

南京市玄武区商贸流通产业战略发展规划

划

《南京市玄武区商贸流通产业战略发展规划》课题组

目 录

第一章 玄武区商贸流通业发展的环境分析·····	(1)
第一节 “长三角”增量经济有利南京市的商贸发展·····	(1)
一、“长三角”经济发展的增速明显·····	(1)
二、南京市面临新的挑战与机遇·····	(3)
三、经济的发展推动了需求的增长·····	(3)
第二节 南京市新一轮发展有利玄武区的商业发展·····	(4)
一、玄武区的辐射与吸纳能力将逐步提高·····	(4)
二、区位优势将带动玄武区商贸流通业的发展·····	(5)
三、人均收入提高有利玄武区商业开发·····	(6)
第三节 玄武区商业发展的现状·····	(7)
一、玄武区商业的基本概况和特点·····	(7)
二、玄武区商业的主要优势·····	(9)
三、玄武区商业面临的问题·····	(10)
第二章 我国发达城市区域商业的经验借鉴和启示·····	(14)
第一节 沪、杭、苏商业特色区经验介绍·····	(14)
一、规划领先的黄浦区商业·····	(14)
二、便民利民的苏州工业园新兴社区商业·····	(16)
三、依景开发的杭州市西湖区湖滨商业·····	(17)
第二节 发达城市商业特色区对玄武区的有益启示·····	(17)
一、商业发展依赖于超前的规划布局·····	(18)
二、商业发展依赖于良好的投融资概念·····	(19)
三、商业发展依赖于国际化的管理理念·····	(20)
第三节 发达城市商业特色区经验对玄武区的借鉴·····	(21)
一、转变观念，科学规划·····	(21)

二、发掘题材，优化配置·····	22
三、打造亮点，营造氛围·····	23
第三章 玄武区商业发展的总体目标和战略定位·····	24
第一节 玄武区商业发展的总体目标·····	24
一、确立商业向现代化发展的中长期目标·····	24
二、明确近期切实可行的重点工作·····	25
三、制订出分步实施积极推进的发展策略·····	26
第二节 玄武区商业发展的战略定位·····	26
一、积极打造中心城区商业的繁荣繁华·····	27
二、努力推进社区商业的便民利民·····	27
三、着力创新都市的休闲服务业·····	28
第三节 玄武区商业发展的战略任务·····	28
一、加速营造商业发展的政策环境·····	29
二、加速优化商业发展的市场环境·····	29
三、加速培育商业发展的服务环境·····	31
第四章 玄武区商业的重点布局和规划·····	32
第一节 新街口核心商圈的战略布局·····	32
一、新街口核心商贸区的功能定位·····	32
二、建设现代“都市型消费品茂”·····	34

一、加快建章立规形成综合的政策配套支持·····		
(56)
二、整合管理资源形成政府的统一协调模式·····		
(57)
三、通过必要的程序提高商业规划的刚性·····		
(58)
第二节 需要发挥政府和市场的双重作用·····		
(58)		
一、坚持政府对商业发展的主导地位·····		
(58)
二、充分发挥市场对商业发展的调节作用·····		
(59)
三、以社会化运作的机制推动商业发展·····		
(59)
第三节 招商引资需要资本运作和投融资平台·····		
(60)		
一、利用商业规划创造良好的投融资概念·····		
(60)
二、利用政策导向提供资本运作的平台·····		
(61)
三、努力吸引国际型的商业品牌企业进驻·····		
(61)

GDP (亿元)	895.3	1020	1154	1358	1541	1760	1225	1383	1568	1042	1176	1313
人均 GDP(元)	1644 6	1854 6	2076 1	2359 2	2669 2	3038 4	1996 1	2234 2	2507 4	1940 5	2178 6	2421 3
人均可支配收 入(元)	7694	8233	8848	1058 3	1177 8	1367 0	9085	9668	1089 6	9492	1092 1	1199 1
第三产业完成 值(亿元)	410	472	538.1	506.2	579.6	669	497	569.3	662.9 8	366.7	421.1	493.4

在新一轮发展中，南京市作为江苏省的省会城市，其社会经济发展的战略地位是显而易见的，其不仅将承担起沿江经济的发展重担，还将在“长三角”经济圈中扮演起更为积极、更为重要的角色。就这一意义上来说，南京市的经济不仅存在着有利的外部环境，其内生动力也极其充分，南京市的社会经济发展时机已经成熟，时不我待。这期间，南京市的商贸流通产业将日益发挥出产业“领头羊”的作用，成为这座历史名城走向现代化的“名片”和“橱窗”。

二、南京市面临新的挑战与机遇

进入二十一世纪，南京市的社会经济发展步伐已然明显加快。随着苏、锡、常地区经济的高速增长，长三角地区的经济发展，南京市人民对南京市的社会进步和经济发展将产生何种新需求？在新一轮城市圈经济中，南京市将扮演何种角色？如何进一步提升和开发南京市的城市综合功能？南京市的产业发展如何重新定位？只有做好这篇文章，才能真正有目标地推动南京这座历史名城朝着现代化的方向发展，才能真正应对中国加入 WTO 以后所带来的一系列问题，才能够形成推动经济可持续发展的城市产业链。

与此同时，南京市也同样面临着前所未有的发展机遇，有着良好的后发优势。比如，商务成本低，科技人才较为集中，人文资源极为丰富，产业基础较为雄厚，区位优势比较明显，所有这些都集聚了南京市在新一轮发展中的优势资源。通过对这些资源的整合，并加以合理利用和优化配置，可以促进南京市实现跨越式的发展，实现第三产业集聚、第二产业更新、第一产业优化的战略目标，形成南京与上海双向辐射的良好态势，发挥出南京市在“长三角”地区社会经济发展中的主力作用和沿江经济发展中的骨干作用。

三、经济的发展推动了需求的增长

未来将随着南京市社会经济的跨越式发展，人均 GDP 和人均可

支配的收入将会呈现较大幅度的增长，由此将引发人们消费习惯、消费理念的改变，从而引发消费结构的深刻变化。

从城市经济的本质而言，拉动社会经济发展的最主要的因素是三个方面，一是进出口；二是消费；三是投资。就这一意义上来说，南京城市经济的发展在很大的程度上，将依赖于商贸流通产业的繁荣繁华和迅速发展，这不仅是扩大内需的需要，同时更是城市经济发展的需要。从眼下南京市的商贸流通产业的发展现状来看，随着南京市经济的继续发展和吸纳能力的进一步提高，存在着庞大需求空间，因此，南京市商贸流通产业将会抓住这一良好的发展机遇，积极地加以产业规划，并吸引国内外的投资，以此提高商贸流通产业的能级。不仅使城市变得更加繁荣繁华，更能满足人民群众日益增长的、且不断变化的消费需求，并以需求为龙头，带动一产、二产的联动发展，由此突显出商贸流通产业在南京市国民经济发展中的支柱地位。

第二节 南京市新一轮发展有利玄武区的商业发展

玄武区是南京市自然与人文资源均十分丰富的区域，它包容了南京最著名的景观中山陵和玄武湖，依山傍水，发展商贸流通产业的条件得天独厚。在新一轮的发展当中，玄武区完全能够抓住发展的先机，依托其良好的资源优势，促使区域商贸流通产业实现跨越式的发展。

一、玄武区的辐射与吸纳能力将逐步提高

在新一轮的发展中，随着南京市经济的迅速发展，玄武区作为核心城区之一，其资源优势将日益地突显出来。通过将人文资源、区位资源同经济资源的有效融合，将极大地增强玄武区的经济辐射和吸纳能力，由此也将极大地促进玄武区商贸流通产业的发展。

未来玄武区商贸流通产业能否取得竞争优势，最为主要的是两点：一是，能否利用发展契机，以投融资的理念来经营和打造新玄武，这就取决于能否创造出良好的投资概念和题材，吸引国内外各种资本的进入；二是，能否将商贸流通产业的发展同区内的人文环境实行有效的嫁接，通过借景和依景，推动商旅结合，发展和提升商业服务业，并以此带动商贸商务的联动发展，最终推动房地产业、金融业等现代服务业的联动发展。以城市循环经济的发展模式，推动良性运转的产业链的形成。

通过对资源的优化配置，玄武区的经济辐射能力将得到极大地

提高，将成为南京市新一轮发展中的亮点。与此同时，其投融资的吸纳能力也将大大增强，成为南京市新一轮发展的投资热土。

二、区位优势将带动玄武区商贸流通业的发展

玄武区位于南京市的中心，内有世界闻名的中山陵和风景秀丽的玄武湖，历经风霜的明城墙，具有融山、水、城、林于一体的独特风貌。沪宁高速公路、312国道、宁杭公路等穿境而过，交通便捷，区域通讯发达，还有东南大学、南京理工大学等25所高等院校和科研院所，学术氛围浓厚。

玄武区的区位优势对于其发展商贸流通产业非常有利，玄武区的人文资源是其它行政区域所不能替代的。若是这一资源能够得到有效的、科学的利用，那么毫无疑问，将形成无可替代的核心竞争能力。但是，必须清醒地认识到，对于自然资源而言，一旦利用不好，反而会成为一种包袱。中山陵和玄武湖，一山一湖，在外来资本面前，它们无疑是一个金元宝；而对当地人而言，常常会熟视无睹，甚至于会抱怨它的存在，而妨碍了自身的经济发展。但也会出现另外一种现象，即过分依赖自然资源，以至于急于开发这一自然资源，这两种倾向都是需要避免的；对政府而言，应科学整合、合理利用这一独一无二的有利资源，使旅游休闲、商业服务业的发展以及房地产开发、城市扩展同人文景观互为依托、互为影响，形成螺旋式发展的态势。

在玄武区的商贸流通产业发展中，玄武区完全有条件科学有序地做好水文章和山文章，开发富有特色的山水商业和景观商业，将商业同旅游有机的结合起来，将商业同房地产业有机的结合起来，将商业同商务有机的结合起来，形成富有特色和富有个性的玄武区商贸产业集群。

