



主办单位:西南商报  
支持单位:四川省工商联(商会)

## 唱好“双城记” 共建“经济圈”

# 当广元朝天遇上重庆九龙坡 “亮家底” 释放招商诚意

□刘旭 本报记者 魏彪

7月28日,四川省广元市朝天区建成渝地区双城经济圈重庆行暨2024年文化旅游推介会在重庆市九龙坡区奥体中心举行,现场介绍了朝天区优势资源,并推介了重点产业项目。

巴蜀山水相连,川渝同根同源。朝天区与九龙坡区同为巴蜀文明发祥地,地域相近、人文相亲,有着深厚的历史渊源和文化底蕴。

“通过此次推介会,希望大家了解朝天富集的资源、发展的商机、无限的潜力。”推介会上,朝天区委常委、区政府常务副区长冯大发从投资优势、重点项目、营商环境等方面作了推介。

### 投资优势明显

政府搭台,企业唱戏。当天晚上7点,九龙坡区奥体中心热闹非凡,来自重庆市的企业家代表、重庆市朝天籍企业家代表、重庆市知名文旅企业相关负责人等齐聚一堂,深入了解朝天。

据介绍,目前,朝天区正结合超长期特别国债、“十五五”规划编制,新时代西部大开发、共建成

渝地区双城经济圈等战略机遇,聚焦高质量发展首要任务,谋划了一批支撑性、长远性、引领性的重大项目。

“我们重点招引以中医康养、森林康养、文化康养等主题的康养旅游综合体……”推介会上,冯大发介绍,生态康养旅游是朝天发展的一张亮丽名片,特别是境内的曾家山,气候独特、生态优良、康养资源丰富。“当前,曾家山正在全力创建国家级旅游度假区,邀请企业来朝天投资康养旅游综合体项目、参与体验类项目等。”

在建材和新型材料加工、高端装备制造类项目方面,朝天围绕广元市委赋予的建设“建材产业基地”定位,依托石英砂、天然沥青、石灰石、铝土矿等优质矿产资源,大力发展建材支柱产业,以海螺水泥、亿航科技、天信石业等为代表的产业链供应链互嵌发展建材产业集群集聚发展已初显雏形。

在农产品及食品饮料加工类项目方面,朝天农产品资源丰富、优势突出、享誉全国,正在加快构建现代农业“3+3”产业体系,即:

以优质粮油、特色经作、绿色养殖为主的三大农业特色主导产业,以农业种业、农业装备、农业烘干冷链为主的三大先导性产业。

而且,朝天依托京昆高速七盘关服务区、西成高铁朝天站、兰渝铁路羊木站等交通优势,抢抓国家战略能源储备等机遇,规划了大型商贸物流基地和清洁能源基地。

### 营商环境优良

“通过参加推介会,我了解到朝天的旅游配套设施齐全、投资项目比较多,而且有很好的生态环境,我们将进一步到朝天考察,就文旅产业方面加强交流合作。”重庆博锐传奇国际旅行社四川部经理牛伟表示。

营商环境是企业生存发展的土壤。朝天具有重商亲商的优良传统,是创业的热土、兴业的福地、投资的洼地。

据介绍,朝天有完善的工业园区。该区按照“一区多园”产业布局,建成省级经济开发区1个,配套七盘关、大巴口、羊木、仇坝四个工业园,面积达2.5平方公

里,动态存量工业熟地1000余亩,投运标准化厂房16.8万平方米。园区内水、电、气、运、通讯网络、污水处理等基础设施持续完善,承载能力不断增强,全面满足企业发展需要。

同时,营商环境优越。朝天“最多跑一次”“互联网+政务服务”改革走在四川前列,成立了营商环境投诉举报中心,建立了企业全生命周期“一站式服务”等五大机制,出台了《朝天区招商引资优惠政策》《朝天区优化营商环境“五个一”惠商服务措施》等政策,全区上下已形成“亲商、富商、安商、乐商”的浓厚氛围。

