红水河旁：标杆建筑装点“美丽来宾”

本报记者 吴礼明

红水河是广西壮族自治区来宾市的一条主要河道。

2013 年 5 月 18 日，当早晨的朝阳普照在红水河流域时，广西嘉美房地产开发有限公司董事长、来宾市湖南商会会长、来宾市政协常委李星怡和应邀的 300 多位嘉宾们正在举行“嘉美假日广场盛大开盘”典礼，仰望天空，今日的阳光格外灿烂，使李星怡和嘉宾们胸前佩戴的大红花显得格外鲜艳夺目，好像更多地领受到了太阳的恩泽。

红水河流域是壮族及瑶族聚居地区。为了把太阳的光辉更多地洒向红水河流域，2002 年 12 月 28 日，经国务院批准，就在这个红水河旁设立了地级市——来宾市，现辖象州县、武宣县、忻城县、金秀瑶族自治县、合山市和兴宾区“四县一市一区”，全市人口 256 万，壮、瑶等少数民族人口就占 75%。李星怡作为一个湖南籍外乡人，不仅见证了来宾市发展，而且更为来宾市增添了一抹秀色：她用自己的智慧为来宾市打造了一座“城市标杆”建筑。

李星怡对本报记者说：“我的追求目标就是让‘嘉美假日广场’成为来宾市‘城市标杆’。”

如今，李星怡的梦想正在变为现实。

标杆作用支撑商业潜力

5 月 18 日，花团锦簇，彩旗飘飘，锣鼓喧天，一排排大红气球高高地飘扬在来宾市轴心地段上的“嘉美假日广场”周围，使这座“城市标杆”建筑不仅集聚了更多的人气和喜气，而且也集聚了更多的财流和物流。

2013 年商业地产开发持续发热，从一线城市逐步蔓延至二三四线城市，各类开发商纷纷涉猎商业地产，众多新商业项目不断涌现，谁最吸引眼球？谁最具投资价值？谁将引领来宾一个新商圈的诞生和发展？

中国著名商业地产营销策划专家、清华大学客座教授刘永华认为，嘉美假日广场地处来宾市核心商圈，无可复制，从开发规模、地理位置、美誉度、创新能力、商业潜力、影响范围等方面来看，嘉美假日广场皆具有广泛的标杆作用和代表性，是 2013 年来宾最具投资价值物业。

刘永华认为，来宾已进入快速发展时期，新增的城市化力量，一定是新鲜而活跃的城市因子，城市文明将进入更加精彩、更加活跃、更加多元化的发展阶段，商业文明也必将会因为这些活跃因子的加入，达到来宾历史上从未达到的高度。来宾将是一个被活力、创造、消费充盈着的城市，一定非常精彩灿烂。嘉美假日广场会带来更多的品牌、更多的商业模式、更多的商人进入来宾，同时，将帮助来宾提升经济快速摆脱外源性增长模式，进入发达成熟的大创业、大消费、大休闲的内源性增长时代。

南宁女企业家协会会长说，来宾这几年实施了一批重大基础设施和城市开发项目，城市化水平得到了快速提升。同时把发展商贸服务业与城市开发建设紧密结合起来，科学规划、统筹布局，同步实现来宾商贸服务业崛起、城市功能完善、居民生活质量提高。放眼国内级综合体，嘉美假日广场皆占据来宾城市中央核心商圈优越的地理位置，充分利用自身项目定位与周边资源，使嘉美假日广场形成了一个时代的典范。

在开盘现场，记者看到一位老妇人就一次性交款买了一套二室户的房子，她说：

“在过去的几年里，传统投资渠道表现疲软，商业地产市场投资却逆市飘红，许多投资者纷纷把眼光转向三四线城市，大量资金流入商业地产投资的市场中。在来宾，随着住宅市场的日渐饱和，投资客纷纷把眼光投向了商业地产，认为商业项目相比住宅更具投资价值，升值空间更为巨大。因此，尽管我女儿在国外，我也来购买了一套。”看来嘉美假日广场名符其实备受追捧。

据记者观察，嘉美假日广场开盘当天，就成交了 50 多套商住房。

特色规划突出投资价值

嘉美假日广场位于来宾 1 分钟生活圈内，据行内专家评估，处于来宾商业核心地段内的物业对来宾城市发展的影响最大，升值潜力也最为突出。

李星怡说，嘉美假日广场重点是打造商业气氛，特色的商业规划是项目的点睛之笔，也是来宾市民和业内人士眼中最具投资价值和最具商业增值潜力的亮点。

李星怡介绍说，作为商用住宅，嘉美假日广场硬件设施要求要高出普通住宅和公寓，对于楼宇的设备、设施、消防、保安、网络及信息方面都要满足商用需求；还有配套设施，如大型百货、生活超市、特色酒家、商务服务，金融、票务、邮政、会议、洗衣、快餐厅，都能满足业主的基本商务要求。

