



# 安徽寻找

详见 B4/B5

### 新

# 丝绸之路

中国古代，西汉年间的一条「丝绸之路」，让全世界都认识了中国商品。这条由张骞出使西域开辟的以长安（今西安）为起点，经甘肃、新疆，到中亚、西亚，并连接地中海各国的陆上通道，直接演变为后来欧亚大陆之间的贸易大道。

而在经济全球化的今天，各国都在加快合作和发展。处于中原的安徽，如何打通内贸「血管」，让更多的商贸资源在各个区域板块之间合理流动？安徽的政府部门正在思考，而安徽的企业正在做更多的尝试……

由依靠外需向依靠内需转变，由依靠投资向依靠消费转变，由依靠政府投资向依靠民间投资转型。安徽响应全国的促进消费的一场「双百」活动，或将开启一条属于安徽的「新丝绸之路」。



## 新徽商 新梦想

从1989年迈向北京打工的木匠到身家数亿的房地产商，再到转身回乡开发枞阳浮山风景区，枞阳人施忠民每次转型看似风险重重，却又顺理成章。

从来不相信运气的施忠民成功了。他的睿智、热情、沉稳和敏锐，既有着新徽商的品质和高度，也有着对世态人情的准确把握。22年的时间，个人际遇竟发生了如此变化，可以说，从施忠民身上折射着这个时代的荣光，按照他对成功的理解，“一个是眼光，一个是勤奋”。

详见 B3



## 商业发展需更注重挖掘文化内涵

上海交通大学中国商业发展研究所副所长  
《第一财经周刊》特约撰稿人 方宝庆

### 大腕点金

我国商业发展正面临同质化严重。目前国内商业发展一味追求品牌和档次，造成商圈自身“风格”缺乏。我一直致力于城市商业规划和发展方面的研究，也接触过很多的城市发展案例，总的来看，商业发展必须注重文化内涵，提升商业的文化品位，这样才算是有特色的商业。

商业地产跟地产商业是不一样的，绝大部分开发商他们的思路是地产商业。他把房地产的开发当做首要手段，以销售为手段，实际上开发商并不想做运营，所以地产分两个行业，到底是地产商还是运营商。全国的商业地产集团做到把地产跟运营完全画上等号同步推进的很少很少，绝大部分的开发商都是以地产为主，商业变

成地产的配套，这样情形之下的商业地产是很难发展的，也很难运行，难度很高。

从我对合肥的了解来看，经过区域调整之后，合肥已经成为“大合肥”，虽然人口只有700多万，但已成为一个大型城市。但是我简单统计了一下，以合肥市中心不算太大的范围，有25个大型商业体，可想而知，竞争还是很激烈。更何况，这些商业体绝大部分都是百货专业、百货本体所成立的百货型购物广场，业界的冲突竞争会逐渐增大，最终他们就会越来越缺乏特色，走向“同质化”，并可能引发恶性竞争。所以，我认为商业地产会快速饱和，主要原因是因为商业地产和房地产不一样，商业地产必须在城市的核心，在城乡的郊区，招商跟后期运营上的难度都比较偏大。

大家可以关注到，这3年里，全国前20强的房地产商，有70%在做商业地产，另外30%在做旅游地产。在这样的城市环境下，很容易就会趋于饱和。未来3年，合肥应该发展休闲产业，按照合肥目前既有的资源，不管是水库资源、景观资源、温泉资源，都应该集聚起来，成为未来生态旅游城市的重要内容，而不能完全放在商业地产的发展上。

好比说在台北，商业发展展示的不仅仅是这个城市的形象，而是整个台湾地区各地的特色，包括旅游生态、地域文化。同样，合肥作为安徽省会，它应该站在全省的角度，展示出全省的特色，如黄山的旅游文化、皖北的白酒文化等。