

# 解放碑中央商务区管委会：打造亮眼城市形态 构建一流产业生态

## 全力冲刺重庆首个千亿级商圈

### 关键词

#### 商圈经济成绩亮眼

上半年社会消费品零售总额458亿元、占全区71%；“五一”、国庆两大长假夜间消费规模排名全国商圈第一；截至目前，客流、销售同比增长20%

#### 首店首牌扎堆汇聚

圣罗兰重庆旗舰店、Nike rise西区首店、盒马mini重庆首店等30多个品牌相继开业，e码头、CW“保税展示+跨境电商”新模式率先呈现



中秋、国庆假期解放碑商圈人气红火。

本报资料图片

UNKOWN、文墨超级俱乐部、New Balance UCC等时尚品牌首店扎堆亮相；Gucci、Prada、YSL等国际大牌单店销售涨势喜人；时代广场 Chill Jazz 音乐会等展会精彩纷呈……刚刚过去的中秋、国庆长假，车水马龙、万千霓虹的解放碑全速回归，商圈客流增速排名全国第二，再次火上了各大热搜。

作为重庆最老牌“资格”的商圈，解放碑从停滞滞进的脚步，她的改变，看得见，摸得着——一批彰显地标性的优质载体加速呈现，重庆来福士112万方地综综合体全面竣工，时尚文化城提前封顶，大都会“蝴蝶计划”焕新开启，渝都酒店万豪 moxy 亚太旗舰店进度提速，罗汉寺妙街开街营业；一批昭示风向标的知名机构纷至沓来，中国商业巨头华润强势进驻，福布斯中国重庆会客厅“靴子”落地，时尚芭莎成为战略合作伙伴，“城市合伙人”的朋友圈越做越大；一批领衔时尚潮的首店首牌扎堆汇聚，圣罗兰重庆旗舰店、Nike rise 西区首店、盒马 mini 重庆首店等30多个品牌相继

开业，e码头、CW“保税展示+跨境电商”新模式率先呈现；一批独具辨识度的展会精彩亮相，福布斯中国城市消费发展论坛、解放碑国际消费节接连上演，暑期消费季全国启动仪式、茅台冰淇淋新品全球首发备受瞩目。

今年以来，解放碑中央商务区管委会坚持一手抓城市形态“筑巢引凤”，一手抓产业生态“腾笼换鸟”，内外兼修发力“四首经济”，重塑解放碑一朝天门商圈的“时尚潮”和“国际范儿”，交出了一份亮眼的答卷：上半年社会消费品零售总额458亿元、占全区71%；“五一”、国庆两大长假夜间消费规模排名全国商圈第一；截至目前，客流、销售同比增长20%。

如果说商圈的优势地位、强大的发展潜力是吸引项目落地的“硬支撑”，那么良好的“软环境”则是企业家最终做出投资决定的定心丸。

去年底宣布落地解放碑的中国商业巨头华润就是其中之一。

项目攻坚阶段，已历经了前期10个多月的紧张磋商、至少9轮高级别的谈

判，所涉资金大、单位多、范围广，一度走入了“死胡同”。

面对10大类近30个亟待解决的问题和诉求，解放碑中央商务区管委会迅速扛起属地责任，在服务发展上做加法、在项目提速上做乘法，全程主动做好各项关键节点工作，从建筑风貌到规划调整，从文物保护到品牌定位，一项一项对接协调、一个一个攻克解决，形成了城市更新、政企合作、国资增值等“破局”范本效应，极大坚定了企业进驻解放碑的信心，成就了一段政企共赢的“双向奔赴”。

正如华润万象生活西南大区负责人所言，华润万象生活能在解放碑一朝天门商圈发展最重要的时期，成为商圈焕新的见证者和参与者，实现企业发展与城市共生共荣，这既是商圈发展的需要，也是企业价值的必然选择。

新的时代拉开了新的帷幕，解放碑中央商务区管委会将持续在重大项目上蓄力、在消费升级上发力、在服务发展上助力、在扩大影响上加力，助力解放碑一朝天门商圈迈向更为广阔华丽的舞台。