刘永华认为，商业中心的形成，往往需要明星店、旗舰店的带动，嘉美假日广场目前已吸引了 KFC、大地影院、新梦之岛等众多国际国内品牌商家的集群进驻。未来的商业潜力，都能为未来业主提供极为稳定的投资回报。这些都是置业者需要考虑的因素。

“如果我们做商业地产项目，除了地段还是地段。地段决定了一切！自古以来就有‘一步差三市’的说法”，李嘉诚曾这样多次告诉他的高层人员。

李星怡认为，商业地产投资的关键是地段必须邻近城市的商务中心区域。在这个区域内商务氛围浓厚，利于各类大、中、小型公司之间的业务往来。嘉美假日广场有强大的商业、贸易、科技背景，以人才储备、就业机会为支持，交通方便，人流旺盛，是来宾市商务首选的成熟商圈。

城市化时代将使来宾城市变成最具活力的商业市场，根植于这个时代的商业地产嘉美假日广场，不仅使消费者具有投资价值，而且为建设“美丽来宾”也规范了很多文明。

震后茶马古道的危与机

肖夏/文

突如其来的芦山地震给雅安 50 多亿元的涉茶产业带来考验，但随之而来的关注也成为机遇。

雅安是全国最大的茶叶产地之一，产量占到四川全省的四分之一，也是藏茶的最大供应基地。雅安亦是川藏“茶马古道”的起点。

离芦山地震发生已半月有余，宝兴县海鑫茶业的新厂区依旧空荡。4 月中旬刚刚落成的近 5000 平米新厂房，在 4 月 20 日那天被震得失去模样：办公楼刚刚装修完成的外墙震落，水泥墙体裸露在外，钢架结构的厂房地面参差不齐，一人多高的砖墙整排倒向隔壁的田地。地震后的一周多时间里，胡明旭一边将厂区和茶场的受损情况汇报给老板张海鑫，一边等待着房屋鉴定专家的到来。

直到“五一”小长假，一度被困在山外的张海鑫回到雅安宝兴县，带领着员工回到受损的旧厂房，这家雅安最大的有机茶生产商才终于恢复生产。“五一”过后，在地方政府的引导下，包括海鑫茶业在内的雅安茶企正努力恢复“茶马古道发源地”应有的忙碌。

5 月 7 日，雅安市农业局特色产业中心主任周开元向本报记者介绍，蒙顶山茶产地名山县的茶叶生产已经基本恢复，尽管受灾严重的宝兴和芦山茶企也有部分复工。包括生产边销藏茶、蒙顶山茶以及有机茶在内上千家大小茶企正尽可能地抢收、筛选和加工鲜叶，试图尽快走出地震减产的影响。

经历过汶川地震的雅安茶业近年来转型呈现出多样化的面貌：产业化生产和区域品牌成为政府主推的发展方向、藏茶生产在传统藏区与汉族市场之间徘徊、部分企业放弃线下开展电子商务。

同时也很难忽视的是，传统国营生产体制、农户粗放式散种以及茶叶品种繁杂对雅安茶叶发展产业化形成了制约。突如其来的芦山地震给雅安 50 多亿元的涉茶产业带来考验，但随之而来的关注也成为机遇。

上千茶企受灾

张海鑫原计划 5 月投产的新厂，寄托着产量翻番的希望——以干茶叶计算，海鑫一年可以采摘 50-60 吨，新厂建成后计划把这个数字提高到 400 吨。但地震的到来打乱了所有计划。

宝兴县是雅安最大的有机茶生产区。在灵关镇附近的山上，海鑫茶业的四个茶园占地超过 3200 亩，占到全县的一半。为占地 10 亩地的新厂区，张海鑫前后投入了 1200 多万元，如今资金回收岌岌可危。不仅是新厂区，海鑫茶业有两座茶园也出现垮塌，其中大的一处占地 1000 亩，小的一处占地 260 亩，都坐落在海拔 1000 米左右的山间云雾之中，道路损毁后难以采摘。

藏茶生产也遭受重创。由于生态环境和地理区位的优越，上千年来雅安一直是藏茶的重要供应基地。芦山县多荥镇的友谊茶叶有限公司办公室负责人彭联琴告诉记者，企业多处厂房和设备遭受巨大损失，2 万多斤茶叶在震后雨水浸泡下作废，粗略估算损失超过一千万元。

友谊茶叶是雅安六家承担国家藏茶储备任务的企业之一，除去正常的茶叶生产销售外，每年还需保证 350 多万斤藏茶原料的供给。彭联琴说，尽管储备任务量没有受到影响，但要保证面对藏区茶叶经销商的销售却不乐观。“夏季往往是藏区茶叶采购的高峰期。”

由于地震，采摘茶叶的人手同样缺乏。在全国第二大茶叶基地名山县，地震后至少有 5 万外地茶农离开，30 万亩茶园无人采摘。

今年特殊的干旱让企业雪上加霜。海鑫茶业所在的灵关镇在地震前一个多月没下雨，春茶产量减半，当地政府为此组织人工降雨，地震前刚刚下雨几天。名山、芦山等地的春茶也遭遇不同程度的霜冻或干旱导致减产。

