宋鸿兵 《货币战争》作者

美国商务部的一份报告显示，美国近35%的GDP（5万亿美元）来自知识产权密集型行业，这些行业直接雇佣着大约2700万人，并支撑相关行业的大约1300万个就业岗位。IP密集型行业构成美国货物出口总额的大约61%，即7750亿美元，其平均工资要比其他行业高出42%。知识产权已成为美国经济核心竞争力之源。

李书福 吉利集团董事长

民营企业是市场经济竞争当中最有活力的，最有斗志的，最有创造性的，也是最负责任的、真正有理想的民间力量，应该得到充分的肯定，为中国提供更多的帮助，做出更大的贡献，国家应该把更多的任务让民营企业去承担，不要怕民营企业这个干不成，那个也很困难。 （凤凰网财经）

市場星報

百场展销三成卖的是农产品

“区域性综合市场”呼之欲出

记者 王玮伟/文 倪路/图

3月31日，安徽正式吹响了“消费促进月”的号角。

虽然是商务部的要求，全国的统一行动，但是，安徽正在举办的百场消费活动，充分体现了“安徽特色”，徽菜美食、安徽特产、旅游文化、民俗风情……应有尽有。4月10日，记者从省商务厅“双百”活动组委会了解到。

这次活动意图达到的，就是通过征集各地市的活动，寻求地方的产业特点、消费规律，为安徽建设区域性综合性大型商品交易市场体系提供必要的“依据”。

数字背后：皖北煤炭皖南的茶

对于省商务厅流通处的一次拜访，让记者也饶有兴趣地为“双百活动”做起了“算数题”：总计111场活动中，有33场都是农产品的展现活动（包括特色农产品在内）；其次，为旅游综合文化活动21场，家装建材展览12场；其他几个类别汽车、餐饮、家电等活动场次虽然不多，但是其展销成交量不容小觑。

都是由地方报送，为什么百场活动会呈现出如此特色？那是因为，安徽的工业经济发展势头强劲，已形成装备制造、能源、汽车、原材料、家电、农副产品深加工等支柱产业。知名企业也有奇瑞汽车、江淮汽车、合力叉车、马钢、铜陵有色、海螺水泥等。

在农业资源上，已经初步形成了沿淮江淮丘陵和沿江水稻、淮北沿淮小麦、淮北和沿淮玉米、沿淮淮北大豆、长江流域双低油菜、淮北饲料玉米、皖东北优质花生、皖南皖西名茶、黄河故道优质水果等优势产业带；矿产资源已发现有用的矿种158种（含亚矿种），已探明储量的主要是淮南、淮北的煤炭、石煤、泥炭、温泉等；旅游资源更是丰富，拥有天下第一奇山黄山、中国四大佛教名山之一九华山、雄奇灵秀“古南岳”天柱山、中国四大道教圣地之一齐云山。

而这次的百场活动，还把具有地方特色的梨花节、桃花节、龙虾节、文化节等选入其中。

“磁场效应”：一场会展吸金数亿

会展经济，已经成为“安徽消费”不可或缺的“推动力”。

正在安徽国际会展中心展出的第六届中国坚果炒货食品博览会，随着其规模、影响、成效等各方面的不断扩大，已成为行业内的品牌展，从第三届便开始吸引来自海外的关注。

先后参与过多次炒货展工作筹备的吕万宝说：“会展一直有着‘城市经济助推器’的美誉，接连参加的几届炒货展，人气一届比一届旺、接的单子也是一届比一届多，前五届的炒货展共实现25逾亿元的成交额，人流量也累计达到11万人次。”而这一届报名参加的参展企业已达到523家，比上届增加近25%。

而记者从安徽国际汽车展览会组委会了解到，第七届安徽车展展出总面积超过了8万平方米，现场售车超过3800多辆，销售额超过了7亿元人民币，同时还有近二千辆各款车型有了预约客户。几乎所有大家耳熟能详的海内外汽车品牌都在安徽汽车展亮相，民族品牌联袂登场……即将开办的第八届车展，规模将更胜以前，组委会负责人介绍。

而在这次百场消费活动中，像炒货展、汽车展这样的活动达到十场以上的规模。

安徽方略：欲建“区域性综合市场”

百场消费活动，最终将达到什么样的效果？或者，在2月7日的安徽省商务工作会议上，省商务厅厅长方西屏，已用“安徽商贸”发展线路图作了回答：

安徽，将建设区域性综合性大型商品交易市场体系，支持在合肥、阜阳、六安、滁州、安庆、芜湖等地，新建或改造一批分别面向皖中、皖北、皖西、皖东、皖南地区乃至辐射中部、长三角的区域性大型综合交易市场；

