

全力攻坚 推动工业高质量发展

2026 年全州工业领域重点 项目现场攻坚推进会召开

本 报 讯 8 月 24 日至 25 日，2026 年全州工业领域重点项目现场攻坚推进会召开。会议深入落实州委“崇尚快干、笃行实干、不畏苦干、善谋巧干”要求，系统总结上半年工业投资和重大项目推进情况，交流经验做法，部署下阶段工业项目重点攻坚任务。州政府副州长宋晓军出席会议并讲话。

会议指出，工业项目是全州工业经济发展的生命线，项目建设落地成效是检验各县（市）履职尽责的重要标尺。各级各部门要牢固树立“项目为王、产业为先”发展理念，紧盯三季度冲关、全年收官关键节点，全力以赴扬优势、强弱项，奋力推动全州工业经济高质量发展。

会议强调，要紧盯目标任

务，精准做好项目谋划包装，提速项目建设进度，强化刚性考核问效，确保各项任务落地见效。要持续培育壮大规上工业企业，不断夯实工业经济增量支撑。要高效办结省投诉平台交办线索，及时回应企业诉求。要压实企业发展主体责任，充分激活投资动力、拓宽企业发展空间。要严守安全底线，筑牢工业经济平稳运行安全根基。

会议还组织了实地考察，进行了相关业务培训。

州政府联系副秘书长，各县（市）政府、海管委分管负责同志和经信部门主要负责同志，州经济和信息化局班子成员及部分重点工业企业主要负责人参加会议。

全媒体记者 陈雨 吴金芮

我州首发城市级文创 IP “色达试点”开启文旅品牌升级新篇章

本 报 讯 8 月 24 日，以“藏风汉韵·文创同行”为主题的我州文创品牌发布会暨色达县农特产品展示展销活动在康定情歌广场启幕。我州首个以雪豹和牦牛为原型的城市级文创 IP 形象——“阿翎”与“阿吨”正式首发，同步开放的游牧文创集市开展首日即吸引大批市民游客驻足体验，高原民族文化以潮流姿态融入现代消费场景。

本次活动由色达县委、县政府及甘孜州商务经济合作和外事局联合主办，采用“现场推介+线下体验”模式，集中展示了涵盖玩偶手办、毛绒配饰、创意摆件等首批实物衍生品打样成果。州政府驻广州经济合作局局长陈甜在发布仪式上表示，IP 形象提取自色达的文化风貌与民俗特色，后续将据此开发多款文创产品，以满足多元市场需求。

位于情歌广场的游牧文创集市将持续开放至 8 月 26 日。集市以藏族游牧文化为底色，创新划分华彩、朵康、灵兽、噶玛、岭驰五大部落场景。在“灵兽部落”，牦牛和雪豹主题的毛绒帽子、创意摆件成为亲子家庭热选；转入“噶玛部落”，唐卡画师现场凝神勾勒、藏香研磨香气四溢，游客在指尖触摸中感知非遗温度。色达县牧人电子商务有限公司负

责人王垚介绍，带来的卤腱子、新品牦牛肉薄脆颇受欢迎，手撕牛肉和麻辣牛肉已完全断货，“希望把色达本土品牌真正带出去，让更多人了解我们的特产”。

科技互动环节同样人气高涨。“五大福地集章”活动吸引众多游客领取集章卡，完成各部落任务兑换限量好礼。一旁的 AI 明信片与文创打印服务排起长队，游客上传川西风光或旅行合照，即可现场制成专属冰箱贴、化妆镜与纪念币。体验者泽里彭错告诉记者：“这样的文创打印机应该在甘孜各景区推广，方便游客留下独特纪念。”

此次发布更深层的战略信号在于“色达试点”撬动“全域矩阵”。色达双 IP 作为成熟标杆，其设计、落地、传播及变现的全流程经验，将直接赋能全州剩余 17 个县（市）的差异化 IP 开发。陈甜表示，希望以色达文创 IP 先行先试，形成标杆案例，构建全州文创 IP 矩阵，逐步在其余县（市）推广，最终打造我州统一的文创大 IP。从传统资源型文旅向品牌化、产业型、长效增收模式转型，甘孜正借助 IP 跨界联动与线上传播，开辟一条特色民族文化与现代消费共振的新路径。