三、人均收入提高有利玄武区商业开发

南京市作为“长三角”经济圈中具有重要战略地位的城市，其经济发展和经济总量均属于区域经济发展的第一层次。自“八五”期间，南京市提出沿江开发战略以来，经济持续稳定地增长，经济结构亦日趋合理，人均收入逐年递增，人均可支配收入在1980—1999年的十几年间，以年均6.3%的速度递增。而到了本世纪，其递增速度更是达到了8.5%。人均收入的提高带来了消费的提升。近5年来，南京市民的消费性支出占人均可支配收入的比例，始终维持在80—85%之间，人均收入的提高不仅改变了人们的消费需求，而且也改

变了人们的消费理念和消费方式。需求的变化，给商贸流通产业的发展带来了无限的市场潜力，这将十分有利于商贸流通产业进一步向深度和广度发展，商贸流通产业应紧紧抓住这一发展的契机，迅速提升自身的能级和档次，以满足人均收入提高后，人们不断变化的综合性消费需求。

第三节 玄武区商业发展的现状

商业是一个城市的名片和橱窗，商业的发展在一定程度上代表了一个城市的形象。为此，近几年来，玄武区区委、区政府充分利用各种优势资源，推动了玄武区商贸流通产业的快速发展。

一、玄武区商业的基本概况和特点

玄武区共有各类商业门店二千四百余家，主要集中在珠江路、长江路、孝陵卫、新庄、新街口等地区。从业种上看，包括综合百货、五金交电、服装鞋帽、日用杂品、家用设备、装潢建材、通讯电脑、医疗保健、餐馆娱乐、文化体育以及其他服务等；从业态上看，有专卖店、专业店、大卖场、连锁超市、专业市场等；从商业设施来看，有南京商厦、珠江路科技街、新庄汽配市场群等，为玄开区商业发展奠定了良好的物质基础。2002年全区社会消费品零售总额完成39.16亿元，同比增长14.5%。

就现状而言，玄武区商业具有以下三大特征：

1、现代业态与传统业态相并存

近年来，随着居民消费水平不断提高，城区消费市场已纷纷引入相当数量的先进业态，提升了商业档次，满足了消费需求。如连锁超市、大卖场、专卖店等，从而在很大程度上推动了城区商业由传统业态向现代业态的转换。然而，多年来残存的传统商业网点依然数量较大，改变这一状况仍需化大力气。

2、居民消费与周边辐射消费相并存

玄武商业，是以满足城区内居民日常生活消费中的购物、餐饮、休闲、娱乐等需求为主的属地型商业，城区居民是消费主体。但是由于近年来南京市及玄武区的辐射能力加强，形成了不断地向周边城镇、毗邻地区辐射的有利态势，周边以及省内外的消费群体纷纷进入玄武，其重点是到玄武湖、中山陵旅游的消费者群体。

3、中低收入消费与高收入消费并存

据抽样调查，在玄武区居民结构中工薪阶层约占 76%，另有一大批外来人口，占到了区内总人口的 10%左右，以及相当一部分农民人口，占到了区内总人口的 1—2%。其无论收入水平还是生活习惯，以及消费层次绝大多数停留在中低档次，这部分群体对于购物需求和服务需求讲求实惠、廉价。但是随着玄武区近年来居民收入水平的不断拉开，知识分子群体、白领阶层不断增加，这部份群体约占区内居民收入结构的 20%左右，从而促使区内消费结构逐渐呈现多层次、个性化趋向发展，使高档消费的比例逐渐上升，已有不少消费者追求高档次的国际流行时尚的消费，促使达芙妮、班尼路、真维斯、美斯得威邦、百世吉、霸斯腾、联想、肯德基等国际著名品牌商品专卖店在玄武区不断出现。

二、玄武区商业的主要优势

玄武区历史上就是一个地处中心城区繁荣繁华的商旅旺地和居民集聚地区，多年来商业经营积累和改革开放的洗礼，其商业优势正在逐渐显现。如果将这些优势资源加以及时的整合，那么，玄武区商业在未来 5 年的发展中，全区社会消费品零售总额翻一番的目标是完全可以实现的。

1、商业设施的集聚优势

在玄武区仅 80.97 平方公里范围内，已开设百货、五金交电、

文化用品、医疗保健、服装服饰、装潢建材、餐饮、服务等 2400 余家商店。仅珠江路就有经营电子产品的大小商店 1000 余家，这样大面积的商业设施和经营规模，形成了商业的集聚效应，完全可以同发达城市的一些专业街相媲美。

2、商旅结合的品牌优势

近年来南京市旅游业加快发展，2002 年接待中外旅客 2132.13 万人次。其中山陵、总统府等是国内外著名的旅游胜地，已成为玄武区最吸引中外旅客的著名品牌景点之一。同时，玄武区的紫金山、玄武湖、太阳宫等景区，每年都吸引众多的游客前来观光，为玄武区的商业人气集聚创造良好的条件。

3、交通便捷的辐射优势

玄武区具有独特的交通环境，是南京市少有的国道、市道、区道通衢汇集地。312 国道横贯穿越，沪宁高速和宁杭公路入境而过。目前正在建设的轨道交通，将创造更好的交通条件，形成了这一地区辐射型的枢纽商业的有利态势，将使进出玄武区的游人和客商络绎不绝。

4、新兴产业的支撑优势

十几年来，玄武区高科技产业发展迅速，按照区委、区府科技兴区的要求，从本区实际出发，颇有特色地使 IT 电子产品、数码产品等高科技产业获得明显优势。2002 年，IT 产业的技工贸交易额达到 260 亿元，占全区商业的很大比例。高科技产品在现代消费品市场中具有极大的潜在市场，不仅与南京市建设国际化大都市的总体目标相适应，而且也是玄武区提升商业现代化的重要组成部分。

三、玄武区商业面临的问题

随着全球经济一体化速度的加快和我国已经加入世贸组织的现

实，以及未来国际商业竞争的加剧，玄武区商业的持续发展面临着“三大问题”和在进一步调整中的“三大矛盾”。

其三大问题主要表现在：

一是，区内现有大量传统业态不适应现代消费需求。

随着城区居民消费水平不断提高和消费结构升级，居民现代消费意识不断增强，无论在物质还是精神需求上，越来越追求现代消费方式。而大量现存的传统商业仍停留在“卷帘门”水平和“民工型”消费档次上，已日趋暗淡失色。

二是，缺乏领军型的商业企业和现代标志性的商业设施。

玄武区商业自大部分国有商业退出后，民营资本大量进入。然而，眼下进入的民营资本毕竟弱小，虽然也有销售超 10 亿元的民营商业企业，但从总体上看，极大多数的民营资本还都是小本经营，个别还有小商小贩型，而且区域相对集中，使现有商业档次难以快速提升。眼下最需要的，同时也最缺乏的是标志性的现代商业设施和作为领军型的骨干核心企业，因此难以形成商业的聚合效应。

三是，受传统城市商业投资环境的制约，国内外先进商业企业一时难以引进。

推进玄武区商业现代化，单纯依靠现有企业在自然状态下的自我提升，则无论在业态、规模、品位等方面来看，显然是力不从心的，需要吸纳相当规模的国内外优秀商业企业进入玄武，导入先进的商业业态，建设标志型的商业设施。然而，由于目前玄武区的商业发展还处在内循环发展阶段，尚缺乏大体量、大面积的商贸流通设施的开发改造计划和吸引国内外商业资本投资的题材，因此，眼下导入能够对玄武区商业起到举足轻重作用的强势商业企业必然存在较大的困难。

与此同时，现在着手对玄武区商贸流通产业实施全局性的调整

还同样面临着三大矛盾：

第一，长期规划与近期实施的矛盾。

要从根本上改变玄武区商业的面貌，由传统的商业形式转变为现代商业，一定要进行中长期的规划。在规划指引下，对玄武区现有商业设施进行大规模的改造。

然而，在改造过程中必将面临到动迁、拆除、新建、绿化等一大批市政工程，投入较大，这就涉及到玄武区商业面对着日益加剧的竞争，需要迅速完成新一轮的调整和改造，这同眼下的投融资、资金的募集及整个建设周期，形成了较大的难题和矛盾。换句话说，资金的落实与到位，融资渠道的畅通与否，吸引外来资本参与的可能性有多少等，都决定了整个玄武区商业调整改造的顺利程度。

第二，业主利益与商业规划的矛盾。

要提升整个玄武区商业规模和档次，以适应现代城区发展的要求，必须强调城区规划同商业规划的紧密协调。

商业规划是城区规划的一个重要组成部分，同时也是区级经济发展的重要部分。要促使玄武区商业繁荣繁华和符合现代化的商业要求，必定要加强和实施规划。那么，按照玄武区商业设施的现状，势必会造成商业发展规划与现有业主利益的冲撞，由此，将会提高商业改造的成本。

第三，业态提升与消费需求的矛盾。

玄武区商业的提升，可以靠商业设施硬件的改造，先进商业企业的引进，以及商品结构的调整和满足现代多元消费的趋势进行调整、改造和新建。

然而，对眼下的玄武区作为消费主力的固定居住人口而言，是否达到了现代消费的水平？区政府是否有一个通过促进商贸业发展、带动周边高档房地产楼盘的开发、实现人口结构的转换、引入高层次居民群体，反过来支撑起新型商业业态、增强商业吸纳功能的一揽子整体发展战略思路。如果没有，也将给玄武区商业发展带来较大的矛盾。

第二章 我国发达城市区域商业的经验借鉴和启示

近几年来，随着城市化进程的推进，区域经济的发展具有十分重要的地位。全国许多发达城市在推进现代化、国际化建设中，都把区域经济发展作为重要抓手，形成了以区域经济为特色的城市发展链。其中，上海、杭州、苏州等城市区域经济发展的先进经验值得借鉴。

