴这场非遗盛宴。

开幕式上，大足区教委相关负责人强调了非遗进校园教育融合对提升学生文化自信的重要性；大足剪纸重庆市三代传承人刘晓白结合自身经历，分享了大足剪纸的艺术魅力与传承故事，引发在场师生共鸣。随后，活动还为剪纸创作优秀者颁奖，激励学生深耕非遗技艺。

开幕式后，全体人员一同参观了剪纸作品展。展区内，一幅幅剪纸作品以石刻文化为灵感，将大足特色融入传统技艺，引得大家频频驻足。

“我学习剪纸三年了，学习剪纸让我变得更专注、更细心，还让我感受到传统文化的魅力，希望更多的小伙伴能一起以剪刀和刻刀为工具，剪纸为载体，共同传承非物质文化遗产。”城南小学学生陈妍那说。

本次巡回展作品中，创作者将大足石刻的经典元素，与红色文化、时代精神相融，既展现“活化传承大足石刻艺术”的实践成果，更传递对文化根脉的坚守与创新。通过此次展览，不仅让师生、家长近距离感受非遗魅力，更推动大足本土优秀传统文化进校园落地生根。

大足棠香市场监管所 规范面条加工小作坊

新渝报讯(记者 谭显全)面条是百姓餐桌上的常见食品，但下面条加工小作坊数量多、生产门槛低，存在超范围生产、标签标识缺失等经营乱象。连日来，大足区棠香市场监管所结合食品安全整治行动，从资质审查、过程管控、监督执法三方面发力，推动面条加工小作坊规范发展。

在规范资质方面，该所执法人员严格把好准入关。逐户查验食品生产许可证、小作坊登记证及从业人员健康证，坚决取缔无证“黑作坊”。针对新申请主体，同步开展现场核查与法规宣贯，指导经营者学习相关法律法规及行业规范。截至目前，已督促2家无证单位停产整顿。

过程管控上，执法人员聚焦标签标识与经营范围的合规性，对辖区近30家面条加工小作坊展开专项检查。对10家标签不规范、无生产日期的小作坊立案查处，责令12家超范围加工小作坊限期整改，促使小作坊规范运营。

监督执法环节，则采用“突击检查+回头看”模式，常态化开展监管。针对湿面米制品，重点排查是否使用非食品原料、回收食品或超范围使用食品添加剂。对发现的问题依法下达责令整改通知书，对情节严重或存在重大安全隐患的坚决取缔。

通过多措并举，棠香市场监管所有效规范了面条加工小作坊的经营行为，营造了安全、有序的食品生产环境。



3450公里路网 串连乡村振兴路

近日，航拍下的大足区宝顶镇铁马村，蜿蜒的农村公路串通家家户户。近年来，大足区紧紧抓住“四好农村路”建设契机，大力改善一批、新建一批农村公路，持续优化基层基础设施条件，让农村道路连成网、串珠成链。目前，大足区共有县道601.9公里、乡道702.4公里、村道2148.3公里，农村公路总里程超过3450公里。

新渝报记者 黄舒 摄

重庆日报记者 朱婷

10月30日，记者从市气象局获悉，经中国气象局批准，重庆歌乐山将建设国家气候观测台，进一步提升气候系统多圈层观测能力推动科技创新与协同合作。

国家气候观测台是中国对气候系统多圈层(大气圈、水圈、冰雪圈、岩石圈、生物圈)及其相互作用开展长期连续立体观测的国家级地面综合气象观测站，兼具科学研究、开放合作和人才培养功能。

为何落户重庆？

市气象局相关人士介绍，重庆地处青藏高原

高原向中国东部平原过渡的关键地带，属四川盆地环境综合观测区东部边缘、华西秋雨区，具有显著的亚热带湿润季风气候特征。重庆中心城区位于重庆中西部川东平行岭谷区域，呈现青山纵隔、江峡相拥的自然山水格局，城市开发强度大、建筑高耸密集，依附地形呈独特的“上下半城”结构，堪称大城市中罕见的山地样板。地理区位、复杂地形与高强度人类活动共同导致气象要素时空差异显著，塑造出独特的山地城市气候，是开展山地城市气候

国家气候观测台落户重庆

及气候变化特征观测和研究的天然实验场。

根据规划，歌乐山国家气候观测台将以沙坪坝国家基本气象站和重庆国家高空气象观测站为主站，开展山地城市冠层监测、山地城市生态系统监测等，构建“山地—河网—城市”多圈层一体化观测网。深入研究山地城市的气候效应，研发精细化气候治理技术，持续提升在山地城市规划辅助、城市天气气候监测及气象灾害风险管理等领域的气候治理精细化能力，为增强城市防灾减灾救灾水平

提供科技支撑，助力重庆超大城市现代化治理、韧性城市和美丽城市建设，推动重庆地方经济社会高质量发展。

此前，我国已建设完成27个国家气候观测台，持续开展气候系统多圈层及其相互作用的长期、连续、立体、综合观测，获取涵盖全部基本气候变量的长序列、全方位、高精度、无缝隙观测数据，是应对气候变化、实现碳达峰碳中和、提升气象服务能力和促进经济社会可持续发展的重要支撑。

自2025年11月10日起

年满13周岁适龄女孩 免费接种双价HPV疫苗

新华社记者 彭韵佳 刘硕

恶性肿瘤之一，严重威胁女性身心健康。近年来，我国宫颈癌呈现发病率上升和年轻化的双重趋势。数据显示，2022年，我国宫颈癌新发病例约15.1万例，死亡病例约5.6万例。

根据政策，各地将为年满13周岁的适龄女孩免费接种双价HPV疫苗，共接种2剂次，间隔时间半年。

国家疾控局卫生免疫司有关工作负责人表示，这将有效提升HPV疫苗接种率，减少不同地区、不同收入群体间的接种率差异，保

证目标人群公平地获得预防接种服务，更广泛地保护群众身体健康。

我国将13周岁女孩确定为HPV疫苗免费接种的目标人群，是综合考虑保护效果、成本效益和可操作性的最优解。

中国疾控中心免疫中心副主任安志杰说，从免疫效果来看，在13周岁接种HPV疫苗可以获得更高的抗体水平、更持久的保护效果。

中国疫苗行业协会会长魏树源介绍，我国已上市的国产双价HPV疫苗由两家企业

生产，总产能可达5500万剂，能够满足市场需求，且均通过了世界卫生组织预认证。

“将HPV疫苗纳入国家免疫规划，标志着我国免疫规划事业进入了新的发展阶段。”中国疾控中心免疫规划首席专家王华庆说。

从摸底适龄女孩数量到合理设置接种单位，从组织企业生产排期到规范开展疫苗接种与风险监控，一张健康网络的守护网正在织就。国家疾控局表示，疾控部门将联合多部门协同发力，确保政策平稳落地。

(据新华社北京10月30日电)