建立畅通农产品流通体系，认真贯彻国办加强鲜活农产品流通体系建设的意见，重点推进合肥、蚌埠、阜阳、池州等地一批重点农产品批发市场建设工程，加大农超、农企、农校对接力度；完善城市商品市场体系，提升芜湖、合肥、马鞍山等一批城市商圈和特色街区，推进淮北、阜阳、六安等市商贸服务示范区试点；健全农村商品市场体系，继续实施“万村千乡”市场工程，行政村覆盖率达到80%，只辖一个县的市覆盖率达到100%，新建农村市场日用消费品和农业生产资料连锁农家店1000家；

建立再生资源回收和专业市场体系，指导合肥、马鞍山、芜湖、黄山等市推进国家级再生资源回收体系建设试点。

安徽市民将拥有的是15分钟便民服务圈、三年内，全省城市商贸服务业发展示范区将实现“放心肉、放心菜、放心店、放心早餐、放心家政”等“五位一体”放心工程100%建设率。届时，每2000人左右的居民区设立1个统一、规范的早餐店；每2000人左右的居民区将设立一个家政服务企业经营网点，每3000人左右的居民区设立一个“放心店”，肉品冷链运销率实现100%。

由外需向内需 由投资向消费 由政府向民间

安徽：寻找“新丝绸之路”

国际经济危机还在持续，全球经济步入重大转型时期。当中国进入继建立社会主义制度、计划经济向市场经济转型后的第三次转型时期——发展模式的转型之后，安徽新的经济增长动力在哪？

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的商品。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，而安徽的企业们正在做更多尝试……

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”。

相关链接

一个主妇的“双百”账单：

家电省千元 买蔬果或免单

安徽的“双百”（百家品牌展销、百场消费促进）活动，究竟能给老百姓带来多大“实惠”？

4月1日，省城杨女士在苏宁电器买了三洋洗衣机、美菱电冰箱、长虹电视（总价8597元），而因为享受活动“特价”，她只付了7117元。“足足便宜了1480元。”杨女士说。

而4月3日，爱购物的杨女士又得到了“实惠”。她在商之都买了2套春装，763元的总价，因为折扣“满300减160”，所以只付了443元。

听说参加“双百”促销活动的店家很多，因此，杨女士还准备把这些“优惠”继续下去。

专家观点

经济转型的关键

——国务院发展研究中心资源与环境政策研究所副所长李佐军

中国经济转型的关键有两个：一是制度改革，二是指导思想。或者说，我们的发展目标或目标结构要转型。从制度方面来说，政府要向服务型政府转型，市场要向现代市场转型，企业主体结构要向民营企业、中小企业、非公有制企业转型，政策要向促进市场增长方向转型，法制要向现代法治转型，文化要向塑造与时俱进的主流文化转型，权力配置要向优化型配置转型，改革方式要向真正为多数人服务的方式转型。

企业转型需政府大力支持

——经济学家郎咸平

中国消费正面临着前所未有的情况，通货膨胀造成的购买力下降，超过八成的居民将会减少消费，另外少部分人利用制造业危机下的逃避资产，将投资高端产品。未来中国或面临着高端火爆、中端萎缩、低端火爆的M型消费模式。对此，企业应做好定位和应对之策。经济发展不能只看产值，否则不可能完成转型升级。而企业在转型升级的过程当中需要政府的大力支持，包括降低税率、做产业链的整合等。

一个市的消费量还比不上一个区

安徽欲规划“商贸新版图”

记者 任金如/文 倪路/图

4月11日，处于合肥经开区的安徽国际会展中心又恢复了昔日的宁静。如果不是刻意关注，任何一个路人都不会知道，这里刚刚举办过一场大型的畜牧业展览。来自全国的近600家企业在这里停留了三天，其中包括了哈药集团、泰国正大等知名企业。会展间歇，商家们总在急急忙忙地交换名片，而闲谈的话题常会围绕一个主题：如何在资源丰富的安徽更好发展。

最热门的目的地无疑是合肥。这个安徽商贸中心地已显示出实力，其2011年社会消费品零售总额，庐阳区的总量都超过了地级市——铜陵。安徽能否继续其快速转型之路，打造“中原的苏黎世”，或许直接取决于三个问题的答案：安徽能以多快的速度重新自我定位，充分发挥区域优势迎合市场？企业能否应对一个更加国际化的客户群？以及监管部门是否能保证整个市场的清誉？

区域差异：区消费赶超地级市

作为拉动经济增长内生动力的消费，兼具保增长和调结构的双重作用，在2012年被寄予厚望。而要着力扩大消费需求，加快构建扩大消费的长效机制，各个地区老百姓的消费能力、收入水平，以及是否有完善鼓励居民消费政策，是首先需要关注的问题。