全媒体记者 罗文婕 杨雪

减轻灾害风险 守护美好家园

乡城县开展专题培训 提升基层应急管理能力

为深入贯彻落实省、州关于加强基层应急管理能力建设的工作部署，补齐基层应急工作短板，全面提升基层风险防范、应急处置和防灾减灾履职能力，8 月 24 日，乡城县应急管理局举办基层应急管理能力提升培训班。本次培训采取分批常态化开展模式，首期培训覆盖全县各乡镇辅安工作人员、村（社区）党支部书记及副书记，参训人数共计 150 人。

当前乡城县处于防灾减灾、安全生产的关键攻坚期，各类安全风险隐患交织叠加、形势复杂严峻，对基层应急队伍的专业素养和处置能力提出了更高标准、更严要求。本次培训精准聚焦基层应急管理工作中的痛点、难点问题，靶向施策、精准赋能，助力一线工作人员补齐能力短

板、夯实业务弱项，全面夯实全县应急管理基层基础。

本次培训坚持“实用为先、按需施教、贴合实操”的核心原则，紧密结合乡城县地域特点和基层应急管理工作实际，科学设置培训课程。内容精准贴合基层一线工作需求，重点涵盖安全生产隐患排查整治、森林草原防灭火应急处置、防汛抗旱减灾、地质灾害防范应对、基层应急预案编制与实战演练等核心业务模块。

培训特邀行业第三方专业讲师授课，采用“理论精讲+案例剖析+互动交流”的多元化教学模式，摒弃形式化教学，聚焦实战实用，帮助参训人员吃透知识点、掌握硬技能，确保培训入脑入心、学有所获。

乡城县应急管理局供稿

圣洁甘孜 一生有约

2026 年盛夏，当热浪席卷大半个中国，圣洁甘孜以 20℃ 的均温和摩肩接踵的人气，再次登顶避暑“顶流”。但这份火爆，绝非“老天赏饭”那么简单——从《康定情歌》的百年回响到国道 318 的车轮轰鸣，从丁真的纯净一笑到刘洪的侠客出圈，甘孜把文化符号、人物流量与光影叙事编织成一张精密的情感网。游客奔赴的，早已不是一片清凉之地，而是一场从“被看见”到“被向往”的完整叙事。

为什么是甘孜？避暑“顶流”的传播密码 20℃ 的体感清凉如何酿成 100℃ 的奔赴热度？

◎全媒体记者 罗文婕 廖洋 乡城县、理塘县融媒体中心

天路与情歌：流动的符号与不灭的浪漫

在自驾爱好者的版图上，318 国道早已超越地理坐标，升格为精神航标。“此生必驾”四字，承载着对自由的本能冲动和对远方的朴素信仰。今年盛夏，国道 317 线与国道 318 线一如既往地沸腾。眉山游客王春华已是川西“老熟人”，他载着爱人，在热浪与清凉的碰撞中再次驶上熟悉的弯道。“一首《蓝莲花》就把我们带到了国道 318 线。”他笑言，计划每年至少花 20 天在川西“流浪”，“一趟不够，三五趟都值。”

像王春华这样的自驾者，是今夏甘孜客流洪流中的浪花。车轮滚滚，沿途营地一位难求，帐篷与星空为邻，引擎低吼与高原风声交织，成为天路最动听的背景音乐。这股热潮催生了营地经济的繁荣——泸定县呷里村伞岗坪自驾营地，六月以来累计接待超 5 万人次，日均近千人次。呷里村村支书杜永昌介绍，村里组织党员志愿者轮值，热水、充电、停车引导、旅游咨询、安全巡查与环境保洁同步跟进，“做实做细服务，擦亮‘川藏第一驿’品牌。”流动的车轮搭配坚实的服务底座，绘就了甘孜夏季旅游的活力长卷。