第一节 沪、杭、苏商业特色区经验介绍

沪、杭、苏三个城市同属长三角地区。近几年来，随着改革开放的发展，依托城市综合经济实力不断提高，区域经济在其中不仅发挥了重要的作用，而且形成了各自的特色。

一、规划领先的黄浦区商业

黄浦区地处上海市中心城区的核心区域，历来是上海最繁荣繁华的地区之一，黄浦商业始终是上海商业的领头羊。2002年全区零售总额131.5亿元，仅次于浦东新区，占全市的6.5%。多年来，区委、区政府在推进城区建设中，始终把商业发展放在重要地位，逐步形成了具有黄浦特点的商业发展思路。有以下三个特点：

一是，商业整体发展坚持规划先行。

黄浦商业处于城市的中心地区，为此，该区在新一轮城区商业发展中，政府部门在广泛听取市民意见的基础上，对全区的商业进行详细的规划。整个黄浦商业分为南北两片，南片以现代生活和老城厢旅游商业为主，北片以繁荣繁华的现代商业为主，重点抓好南京东路、豫园商城、外滩旅游区、人民广场休闲区四个核心商圈，并根据黄浦经济的特点，在区级商业中心的基础上，努力拓展社区商业，形成了横向的市、区级商业繁荣繁华，纵向的社区商业便民利民的纵横商业框架。把整个居住区社区商业分为沿街型、组团型、群乐型三种基本形式，使整个黄浦商业逐步纳入上海商业国际化、现代化的总体框架之中。

二是，商业内涵发掘注重综合消费。

随着人民生活水平的提高和消费的个性化发展，居民消费实际上已经改变了单纯购物的传统模式，极大多数消费者到南京路来消

费，显现出购物、休闲、娱乐、观光、餐饮、交际……等综合消费的状态。为此，黄浦区商业改变传统单纯购物型的商业布局，根据综合消费需求，对全区商业重新规划。其中主要的做法是，在大型百货商场中导入餐饮、休闲、娱乐等设施；结合适应旅游需求，开发一批专业旅游用品、礼品商店；在主要路段增设有一定品味的咖啡馆、茶坊、酒吧；根据企业的促销活动需要，结合商业街的公共绿地建设，多处辟出公共娱乐休闲广场，一方面可供游客休息，另一方面也可导入画展、工艺品展、汽车展、服装展等，烘托商业文化氛围。

三是，培育标志型的商业企业和商业设施。

黄浦区虽然各类商业齐全，商店众多，但是从单体上讲，规模小，形象旧，不适应现代消费需求。该区着重在商业的规模效应、形象特征、硬件设施上提升。其中，上海新世界商城原来是一个仅3000平方米的中型的百货商店，经改造以后转变为具有现代商业设施，商业面积达70000平方米的特大型综合商场，2002年销售额达到16.7亿元，基本同市级商业的上海市第一百货商店处于同一水平，不仅是黄浦区商业的排头兵，而且也是上海现代商业的标志之一。

二、便民利民的苏州工业园新兴社区商业

苏州工业园的社区商业起源于新加坡的邻里中心模式。这个模式的基本框架是在一个人口相对集聚的社区，配备相应的生活配套设施，集购物、服务、休闲、社教、金融、邮政、医疗、民政、文化娱乐于一体，商业设施建造与商品房开发相对留有步行15分钟距离，形成独立于住宅的、具有一定规模的现代生活消费空间。

苏州邻里中心方圆面积约3—4平方公里，商业功能突出便民利民，整个商圈划分四大板块，一是日常生活购物区，其中有菜场、超市、便利店、洗染店、快餐店、维修店等，以满足居民基本生活需求；二是休闲购物区，主要是引进一部分居家服装、家用百货、文化用品以及音像租赁、酒吧、咖啡馆等；三是家政与民政服务区，紧贴居民生活，开设家庭服务推荐、计划生育指导、婚姻指导中心、婚姻介绍和登记、残疾生活扶持、“夕阳红”活动室等为居民提供方便的家政和民政服务；四是职业文化传播中心，包括职业介绍、技术培训、心理咨询、社区学校、图书馆、文体活动中心以及外来居民的文化教育等。

三、依景开发的杭州市西湖区湖滨商业

杭州西湖，是享誉国内外的旅游胜地。西湖的“黄金湖岸”，历来是中外游客的云集之地。每年 5000 万人次的观光人流，使景区保持着“热闹”的景象。但从商业格局看，它已经显得落伍了。为此，西湖区政府积极导入国际上先进的商业理念，在 800 米长的“黄金湖岸”边，借西湖之美景，重点打造杭州“西湖新天地”，开辟出杭城高档次的休闲娱乐亮点项目。

借鉴上海“新天地”的理念，“西湖新天地”的开发以“湖光、山色、清风、月明”为衬托，设计出颇具湖泊水景韵味的景观休闲区，以杭城中外白领及观光游客为主要目标市场，开设中高档休闲餐饮、酒吧、咖啡屋、茶楼，使世界各国品牌餐饮，如必胜客、味之岛、ZIPPO 专卖店等纷纷入驻。与此同时，相嵌其间约 1000 平方米的精品店内，设有 30 多家品牌专卖店，形成“精品屋”商业群落。凸现一个集时装、佩饰、包袋、珠宝挂件、时尚手表、工艺制品等花枝招展、五彩缤纷的休闲商品购物区域。此外，为了充分发挥西湖景区的资源，在湖光鳞鳞和龙井飘香的氛围中，专门开辟了西湖荡舟休闲项目以及音乐茶座，引来具有世界各国风味的爵士乐队、乡村乐队、迪士科乐队……。这些休闲娱乐的场所串联起西湖 9 个景点，36 个历史文化古迹，使商业和旅游紧紧地融合在一起，由此使西湖的面貌焕然一新。

第二节 发达城市商业特色区对玄武区的有益启示

无论是黄浦区的商业定位、苏州工业园区的社区商业，还是西湖区的湖景商业开发，都有其共同特点。那就是政府在开发前都会通过多方论证，广泛听取专家意见，制定出科学合理的规划布局方案。以投融资的理念及先进的国际管理经验，力求能使项目永远保持领先地位。

一、商业发展依赖于超前的规划布局

通过对发达城市中商业特色区发展轨迹的研究，可以发现，任何商业发展往往都是由于政府重视商业规划布局，从而以领先十年的理念打造中心商业。

如上海黄浦区政府就积极地借用外脑，与国内外的专家、学者联手为南京路制订战略发展规划。在改造的过程中，始终坚持中国

特色、时代特征、上海特点。整个规划投资预算约 180 亿元，将在 10 年内分步实施，计划在 2002 年—2005 年形成基本格局，在 2005 年—2010 年完善并提高。10 年后的新南京东路将成为具有世界级客流量、世界级商业收入和全球知名度的国际一流商业街，届时南京东路年营业收入将比现在提高两倍，达到 400 亿元。

苏州工业园区在社区商业的发展中，也十分重视规划的重要性。政府在社区建设之前，对拟建项目进行了充分的调查研究，并会同政府其它各相关部门和各方专家进行严密的科学论证，进而对项目予以整体的、人性化的设计与规划，使得工业园区的社区建设规划同商业资源配置及功能布局规划，以及其它的一系列社区功能的规划融为一体。正因为规划的一体性，才使得规划更具科学性、前瞻性、严肃性和可操作性。

西湖因为她承载着千年的历史，积淀着深厚的文化，而闻名于天下。21 世纪初，杭州市委市政府实施的西湖综合保护工程，便是传承历史、开拓未来之举。在保护与开发的问题上，正是由于政府以认真科学的态度，并广泛听取了专家学者和各界人士的意见，才使得设计论证相当严谨，从而使商业开发既能够合理地利用资源，又能够实现以开发带活保护的目，为西湖的开发与保护积累了宝贵的经验。

在新一轮的发展中，通过政府主导、规划领先、科学合理布局的决策思想，多方听取专家意见，进行科学严密论证，并设立必要法规使之更有效地为城市规划服务，这些正是商业发展的趋势。

二、商业发展依赖于良好的投融资概念

政府通过对商业发展进行科学的规划，并在良好的包装和宣传的基础上，形成了良好的投融资氛围，使得城市的商业发展起点高、收益大。

上海市的黄浦区在商业规划中围绕繁荣繁华发展主线，着力于提高集聚辐射能力，通过推进商旅文结合，并以此而形成独特的商业文化，培育出其具有独特优势的商贸核心竞争力，并将相关产业互相融合、联动发展，建成了全市领先的现代商务区和具有国际水准的综合消费区。与此同时，不断加大南京东路等五大功能区的形态建设和功能深化的步伐，进一步将引进国内外著名企业、特色品牌与整合区内独特优势资源结合起来。同时，举办商业房展会，也是搭建开放引进及整合资源平台的一种好形式，使得越来越多的国内外商贸服务企业了解黄浦、入驻黄浦。

杭州的“西湖新天地”是在“上海新天地”大获成功下由同一家境外

企业投资的。业内专家曾预测，“西湖新天地”的高品位和高档次必定能提升杭州这个旅游城市的品位，而杭州每年约3千万的游客足能给经营者带来丰厚的回报，其结果必定是双赢的。而投资方向外披露说“上海新天地”项目是亏损的，而且投资回报的周期会很长。但人们注意到投资商在“上海新天地”周围的房产升值和由“上海新天地”所带来的巨大人气和财气早已使周边地块的身价与日俱增。如此算来，随着周围住宅楼、商务楼的建成，房地产商必定会在以后的日子里财源广进。这种大手笔不仅能提高一个地方的品位，创立一个投融资的题材和搭建一个投融资平台，同时也会使得周边地区的土地大为升值，从而将大大拉动房产业的发展 and 人口结构的改变。