安徽老百姓的消费水平究竟如何？已出版发行的《安徽省地图集》做了部分“说明”：安徽的城镇居民，平均每一百户家庭，拥有的移动电话数是158.19部、彩电数140.02台，也就是说他们每个家庭至少能拥有1台彩电和1部电话。但是，电冰箱、淋浴热水器的拥有量，却是“不达标”，少数家庭并没有这个配置。而家用电脑、家用汽车、健身器材以及钢琴的拥有量更稀少。

每百户城镇居民家庭只有276辆家用汽车。

相对于城镇居民，农村居民家庭能拥有的更少。移动电话、彩电、自行车的拥有量，勉强“及格”，达到每户都有的水平。但是，洗衣机、电冰箱、热水器这些生活的“必需”家电，安徽农村居民家庭只有一半家庭才有。由此可见，安徽人最“青睐”的，依然是与居民生活密切相关的基本生活类商品。

而各种消费品总数的累加，作为合肥乃至全省传统商业中心的庐阳区，2011年完成消费品零售总额267.78亿元，与省内地级市相比，仅次于芜湖、安庆、阜阳、六安和蚌埠五市。正在慢慢拉开差距的地区消费差异，说明了什么？是商业水平的参差不齐，还是只是地区人口数不同导致的后果？答案，显然是前者。

地标意义：每个市的独特资源

4月10日下午，出席“2012年中国国际太阳能及光伏产业博览会新闻发布会”的戴传裕略显兴奋，虽然他已是商务厅机电和科技产业处处长，可他自己也没有想到，安徽省一直想举办的光伏产业博览会，竟然是苏浙皖三省的行业协会牵头办了起来。

而选择合肥作为博览会的举办地，他认为理所当然：“虽然苏浙皖光伏产业集群已经形成，但合肥拥有亚洲最大的会展中心，会展业发展迅猛。目前，合肥的太阳能及光伏企业有近百家，经销商有近千家，涌现了一批好的企业，如晶澳、赛维、海润光伏、阳光电源等。今年，省商务厅也成立了三大产业服务组，其中之一就是针对光伏产业。”安徽正努力为太阳能及光伏产业企业提供最好的发展环境，他说。

同样是4月10日，一场盛大的食品工业盛会，在淮北落下帷幕。

虽然提起淮北，人们更多的印象是“煤炭工业为主导的传统资源型城市”，可淮北立志做“立足黄淮海、面向长三角的现代食品工业名城”。“首届中国淮北食品工业博览会”的举行，就是一次实力的展示，吸引了来自美国、瑞士、俄罗斯、韩国、法国以及全国30个省市900多家企业参加，展品涵盖粮油、休闲食品、食品配料、酒和饮料、保健品、肉食品深加工、土特产以及食品包装、食品加工机械8大类。4月8日开幕式当天，就吸引了近50万市民前去参观购物。

安徽每个市都有自己的优势产业，如何利用好这些产业，进行“市场”和“产业”的无缝对接，是这次安徽“消费促进月”欲寻找的答案，也是安徽今后努力的方向，4月10日上午，省商务厅“双百活动”相关处室负责人透露。

安徽实践：推动消费的“两只手”

安徽欲借“双百活动”，寻找各个地区的消费规律，从而完成“市场”和“产业”的有机结合，而作为这个市场的主体——企业，如何看待安徽商贸的2012？

宏观经济增速放缓以及通胀，消费信心受到一定影响，公司自去年下半年特别是第四季度销售增幅有所下滑，今年公司仍将面临整体消费市场增长放缓带来的压力。作为安徽区域市场零售龙头企业——合肥百大集团，其“掌门人”郑晓燕在公司2011年年报中点明。

安徽百货市场多元竞争格局日益显现：一批知名百货连锁企业核心商圈网点陆续建成运营，网点布局进一步向次商圈和二、三线城市下沉；超市业态维持高强度的充分竞争态势，内外资知名超市企业继续加强连锁网络扩张，网点资源争夺和数量不断加剧，单体门店有效覆盖范围缩小，竞争成本和续租难度加大……

作为服务企业的政府部门，应扮演何种角色？根据省商务厅此前制定的全省商务发展“十二五”专项规划，未来5年，全省培育年销售额超1000亿元的商贸流通企业1家，超100亿元的企业10家，超10亿元的企业100家和10家左右上市企业。目前，全省已实现上市的商贸流通企业有2家，分别是合肥百货和辉隆农资公司。

消费“市场”的发展，最终需要靠企业发展和政府引导“两只手”。上述商务厅负责人认为，从暂时来看，依靠几家企业来完善安徽的消费市场体系，还是不太可能，所以需要政府扶持更多的商业流通体系服务项目，如“来购”社区便利店就是很好的尝试，预计到今年年底，就有五十家“来购”便利店进入合肥市民的日常生活。