

# 安徽平均 18 人即有一辆汽车

## 《经济蓝页》称：旅游、日用品等消费要成我省政策刺激重点

我省消费出现趋缓迹象。统计显示，一季度，全省社会消费品零售总额 13.5% 的增幅，为近八年来同期最低。省经济信息中心昨日发布的《经济蓝页》描绘了我省促消费的“蓝图”：在大力挖掘农民工消费潜力的同时，消费刺激政策也应重点“关照”旅游等经常性消费。

### 趋势：农民工将成消费“主力军”

我省农村居民消费拉动力在逐渐放大。数据显示，2000 年，安徽城镇、农村居民人均年消费支出分别为 4232.98 元和 1321.5 元，城乡居民消费比为 3.203，而到了 2011 年，该比率变为 2.659，农村居民人均生活消费支出达到 4957.29 元。

一项调查也显示，“90 后”农民工收入用于消费的比已超 50%，明显高于“80 后”和“70 后”，且主要集中于快餐、服装和电子产品等大众消费品。

为此，专家称，在收入不断攀升的背景下，农民工消费将更前卫、时尚，也将更追逐品牌消费。而目前，我省农民工返乡创业和就业趋势明显，“农民工消费群体要高度关注，并大力挖掘其消费潜能”。

### 政策：旅游等消费应成刺激重点

“适当的消费刺激政策，必然能激发消费者的消费欲望”，专家认为，虽然我省城镇居民人均可支配收入只有全国的 85.3%，但消费水平却已接近全国平均水平。以汽车为例，至去年底，全省平均每 18 人就拥有一辆汽车。

如今，我省消费如何“抢跑”？对此，专家建议，未来，我省消费政策的着重点应集中于经常性消费，如旅游消费、日用品消费、文化消费、保健消费、餐饮消费等，并结合实际出台针对性较强的消费刺激政策。

值得一提的是，专家称，要鼓励非银行类金融机构提供消费信贷，这也就意味着，买车贷款不一定要去银行办理，一些汽车金融公司也可搞定。李红梅 刘爱华 记者 丁林

### 微言堂

#### @正和岛

正和岛官方微博



英国有位作家说：“富者能忍保家，贫者能忍免辱，父子能忍慈孝，兄弟能忍意笃，朋友能忍情长，夫妇能忍和睦。”可见，“忍”不是心头的那把刀，而是刀下有颗心！其实，有时候成功的秘诀只有一句话，那就是能够忍住一时之气，苦撑到底。

## 皖北资源型城市如何走？省经济研究院建议：阜阳要成为皖西北发展“引擎”

淮南、淮北、阜阳、宿州和亳州等皖北五市拥有丰富的煤炭资源，但同样也面临着可持续发展的瓶颈。这些资源型城市该如何走？省经济研究院专家近日指出，不单要发展接续替代产业，单纯的工矿城市更要向多功能的综合型城市转变，尤其是阜阳要成为带动皖西北发展的引擎。

### “两淮”煤矿最多可再采 15 年

专家指出，目前，淮南和淮北已进入矿产资源开发的成熟期，资源保有量大量减少。数据显示，到 2010 年底，淮南和淮北的煤炭剩余可采储量分别为 4.7 亿吨和 4.56 亿吨，可采年限都不超过 15 年，面临着煤炭资源枯竭。

尽管阜阳、宿州和亳州资源开采处于增产稳产期，成为新兴的资源型城市，但三市经济总体实力较弱，人均 GDP 均不到全省的 60%。城镇化率均在 30% 左右。

### 从资源城“滚动”到非资源产业

如何避免走“矿竭城衰”的资源型城市老路呢？

专家指出，对于“老牌”资源城市淮南、淮北，要大力发展接续替代产业，如打造煤—电—化、煤—电—铝、煤—电—硅—光伏等产业链等多联产之路。

而对于正处于建设或开发的初期阶段的新兴资源型城市，专家建议，一方面要提高资源综合利用水平，其次，要充分用资源开发积累的资金、技术、人才等，滚动式带动其他行业的发展，逐步把重点转移到培育非资源型产业上，从根本上改变产业过于单一化的状况，及时跳出“矿竭城衰”的轨迹。

### 阜阳要成为皖西北“引擎”

对于上述城市城镇化水平较低的问题，专家也指出，要着力加强城镇和园区基础设施建设，提升综合承载力，增强集聚人口和产业的能力，壮大城市规模。

“尤其要大力推进阜阳区域性中心城市建设，力争在较短的时间内使之成为带动皖西北发展的有力引擎。”此外，对于具有一定开采前景的矿区，专家建议，应合理布局，适度发展配套产业和矿业服务产业，积极发展为功能完善的城镇。记者 丁林