根据雅安市茶叶协会在震后一周内做出的不完全统计，此次芦山地震给雅安茶叶产业带来的直接损失至少在 1 亿元以上，上千家企业受到不同程度影响。周开元坦承，这次芦山地震对雅安茶叶的影响比汶川地震大得多。

雅安茶业现状

五年前的汶川地震，同样造成雅安名山、芦山等地的茶叶采摘和加工中断，但茶企的厂房、设备并未遭受大的损失，雅安茶叶生产很快得到恢复。

截至 2012 年，雅安全市茶叶产量超过 6.99 万吨，茶叶鲜叶收入 20.2 亿元，涉茶产业总产值超过 50 亿元。雅安茶叶的产量占到全省的四分之一，在全国地级市中也位居前列。

依托人类最早开始种茶的名山蒙顶山地区，雅安的茶叶品种繁多，包括绿茶、黄茶、红茶、黑茶在内的多个类别都有种植。藏茶多年来在名山、芦山保持着稳定的产量，而近年在宝兴的有机茶产量则不断增加。周开元介绍，每年到了春茶上市的季节，浦江、成都等地的茶商也会前来雅安收购茶叶，用于加工竹叶青等外地品种。

千年以上的“茶马古道”历史，也让雅安对外地茶商充满了吸引力。雅安最大藏茶生产商之一的西藏朗赛茶厂，就是由藏族茶商前来投资建设而成。

张海鑫也是其中之一。最开始几年，海鑫的茶叶只能按照普通茶叶卖，附加值不高。前期投入也让刚开始做茶叶生产的张海鑫吃不消。“以最大的 1000 多亩茶园为例，最开始是一片荒山，光是开荒的前期投入就要几十万。”直到 2010 年，海鑫茶业才实现盈利。

海鑫茶业是灵关镇上唯一一家通过有机茶认证的企业。在北京，张海鑫的茶叶可以卖到 2000-3000 元/斤。

但雅安茶叶的产业化水平却不算突出。在灵关镇新场村，胡明旭指着满山的茶园介绍，因为近两年来当地很多农民放弃粮食作物转种茶叶，全镇茶园面积已经超过一万亩，这在山区并不是一个常见的数字。但大多数农民的茶叶以几十元/斤的价格卖给常年进山收购的茶商。而在名山县，90%以上的农民种植茶叶，但当地龙头企业的年销售收入不过亿元出头。

藏茶同样也面临着进一步产业化的难题。彭联琴介绍，友谊茶叶至今仍然坚持按照南路边茶的传统工艺生产，这注定了茶叶产量有限。

尽管有其他生产商选择以现代设备和传统手工结合，但藏茶单一的市场和特别的消费群体限定着产量和价格，加上不断上涨的人工成本，藏茶产业化发展的动力受到明显阻碍。“勉强能保本。”彭说。

品牌化前路漫漫

周开元介绍，雅安茶叶目前是以附加值高的有机茶为发展方向，而“农户+企业”的合作模式则是政府希望推广的产业化路径。即企业提供技术指导和生产标准，农民种植的茶叶就专门提供给企业。这一做法吸收了散种茶叶的农户，也提高了茶农的收入。而对于企业来说，和茶农合作除了可以扩大产量，也可加强对农民农药使用量的控制，将当地茶叶做成区域品牌，从而共同获利。

无论是传统生产的藏茶、新近推出的有机茶还是主打产区的蒙顶山茶，而雅安茶叶在品牌化道路上的成绩更为有限。

“雅安茶叶的特点是，同一产区可以同时生产六大茶类，春夏秋冬三季产茶，每个类型和每个季节出产的茶叶都不一样，这对于企业做品牌推广反而会带来困难，因为产品的稳定性和恒定性得不到保证。”雅安名山味独珍茶业集团有限公司董事长张强认为，雅安茶叶的现状影响着品牌化的推广。

味独珍是雅安名山八大茶业集团公司之一，年销售亿元以上。2010 年，名山县政府主导下，当地成立了八家茶业集团公司，分别集合了原国营茶厂、供销社和民间的茶叶采购商的力量，希望能尽可能以市场为导向，调整当地茶叶产业发展模式，减少内耗。

此前，名山县的茶叶企业大多是延续传统的国营供销社的模式，从生产、采购到销售完全一体化。传统的供销社模式和茶叶品牌化也格格不入，这一模式在保证藏茶等特殊品类的供应时能够发挥作用，却无法跟上茶叶市场的节奏。

转型过后的茶业集团发展也不尽相同。张强介绍，味独珍基本放弃夏秋两季茶，也不做藏茶，每年春天大量采购春茶，保证茶叶的品质和风格恒定。在集团成立一年后味独珍又选择放弃线下实体店，通过电子商务打开市场。张强介绍，一年时间内，网上茶叶销售量占到了总体茶叶销量的近 30%。由于短时采购量大、电商资金回收速度相对更慢，这样的模式对于企业的资金链也是不小的考验。但张强认为，发展茶叶电商却是必然的趋势，也是雅安茶叶的出路之一。