三、商业发展依赖于国际化的管理理念

黄浦区政府在南京东路的改造上，依赖借鉴香榭丽舍、银座、密歇根、牛津街等国际著名商业街区的成功经验，将高雅怀旧的情怀、都市购物的时尚和休闲娱乐的功能融合在一起。苏州工业园的社区“邻里中心”更是新加坡的“舶来品”，新加坡的现代化建设强调“以人为本”，突出“家庭”和“邻里”，具有浓厚的东方色彩。在每个居住密集区设点建“邻里中心”，每个“邻里中心”都集各种文化、娱乐、商业网点和便民服务于一体，为方圆1公里内的居民提供日常生活中想得到的所有服务。在商业规划布局上突破以往传统商业的框架，不再重复像过去王府井、南京路、观前街那样的传统线状商业布局，代之以块状布局，这就带来了城市现代化的变革。这一变革使所有交通干道两侧不会再有“路边店”，这既为未来消费者停车购物创造了良好条件，也保障了城市交通的流畅和快捷，从而有效地避免了现今常见的一大“都市病”。这点点滴滴蕴含着的是对人的深切关怀和对城市未来的深谋远虑，这都是对“以人为本”理念最好的诠释。

第三节 发达城市商业特色区经验对玄武区的借鉴

通过对黄浦区商业、苏州工业园社区商业、西湖区湖滨商业开发的介绍，给玄武区带来的启发就是，只有在政府的主导下，重视科学规划，在优化资源配置的基础上创造出良好的商业投资概念和平台，这样才能吸引标志型企业入驻。再通过这类企业的吸纳辐射作用，使区内商业企业呈多层次分布，能够形成商业的新亮点。

一、转变观念，科学规划

从对上海、苏州、杭州三个城市的商业特色区的分析中，可以看到，商业的开发对区域经济的发展具有重要的战略意义。其中，作为政府在产业经济发展中要坚持主导作用，打破原有的部门分割，优化行政管理资源，形成管理合力，推动商业向现代化发展。

在新的商业规划布局中，明确玄武的规划重点。其一，明确商业开发的定位。把适应现代消费需求作为商业服务业发展的重点；其二，制订区域商业的中长期发展战略。明确产业发展的各阶段目标，按时间节点予以推进，并同时实施品牌战略、竞争战略、服务战略、绿色战略；其三，科学合理的商业布局。紧密结合南京市的整体规划，根据区域经济及其周边的经济、人文、自然、环境的特点，有层次、有重点、有特色地布局区内商业的亮点项目；其四，制订具体的实施意见和有效的推进措施。提出相应的产业政策、财政政策、投资政策、人才政策。

规划制订以后，经过专家论证，并在听取政协等有关部门意见的基础上，报请人大批准，使产业发展规划同样具有法律刚性，以保证规划实施。

二、发掘题材，优化配置

根据以上发达城市商业特色区发展的特点，一个区域的历史、人文、景观，实际上是一段印刻在几代人心目中难以泯灭的文化，它虽然厚重，但是又感亲切，它不仅能散发出人类历史的光华，又能不断地集聚客流和人气。因而，善于发掘和利用当地的景观资源进行商业开发，这是现代商业发展的一个重要的途径。

玄武区内的紫金山、玄武湖是六朝古都南京市的主要景观。区内的湖光山色之美不仅仅在于自然景观，而更在于区内新一轮商业发展的重要资源。据此资源优势，完全可以依势借景，创造出一流的商业投资的概念，提炼出独具一格商业文化和它人不可替代的竞争优势，因此合理利用这一资源对玄武区的商业发展而言，就显得格外重要。

三、打造亮点，营造氛围

新一轮的商业发展，不仅仅是商业的网点布局和商业营销，从根本上讲，应该在国际化、现代化的背景下，多层次的打造具有区域特色的消费环境。为此，不仅要充分利用现有的商业存量资源进

行重组和调整，还必须要有步骤地打造若干个具有时代特色的多层次商业圈，诸如区级商业中心、社区商业中心、休闲消费中心、专业特色街、专业市场等，这些亮点商业圈内设施、景观和建筑应最具现代化的，圈内的必须引入领军型企业，商业的带头羊和排头兵，鹤立鸡群，光彩照人，对商业圈起到画龙点睛的昭示作用。它们的存在本身就创造了良好的商业氛围，能够吸引大量的人流，带来了浓浓的商气。

第三章 玄武区商业发展的总体目标和战略定位

第一节 玄武区商业发展的总体目标

玄武区商业发展的总体目标应是：紧紧抓住南京市沿江开发的战略契机，以区域商业重点项目建设为抓手，确立起区内商业十年内基本实现现代化，并初步体现国际化的中长期发展目标。努力建设中心城区繁荣繁华和居住区便民利民的商业架构，通过以商业服务业的能级提升为切入点，带动现代服务业和商贸流通业、房地产业的联动发展。进而以商贸流通业的发展，带动相关土地附加值的提高，并适时导入新型的高质量人口，扩大和刺激消费需求，使商贸流通产业成为玄武区经济发展的支柱产业。

一、确立商业向现代化发展的中长期目标

玄武区商业要实现在 2008 年前基本实现现代化的中期目标，首先需要抓住区内新街口商业板块和孝陵卫社区商业的两个亮点工程建设项目，以及加快珠江路电子专业街整体改造提升的步伐。客观地讲，这三个项目是玄武商业整体发展的基础，因此它们处于重中之重的战略位置。与此同时，在这三个项目的建设时要注意分别引入 2—3 家国际性的品牌企业入驻，使之成为亮点中的亮点，成为三个板块中的领军企业。因此，对于标志型企业入驻要注意提供政策优惠、放低门槛。因为，一旦这些企业入驻，立刻会产生强大的聚合效应，这有利于区内商业的整体改观。

2013 年之前要利用商业板块和长江路文化旅游板块已经逐步成熟并互相融合的契机，加速商旅文结合的商业文化建设，通过争取玄武湖畔亲水商业项目的开发，提高商业的国际化水平，犹如巴黎的塞纳河和汉堡的莱茵河以及伦敦的泰晤士河畔的亲水休闲商业业态，通过合理地利用湖畔资源，尽可能地营造出新颖的商业氛围，最大限度地吸引国内外游客的高档消费。

二、明确近期切实可行的重点工作

既然玄武区商业已确定了基本实现现代化和初步体现国际化的中长期发展目标，那么就应以这一目标为切入点，明确玄武区商业

近期一系列切实可行的重点工作，作为其做好近期项目的抓手，使中长期目标能与近期工作有机相融，即近期工作为中长期目标服务。

因此，必须以现代的理念，在借鉴其它城市成功先进经验的基础上，首先对玄武区商业发展进行科学规划和合理布局，并在区内实现资源优化的配置，对首选项目进行决策，创造开发题材，以社会化的运作方式，搭建起良好的投融资平台。其中最为重要的是决策方案要争取得到市里相关部门的支持。这一近期目标一旦落空，那么其余的战略目标都将失去操作的基础。

应该充分地注意到首选的三个开发项目的整体性。如果单一地发展珠江路，其余两个项目不能同时上马，都将对玄武区商业的跨越式发展产生负面影响。

三、制订出分步实施积极推进的发展策略

在具体实施时，采用先易后难的方式，即先选择有一定基础，能产生示范效应和引领作用的项目先期予以重点推进，从而以点带面逐步深入和扩展。同时，这些重点项目还应具有一定的拉动作用，能在项目推进实施的过程中拉动周边地区房地产业或相关现代服务和现代商贸流通业及商务的共同发展，以一个产业圈的概念来实施和开发重点工程的建设。只有这样，才能使重点项目的开发和全区商业的发展相辅相承，才能在有限的时间内完成中长期的发展目标。

由此，应充分抓住 2005 年第 10 届全国运动会在南京召开的有利契机，尽快完成珠江路电子专业街的功能开发和完善。与此同时，抓紧对新街口玄武板块的招商引资，争取“十运会”一结束能立即上马动工。同时，还应完成对孝陵卫社区商业中心的详规和招商引资，并在 2006 年能建成开业。

同时，在实施分步走的发展策略时，还应以“小步跑不停顿”的接力棒方式来予以推进。只有这样，才能有利于推动产业政策的实施和商业规划布局的落实，才能有效实现中长期的发展目标，才能使玄武区商业能永久地保持发展的活力，才能用较短的时间实现玄武区商业的跨越式发展。

第二节 玄武区商业发展的战略定位

玄武区商业发展的战略定位是：充分体现“数字玄武、文化玄武绿色玄武”的人文精神，满足不同层次消费群体的现代生活需求，引领消费时尚，创导新型消费，使之成为南京市现代化的综合消费圈。在此基础上，积极推动玄武区现代商业同相关产业的联动发展，使

玄武区商业在未来十年间，真正成为南京市商业发展标志性区域之一。

一、积极打造中心城区商业的繁荣繁华

玄武区在商业规划布局时，应有一个重大的战略调整，以提升商业的能级。客观地说，新街口商业尽管发达，但总体而言，业态仍较传统。因此，新街口玄武地块，应根据错位竞争的理念，积极吸引有实力的大型外资商业入驻，开发出具有超前性的大型现代生活广场，形成对这一中心城市商业的错位经营和错位发展。开发大型现代生活广场，一方面可以有别于其它区域以购物消费为主的百货零售业，另一方面也可避开相邻的沃尔玛锋芒，并使之成为新街口市级商业中心中的一道亮丽风景线。

二、努力推进社区商业的便民利民

玄武区在积极推进中心城区商业繁荣繁华的同时，还应以现代化为特色，以人文关怀为理念，以便民利民为宗旨，努力打造符合现代居住的新型的社区商业，满足人们的居家消费需求，从而形成多层次的商业架构。一般而言，旧城区的社区商业以沿街式居多，新城区的社区商业以团组式居多，并根据功能的不同，以步行时间计算，可分为5分钟商业（居住小区内）和15分钟商业（若干个社区共享型）。而目前玄武区应首先建设以新区为主的15分钟社区商业，才能形成商业榜样和商业亮点。通过打造富有特色的社区商业，以充分体现便民利民的宗旨。同时，社区商业的建设和配套也可极大地带动旧房改造和土地增值，并以此吸引房产开发商以现代居住的理念，营造出适合现代人居住的、以小高层、高层为特征的生态居住环境，这将大为提升玄武区的城市面貌和区域形象，提升玄武区的商业能级和经营档次，推进玄武区商业向广度和深度两个方面发展。