记者 袁伟

### 解放碑中央商务区管委会 党工委副书记、主任米佳

解放碑中央商务区管委会将聚焦打造最具渝中辨识度的重庆首个千亿级商圈，努力交出渝中高质量发展答卷的解放碑高分报表。一是重大项目提进度、出形象，加速呈现新华邹容项目、大都会“蝴蝶计划”、鲁祖庙等一批解放碑城市更新、产业焕新的经典地标。二是服务发展挖潜能、添动能。着力引导企业投身产业创新、拥抱数字变革、加快转型升级，打造产业协同集聚的中央商务区。三是城市营销增魅力、强引力。高质量策划首届福布斯中国·解放碑论坛和世界知名商圈“城市合伙人”投资对接会，把解放碑打造成国际国内优质资源来渝投资第一站、首选地。

### 遵义市绥阳县来渝中 推介城市价值康养旅居

本报讯（记者 黄清娟）日前，以“洞林秘境·翡翠山水·诗画绥阳”为主题的2023年遵义市绥阳县城市价值暨康养旅居展示交易推介会在龙湖重庆时代天街举行，邀请广大重庆市民到绥阳观光旅游、安家择业和投资建设，共享美食香茗，共赏美景美房，共商创新发展。

据了解，绥阳县地处贵州北部、遵义中部，紧邻重庆南川、綦江，属长江经济带、成渝地区双城经济圈辐射区，是遵义融入重庆的桥头堡，坐拥“双机场”绝佳出行条件，常年平均气温15.1℃，是一座集宜居、宜业、宜游、宜养于一体的发展宝地、康养胜地、投资福地。

据介绍，绥阳极富原乡之美、生态之美、天地之美、自然之美、和谐之美，这里洞、林、山、水、园、泉“资源齐备，溶洞、瀑布、峡谷、温泉比比皆是；山奇、水灵、谷美、物华，处处成景，是浓缩版的“多彩贵州”，先后获得中国诗乡、中国金银花之乡、全国文化先进县、国家生态旅游示范区、全国县域旅游发展潜力百强县等殊荣。

推荐会上，绥阳县分别与我市相关企业签订了涵盖康养产业、旅游地产、农业产业、教育产业等具有一定示范性、带动性项目的合作协议。

据了解，本次推介活动由绥阳县人民政府主办，绥阳县住房和城乡建设局、绥阳县文化旅游局、绥阳县房地产业协会承办，旨在全方位、多维度推介展示绥阳城市价值暨优质地块开发、优质商品房、地方风物、旅游精品线路及其优惠产品，持续推进绥阳县房地产业与文化旅游业、现代服务业融合发展。



扫码关注重庆渝中 APP 图文报道

### 奋力交出渝中经济社会发展高分报表

——我们这样干

## 坚持创新驱动 加快创新成果转化

### 重庆百润信息技术有限公司上榜市政府“重庆市企业创新奖”

#### 敢闯敢干 唯实争先

日前，市政府发布关于表彰重庆市企业创新奖的决定，来自渝中的重庆百润信息技术有限公司（以下简称“重庆百润”）上榜。

网润集团董事长马卫表示，在这个快速变化的时代，只有不断创新才能在竞争激烈的市场中脱颖而出。集团旗下的重庆百润近年来一直致力于创新发展，将创新视为关键驱动力，不断增强创新能力，聚焦新技术、新产品、新模式、新场景，加快创新成果转化和产业化进程，为推动数字重庆建设在渝中落地落实贡献力量。

#### 党建创新

##### 推动党建与业务深度融合

近年来，重庆百润坚持以创新为动力，积极探索党建与业务工作深度融合、互促共进新模式，坚持以“两抓”为抓手，聚力打造“1+x”多融合党建模式，为公司创新发展注入红色动能。

公司通过“1+x”多融合党建模式，即“党建+学习”“党建+业务”“党建+建联”“党建+品牌”“党建+服务”等，让党建与创新同频共振，在工作中推动支部建设，在党建中提升创新能力，把党建优势转化为公司创新优势、竞争优势、发展优势。