#### @俞敏洪

新东方教育集团有限公司董事长



中国从来没有过商业文明，所以我们要先理解什么是商业文明才能建立它。文明无所谓新旧，是永远不过时的底线。商业文明包含信息公开、资源共享、政府公正、交易公平，这一切都是说话算数即契约精神，一切都是回归到做人做事的基本常识和底线。

## 省城银行理财产品现超 9% 高收益率

### 理财师提醒：不能单看收益率，还要看是否为保本型

星报讯(记者 张华玮) 一场高收益率理财产品的“揽储大战”日前正在省城合肥上演。记者昨日走访多家银行了解到，各银行多数短期理财产品收益率都达到 5% 至 6%，部分银行的短期低门槛理财产品收益率超过 7%，甚至有银行推出了收益率超过 9% 的理财产品。

据业内人士透露，不少银行推出的高收益率理财产品，数十亿元的额度，通常一小时内就能售罄。

“说实话，这确实有点疯狂。”合肥一家股份制银行高管向记者表示，“两

周前，我们还做过调查，年化收益率达到 5% 的产品，在市场上并不多见，那个时候达到 5% 就会因收益率过高而挨批评，没想到这么快收益就提到了 7%。”

据省城一家股份制银行的理财师透露，短期限理财产品要想得到如此高的收益，按照一对一匹配的模式很难做到，只有两种可能，一是投向原有的多对多资金池；二是直接将资金用于银行间市场拆借，银行也可以赚点差价。

长江证券的投资理财分析师周一表示，近期收益较高的理财产品大多是短期产品，一般所称的收益率指的

是年收益率而非实际收益率，实际收益是基于实际持有时间的。“以周期为 33 天、年化收益率为 6% 的产品为例，其实际收益率仅有 0.5% 左右。比如你投入 10 万元，一个月到期后，实际收益仅有 500 元。”

周一建议道，“如果为了去购买短期理财产品而提前中止未到期的定期存款或保险产品，那不一定划算，投资者最好先算清楚这笔账再出手。市民购买理财产品时，不能单纯看收益率，还要看清自己所购买的产品是否为保本型。”

#### @鲁政委

兴业银行首席经济学家，市场研究总监



资金本性逐利，哪里赚钱去哪儿！2007 年前 PE 争相进实体中小企业，2011 年后脱实向虚严重，何以？实体(大众所谓“实体”其实主要是可贸易的工业，而医疗保健、食品饮料、金融服务等不可贸易的服务领域仍可)不再赚钱，就是所有汇率高估经济体都出现“产业空心化”使然。

到公司的企业文化和管理文化中，本次活动的主要课题，就是要发掘宣酒在迈向成功的过程中如何实践德鲁克思想。

为期四天的交流活动，就如何培养卓有成效的管理者的话题进行了专业和深入的探讨，德鲁克学院荣誉院长杜绍基和宣酒集团董事长李健、党委副书记胡益民、行政总监迟有飞分别进行了主题演讲，活动现场气氛活跃，与会者一致认为这是一场“思想的火花不断碰撞的盛宴”。刘志刚

## 德鲁克学院走进宣酒 向客户学管理

通过培训，宣酒员工的工作积极性与主动性得到了极大提高，进而确保了企业持续快速的发展。董事长李健发明的 6E3S 管理手册，成为促进宣酒管理的重要成果。与此同时，宣酒的管理实践还引起了德鲁克管理学院的高度重视，不仅将宣酒的实践收为其教学案例，还邀请董事长李健在第七届中国彼得·德鲁克高层

管理论坛上分享，引起了很多与会会员前往宣酒集团进行实地考察的意愿。

据德鲁克学院院长董慰女士介绍，此次交流活动就是让学院的眼光转向客户，走进客户，向客户学习管理。今年的活动之所以选择在宣酒举办，是因为宣酒是德鲁克思想实践的榜样企业之一，已经将德鲁克思想植入

2013 年 6 月 25 日，中国最具权威的管理培训机构——北京“彼得·德鲁克管理学院”50 多名专家学者和企业界管理人士走进宣酒，举办了为期四天的“向客户学管理”——德鲁克实践榜样企业交流行活动。

近年来，宣酒集团全面引进彼得·德鲁克的管理思想，用先进的管理理论和智慧来指导企业的发展实践，将德鲁克的培训课程直接引进企业内部，不仅对中层以上管理人员，同时还对广大经销商的管理人员进行系统培训。