

成都社区坝坝球入选“全国精品”

涵盖老中青18个年龄段21项赛事



草根球员在赛场上拼抢

19日,国家体育总局群众司发布了“关于对首批群众‘三大球’精品赛事案例名单进行公示的公告”,成都市街道社区足球联赛与成都市三河村“宝柚杯”足球超级联赛入围,全国18个足球精品赛事案例,成都“独中两元”。

街道社区足球联赛 23个区(市)县全覆盖

“成都城市足球氛围火热,涵盖老中青18个年龄段21项赛事,竞赛数据始终在全国名列前茅;另外,我们在竞赛组织上也下了功夫,赛制安排上更接地气,也坚持用数字化打造联赛。”成都市足协相关人士表示。

“归属感”十足。虽然是5人制足球赛,但每队允许报12名队员,尽可能扩大“社会面”。组队成功后,在“绿茵中国”APP报名,这是中国足协的官方APP,通过它,球迷将享受到多种便捷的一站式服务。这个APP的技术研发和运营方,是一家土生土长的成都企业。成都数字体育科技成果,除了助推成都的世界赛事名城建设,还被广泛应用在全国体育竞赛行业和群众体育领域中。

足球赛融合消费场景 助力乡村经济发展

成都市三河村“宝柚杯”足球超级联赛此次也入围了“精品赛事”案例。位于新都区斑竹园街道的三河村是成名已久的“成都足球第一村”,从当年种植柚子到卖柚子,到后来发展足球特色运动,带动了乡村旅游业。如今在规整精致的三河村农民健身足球俱乐部,随处可见草根球员运动的身影。值得一提的是,今年的第二届成都市乡村足球赛(8人制)就在这里启动,“蒲江县铁牛村春见队”“四川天府新区南新村云崖兔队”“崇州市廖家木雕足球队”“邛崃市桑园镇谢家坝林盘队”……来自成都各区(市)县乡镇或街道办事处350余名足球爱好者,通过预赛选拔,最后参加市级比赛的16支队伍采取主客场与淘汰赛相结合的赛制,决出最终的乡村足球赛冠军。队员来自各行各业,有农民、商

贩、乡镇基层干部,也有工人、学生和司机等,赛事组织也很接地气。各区(市)县足协在现场设立了“土特产展示区”“三大炮”“糖画”等吸引了不少游客和当地群众驻足品尝。现场20多桌农家“九大碗”,接待四方来客,也让前来参赛的协会代表以及运动员称赞不已,“足球赛事不仅可以走进乡村,还可以与消费场景融合,‘村超’就是个模板,城市乡村足球赛可以将足球元素与乡村振兴、全域旅游相融合,以足球运动助力各乡村经济发展。”成都市足协相关人士表示,“足球本来就是一种社区运动,一支球队真正能够代表一片地域、一条街区、一个村落的群众文化,这才是发展足球人口的根本。在成都,社区体育将为新发展理念的城市建设助力,使得城乡社区形态更加优美、业态更具活力,去彰显公园城市特质,去定义幸福美好生活。”成都日报锦观新闻记者 黄一可 受访单位供图

国家文化产业和旅游产业融合发展示范区 建设单位名单公布 成都三地共同入选

本报(成都)日报锦观新闻记者 王嘉 昨日记者获悉,成都市青羊区-郫都区-都江堰市入选国家文化产业和旅游产业融合发展示范区建设单位名单。这是国家文旅融合发展示范区首批建设单位名单,四川省共2家,全国共50家。记者了解到,青羊区、郫都区和都江堰市三区(市)已共同启动古蜀文明传承创新文旅融合发展示范区(以下简称“示范区”)建设,在成都以西1712平方公里的土地上,一个以古蜀文明为规划核心打造的文旅融合发展示范区正在形成。