#### 应用创新

##### AIGC技术助商家“轻松卖货”

你做过种草短视频吗？作为目前最火的营销方式，一则视频从打磨文案到布景拍摄，从剪辑调整到成片审核，短则耗时一



重庆百润是国内首批应用生成式人工智能技术(AIGC)的科技企业。受访单位供图

两天，多则三五天。

“作为国内首批应用生成式人工智能技术(AIGC)的科技企业，我们率先将AI数字人技术、大语言模型技术运用到营销场景中。”重庆百润相关负责人介绍，现在，商家通过重庆百润提供的AI数字人平台，只需将营销文案输入，便能一键生成数字人短视频，成片过程耗时不到3分钟。

记者在现场看到，这些AI数字人的性别、外貌、语气、动作都能进行精细调整，满足个性化的营销需求。同时AI数字人还能应用于直播带货中，可以实时、顺畅地表达营销文案，还能和观众实时交流。

AI数字人平台上线以来，已经累计为全市500多家商户降低了营销成本，已有超过100个商家通过数字人直播，实现24小时全天候“直播带货”。

除视频营销场景外，AIGC技术目前

还广泛应用在线上咨询场景。此前，不少企业也开发过一些智能客服，但只能提前预设关键词进行模板式问答，客户满意度不高。而重庆百润提供的“生成式”语言大模型产品，只需商家将产品资料提交数据库预训练，客服机器人便能根据顾客问题，进行更富有语言逻辑的应答，可为企业提高顾客留存率30%，降低人工成本10%。

#### 技术创新

##### 让建站搭积木般简单

重庆百润每年要为上千家企业搭建网站，如何让网站搭建更好更快更简单？公司在这类传统业务上也有所创新。

公司自主研发了一套可组式智能网站建设系统，提供可视化设计器及管理后台，让网站搭建的过程变得像搭积木般简

单，让用户不需要懂代码便可随心DIY。这套系统将网站建设拆成了多个模块，预置了海量的模板、插件、功能，再像搭积木一样快速搭建好网站，建站周期从15-30天缩短至2-3天，费用也大大降低，真正实现了低成本、高效率，助力企业提升品牌，做好互联网全场景营销。

#### 模式创新

##### MCN平台孵化本地网络达人

近年来，重庆吸引了一大批想要在内容创作领域大展拳脚的人。“帮助这些内容创作者实现内容变现，促进社会创新、带动社会就业，既是企业发展的现实需要，也是企业义不容辞的社会责任。”马卫说，重庆百润通过引进百度“度量星选”模式，成立了内容创业基地和MCN机构。借助百家号重庆中心平台，平均每月能实现超过2亿的分发量。

一大批内容创作者通过机构，与企业实现链接，获取广告订单。据百家号重庆中心数据显示，中心现有超过1000名签约达人，部分网络达人还与国内知名品牌实现了长期合作关系。

记者 刘侃



扫码关注重庆渝中 APP 图文报道

### 高铁上为什么没有E座

经常坐高铁的朋友可能会发现一个很有意思的现象：高铁的座位编号有A、B、C、D、F，却唯独没有E。为什么会出现这种情况呢？

在探究这个问题之前，我们需要知道高铁的构造。中国高铁采用的是标准轨道，也就是间距标准为1435毫米的铁路轨道，这也直接决定了高铁的运力。

通常来说，高铁的长度约为209米，车体宽度为3.36米，车辆高度为4.05米，编组形式为8辆编组，定员为556人。由于飞机比高铁更早面世，所以形成了以飞机为参照物的“国际惯例”，因为早期的飞机大多是单通道，每排有6个座椅，分别是A、B、C、D、E、F。其中，A和F表示靠窗，C和D表示靠走廊，B和E则表示中间位置。

但是，高铁的内部空间没有飞机那么宽敞，如果既要在中间留出一条宽约1米的过道，又要在每一排设置6个座位，会使内部空间变得非常拥挤，影响乘客的乘坐体验。如果只在一排设置4个座位，固然提升了舒适度，却造成了空间资源的浪费。

因此，高铁做了折中处理，采取“3+2”的模式，在二等座车厢，每一排设置5个座位，一边为3个座位，对应着A、B、C三个字母；另一边为2个座位，只有靠窗和靠过道，没有中间位置，故而对应对应着D、F两个字母。

值得一提的是，一等座车厢采取的是“2+2”模式，即两边都是两个座位，没有了中间位置，因此B和E同时被取消，只剩下A、C、D、F。

