



FISU
WORLD
UNIVERSITY
GAMES
SUMMER

成都大运会特别报道

新蜀道“蓉”通全球

本报记者 钟华林

伴随着成都大运会举办和暑假到来,由成都天府国际机场和双流国际机场组成的成都国际航空枢纽迎来新一波客运高峰。

从7月17日开始,来自世界各地的成都大运会代表团,陆续飞抵成都,开启令人期待的大运之旅,他们将四川及成都为窗口,更好地走近中国、认知中国、读懂中国。他们还将把具有中国特色、彰显时代风采、展现巴蜀韵味的大运会盛况传播到世界各地。

交通成网蜀道畅

蜀道畅,大运来。成都成为中国内地继北京、上海之后第三个拥有双国际机场的城市;进出川的高速铁路、高速公路大通道已达42条……以举办大运会为契机,开放的四川加快构建综合立体交通网络,由内陆腹地走向开放前沿。据四川机场集团相关负责人介绍,今年上半年,成都航空枢纽累计起降航班25.4万架次、完成旅客吞吐量3458.9万人次、完成货邮吞吐量34万吨,均创历史新高,同比分别增长75.3%、118.3%、8.7%。

四川地处“一带一路”和长江经济带联结,是西部陆海新通道的重要起点,是促进国内国际双循环的重要枢纽。2013年4月26日,首趟中欧班列“蓉欧快铁”从成都国际铁路港出发,驶向波兰罗兹,在推开四川面向欧洲的西南开放大门

的同时,也结束了四川大宗货物出口只能走海运的历史。四川禾晟德进出口贸易有限责任公司是中国第一家通过蓉欧铁路出口花卉苗木产品的企业,目前已与欧洲多家企业达成长期稳定合作。“中欧班列不仅能大幅节约运输成本,还能满足花卉苗木对冷链专柜的需求。”公司总经理高云飞感慨,内地花木出口欧洲以前是不敢想象的事。

十年驰骋,“钢铁驼队”创造非凡业绩。据统计,截至今年4月,中欧班列(成渝)累计开行量突破2万列,累计服务全国1.5万家企业。而这10年间,成都国际铁路港完成从单一国内物流基地向多元国际门户枢纽的转变,四川及成都也早已从内陆腹地迈向开放高地。

中欧班列(成渝)的成功开行,让四川对扩大开放充满信心。2021年12月,中老铁路成渝至万象的国际货运班列首发,2022年6月首趟成都至南亚国家国际货运班列开通,2022年9月中吉乌“公铁联运”首趟国际班列发运。今年7月7日,一辆装载汽车零部件的“澜湄蓉欧快线”从成都国际铁路港开出,这是首批搭乘中老铁路入境、在成都海关办结通关手续,然后转乘中欧班列出境的货物,标志着依托“中老铁路+中欧班列”打造的纵跨亚欧大陆国际物流运输体系初步形成,“一带一路”伙伴关系更加紧密。成都海关所属青白江海关副关刘良介绍,通过海关通关措施改革,全新转运模式较传统海运、公路运输再转乘中欧班列方式节约物流时间15天以上,节省运费成本20%以上。

据了解,今年上半年,中欧班列(成渝)开行2732列,同比增长29.6%;运输

货物超22万标箱,同比增长24%,开行量位居全国首位。

对外开放提质量

站在新的历史起点,四川坚持将推进高水平对外开放作为落实“加快构建新发展格局,着力推动高质量发展”的重要内容。在外需收缩的大背景下,四川高品质、高技术、高附加值产品增势强劲,新市场、新模式不断涌现,对外贸易保持向好态势。

近年来,四川在有外贸“新三样”之称的电动载人汽车、锂电池、太阳能电池进出口方面表现亮眼。成都海关统计,今年上半年,四川“新三样”产品出口83.5亿元,增长72.4%,锂矿石、氢氧化锂等锂电上游材料进出口372.3亿元,增长161%。

