

自贡“盐龙灯” 走出国际范

四川日报全媒体记者 行晓艺

“刚刚发走70余组灯组，荷兰的中国彩灯节将于11月底亮灯。”8月15日，自贡灯彩文化产业集团有限公司国际部经理向湘兰介绍，10月中旬，50余名彩灯工匠将前往荷兰进行现场安装制作。

自贡彩灯，点亮全球。上半年，自贡开展境外灯展51个。11月起，全球多个国家和地区将陆续进入“自贡彩灯时间”。向湘兰说，公司今年有英国、德国、美国等30多个境外灯展要实施，“法国、英国等已有合作国家，还新增了项目。”

四川省委十二届七次全会明确，支持自贡、攀枝花、德阳、广元、乐山、南充、宜宾建设国际旅游城市。站在新的发展起点，坐拥“盐龙灯”三大“世界级IP”的自贡，如何加速奔向全世界？

擦亮“盐龙灯”文旅品牌，打造更多消费新场景

“井盐深钻汲制技艺太厉害了。”8月13日，自贡市大安区燊海井，空气中弥漫着卤水浓郁的咸香，来自香港的游客霍子亮说，“我要推荐朋友都来看看。”

7月以来，自贡的燊海井、中国彩灯博物馆等17家A级景区迎来暑期旅游高峰，

接待游客近50万人次，文旅IP频频吸睛。

建设国际旅游城市，自贡有潜力。燊海井是世界上第一口人工钻凿的千米深井，至今保留着传统制井工艺，自贡市盐业历史博物馆是全国唯一的盐业科技史博物馆；大山铺恐龙化石群遗址入选世界地质遗产地名录；自贡灯会助力春节申遗成功，灯展市场占有率国内达85%、国外达92%……自贡市文广旅局相关负责人说：“依托‘盐龙灯’的火爆，连续2年，自贡A级景区接待游客数突破1000万人次，文旅影响力不断增强。”

抓住流量密码，自贡全力打造“盐龙灯”文旅品牌。“‘灯’是一马当先的，要进一步放大优势、做大流量。”自贡市委主要负责人表示。为把这张“王牌”打造成现象级彩灯品牌，自贡正通过建设自贡灯会非遗保护传承创新产业园、实施百亿级彩灯产业提升计划等措施，打造“灯是一座城，城是一盏灯”的城市核心形象。

自贡文旅产业中，节庆经济、门票经济等优势明显，但其他文旅形态“发育不足”。为解决短板，自贡多方面发力，把非遗、乡村文化、赛事演艺等多种业态与文旅更加紧密结合，打破典型“节庆化”特点；以

灯会为核心，联动盐文化体验、恐龙探秘等业态，营造更多的自贡文旅消费新场景。

自流井区老街文商旅融合项目已于7月开工，在修复老街盐井、古码头等遗址基础上，带动餐饮、住宿、文创等行业发展。

“演艺+文旅”也在落地。10月25日，2025张韶涵“觅光”巡回演唱会将在自贡开唱。自贡计划通过“演唱会+旅游”产品线路、景区景点个性化服务等，拉动旅游消费。

找准载体和平台，增强全球吸引力

“8月初，完成遗址馆所有恐龙化石标本的标码、三维扫描工作，安全转运保存；3号馆马上就会开工。”自贡恐龙博物馆馆长曾小芸介绍，今年5月，博物馆正式启动改造提升工程。

依托恐龙这一载体，如何增强全球吸引力？自贡给出答案：以“恐龙+科技+文旅”模式，培育跨界融合文旅新业态。

曾小芸称，新建的3号馆重点打造科普研学功能区，设置恐龙化石修复实验室、装架展示区等，“我们着手建设一个面向全球的恐龙科普教育平台，让全球青少年都可以在这里体验与古生物学家一起修复恐

龙化石的过程。”

研学科普，把全球游客“引进来”；巡展合作，让自贡恐龙“走出去”。

“重点深耕共建‘一带一路’国家文化市场，目前已与印度尼西亚、阿联酋等展开合作洽谈。”在曾小芸看来，巡展不仅是文化展示，更是通过恐龙化石这一载体，向世界展示中国的地质遗产和科研成果。