如果说国道 318 线是流动的风景线，那么《康定情歌》便是这条天路上最温润的情感锚点。2026 年康定情歌国际音乐节现场，熟悉的旋律一经响起，台上台下便汇成合唱海洋。广西游客王英风专程赶来：“很热闹，康定真是一座浪漫的城市，有山有水，人情醇厚，民俗风情处处动人。”这份热闹，源于康定对文化符号的精准深耕。康定市文旅局局长张雪梅告诉记者：“《康定情歌》传唱百年，是城市最具辨识度的文化 IP。我们坚持以歌塑城、以文兴旅。”实践中，康定以情歌音乐节为支点，打造“四季有活动、月月有亮点”的节奏，同时建设爱情地标、夜游街区等常态化浪漫场景，并联动晚餐、咖啡、文创、民宿等多元消费链，“让文化可消费，让浪漫可带走。”一座因歌而名的城市，正将自己雕琢成四季皆宜的“浪漫目的地”。

康定市民邓天智见证了音乐节二十余年的蜕变，他直言：“一年比一年好，游客越来越多，参与感越来越强……希望它成为品牌——提到七夕去哪儿，就去康定。”一条天路满足远方向往，一



康定情歌音乐节。康定市文旅广局供图

首情歌安放浪漫灵魂。甘孜将“流动”与“停驻”“冒险”与“深情”融为一体，构筑了文旅传播的第一重引力。

网红效应迭代：从刘洪、丁真到“人人都是代言人”

如果说文化 IP 是甘孜的底色，那么人物的走红则带来了现象级的爆发。

2020 年 11 月，藏族少年丁真因一条 7 秒短视频意外出圈。蓝天、草甸、纯真笑容——他让全网第一次真正“看见”理塘。理塘县旅游服务中心副主任拉温初坦言：“丁真的走红，给理塘带来现象级曝光，是旅游产业跨越式发展的契机。”

数据佐证：2019 年理塘全年接待游客仅 55.6 万人次，多为“过路打卡”；丁真走红后的五年间，全县累计接待游客 1554.9 万人次，旅游综合收入 171 亿元，较“十三五”末均增长 236.6%。到 2025 年，全年接待量达 475.57 万人次，综合收入 52.31 亿元，分别较 2019 年增长超 3 倍和 4 倍。“理塘已从川藏线上的过路点，转变为全国热门高原旅游目的地。”拉温初说。

丁真的走红是偶然，但甘孜拥抱流量的姿态是必然。紧随其后，被网友称为“最帅局长”的州文旅局局长刘洪，以俊朗外形、挺拔身姿和侠客风短视频，亲自为家乡代言。策马草原、漫步雪山，每一次亮相都精准将甘孜壮美风光推送到亿万网友眼前，极大提升了甘孜文旅的亲合力与影响力。

在丁真、刘洪之后，更多本土创作者正在成长，乡城姑娘拥中

卓玛便是其中之一。“我自己本来就喜欢拍摄视频，在自媒体平台有了一定粉丝基础后，就想通过镜头宣传家乡的美景、美食和民俗文化。”卓玛告诉记者，“看到有粉丝留言因为我的视频来到乡城，感受到‘净土香巴拉’的魅力，自己的内心也很开心。”她的话语朴素，却道出了无数普通创作者的共同心愿。

从现象级网红到政务 IP，再到普通创作者的日常记录，甘孜正在构建一个多层次、有梯度的人物传播矩阵。目前，全州粉丝过万的自媒体账号已超过 2100 个，他们的镜头没有脚本，没有滤镜包装，有的只是高原上真实的阳光、风土和笑脸。这份未经修饰的真实感，构成了任何官方宣传片无法替代的信任资产——它让远方游客不仅向往甘孜的风景，更愿意相信这片土地上的人和他们传递的温度。

银幕造梦：从“路过取景”到“IP 价值转化”

