



“地产市长”：我就是为政府赚钱

“曲江为西安发展破题”

记者：“曲江模式”能得以实施的大背景是什么？

段先念：13朝古都的西安曾有个“皇城复兴”计划，但一直没具体实施。1996年国务院批准西安市第三次文化修编，西安城区是396平方公里，其中有108平方公里是历史文物遗址，这些地方是不能动土的，包括曲江，这使得文物保护和城市建设成了矛盾关系。遗产最多的地区最穷。

曲江是为西安发展破题，是一个先行者，没有它，整个“皇城复兴”计划到现在还没启动。

记者：曲江最初的开发定位是怎么确立的？

段先念：整个曲江一期16平方公里，主要做娱乐、旅游和房地产开发，不能做别的项目，这是西安市政府当时的决策，现在看来非常正确。

记者：“曲江模式”的雏形如何形成？

段先念：这里从唐代以来就是九五之地，皇家的后花园，遗产比较多。要开发这里首先得有地。

2002年，西安的财政收入才47亿元，政府不可能给曲江多少资金。我们就先融资，花5亿元把大雁塔北广场建起来，整治脏乱差，把文化、休闲和旅游结合起来。2003年12月31日开放时，居然来了10万人。这样，地价高了，地产商就来了，此次成功给了我们很大信心。

然后，我们又花14亿做第二个项目大唐芙蓉园，当时的西安市委书记、现在的山西省委书记袁纯清称其“国内震撼，世界惊奇”。

几个大项目做下来，历史文化遗产得到保护，旅游也带动了，一有人气，房地产自然就活跃，曲江模式也形成了。

“做遗址公园不是为了挣钱”

记者：你所理解的曲江模式是什么？

段先念：就是一种历史文化遗产保护和利用的模式，如何在保护和利用之间找到一个恰如其分的点。就是在政府没钱的情况下，如何用市场机制来发展我们的城市。

记者：曲江从2002年到现在，一共做了6个遗址公园，占地5700亩，真金白银投进去后的收益如何？

段先念：做遗址公园不是为了挣钱，大唐芙蓉园花了14个亿，当时我们预计17年回收成本。但我们还是要干，这样做不仅把遗址保护了，而且还把旅游带动了。

记者：旅游是如何被带动的？

段先念：2002年来曲江的游客不到200万，而去年我们的游客达到了3300万，今年有望突破4000万。大多数游客都是奔遗址公园来的。

“投资公司现在负债率已超过70%”

记者：在曲江之后，西安市又给你们很多开发项目，整体效益如何？

段先念：我们做这些项目也挣不到钱。法门寺距离宝鸡和西安都很远，一期耗资32亿，打造世界佛都，但周边的土地远离城市，是无法炒地的。西安城墙要投资120亿，周边实际上没有地，我不可能把护城河炒起来卖掉吧？我们要用80亿用于拆迁安置，40亿用于建设，这是没利润的。

记者：照这样说，代表曲江管委会的政府投融资平台——曲江文化产业投资集团（下称“曲文投”）不是没盈利吗？

段先念：我们根本就不追求盈利，也不能以市场的盈利模式来考量。外界应该把曲文投公司的使命和资产结构搞清楚，公司资产全部是优质资产。比如音乐厅的开发，填补了西安城市空白，完善城市功能，盈利当然很低。这些都是政府要我们做的，曲文投和普通公司不一样。

记者：曲文投的资产曾高达170亿，据说现在的负债率超过70%，是吗？

段先念：由于始终在投资，现在还不好计算它的盈亏。它就是政府的一只手，很多项目只能由它来挂牌，挣钱的是它，不挣钱的也是它，我们不考核利润，只考核项目本身的执行情况。当前在西安，凡是干不了的事情，政府就交给曲文投来做，说明它善于担当，敢于担当。

“这里就是富人区，怎么了”

记者：从2002年到现在，曲江到底开发了多套房子？

段先念：应该说，曲江这个地方建多少房子就会卖出去多少房子，具体多少我还没统计过，已经开发出来的房产项目应该还不到2500亩。

记者：曲江的房价在西安处在什么水平？

段先念：不是最贵的，处于中高端水平，5000元到1.2万元，没有超过这个区间。

记者：听说金地在曲江开发的别墅能卖到每平方米6万元。

段先念：我听说过每平方米三四万，如果说高到6万，那就是炒作了。西安的房价目前不高，现在均价五六千元，我觉得上涨空间还很大。

记者：来曲江买房的都是什么人，为何晚上都是黑漆漆一片？

段先念：主要是陕北的有钱人和西安本地的有钱人，空置的情况有。

记者：有人说曲江的中高端楼盘抬高了西安房价？

段先念：我不同意这种说法。我的房价高，怎么了？曲江就是富人区，这有什么，每个城市都有富人区。有人抱怨曲江的房价高，是因为他买不起，与曲江本身无关。



段先念

1958年出生，陕西省周至县人，西安交通大学工商管理硕士。1982年8月参加工作，2008年4月任西安市副市长。

曾任西安高科（集团）公司总经理、西安曲江新区管委会主任。段先念曾使西安高科成为西部发展速度最快的企业之一，他也因此连续三年与王石、潘石屹等人入选“中国地产十大风云人物”。

就是“红顶商人”

记者：大家喜欢称你为“地产市长”，还有人说你是“城市运营商”，你怎么看？

段先念：我觉得没什么。我过去做房地产做得很好，跟王石等人成为中国地产十大风云人物。“城市运营商”对我是个褒奖，这个身份不是以挣钱为目的，该投入时要投入，比如绿地、广场、公共文化设施等。如果纯粹做地产，我就不这样投了。