7月31日上午,一艘装载着四川宜宾凯翼牌电动汽车的滚装货轮从上海港出发,驶往智利的利尔奎港口,这批电动汽车是凯翼进军智利新能源汽车市场的先行样车。据宜宾凯翼国际贸易有限公司销售管理部部长吴章彬介绍,公司与宁德时代等企业合作,构建电动汽车生态圈,积极抢抓国际新能源汽车市场,今年预计出口订单将突破1亿元。得益于近年来大力发展新兴产业并推进传统产业转型升级,宜宾动力电池、智能终端、光伏等新兴产业产品活力十足,今年上半年,该市实现外贸进出口总值201.61亿元,同比增长42%。四川遂宁同样抢抓新能源汽车机遇,大力发展储能产业,蜂巢能源科技(遂宁)有限公司今年出口了6批锂离子电池组。

据成都海关有关负责人介绍,今年上半年,遂宁锂电材料进出口同比增长了24倍。

增强投资吸引力

开放的四川吸引着越来越多的海内外投资。7月底,一批从德国、法国等欧洲国家运往成都双流航空经济区空中客车项目的设备陆续起程。去年,总投资60亿元的空中客车全生命周期服务项目在成都双流航空经济区开工建设,这是空客公司在欧洲之外布局的首个飞机全生命周期服务项目。成都国际空港经济区招商部副部长雷蕾介绍,空客项目具有强大的产业链集成和上下游资源整合能力,对促进航空产业建圈强链将起到积极作用。

2017年,四川自贸试验区正式挂牌成立,开启了内陆与沿海沿江协同开放新篇章。去年四川自贸试验区成都片区新登记企业突破4.6万家,新增注册资本超3700亿元,其中外商投资企业322家,注册资本超425亿元。前不久,第十九届中国西部国际博览会在成都举办,来自56个国家(地区)3500余家企业参展,其中“一带一路”沿线40个国家(地区)企业参展,泰国、澳大利亚等17个国家设置国家馆。博览会期间,四川签约项目平均投资规模超13亿元,投资额30亿元及以上项目66个。



成都大运会特许商品零售店内的川剧变脸盲盒“蓉宝”玩偶。
新华社记者 王曦摄

举办大运会,成都的体育基因被激活。运动这一新潮、时尚、健康的生活方式成为成都又一城市标签。去年,成都体育产业总规模成功迈上千亿元台阶。其中,全市体育消费规模达582亿元,人均体育消费支出超2700元。

成都靠什么成为体育消费示范城市?除了大型体育赛事的拉动作用,关键还是成都抓住了城市居民现实需求,把大众的运动热情融入城市生活。

当15分钟内就能步行抵达拥有健身步道的公园绿地、设施完善的健身场馆,相信会有更多人爱上体育运动。在成都,清晨随处可见健步如飞的“跑团”穿梭于绿意之中。这得益于成都沿河、沿绿布局,保存80%以上原生地貌,河流、湖泊、绿地不再是城市后花园,而是成为居民运动健身的新空间。处处可健身,才能天天想健身。随着体育场景与生活场景相融合,大众健身意识不断增强,体育消费潜力不断释放。