三、着力创新都市的休闲服务业

面对新一轮的发展机遇，玄武区应通过以现代商业、房地产业和山水资源的有效嫁接，着力构造起城市现代休闲服务业。

要做好山水文章，就要以山水为题材，开发出具有一流人文环境的现代商业。而这一开发要本着与大自然有机相融、互为协调的原则，以画龙点睛的方式加以综合利用和合理开发，不能以大规模

破坏的方式来进行。同时，以山水为主题的现代休闲服务和现代商业的开发，不是单纯的商业开发，通过这一开发，完全可以带动就近地块的旧房改造，使土地的价值得以回归和体现，从而带动湖滨高档住宅的开发。一方面可以吸引一批具有相当消费能力的消费者入驻，提高这一区域的人口素质，促进商业向现代化发展；另一方面也可带动这一区域的旅游业向更高的档次提升，还可以大幅提升整个南京市的城市形象。

第三节 玄武区商业发展的战略任务

未来 10 年，玄武区商业要基本达到现代化目标，就要求有一个适合于发展的良好环境。为此，要将中长期发展目标同战略任务紧密地结合起来，这将有利于营造一个的良好发展环境，以推动目标的早日实现。

一、加速营造商业发展的政策环境

玄武区商业要完成既定的中长期发展目标，要实施和开发近期发展的重点项目和亮点工程，必定要有明确的战略任务，其中之一就是要制定一系列配套的政策。政策不仅是实现目标的保障，更能起到一个引领作用和推动作用。

一是，制定出以商贸流通产业为龙头的区域经济产业发展政策。

二是，根据商贸流通产业的地位，制定出财税、土地等支持性的配套政策。

三是，制定商业投融资的鼓励性政策。

四是，制定商业招商引资的奖励性政策。

五是，形成科学的、公开的决策机制。

六是，制定商业向现代化发展的商业规范。

通过政策的制定，可以建立有利于商业发展的政策与规范，使得玄武区商业在向现代化发展的过程中，有章可循、建设有序、推进有力、运作有方。

二、加速优化商业发展的市场环境

商业发展不仅需要有一个良好的政策环境，还应有一个公平公正的、以诚信为基础的市场环境。为此，玄武区政府应加速建设有利于商业发展的市场环境。

首先，政府应建立健全长效的监管机制，打击假冒、净化市场。

玄武区商业要基本实现现代化，并初步体现国际化，就应打破部门分割，优化行政管理资源。对于那些制假、售假和侵权等的违规操作和不法行为，予以坚决查处和严厉打击。

其次，应倡导全社会共同打击商业欺诈，打造商业诚信体系。没有了诚信必将失却规范的经济秩序，从而使社会交易成本大幅提高，最终势必会影响到玄武区经济的健康有序发展，阻碍中长期发展目标的实现。为此，必须强化监管力度，以明确的职责，营造良好的市场环境；以明确的利益，保障守信者的合法权益，并使失信者支付高昂的失信成本。

再次，应积极鼓励商业企业的品牌开发，保护企业间的公平竞争。政府应以政策为导向，积极鼓励和推进商业企业自主研发，以创立自己独特的商业品牌。政府应给予品牌开发的企业更多的支持，鼓励企业走品牌建设和商品研发的创新之路，从而加快走向现代化的步伐。同时，政府还应该给予品牌企业以有效的保护，保护其知识产权，对于盗用、假冒、仿制他人企业自主研发的、具有知识产权品牌商品的行为，应予以格外严厉打击，保护并鼓励企业间进行公平的竞争，从而形成健康、有序、规范的市场环境，促进玄武区商业进一步向现代化迈进。

三、加速培育商业发展的服务环境

玄武区商业发展还应有一个可提供一系列有效服务的服务环境。

随着玄武区经济，特别是玄武区商贸流通产业进一步向现代化发展，并进而初步实现同国际接轨，这就需要诸如法律、会计、审计、金融、会展等的现代服务业的不断涌现，使之成为玄武区商业走向现代化的不可或缺的支撑力量。政府理应在这方面，以积极的姿态，鼓励和扶植这些现代服务业的发展，以积极的政策导向，努力培育现代服务业的市场，从而推进现代服务业的快速发展，为玄武区商贸流通产业走向现代化提供全方位的配套服务。

其次，通过搭建良好的经济政策信息无偿的咨询平台，通过信息的正确引导疏导投资流向，使经济发展更健康有序。

再次，政府应努力搭建起透明化的信用信息查询平台。发布企业、个人的信用等级，将企业合同信用、信贷信用、资产负债等各类信息客观地在政府网站上予以公布，保障投资者的合法权益，维护市场的公平公正。

总之，营造公平公正的、诚信的、有法律法规保障的政策环境、市场环境和服务环境，有利于推进玄武区商业实现中长期的目标。同时，培育出可持续发展的核心竞争能力。

第四章 玄武区商业的重点布局和规划

根据玄武区经济和社会发展“十五”纲要提出的建设“经济发达、服务一流、现代文明城区”和“以发展四大新兴产业为核心，以特色街、专业市场、商贸中心区建设为依托，以东部新区发展为载体，构筑新兴服务业发展的新框架”以及本报告对玄武区商业发展战略定位的要求，玄武区商业的布局和规划重点是：打造新街口中心商业、发展以孝陵卫为代表的社区商业，完善珠江路高科技产业集群、建设玄武湖畔亲水商业和调整区内专业市场，从而使玄武区商贸流通业成为区属经济的支柱产业。

第一节 新街口核心商圈的战略布局

新街口商业历来是南京市繁荣繁华的核心商业圈，“十五”期间，南京市按“五个第一”的思路将把新街口商业建设成为“华东第一商圈、江苏城市旅游第一品牌、南京市第一商务中心和南京城区现代化第一示范区”。玄武区作为占据新街口核心商圈一角的重要行政区，理应在南京市商业的新一轮发展中发挥更为积极的作用。因此，必须抓住发展的契机，化大力气，将新街口玄武板块塑造成新的商业亮点。

一、新街口核心商贸区的功能定位

新街口玄武区板块，位于整个新街口商圈的东北角，南起中山东路，北到长江路，东自武洪北路，西临中山路，占地 0.15 平方公里。作为南京市商业的“黄金地段”，无论对全市还是本区的经济发展都具有举足轻重的重要地位。从商贸流通产业的发展来看，占据这一区位具有四大优势：

一是，商贸资源的集聚优势。仅玄武区板块就拥有各类商店 890 多户，而且还汇聚长江贸易大楼、天时大厦、军区后勤大楼等商务办公楼 10 多万平方米，其中有保险公司、工商银行、中国银行、建设银行、深发银行等金融机构十余家，另有市艺术中心、影院、娱乐场所十多家，同另外几个角的同业形成了相当密集的商业氛围。

二是，人口吸纳的消费优势。按有关材料显示，新街口日平均

人流达 60 万人次，逢节假日甚至有近百万人流。这些人流不仅来自全市各区，而且来自于全省各地的人口就占了 30% 左右。其中大多是二、三十岁中青年“新生代消费群体”。随着南京市对外开放扩大，进入该区域的全国各地，特别是“长三角”地区来宁开展商贸商务活动的流动人口也越来越多。尽管目前新街口玄武板块相对冷清，但越发增多的人口，使玄武商业在此间占有相当大的后发空间。

三是，商旅结合的品牌优势。玄武区因其具有丰富的“山、水、城、林”自然景观和独特的民国遗迹遗址历史特色，对发展商旅文结合的商业极为有利，2002 年来宁的游客就达 2132.13 万人次，同比增长 20%。其中，海外游客 56.13 万人次，增长了 19.48%。丰富的旅游资源，使各方游客来宁必到玄武，这也为玄武区的商业发展创造了竞争力。

四是，级差效应的区位优势。玄武区的区域内有“四多”：政府机关社团组织多、大专院校科研院所多、媒体文化体育赛事多、历史文化景观多，这为该区域带来极高的附加值。因此，应很好地把握发展的机遇，整合好优势资源，将新街口玄武板块打造成“高品质商业、高品位商务”的“双高”核心商贸区。

所谓高品质商业，即以现代都市人“综合消费”理念，于新街口玄武区段建起一座超广域性现代化、大容量都市型的购物中心（“销品茂”），其规模达 10 万平方米以上，集购物、休闲、展示、观光、餐饮、娱乐、影视、健身……于一体。引进国内外著名品牌、五湖四海特色商业和餐饮。

所谓高品位商务，即以优良的硬件设施、优美的商务办公环境、优化的管理服务，通过长江南北货邓府巷、置地广场等地块的开发，在新街口区域凸现高品位的商务楼群。商务商业联动，推进新街口玄武区商贸核心圈在新街口龙头地位。

二、建设现代“都市型销品茂”

购物中心始端于上个世纪六、七十年代欧美发达国家，并非是一种独立的零售企业，而是以百货业、大型超市为龙头，配以上百家专卖店、餐饮、休闲、娱乐、银行等相关服务业态，在以相对集中设施内聚合而成的商业综合体。它具有适应综合消费的功能，各种消费形式如精品时尚百货、专卖店、特色店、餐饮、娱乐交错林立，吃、穿、用、玩、乐一应俱全；而且具有时尚导向作用。汇集国内外主流品牌、前卫消费，领导消费新潮流，对消费流行起指导