跨洋出海，自贡有更多思考：以灯为媒，发挥国家文化出口基地、国家对外文化贸易基地优势，推动文化贸易与文旅产业深度融合。自贡市商务局相关负责人介绍，依托自贡灯会非遗保护传承创新产业园、国家对外文化贸易产业园建设，自贡正打造一个全方位的服务平台，为出海企业提供政策指导、出口服务和金融支持等。

持续拓宽文化贸易朋友圈。自贡计划通过开展“自贡彩灯点亮世界”等一系列国际性彩灯节庆活动，让更多文化产品、非遗技艺、文化服务“借灯出海”。上述负责人介绍，下半年，自贡将组织彩灯企业参加服贸会、广交会、进博会等，并给予企业境外参展资金支持，助力企业进一步开拓海外市场。

据《四川日报》

抢抓销售旺季 燕京啤酒日订单量超1000吨

上半年总产值突破5亿元

南充日报讯(张瑜文/图)8月15日上午，笔者来到位于嘉陵工业集中区内的四川燕京啤酒有限公司，看到生产车间里一片火热景象。全自动化生产线正以满负荷状态高速运转，机械臂精准操作，流水线有条不紊地输送着瓶装、易拉罐装啤酒，工人们在各自岗位上紧张忙碌，加班加点赶订单。

“目前是啤酒销售的旺季，我们一天的订单量超过1000吨。”四川燕京啤酒有限公司酿造部经理龚飞介绍，公司4条生产线全开，生产线上400多名员工轮班值守，全力保障订单供应。

据了解，四川燕京啤酒依托嘉陵江弱碱性优质水资源，酿造出的燕京U8、V10精酿白啤、燕京鲜啤等系列产品，在川渝藏三地市场备受青睐，核心市场占有率超70%。

入夏以来，为抢抓销售旺季，公司提前备足生产物资，通过全员上岗、轮班错班、智能化改造升级等举措冲刺产能。数据显示，今年上半年公司产量同比增长10%，总产值突破5亿元。“下一步，我们将继续加大新品研发投入，深化智能化改造，全面提升产业链竞争力。”公司工厂厂长国强表示，企业正以稳健增长态势，为嘉陵区经济发展注入活力。

据了解，四川燕京啤酒有限公司自成立以来已建成40万吨年产能生产线，带动包装、物流等相关行业发展，解决数千人就业，先后被评为国家级绿色工厂等。



车间工人对产品进行质量检验。

提前10天 龙马潭区早熟桂圆抢鲜上市

泸州日报讯(罗兴记者许亚琴)8月中旬，泸州市龙马潭区胡市镇三教村的早熟桂圆迎来采摘期。桂圆林里果香四溢，一串串饱满圆润的果实挂满枝头，村民们穿梭林间忙着采摘，一派丰收忙碌的喜人景象。

“我们的桂圆不愁卖，大多是‘订单

式’采摘。泸州、成都、重庆的客商每年都会来收购，买主订多少就摘多少，这样能保证消费者吃到新鲜的龙眼，每年一上市就供不应求。”农户陈于树一边采一边告诉记者，他种了50多棵桂圆树，由于挂果量不及去年，今年预计收入约6000元。

据悉，桂圆产业是胡市镇三教村的传统特色支柱产业，已有多年的种植历史。该村桂圆以果实个大圆滚、水分充足、晶莹剔透、鲜甜爽脆且散发浓郁果香而闻名。而比其他品种早10余天成熟的早熟桂圆，因产量少、上市早，更受消费者青睐。

“三教村共种植桂圆500亩，今年预计总产量20万斤，总产值约20万元。”胡市镇三教村党总支书记、村委会主任徐苹介绍，这两年通过线上线下结合，早熟和晚熟品种销路都很好。村两委打算继续优化错峰种植模式，重点发展早熟和晚熟品种，提升市场竞争力。