

全力以赴拼经济搞建设
坚定不移推动高质量发展

台上有合作 台下有好物

“绵阳造”重庆行活动在北碚举行

□胡宇 本报记者 杨明 实习记者 吕婕

川渝一家亲，共饮一江水。近日，“渝见绵阳·共享平武”——“绵阳造”重庆行活动在重庆市北碚嘉陵风情步行街举行。

近年来，在成渝地区双城经济圈建设深入实施背景下，四川绵阳市与重庆北碚区站在“川渝合作、绵碚先行”的战略高度，于2020年4月缔结为友好城市。两地紧密协作，在产业发展、协同创新、公共服务等方面开展了一系列务实合作，取得了明显成效，有力助推了两地经济社会高质量发展，逐渐成为紧密相连、密不可分的发展共同体。

绵阳市与北碚区始终保持相向而行。4月11日至12日，北碚区考察团到绵阳考察，月底“绵品出川”的东风就吹到了北碚区。两地携手联合举办此次推介活动，既是将绵阳优质的农特产品和丰富的旅游文化资源向重庆社会各界

推荐展示的难得机遇，也是推动两地交流合作向更大范围、更宽领域、更高层次迈进的有力举措。

活动现场，绵碚两地再次签下多项合作协议，涉及产业合作、产销合作以及区域协作等多个方面，内容包括自然教育、文旅、民宿、餐饮及中药材产业等21个项目，签约金额达6.64亿元。与此同时，平武县与蔡家岗街道实现“牵手”，双方将在人才引进、项目合作等方面展开对口协作……这既是对双方持续深化区域协同创新、产业协作发展、公共服务等方面合作的积极探索，也是对深度参与成渝地区双城经济圈建设作出的生动实践。

台上有合作，台下有好物。据悉，此次重庆行活动采用“1+2”模式，除了在重庆市北碚区设置主会场外，同时还在沙坪坝区磁器口游客广场以及江北区五里店曼哈顿广场设置两个分会场。50余家绵

阳企业，携数百种绵阳好物，按特色农副产品展区、旅游资源展区（民宿、研学、自然教育）、特色文化展区（非遗、民族、文创）等三类陈列，让山城儿女遍览绵阳各区县农特产品、大熊猫产销联盟成员单位产品、非遗文创产品、老字号产品、地标产品以及有机绿色食品等。

在活动布展区，更是人头攒动，气氛热烈，重庆市民沿着环形展区一路打卡：嗦绵阳米粉、吃江油肥肠、品北川茶叶……绵阳好物琳琅满目，也让大家真切感受到了“绵阳品牌，中国品质”的魅力，热情参与的重庆市民，也为“让世界爱上绵阳造”这句话作出了最好的注脚。

作为“天下大熊猫第一县”的平武也为整个“绵阳造”重庆行带来了更多的精彩。上百种平武农特产品，与雾都共享来自“天下大熊猫第一县”的生态之味；白马歌舞，

清漪羌绣，与山城共享来自千年龙州的人文之韵；335只野生大熊猫，1900多种野生动植物，与江城共享来自涪江之畔的自然之美……

不仅如此，平武还将人才引进政策带到了现场，详细介绍平武区位、人才政策、薪资待遇等相关问题，以灵活而独特的方式将招才引智活动有序推进，吸引广大人才到“熊猫家园”就业创业。

据了解，自去年绵阳启动“三推”（城市形象推广、产业项目推介、特色产品推销）活动以来，“绵品出川”持续开展，绵阳与各方积极开展全方位、多领域、深层次交流合作，为“绵阳造”提供了更加广阔的市场空间和合作机会。此次重庆行活动更是借“三推”之风，以“熊猫走天下·生态进万家”系列活动为特色，在山城重庆掀起了一阵“绵阳旋风”。

数字营销： 小型企业的机遇与挑战

近年来，我国数字经济发展迅速，数字营销为小型企业提供了一个面向广大群体推销其服务和产品的独特机会。数字市场极大地影响了商业世界，在线业务成为了小型企业立足商界的必需品。但创建可靠的互联网营销策略成本高昂，对于小型企业来说，接受数字营销确实是一项不小的挑战。

中国数字营销行业的领军人物马骏告诉我们，“当任何企业决定进军数字市场时，建立好的网站是必要的起点。幸运的是，数字营销的成功让小型企业拥有多种选择，他们能够以可承受的价格开发和维护网站。小型企业可以创建一个时尚且有吸引力的网站，既实现了现代化又能吸引更多客户。数字营销使其网站更具吸引力，并提供良好的用户体验。”