与示范作用。目前，世界各国著名城市以及我国的上海、广州、深圳都先后在都市中心建立了购物中心。新街口玄武板块建购物中心应体现二个特点：

1、规模大，能容纳综合消费需求

在新街口玄武板块，在保留原有中国银行、省级文物保护范围和中山东路高层楼房之外，以大手笔之势，动迁所有零星旧屋和建筑物，沿中山路纵深建设占地 2 万平方米的 35—40 层高楼，地下 1—2 层为停车场，地面 1—3 层裙房为精品百货，4—6 层分别为专卖店、餐饮、娱乐、影剧场、休闲、健身中心……。周边环中山路、长江路和洪武北路开辟不同宽度 1 万平方米左右大型“园林式”公共配套绿地及中心广场，错落有致地布局，亲水湖亭、“四季花卉”、“世界名树”、“喷泉雕塑”、“江南庭图”小品及白鹅、小鹿、白鸽、鱼群……动物伴侣，适应人们物质精神、购物自然生态、多样化消费需求。

作为省城商业中心玄武区购物中心目标消费对象，要立足于“长三角”广阔地区，吸引三个层面消费群体。即南京市消费者、南京市周边省内外消费者、长江两岸江淮大地、苏中、苏北消费群体及沪杭临近消费者。

2、高品位，开创现代消费新生活

新街口玄武板块建购物中心要在全市商业中创造三个一流：一流的购物环境。应体现二十一世纪现代都市人时尚消费意识；一流的商品和服务品牌。导入国内外著名品牌的商品和服务，提升玄武区商业的层次；一流的商业技术。以现代计算机信息技术、物流技术以及食品卫生、环保技术打造玄武区的标志性商业。

三、开发面向“长三角”的现代商贸中心

玄武区在新街口板块开发引进、并建设现代购物中心的同时，应充分利用新建设施，同时发展以此为配套的现代服务业，充分开发商贸功能，使商贸能同时融入进新街口整体 CBD 的建设中去。错过这一机遇，以后再要跟上全市商贸业整体发展步伐，不仅为时过晚，而且将十分困难了。新街口玄武区现代商贸圈应突出二大特色。

1、全方位提供优质服务的特色

商务楼宇以现代国际商务理念，为入驻的中外企业提供全优服务，不仅有一流的信息服务系统、停车场地，而且要有公寓酒店式物业服务，保证商务活动畅通、顺利高效，企业入驻率常年应达到 85%。

2、商务商业联动特色

玄武区现代商贸中心同时要导入的是同商业相关的法律、审计、评估、咨询、传媒、金融、保险、物流、报关、研发、展示等现代服务业体系，充分推进玄武区现代商贸中心与商业购物中心的联动发展，互为依托，互为市场，互为服务。

第二节 孝陵卫社区商业的重点布局

社区商业无疑是功能还是商品都区别于市、区两级商业中心，它是以一定地域的居住区为载体，以便民利民为宗旨，以不断提高社区居民生活质量为目标的属地型商业。建设社区商业并不仅仅是简单地商业网点分布，而是要立足于引导社区居民新型的生活消费。

玄武区共有十一个街道 49 万余人口（其中包含外来人口 15.3 万）。随着玄武区社会经济的发展，未来玄武区的社区建设将出现新的飞跃，这就要求玄武区既有繁荣繁华的中心区商业，又有便民利民的社区商业。因此，全区的社区商业应考虑以孝陵卫社区商业布局为切入点，先取得经验，然后再逐步推广。

一、孝陵卫社区商业的定位和布局

孝陵卫地区位于玄武区东段以及中山陵景区以南的狭长地带，总面积 2 万平方公里，其基本特征是高等院校集聚，一头接市中心，一头与乡镇接壤，又面临旅游景点，这一区域的社区商业发展极具潜力。

孝陵卫地区由孝陵卫和卫岗两个街道构成，共有 14 个社区居委会，4 个村委会，总计人口 9.3 万余人。新兴房产开发方兴未艾，仅规划待建的钟山花园城占地 77 公顷，建设面积达 84 万平方米，可容纳居民 4.5 万余人。

人口构成中不仅有大量本地市民，还有来自农村地区村民和外地来宁打工人员，以及占相当比重的周边院校的知识分子。不同的收入差距构成了居民多层次，既有工薪族中低等收入水平，也有相当一部分高级知识分子、科研人员，具有很高收入和消费能力。

社区居民消费已突破短缺经济时代单一物质消费的结构，对精神文化消费需求与日俱增。据调查，居民对消费需求的方式呈现“三多”，即要求办大卖场、超市的多，尤其是建材超市；要求开书店、报亭、花卉店的多；要求设娱乐、休闲场所的多。但就目前孝陵卫的商业能否满足周边居民的需求，尚仍存在三个方面的问题。

一是，社区商业面积总量不足，商业设施规模小，布局分散，仅有一家 2000 平方米左右的联华超市，其余商业网点大都是二、

三十平方米的小铺，总面积不超过 1 万平方米。孝陵卫地区近 10 万人口，即使按人均 0.5 平方米计算，也需 5 万平方米以上。此外，由于受到中山陵旅游景区的政策限制，商业发展可开发空间不足。

二是，社区商业质量较低，孝陵卫地区现有社区商业品位档次不够，对具有购买能力的中高收入家庭缺乏吸引力，商业现状存在“三多三少”的状况。即，传统业种多，新型业态少；简陋店铺多，现代商店少；个体经营多，品牌商业少。

三是，商业主管部门对社区商业的调控手段缺乏。据调查，孝陵卫地区社区商业还存在着脏、乱、差状况，当国有资本逐步退出商业领域后，大量的商业设施和商业本身都处在一种自然的发展状态之下，行政主管部门对商业发展新的调控机制尚未建立起来，所以，很容易导致商业的无序发展。因此，要将孝陵卫作为社区商业的试点，就必须对社区商业的功能进行准确的定位。

第一，购物功能。以社区内不同消费层次居民为目标对象，居民不出社区，基本生活所需商品和服务都能步行 15 分钟即能买到，达到购物方便、生活便捷。

第二，服务功能。适应现代居民生活节奏加快和闲暇时间增加的消费特点，为社区居民提供各种商业服务。如：商品维修、送货上门、洗染、彩扩、家政家教服务等。同时，商业外部环境及周边住宅小区相协调，交通设施、停车场地、绿化与之相配套。

第三，休闲功能。现代社区不仅是消费中心，也是休闲中心。社区商业应为社区不同消费层次居民提供休闲、文化、健身、娱乐活动，可设有茶坊、舞厅、健身房、书店、花卉店等。

孝陵卫社区商业拟布局两个层面：即居住区商业（即 15 分钟商业）和街坊型商业（即 5 分钟商业）。目前拟先建 15 分钟商业。

所谓居住区商业，是以街道共享型的、以居民居住地到商业区域垂直距离步行约 15 分钟为半径，覆盖整个街道的“消费圈”。

其必备性的业态主要是以购物中心为主，连接连锁超市、菜场、酒楼、药店、美容美发厅、维修站、邮局、银行等。

对其指导性的业态是引入专卖店、咖啡馆、酒吧、休闲浴室、网吧、商务中心、花店、影视娱乐场所、健身中心等

所谓街坊型商业，是建在居住小区内的、以居民居住地到商店垂直距离步行约 5 分钟的半径的便民商业。

其必备性的业态是 24 小时便利店、餐饮店（早点、夜宵、快餐）、洗烫店、理发店、棋牌茶室。

它的指导性业态有书报亭、咖啡室、宠物花卉寄养、音像租赁等。

二、居住区商业布局

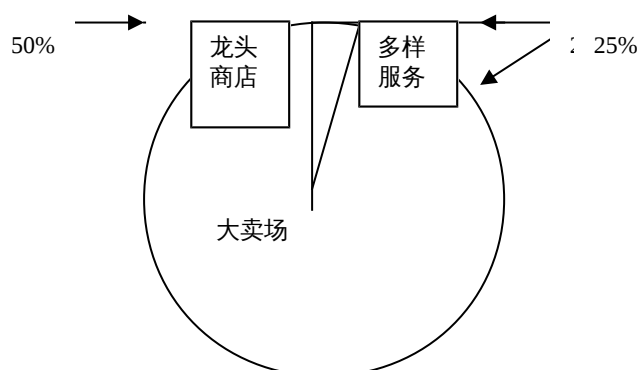
孝陵卫地区“15分钟居住区商业”，其核心是规划社区购物中心。

其选址的基本原则，一是要人流相对密集的区域，平均日客流约1.5万人次以上；二是交通枢纽，各种交通方式具全。如公交车站、地铁出入口、长途及旅游车站；三是城乡交界处，在大型高速公路、城市环线、省道、国道附近，以利于商品的物流配送。此外，还要留出足够的土地面积可供二次开发。

为此建议孝陵卫首期的社区购物中心建设，可建立在卫岗地区铁匠营路南侧（乳业公司地址）。动迁原址相关企业，结合区内改造，通过社区商业的功能到位，必将带动该区域形象的提升和房地产业的发展。

该购物中心应具有较大体量、集聚各类居家商品、主副食品、冷冻食品、生鲜食品等，便于居民“一站式”消费的特点，又能休闲和餐饮、又能带孩子在儿童天地娱乐这种多样化的商品和服务能满足不同层次的消费需求，是一种典型的居家补充型消费形式。为此，在业态结构分布上要体现三个层次：

一是，龙头店占较大比例。孝陵卫社区购物中心龙头店可以导



入以大卖场为主，占总面积的55%。

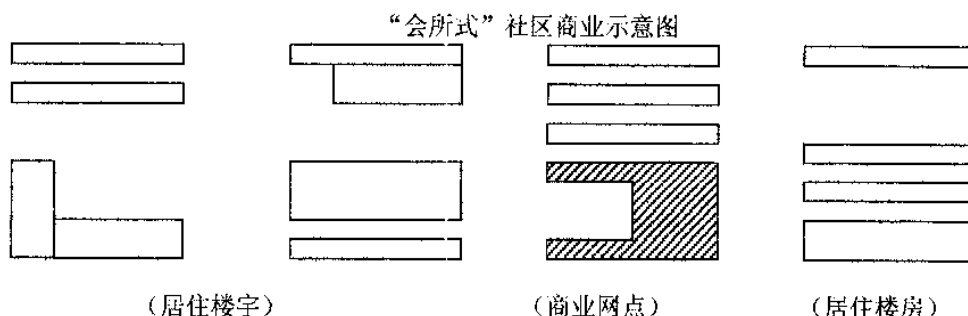
二是，各种个性化专卖店配合支持。五花八门的国内外精品专卖店数十家，一般可占总面积20%，多种多样的服务配套，如维修、彩扩冲印、风味小吃、特色餐饮、洗衣店、银行、咖啡馆、茶坊、书店、邮局、药房、小型影剧院、舞厅等，占25%。