记者：你认为自己是“红顶商人”吗？

段先念：我不反对这个说法，我本来就是为政府挣钱、为共产党打工嘛。

记者：你以西安市副市长的官员身份，兼任曲文投的董事长，怎么获批的？

段先念：这个任命是在中组部和中纪委备案的。这是去年的新生事物，是陕西省委请示上面同意的，这个公司是正厅级，和我的职务相当。

据《时代周报》

生活资讯

新兴水产业规模破千亿 沁园健康水世界火爆招商

频繁发生的水污染事件，严重威胁着居民的日常生活。饮用水的健康和安全，已经成为社会关注的焦点。作为国内水家电、水处理行业的领军企业，沁园集团推出的健康水世界连锁专营店以丰富的终端制水产品为依托，采用“健康水世界+水家电+水处理”三管

齐下的商业模式，在人口较密集的中档社区建立加盟店，以一台商务纯水机为基础向周边居民提供纯净水零售批发，同时销售饮水、净水设备，提供水处理相关服务。沁园健康水世界这种全新的投资方式通过几年时间的市场运作，已得到众多加盟商的成功验证。

沁园健康水世界就像一个建在家门口的小型水厂

加盟商只需投资3-5万元，就能提供多样化的产品和服务，形成多渠道的收入来源，相比某些品牌的专卖店，经营风险要小很多。”沁园集团公司营销中心莫非表示，沁园是中国水家电领域的龙头企业，现拥有包括各种家用净水器、管线机、直饮机及各种型号商务水机的全系

列产品线，手握400多项国内外专利，沁园对健康水世界的加盟商除了提供强大的技术和产品支持外，还提供及时的售后服务与销售推广，以及选址、装修、营销指导、对口督导、一对一培训、设备安装与维修等支持工作。招商热线：0574-63937059 孙小姐、0574-63937061 周小姐、0574-63937012 胡小姐、8008574263（节假日午休8:00-17:00）

异性钟点拼租催热网络关键词“钟拼族”

“QQ网友见面已经out了，现在兴异性钟点拼租！”日前，在分类生活信息门户赶集网上一则90后新生代美女车模发布的“异性钟点拼租”帖子受到大众的广泛关注。事实上，在这则帖子的背后，异性钟点拼租早在半年前就已经在90后群体中兴起，成为取代“QQ网友见面”的另一种新潮、时尚、新奇的交友方式。

据了解，这则热帖受到包括天涯、猫扑、西祠在内的近百家主流网络社区及论坛的转载，三天之内帖子点击量达到约100万次左右，使得“钟拼族”成为时下最受关注的网络热词之一。

所谓异性钟点拼租，就是按照钟点偿付租金的方式与异性超短期租房（一般就租一两天），达到短期内与陌生异性双方成为朋友的目的。这和曾经风靡一时的陌生异性QQ网

友见面本质上如出一辙。

20岁的陈然（化名）是在赶集网上出现的异性钟点拼租求租帖发布不久后，给发帖人打电话的其中一位，在和笔者交流中，他表示自己就是“钟拼族”。“与其把时间浪费在网吧打游戏，在开心网上偷菜，在网络上聊QQ，还不如将此精力拿来体验一下比较时尚新潮的现实交友生活更有意义”。

笔者从赶集网了解到，异性钟点拼租帖子发布出来的三天内，信息发布者的手机差点被打爆。她曾向赶集网求助，希望其隐藏自己发帖时留下的手机号码，因为短短三天内应征的人数已经远远超过一万。

在google上，笔者输入“钟拼族”“钟拼女”等关键词，居然得到近百万条相关信息。可见，“钟拼族”近期已成新的网络热词。

好孩子集团升级品牌标志 打造全球时尚尖端企业

2010年7月22日，国际著名儿童用品公司好孩子集团在上海国际少年儿童服装及母婴用品博览会上召开了“gb好孩子 点亮中国红”新闻发布会，宣布更换品牌标志，全面推进全球化战略。同时发布了全新品牌口号“gb好孩子，让爱拥抱你”。好孩子品牌设计总监冯莎德克拉克携其设计的全新品牌形象亮相发布会。

好孩子集团宣布未来好孩子的产品将顺应消费行为的潮流趋向，从产品功能、外观潮流到风格设计向时尚全面转型。婴儿产品的设计应顺应消费行为潮流的变化，不断为世界的消费者提供能够引领行业潮流的产品设计。好孩子集团制定了品牌时尚化的发展目标：产品设计从使用者的实际需求出发，向着简约、灵便发展；产品外观设计力求不断颠覆经典，为行业制定标准；产品

的风格设计应当引领国际潮流，好孩子集团总裁宋郑还指出，“好孩子”对时尚的追求不以牺牲产品的功能性为代价，集约化的采购和规模化的生产也能有效地降低追求时尚的成本，永远站在世界潮流尖端是好孩子的发展方向。

好孩子集团创立于1989年，在全球范围内从事婴儿车、儿童三轮车、自行车和学步车等耐用儿童用品的研发、制造和销售，在中国、欧盟国家及北美洲是最大的婴儿车供应商，而好孩子品牌更是目前中国最著名的耐用儿童用品品牌。除了业务经营，好孩子集团还致力于推广和普及科学育儿知识，倡导新的育儿生活方式。创建了好孩子科学育儿网GOODBABY.COM，聚集一千余位育儿科学家，为年轻的父母提供免费的咨询服务。