要在数字营销做出成效，要达到数字营销最佳的效果，网站的内容是至关重要的。作为精准营销行业的创新者，马骏结合大数据技术，设计出一种消费者推荐系统，使网站内容具有相关性，并能够吸引正确的受众群体访问网站。小型

企业可以通过他的系统为社交媒体平台创建可共享的内容，并为要共享的内容制定一致的发布策略。网站所发布的内容对客户来说是有价值的，小型企业需要进行推广来吸引更多的客户。

对于小型企业来说，从潜在客户那里推动销售和达成交易是具有挑战性的。推动销售的最佳方式是以最好的方式承诺并帮助企业中的每一位客户。为此，马骏开发了一个营销解决方案。他的方案能以较低的成本为小型企业提供潜在客户预约，扩大利润并增长业务。他的方案还可以获取对消费者行为、品牌感知和创新机会的前沿见解，并做出数据驱动的决策，优化营销支出。通过方案中的数字服务，与客户建立更深入的关系，提高营销活动的有效性。

在当今的数字世界中，采用数字营销战略变得极为必要。与电视、广播等其他传统平台相比，数字营销能够使小企业以更低的营销成本来接触更加广泛的受众群体，让小型企业实现蓬勃发展。

赵梓涵

四川广安：塑造消费场景 释放经济活力

□沈文杰 本报记者 沈仁平

近日，由广安一品天下城市发展有限公司投资建设的“一品天下·广安里”项目正稳步推进。

“一品天下·广安里”项目位于广安市广安区浓洄街道文庙橡皮沟片区临广门路一侧，整体上融合山水景观，配套精品亮化工程，重点引进中高端品牌首店，打造集旅游消费、特色餐饮、高端酒店、娱乐休闲于一体的特色商业街。

据悉，该项目计划总投资约5亿元，占地36.53亩，主要建设星

级酒店1栋（含宴会厅），多层商业7栋及配套的地下室车库、设备用房等。该项目于2022年12月正式开工建设，计划2023年底实现商业街部分主体完工，2024年8月前开街投运。现已与希尔顿、大蓉和、川西坝子、豪客来等品牌达成合作意向，投运后可实现年营业收入1亿元以上，年纳税约1000万元，解决就业约1000人。

近年来，广安市广安区大力实施服务业提档升级战略，充分利用

商务部定点帮扶优势，优化提升营商环境，持续释放消费活力，助力新兴产业快速发展。2022年，全区服务业增加值实现157.2亿元，增长2.5%，社会消费品零售总额实现129.5亿元，高于全市3.2个百分点，完成外贸出口7541万元，同比增长64.1%。全区商贸服务业蓬勃发展，已成为区域经济发展的核心支柱产业。

据了解，下一步，广安区将深度激发消费活力，用好用足中省市区关

于促消费稳增长的系列政策措施，塑造消费场景、引进消费品牌、扩大消费供给。加快能进服务业重点项目，进一步落实重点项目人定责跟踪机制，全方位做好企业服务。做优招商引资，强化“一站式”服务能力，全力抓好从项目洽谈、签约入驻到后续服务的全链条服务工作，确保项目引得来、落地快、留得住。强化主体培育，建立“下转上”“个转企”培育库，全力推动商贸流通市场主体多起来、大起来、强起来。

卡萨帝空调精工品质服务温馨

“随着天气逐渐变热，我趁空调的销售旺季还没到来之前去订购了一台海尔卡萨帝空调，他们很快就安排人员上门安装，细致的服务也让我感动。”成都市民张女士表示。

据张女士介绍，在购买空调后，安装师傅及时打电话预约安装时间。安装的时候师傅还细致地铺上红毯，戴上鞋套才进门，安装采用了海尔环保性强的无尘安装，一举一动都体现出了他们优质的服务。在安装完成后，师傅还耐心细

致地讲解使用和保养常识，并细心地把安装现场打扫干净才离开。

感到十分满意的张女士还将海尔服务全过程发到朋友圈，立即收到了许多的点赞，同时也有朋友晒出了自己购买卡萨帝后享受服务时所拍下的照片。

据了解，海尔管家级的红毯服务是最贴心的服务，也是最精致的服务。工作人员也表示，卡萨帝的宗旨就是领跑服务，把服务做到精致，给用户高端的品质享受。

钟和