国内外投稿作品1.2万余件 全网关注度超5000万人次 金芙蓉·文明让生活更美好——主题征文、摄影大赛落幕

本报(成都)日报锦观新闻记者 吴雅婷 王茹懿 12月18日,在2023成都网络文明大会上,“金芙蓉·文明让生活更美好”系列征集活动获奖名单发布,组委会为获奖代表颁奖。由中共成都市委宣传部、成都市精神文明建设办公室、成都市文学艺术界联合会主办,成都日报社承办的金芙蓉·文明让生活更美好——主题征文、摄影大赛落幕。大赛自今年7月全网启动以来,受到广泛关注,共收到来自国内外投稿作品1.2万余件,全网关注度超5000万人次,覆盖人数超过1亿,成都文明之风通过网络传向全球。

25分钟 成都东站直达天府机场

上接01版 要实现与地铁线的“完美交叉”,不仅在施工上要创新性运用高强度材料、高抗震技术,也对后期装修工程提出了挑战。天府机场站安质部部长邓华聪向记者介绍,在天府机场站,管网敷设的难度堪称前所未有。

■新闻链接: 临港长江大桥 实现高铁汽车同层跨江

万里长江横渡,极目楚天舒。在记者试乘的过程中,一座颇为特殊的大桥引起了记者的注意。当列车在宜宾境内驶向长江方向,高大宏伟的临港长江大桥让人不禁望向窗外。“大、新、快”是其给人的第一印象。资料显示,该桥创造了“国内首座高铁与公路分层布置的斜拉桥,世界最大宽度的公铁两用斜拉桥,世界最大跨度的公铁两用钢箱梁斜拉桥”三顶桂冠。那么,后期运行中,如何保证汽车和高铁的行驶安全?在行驶的列车上,本报记者对中铁二院成都高铁自宜段总体设计负责人杨明进行了采访。

感受3:“黑科技” 站台屏蔽门系国内首次应用 可适应所有高铁车型 当乘客走上天府机场站站台时,如果仔细观察就会发现,站台上的屏蔽门并非“对开”式,而是每一扇门呈前后交错排布。这样的车门,不仅没在地铁站见过,在国内其他地下高铁站也未出现过。

不再当“无名英雄” 成都鱼子酱:做强品牌闯市场



今年7月,2023广州米其林指南发布盛典晚宴上,由成都米其林餐厅柴门荟选送的“糯米樟茶鸭配美思塔鱼子酱”得到了众多“老饕”的关注。



鱼子酱加工厂

端,今后我们的产品,将更多地以这样的品牌标识进入市场。”该公司行政助理王茜拿起一罐产品,向前来考察的客商介绍。

合作,同时线上线下齐发力,线下以“美思塔”品牌频繁亮相各种国际国内大型展会,线上持续在天猫、京东、抖音等各平台发力,扩大知名度和销售推广面,覆盖更多消费群体。

与以往不同的是,这道创新菜的名字里直接采用了食材品牌“美思塔”。“中国的鱼子酱在国际市场上已经做到了份额第一,但绝大部分是通过供货商,很少能以自有品牌亮相终端。”近日,在采访过程中,四川润兆渔业有限公司总经理李军告诉记者,从今年开始,该公司将在市场着力推广自有品牌,同时采用各种方式丰富品牌内涵,拓展国内市场,“我们希望通过努力,真正把咱们‘中国鱼子酱’的品牌叫响!”李军说。

要市场,还要树品牌

在润兆渔业公司大厅内,“美思塔”品牌和公司的招牌同样醒目。大大小小不同规格的铁罐,全是统一的包装和LOGO,清晰地标明了品牌、品种和产地。“不管是餐厅还是卖场终

“我们不是一直当‘无名英雄’,以自有品牌为主体拓展市场,这是我们今后重点推广的模式。”李军告诉记者,经过多年努力,中国鱼子酱的规模、品质、标准化程度等都以傲视全球,但是由于缺乏品牌影响力,在全球行业的话语权还远远没有达到应有的高度。目前,该公司正在加快对东南亚等区域的推广,加深与渠道伙伴、酒店、餐饮的直接

“走出去,还要闯回来” 打开京东APP,刚刚出炉的“双十二”数据中,“美思塔”鱼子酱位列同类热卖榜第一。“我们很欣慰,现在国内也有越来越多的人喜欢鱼子酱了。”李军说,“做大国内市场,将是我们今后一段时间的核心任务之一。”