此外,朝天还成立了十二个重点产业发展专班,对入驻的企业,实行一名县级领导挂联、一个单位牵头、一套工作专班服务、一张进度清单落实、一笔工作经费保障等“五个一”的工作机制,全力保障项目顺利推进。

“深度交流合作、共同谋划发展,我们将全力创造最优越的条件、最优美的环境、最优质的服务,以诚信和务实深化交流合作,以创新和开明促进发展共赢。”冯大发表示。

## 加速供应链布局 丰富公司产品线 川供天下多元化业务遍地开花

过去一段时间,四川川供天下农业发展有限公司(以下简称:川供天下)在供应链管理和市场拓展方面取得了一系列重大进展,标志着公司在农产品供应链领域的综合实力和服务能力迈上了新的台阶。

2023年5月12日,川供天下在眉山市青龙场正式启动了首个仓储基地——眉山青龙场仓储基地,该基地仓容达3000吨,为公司物流和供应链管理奠定了坚实的基础。作为公司发展的起点,这一仓储库区的启用不仅为公司提供了必要的物理空间来存储和管理库存,更为后续业务的拓展奠定了坚实的后勤保障。

随后,川供天下的步伐不断加

快。2023年11月28日,哈尔滨泽深库的开业收粮标志着公司正式迈出了深入原粮主产区收粮的第一步。该库容达2万吨,是川供天下在原粮收储领域的重要布局,进一步巩固了公司在原粮收储市场的地位。

进入2024年,川供天下的业务拓展更是如火如荼。4月11日,河南商水收储库开业收粮,库容高达10万吨,主要用于河南小麦、玉米的收储。这一举措不仅扩大了公司的收储能力,也标志着川供天下正式进入10万吨级货源方序列,为公司未来的业务发展提供了强有力的支撑。

与此同时,川供天下的业务版图也在不断拓展。4月12日,公司正

式启动了鸡蛋配送业务,进一步丰富了公司的产品线和服务范围。而在随后的几天里,公司更是动作频频:4月15日,首批直供深圳市农产品集团公司的20吨土豆正式发车,标志着川供天下与深农集团的合作迈出了实质性的第一步;4月29日,首车阳光玫瑰葡萄发往福建海峡果品批发市场,当日即实现清柜;5月12日,川供广州江南市场联营档口开始销售首批进口榴莲,随后又于5月23日试车后首次挂牌进入昆明金马市场,开启榴莲销售新进程;5月29日,该联营档口又迎来首批进口山竹的销售热潮。

在电商平台方面,川供天下同样表现出色。6月6日,公司京东生

鲜直供业务单日销售突破50万元大关,彰显了公司在电商领域的强劲势头和巨大潜力。

此外,川供天下还积极布局粮食运输领域。6月11日,河南周口港中心办公室正式挂牌成立,主要负责周口港粮食船运业务。该点位的设立不仅标志着川供天下从粮食贸易扩展到粮食运输领域的重要一步,也通过周口港这一重要交通枢纽大大增加了公司的年交易量。

川供天下在过去的一年多时间里实现了从仓储基地建设到多元化业务拓展的全面突破。公司凭借强大的供应链管理能力和丰富的产品线,赢得了市场的广泛认可。

汪美山

## 记者调查

# 相“旺”于盛夏 冰杯成年轻人解暑“新宠”

□本报记者 马工枚 / 文 实习记者 张天一 / 图

所谓冰杯,即一次性带盖密封塑料杯,里面装满可食用冰块或冰球,撕开密封即可使用。今夏的消暑市场,冰杯备受青睐,农夫山泉、蜜雪冰城等品牌也趁势加码。

据统计,早在2022年,韩国三大便利店的最畅销商品中,速溶咖啡和冰杯并列第一和第二位;冰杯在日本市场中的年销量高达25.7亿杯之多,甚至超过瓶装水的销量;我国的冰杯生意在2019年左右才开始。根据《2023即时零售冰品冰饮消费趋势白皮书》,2026年我国冰品冰饮在即时零售市场规模有望突破630亿元。