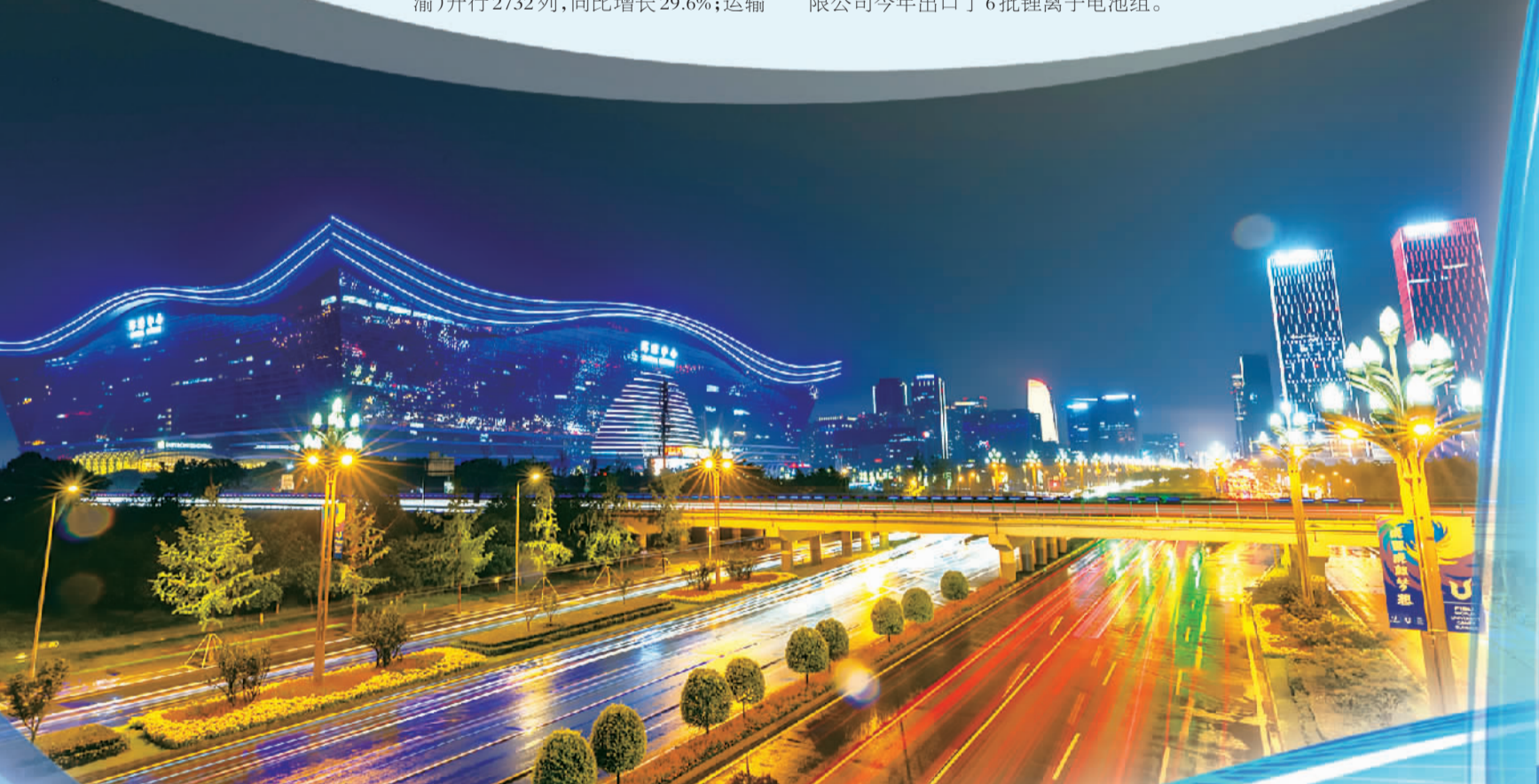
一般来说,举办大型体育赛事,人们都会关注新建体育场馆。实际上,大型体育场馆商业化程度低、运营及管理成本高,主要还是服务大型赛事。成都促进全民运动,向城市的“金角银边”要活力。合理利用位置优越的小空间,使其发挥大作用。近年来,成都建设了形式多样、种类丰富、便捷可达的社区运动角共212处,新建及改造点位包括立交桥下、街道两侧、滨河沿线、闲置空地、废旧工厂等。通过微更新、绣花功,有效利用城市闲置空间,不仅降低城市居民健身活动参与门槛,而且也拉动了体育消费。

拓展体育消费市场,还要提供更加多元化、个性化、时尚化的体育消费项目。成都车迷节已走过14个年头,参赛者在骑行比赛之余,还能品味地道美食、赏特色美景、购精美好物,把当地土特产带回家。成都新都三河村兴起“农业+足球+音乐”周末度假模式,成都AG电竞主场助燃粉丝经济,全国青少年花滑考级带火成都酒店、旅游等,都是体育拉动消费的鲜活案例。“体育+”融合发展,促进体育消费提质升级。