三、后期街坊型商业形式

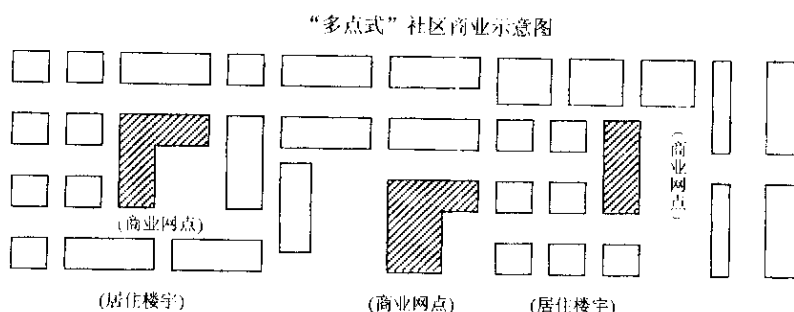
在首期15分钟居住区商业建成的基础上，应适时地向5分钟街坊型商业渗透，开始根据居民不同收入水平、居住不同价位的住房、不同消费水平和消费习惯，在孝陵卫地区不同居住点建设具有

不同特点的商业设施。在商业布局上主要有以下三种不同形式可供参考。

第一种是“会所式”居住点商业。对消费水平相对较高的楼盘内的社区，主要通过“会所”，使餐饮、咖啡、酒吧、便利店、餐馆、娱乐、健身等服务相对集中在会所式的商业群落内。（见图）其中购物占 30%，餐饮占 40%。

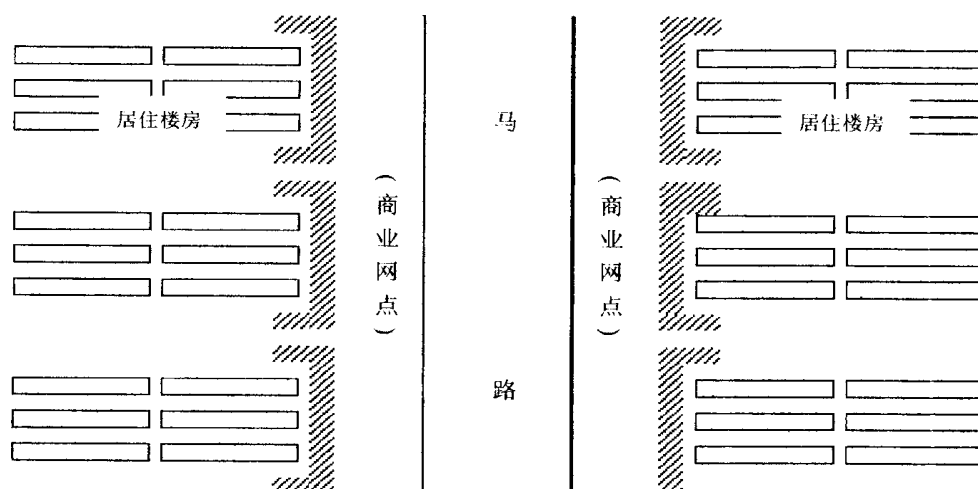


第二种是“多点式”的居住点商业。商业网点镶嵌在居民住宅之中，（见下图）设有便利店、餐饮、维修等，其中购物占 50%，餐饮占 30%，服务占 20%。这种形式一般在中档的楼盘中开展。



第三种是“沿街式”的居住点商业。这主要是针对老城区。由于老城区受原有楼房设施的局限，只能依赖马路两侧的沿街商业网点，满足居民的日常生活需要。（见图）购物占 60%，餐饮占 20%，维修占 20%。

“沿街式”社区商业示意图



第三节 珠江路高科技产业街的布局

珠江路高科技产业集群一条街，东起龙幡路，西至中山路，沿途共有商家店铺 1690 家，总营业面积为 131976.04 平方米。经过十年开发和经营，已成为闻名省内外的科技产业集群带，并被确定为省电子信息产业基地。目前，珠江路一条街正面临第二次创新开发。

一、珠江路高科技产业街的发展现状

珠江路高科技产业街，自上世纪 90 年代初开发以来，已形成了具有数十万平方米销售面积的专业特色商业街，珠江路不仅是唯一的现代电子产品购买场所，现已逐渐建立起 IT 大卖场、数码广场、专利创业园、江苏软件园和东大科技园等先进园区，与沿街各类专业商店融合，使珠江路一条街形成了高科技的产业集群带。

随着 IT 产业的不断发展，高科技产业街年销售额已达 2600 亿元，街内一批企业依托珠江路日益做强做大，其中年销售超亿元的企业有 50 多家，超过 10 亿元的企业已有 3 家。如百脑汇电脑城、福中、新华海、宏图三胞等都是较大规模企业。

目前，珠江路创业者已形成一支 3 万人队伍的 IT 技术专业队伍，开通了“数字珠江路”网站，他们中有留学归来人员，有大专院校师生，有科研院所的专家学者。

近年以来，珠江路高科技产业街按照省市领导要求，集中力量

整治市场秩序，创建“无乱收费示范街”活动，推行先行理赔、抽检准入等制度，建设起“诚信珠江路”，使整条珠江路形象大为提升。

眼下，珠江路高科技产业街在新一轮的发展中存在着明显的三大优势。

其一，产业优势。珠江路的商业发展并非空中楼阁，而是建立在高科技产业基础之上，一大批省内外高科技计算机院所始终支撑了该商圈的发展。目前，形成了“一街三元”的发展格局，同时强大的产业优势成为该专业特色街发展的物质基础。

其二，区位优势。珠江路高科技产业街立足南京，辐射“长三角”，处于良好的城市发展背景。珠江路地处“中心城区”，紧靠省、市政府所在地，且区内及周边有南京大学、东南大学、航天航空大学等高等院校，以及中央、省、市计算机信息技术科研院所，为日益发的计算机软件开发形成了强有力的市场支撑。

其三，规划优势。珠江路高科技产业街的发展，始终得到政府的积极支持，早已列入城市发展规划，具有一定的刚性效果。1992年，政府就明确提出了将珠江路作为“科技强区”的标志，提出打造“数字玄武”，在珠江路大力发展信息软件和高科技流通产业；1999年，政府把珠江路高科技产业街的建设作为全市高新技术发展的重要部分，“十五”期间又规划把珠江路建设成为高新技术产业和信息技术的流通基地。

这些优势为珠江路的新一轮发展奠定了相当好的基础。但是，我们又必须充分意识到，珠江路的功能提升和改造调整仍存着五个方面的瓶颈。

其一，目前的经营层次还较低。眼下，在整个珠江路上拥有各类流通企业1600余家，主要经营电脑、IT产品、电子产品的零售批发等。而在这众多的零售批发企业中，布局上存在规模小、功能单一、设施陈旧等问题，产品缺乏自主知识产权、缺乏自主的研发和设计、技术成果的转换、缺乏良好的孵化功能和现代的服务配套，难以形成以流通为龙头的产业链体系，这同真正意义上的高科技产业集群街存在着较大的差距。

其二，商贸流通的功能还相对滞后。电子信息产业是以研发创新为生命力的新兴产业，作为以电子信息产品交易为核心的专业特色街，不仅应具有购物功能，而且还应该有研发、专利技术的孵化与交易、新品展示等多种配套服务功能。

其三，专业街的管理手段贫乏。珠江路高科技产业街虽设有专门管委会，但是该管理机构除了监管外，实际上“有职无权”，对市场监管缺少权威性。另外，管理还缺少外延，例如营销活动的策划组织、招商引资等一系列伸展性的管理工作。

其四，税收的政策性流失。长期以来，珠江路高科技产业街入驻的商贸型流通企业以“异地经营”的方式在珠江路从事商业活动，而企业注册却在开发区，以享受“优惠”政策，从而使得商业街虽不断增容，企业不断发展。但对于玄武区经济的整体发展却并没有作出实际的贡献。

其五，其它商业服务业对其配套不足。珠江路高科技产业街“以沿街店面为交易场地”，设施较为传统简陋，缺乏停车场地，送货提货相当困难，给客户带来不便。与此同时，周边也缺乏相应的商业服务业与之配套，使得整条街缺乏商务交易的洽谈场所和消费者休闲娱乐的配套场所。

二、珠江路高科技产业街的经营定位

珠江路高科技产业街是玄武区最具特色和代表性的专业特色街，要进一步推进特色经营，必须以个性化产业集群商圈的商业文化理念对其给予准确的定位。

该条商业街的主要目标消费群体大致有三部分构成。

一是，计算机 IT 技术科研人员和工程技术人员。对信息技术产品研发和有新技术孵化的创新需求。

二是，计算机技术爱好者。对 IT 产品硬件与软件，有知识消费的需求。

三是，来自省内外“长三角”地区采购人员。对计算机信息技术有装备需求。

根据上述目标消费群体定位，珠江路高科技产业街单一的购物功能必须提升和延伸，其整体功能定位应是成为立足南京、服务全省、辐射长三角，集购物、交易、研发、展示、培训、服务于一体的特色产业圈。