### 一天卖几箱 冰杯成为便利店标配

近日,记者走访了多家商超和便利店发现,冰杯多存在于便利店内,售价一杯一般不超过10元:一个160克的食用冰杯售价4.2元,冰杯限量用冰138克装的售价9.4元,一款柠檬冰杯190克售价6.2元……但若以克数算,价格并不便宜。

罗森便利店冰杯都是纯冰,主要以自有品牌及农夫山泉为主。该店店员告诉记者,“很好卖的,一天卖几箱。”而在盒马,可以看到,160克纯冰4元以内,果汁类冰杯,售价则在8元-13元不等。同时,还附带了诸如“咖啡搭牛奶、搭气泡、搭配柠檬水”等口味搭配建议。

“这个价格,我是能接受的。”市民陈小姐说,“夏天太热了,我每天都要喝冷饮,有时候实在来不及冻冰,就靠这个冰杯。”此外,在社交平

台,冰杯有不少玩法攻略,是一个多场景的百搭产品,具有社交属性。

### 家里冻的冰块 和冰杯有何不同?

当前,部分消费者质疑,一瓶矿泉水才1.2元,而一个冰杯就要3元,这是不是妥妥的“智商税”?记者采访了业内专家,专家表示,冰杯越来越受欢迎主要来自三个方面。首先是因为便捷,相比自己冻冰一整套繁琐的清洁、等待流程,冰杯开盖即食,能快速满足大家消暑、解渴的需要。其次,可塑性强,消费者越来越喜欢可塑性强的冰杯商品。例如,咖啡冰杯可以配各种口味的牛奶、果汁,甚至还可以搭配茶、冰淇淋、椰子水等。另外,家用普通的冰箱冻冰是从外向内冷冻,这种冷冻方式无法排出冰块内部的空气,因此冻出来的冰块多呈白色,并且很容易融化。同时,由于冰块的吸附力



很强,所以很多消费者会发现自己用冰箱冻出来的冰块容易“串味”。也正因此,食用冰类产品其实对于水质、制冰环境的要求非常高。这也是促使消费者在外购买食用冰的原因之一。

盒马2021年就上线了冰杯商品。“今年6月,盒马冰杯系列商品销售同比增长30%,其中咖啡冰杯同比增幅达60%,且呈现出高复购的趋势。”盒马采购相关负责人告诉记者,冰杯看似简单,但和家用冰箱冻的冰,还是有所不同。所用的水要经过石英砂、活性炭、软水树脂、RO

膜逆渗透后,提取出纯净水。再通过流水缓冻工艺进行制冰,这种制冰方式通过高压水枪一层一层将水喷到冰板上冻制而成,这样冻制成的冰块中间没有气泡,冰块密度比较高,整体呈透明色,且融化较慢,保质期可长达12个月。

### 冰杯生产 目前无明确的国家强制性标准

冰杯市场正在迅速崛起,并呈现出良好的增长势头。随着头部企业的加入和产业链规模优势的发

挥,预计未来冰杯的价格会逐步降低。据统计,目前市面上冰杯品牌已三类,一是已经布局冰杯有一段时间的冰力达、冰极限等制冰品牌;二是罗森、7-eleven、盒马、胖东来等便利店或超市推出的自有品牌冰杯;三是跨界玩家,如冰淇淋品牌奥雪、饮用水品牌农夫山泉等。

按照国家有关规定,制冰的水必须经过专业的消毒和处理,冰块也要经过抽样检查才可以上市。但冰杯的生产,目前并无明确的国家强制性标准,市场上销售的冰杯作为食用冰的一种,主要遵循的是行业标准。大多数纯净口味的冰杯产品,通常执行《冷冻饮品食用冰行业标准》(SB/T 10017—2008)。而一些添加了特定风味的冰杯,则按照冷冻饮品的国家标准来生产,即《食品安全国家标准冷冻饮品和制作料》(GB 2759—2015)。因此,可能会影响冰杯产品质量,带来食品安全风险。冰杯市场若想持续发展,相关行业规范和质控必不可少。