在成都,“全民运动”正在从号召变为现实,并逐渐演变成一种潮流时尚。这启示我们,拉动体育消费要以城市居民现实需求为导向。人们享受着运动带来的快乐,自然也就愿意为这份快乐去消费。

成

姜天骄



成都环球中心一带夜景。新华社记者 黄伟摄

把精彩大运带回家

本报记者 刘畅

大运会的举办无疑提升了成都暑期旅游市场的热度。相关数据显示,大运会举办期间,目的地为成都的机票预订量较2019年同期增长五成,酒店预订量增长2.7倍。既然来到成都,免不了要和“大运”产生一些“亲密接触”,最直接的方法之一便是购买大运文创商品,把精彩大运带回家。

成都各大商圈、热门景区、地铁站等区域已累计开设了400多家大运会特许商品零售店(点)。成都大运会面向社会公开招募了非遗传承企业、顶尖文创企业等80家特许经营企业。仅围绕吉祥物“蓉宝”主题,就累计推出了玩具类、徽章类等18个系列、1000余款特许商品。

7月29日,成都大运会特许零售店东安湖超级店开业,商店与大运会主场馆紧紧相连,为来自世界各地的运动员和观众提供一站式文创购物服务,也为成都市民和游客提供一个体育文化交流平台。未来,这家店将成为成都大运会最大的体育文创IP商店。

开业当天,占地面积约350平方米的店铺里挤满了前来购物的顾客。“蓉宝”公仔让孩子们爱不释手,各类纪念章和冰箱贴应有尽有。“这些文创产品不仅颜值高,还很实用,价格也合理,把他

们带回家,让大运精神常伴身边。”家住成都龙泉驿区的王海涛告诉记者,东安湖体育公园离家近,已经成为自己跑步的首选地,如今这里又开设了大运会特许零售店,实现了购物与健身的结合。

在成都大运会官方特许商品零售红星路广场店,以绿色为主色调的店面外观活力十足,透明的玻璃橱窗里,可爱小巧的“蓉宝”玩偶正透过包装盒望向前来购物的顾客。炎炎烈日没有阻挡人们的热情,店面工作人员说,高峰时期店铺会安排专人引流,并设置合理的购物出入通道。

作为“创意之都”“文化之都”,富含成都元素的文创产品历来备受青睐,如今有了大运元素的“加持”,又恰逢暑期旅游市场,文创产品对消费的拉动作用自是不容小觑。消费者对产品的认可还来源于产品设计所展示出的创造力及其背后的纪念价值。

北京元隆雅图文化传播股份有限公司设计研发中心设计总监戴小珂带领团队设计出了“太空蓉宝”文创产品。“我们设计出太空‘蓉宝’

系列产品是为了致敬中国航天事业,鼓励青年人勇于探索,不负青春和梦想。”戴小珂说。

成都大运会文创产品多种多样,可满足不同消费群体的需求。对于家住成都青羊区小南街街的市民郭峰而言,最让他满意的是买到了大运交通卡。“我酷爱收藏交通卡,买到了成都大运会主题天府通卡一张,‘蓉宝’运动系列异形交通卡一套6张,这可都是我们交通卡收藏爱好者盯准发行时间买到的,十分珍贵。”郭峰告诉记者。

小朋友们喜欢毛绒玩具,远道而来的游客更愿意带走轻便美观又极富地方特色的贴纸,藏家们则会购买具有收藏价值的纪念金币与徽章等……不同类型、不同风格的成都大运会文创产品可谓千姿百态、琳琅满目。

值得一提的是,随着大运会赛事开展,大运会文化展示活动也同步启动,活动推出“成都有礼”官方购物商店。通过购买成都特色礼品和大运会特许商品,越来越多的人把成都故事、大运符号传播开来。



大运会赛程过半 中国代表团奖牌榜第一

本报成都8月3日讯(记者刘畅)截至8月3日中午,成都大运会赛程过半。截至8月3日晚,中国代表团共获得金牌49枚、银牌16枚、铜牌16枚,暂列奖牌榜第一。

上图 中国选手林雨薇(前一)在大运会田径项目女子100米跨栏预赛中。

本报记者 高兴贵摄