如果说歌曲与人物是引线，那么影视作品则是强有力的催化剂，以光影之力为甘孜构建沉浸式叙事空间，将美丽推向更广阔的舞台。

早在 2016 年，电影《从你的全世界路过》带火稻城亚丁，为甘孜探索“影视+文旅”积累了宝贵经验。州委宣传部文化产业和电影科负责人益西贡布告诉记者：“自那以后，我们深度借鉴成功经验，打破‘单一取景、浅层宣传’模式，深耕影视 IP 价值转化。”此后，《六月与弓箭》《生死搏斗》等

本土电影相继上映；2024 年迎来爆发，《永不失联的爱》《火锅艺术家》《飞驰人生 3》等 17 部作品前来取景。

与此同时，在短视频蓬勃发展的当下，微短剧以轻量级、高传播度成为俘获年轻受众的“新武器”。正在新龙县紧张拍摄的《遗落之境》（第三季）便是佼佼者。主创团队肯布分享了创作理念：“创作之初，我们系统梳理了各县风景、文化、美食特色，在尊重风土人情的基础上有机融入剧情。”更难得的是，“所有风光均为实景拍摄”，力求“呈现甘孜山水最本真、最动人的一面”。该剧前两季全网累计播放量突破 4.1 亿次，成为“影视+文旅”在微短剧赛道的成功范例。

当前，甘孜正抢抓影视热播黄金窗口，开展全方位、矩阵式宣传推广，推动影视流量转向文旅客流、产业经济和品牌价值。下一步，将持续放大影视长尾效应，打造具有甘孜辨识度的影视 IP，依托经典取景场景，推出主题打卡线路、观景驿站、沉浸式体验点位，让游客“打卡银幕后同款风光”。

从《康定情歌》的文化 IP，到丁真、刘洪的人物 IP，再到大银幕与小屏幕的影像叙事——甘孜将一首歌、一个人、一部剧，悉数化为通往雪域高原的情感入口。当游客哼着《蓝莲花》驶上 318 国道，在跑马山下唱响情歌，在理塘驻足，在《遗落之境》取景地留念——他们奔赴的，早已不仅是一片清凉之地，更是一场被无数传播符号反复确认、最终抵达内心的情感之旅。而这，正是甘孜作为避暑“顶流”最深层的传播密码。

乘势而上 追赶跨越

崇尚快干 / 笃行实干 / 不畏苦干 / 善谋巧干

攻坚雪域天路 隧通高原坦途 康新高速公路新都桥隧道贯通

地质条件复杂、施工风险重重。

面对多重施工困境，康新高速公路项目团队量身打造高原隧道专项施工方案，精准破解各类建设难题。针对超长纵坡，项目部通过分级调控坡面受力、动态监测坡体与隧道变形，彻底消除施工及后期运营安全隐患。针对生态保护要求，严格落实“早进洞、晚出洞”原则，采用零扰动微创施工工艺，压缩洞口开挖范围，同步开展边坡防护、植被恢复工作，实现施工生产与生态保护协同推进，达成施工“零冲突”、生态“零破坏”目标。

啃下地质难题，科技是锋利

武器。项目创新应用聚能爆破新工艺，将隧道超欠挖误差严控在厘米级，最大限度减少对围岩的扰动，筑牢隧道结构安全根基，并大力推行“机械换人”智能建造，投入拱锚一体机实现钻孔、立架、锚固多工序一体化作业，既提升施工效率，又规避高危人工操作风险，有效破解高原施工效率低、长隧道施工难度大等行业痛点。

安全质量是工程的生命线。项目部大力推行自建型班组管理，直接组建、直接管控、直接带班，将安全质量管控链条扎到作业一线。现场启用人脸识别、实时定位数字化管控手段，人员动态

实时掌握，隐患快速排查闭环。自建班组队伍稳定、技艺娴熟，掘进、爆破、衬砌全流程落实标准化，执行“五线上墙”制度，施工精准控制，严控衬砌平整度、隧道超欠挖等核心指标，从源头阻断质量缺陷。

据悉，康新高速公路全线通车后，康定至新都桥通行时间将缩短 1 小时，成都至新都桥全程仅需 4 小时，将进一步完善川西高原交通路网，强化四川涉藏地区与成都平原的互联互通，赋能沿线文旅开发、乡村振兴与区域经济高质量发展。

丁少宇