张婉婧：  
用创新设计应对社会挑战的  
建筑师

## 人物

健康是人类追求高质量生活的基础。当今世界高科技的迅猛发展为世界经济注入了新的活力,也为人类的生活带来了新的便捷,但是更高的工作强度和更快的生活节奏给健康带来了一些潜在的威胁。虽然人们可以通过控制饮食、锻炼身体等自律性努力提高机体免疫力,但同时也需要更多、更完善的医疗保健为大众健康保驾护航,因此大力推动医疗保健建筑设计领域的创新发展,就显得尤为重要。这一领域的设计师们不但要与大众一起直面各种挑战,而且还要不断拓展设计思路,为未来的医疗保健设施提供创新的设计解决方案。张婉婧就是这一领域中的一员,努力为社会发展和大众健康贡献自己的力量。

张婉婧出生于中国辽宁省沈阳市,沈阳这座工业中心城市的建筑设计注重实用性和功能性,这些特点深深影响了她对美学的感知和设计理念。她热爱旅行,每次旅行都喜欢探索城市独特的轨迹,研究城市的建筑发展和历史,大学期间的实地考察和毕业设计项目更是让她体会到建筑与人们生活的紧密联系。随后,张婉婧前往美国哥伦比亚大学深造并荣获城市建筑与规划硕士学位。哥伦比亚大学作为美洲大学协会的创始校之一,常春藤盟校的成员,以其严谨的学术氛围和卓越的教育质量闻名。在这里学习的经历为张婉婧奠定了扎实的专业基础,也更加坚定了她在建筑设计领域发展的决心。

目前,张婉婧在纽约 NBBJ 建筑事务所工作,担任建筑设计师已有近三年时间。相比其它类型的公共建筑,医疗建筑的设计思路更为宽泛和复杂,更加突出以人为本、治病救人的核心理念,其功能性的意义远大于形式,但是又要通过形式升华功能,更加需要建筑师严谨的思维逻辑和创造性。而凭借城市规划设计的学习背景,张婉婧一直致力于利用建筑策略来解决社会问题,特别是公共空间的分布和利用。她相信,一个健全的医疗保健体系不仅能保证公民的生活质量,还能提升城市的健康和福祉。

在 NBBJ 工作期间,张婉婧参与了多个重要项目。她参与设计的麻省总医院新 Ragon 大楼项目,充分展示了她在团队合作中出色的能力。她负责的医院公共空间,如中庭和等候区,经过了精心分析和设计后,不仅提高了患者的康复体验,也提高了医疗保健服务的效率,为患者和工作人员增添了许多便利和舒适度。而与多学科、多部门的紧密合作,张婉婧也收获了众多专业建造知识,使她成长为医疗保健领域出色的建筑设计师。

费城儿童医院总体规划项目是张婉婧参与的另一个重要工程。她与团队创造性地使用 Power BI 和 ArcGIS 平台开发了动态数字工具,有效地帮助客户了解其在费城和新泽西州的现有企业设施组合。这个项目不仅展示了她在可持续设计方面的理念,也获得了公司“年度项目”奖,这是对她工作的重大认可和鼓励。对于张婉婧来说,她的每一步都在为她的未来铺路。她的卓越能力和对建筑设计的热爱,使她相信通过不断学习和创新,能在医疗保健建筑设计领域作出更大的贡献,为患者和医疗工作者带来更多的便利。

对于未来,张婉婧充满期待。她计划继续在 NBBJ 工作,积极参与医疗保健建筑的设计和规划。她希望通过自己的努力,为公司和项目带来巨大的价值的同时,也为社会提供更加安全和高效的医疗环境,让建筑设计成为解决社会问题的有效手段。

在当前人们健康意识日益强化的大背景下,像张婉婧这样的无数建筑设计师正在用自己的热情和智慧,为人类的福祉作出贡献。让我们期待他们在未来的工作中继续取得辉煌的成就,为社会带来更多的幸福和便利。

战钰