其交易功能：应包括零售、批发、代理、专卖、总经销、连锁经营多种形式，销售各类 IT 产品与技术、硬件与软件。

其研发功能：应汇集和吸引国内外信息技术的专家、学者，参与技术的研发，开展学术交流、专利技术孵化等。

其展示功能：应定期举办国内外计算机技术以及硬软件设施展览、交易，展示国内外最新的信息技术。

其培训功能：应根据国内外计算机技术发展趋势，引入培训机构入驻，面向社会开展中高层次计算机技术培训，并进行国内外学术交流。

其服务功能：应引入配套服务的企业，为消费者和企业提供有关计算机技术的咨询、维修、保养，以及物流配送。

三、珠江路高科技产业街的规划布局

珠江路高科技产业街的布局，应立足于有利于产业集群形成的原则：

第一，改条状为块状原则。改变目前珠江路“一条街”条状布局，使之形成若干个主题型的块状结构商圈。

第二，分类布局原则。整个珠江路高科技产业街，按主题分类，可分为IT产品、数码技术和现代家电三大商圈板块。

第三，综合配套原则。每一个主题商圈应突出配套功能，即荟萃销售、研发、展示、培训、服务等综合配套。在三个主题商圈的结点上，布局各种餐饮、休闲、交易洽谈场所，如咖啡馆、酒吧、餐厅、茶座、公共休闲绿地等。

第四，阶段性推进原则。整个珠江路高科技产业街调整是一个系统工程，应以调整一批、改造一批、整合一批、提升一批、引进一批的方式，按时间节点分步推进。

整个珠江路高科技产业街，自西向东，按电子产品发展的历史轨迹，由家电向数码逐层推进，并将其聚焦为三个重点区域（见图）。

一是，以新百同仁大厦、新世界中心、中山大厦和引进苏宁家电为核心，打造以现代家电为主题的商业圈，形成全省最大的现代家电市场，经营各类数码家电产品。

二是，以百脑汇电脑城、汇丰数码港、新珠江科技城等品牌店、专卖店为标志，形成以电脑软硬件、耗材零售批发，产品研发、技术孵化、展示为主题的特色商圈。

三是，以南京数码港、华海科技广场、雄狮电脑商城、谷阳世界、常州高宏等企业为标志，形成以数码产品为主题的特色商圈，经营世界上最新的数码产品，并展示先导性的国际数码精品。

为了烘托这三个主题商圈，特建议在每一个主题商圈建起中心广场（地下设车库）点缀喷泉、标志物、绿化，营造相关主题氛围。

另外，建设对珠江路高科技产业街中与电子和信息产品行业不

相关的企业，如摩托车修理、装潢建材商店、房屋中介公司等应予以迁出调整，另行安排。

第四节 开发玄武湖畔亲水商业

玄武湖是享誉中华的都市亲水景观，犹如杭州西湖那样秀美迷人，每当黄昏时分，玄武湖沐浴金色晚霞，那晚风吹拂的湖光山色，泛起层层涟漪、波光鳞鳞的水纹，引发人们的无限遐想……如何以水文化为主题，开发亲水商业，满足现代人的体验型消费需求，是玄武区商业进一步加快现代化步伐的一个重要组成部分。

一、湖畔亲水商业开发的价值分析

湖畔亲水商业开发，主要是指充分利用玄武湖周边生态景观资源，营造高档次国际化休闲消费场所，为高收入消费群体追求高品质的体验消费，创造新的消费空间。湖畔亲水商业的价值主要表现在以下几个方面。

一是，能提升城市品位。现代城市品位的提高，在很大程度上取决于城市景观、商业利用及文化资源的融合和生态环境的再造。玄武区商业应以玄武湖为载体，建造起既具有地方特色、又具有商旅特色的、一流的景观休闲商业典范，在南京市打造出一个可供“富人”休闲的高档消费天地。

二是，能带动旧区改造和土地升值。玄武湖亲水商业圈建设，主要目的是营造“高雅、宁静、秀美”的休闲消费环境，吸引在宁的中外白领及成功人士和高收入人群来此体验消费，这样，必定使周边地区房产土地升值，推动旧区改造和人口结构的置换，从而使房地产与亲水商业联动，改善投资环境，提高土地附加值。

三是，能满足个性化消费。随着社会经济发展，收入档次拉开，有相当一部分人将进入个性化消费时代。根据自身个性需求，寻求适应个性的消费方式，充分发挥玄武湖亲水景观商业的特色功能，为高层次人群的个性化消费提供特色服务。

二、借势玄武湖开发现代休闲服务业的思路

目前，对玄武湖实行的是封闭型、购票进入式的经营管理方式，效益差，资源保护的效率也不见得高。进入二十一世纪，许多发达城市都纷纷对原先传统的封闭型管理进行了调整，转变为开放式的公共景观，并借景进行了有序的商业开发。由于科学的管理，不仅

解决好了保护与利用的矛盾，更提高了管理的效益和效率，同时更为城市增添了一道亮丽的风景线。经勘测，玄武区可在市政府的支持下，充分发挥现代人对亲水绿地的生态爱好。对“情侣园”重新规划改造，辟为都市大面积公共绿地，并在树林亲水之间建造高档洋房型的休闲设施，通过通透的落地大玻璃墙的透视，坐在优雅的咖啡屋、酒吧、网吧、舞厅、茶室等设施内，湖光山色尽收眼底。这种在玄武湖畔导入西方欧陆风情的商业模式，肯定会吸引中外宾客的眼球，从而纷至沓来。与此同时，在通向亲水商业的龙蟠路下开设地下通道，如此一来，情侣园对面的地块立即可升值，可借势引入外资将其改造成南京市最高档的涉外国际社区。同时，又使玄武亲水商业成为南京市最具吸引力的商业亮点。

三、玄武湖畔现代休闲服务业的布局

玄武湖亲水休闲商业开发必须有序地推进，开发主要选址是从太阳宫、娱乐城至情侣园 300 余米长度，纵深以龙蟠路到湖边约 100 余米，总面积为 3 万平方米左右。

按照人们在湖边“亲水赏湖、休闲怡情”的心理反应，对整个 3 万平方米亲水商业圈按不同特点，可划分为七大消费区域。

一是，“湖畔村屋”。建造精致的别墅型餐厅，主要经营西餐和欧美特色小吃。

二是，“湖光茶坊”。欧洲小洋楼造型，主要经营红茶坊和各类风味点心。

三是，“湖色飘香”。通透大落地玻璃的洋房造型，主要经营啤酒吧、红酒廊、咖啡屋等。

四是，“青春迪斯科”。主要经营爵士酒吧，并伴有俄罗斯美女的舞蹈和各种爵士乐。

五是，“梦约湖境”。主要是经营主题音乐餐厅，在钢琴、轻音乐和情歌的演绎下，让人如梦如醒。

六是，“月色兰桂坊”。主要经营香港“兰桂坊”式的小吃，将山水景观与饮食文化融为一体。

七是，“玄湖”高档旅游购物区。在各种欧洲风格的小洋楼中，集聚着世界各国时尚品牌的服饰、鞋帽、化妆品，各种精美礼品、工艺品、旅游纪念品专卖。

第五节 构建玄武区专业市场体系的设想

专业市场是玄武区商业的重要组成部分。它不仅是区域经济中

商贸流通产业发展的结点，而且是社会资源配置的主要渠道，也是一个区域经济发展的一个增长点。经过多年发展，玄武区的专业市场涵盖生活服务和生产服务等诸多领域，已初具规模。在新的历史条件下，已初步形成了玄武区专业市场体系。目前，急待调整和提高，使之成为又一个亮点。

一、副食品市场的功能化建设

玄武区境内拥有各类以农贸为特征的城市副食品市场 16 家，近 50000 余平方米的经营面积，在整个区的消费品零售总额中，占有较高的比重。这些副食品市场存在的主要问题是，一是经营的方式较为陈旧，传统的经营方式占主导地位。尽管菜市场全部实行了入室经营，但经营的方式仍主要是农民进城销售和社会人员的租柜经营；二是组织化程度低，基本上仍然是租赁式的摊位经营，居民的副食品消费安全得不到根本的保障。但这些问题从总体上又反映出玄武区的农贸副食品市场拥有较大的调整发展空间。为此，应以功能建设为抓手，提高经营能级。以连锁化建设为切入点，在主管部门的推动下，充分发挥现代商贸流通的定单经济的作用，以全区副食品企业资产重组为契机，通过引入大型品牌商业企业入股，对全区的副食品经营企业进行规模化和连锁化的改造，在建立配送中心的前提下，将市场改造为商店，逐步实现副食品经营商店的连锁经营，达到统一经营、统一服务、统一规范、统一形象、统一配送、统一检测等，提高组织化程度，并实现商品的自营，将副食品企业的物业利润转变为真正的商品经营利润，使之改造成为南京市的第一家加强型的副食品大型企业。

二、汽车商贸市场集群化建设

随着人民生活水平的不断提高，汽车消费正逐渐成为当代消费的热点。据有关专家预测，人均 GDP 达到 800 美元时，正是家用汽车进入家庭的准备期，而人均 GDP 达到 3000 美元时，则是家用汽车进入私人消费的成长期。为此，玄武区应紧紧抓住这一发展契机，积极推进汽车商贸市场群落的建设，以现代化的理念，构筑起新型的集展示、交易、服务于一体的现代汽车专业市场。

目前，在 312 国道、红山路沿线和新庄汽配市场已初步形成了一定规模的汽车交易市场，但这些市场经营档次和范围雷同，大多以经营生产型用车和零配件批发为主，家庭消费型及商务型用车的交易市场尚未形成。为此，玄武区应将现有汽配交易市场加以有效

整合，使以汽配为主的市场调整为以整车交易为主的市场，并扩大消费型用车的经营，使之成为未来的汽车展示交流和服务中心。

为此，汽配市场应以提升经营档次，提高经营能级，扩大经营范围为宗旨，对新庄的三个路口的区域进行三个不同功能的规划布局，一角以家庭消费型和商务型的车辆展示交易为主；另一角以生产型车辆的展示交易为主；再一角应以为爱车族提供售后配套服务的车辆装置、保养、维修、检测等为主。而且在这一以三个角所形成的玄武区汽车主题商圈内，要引进大型的、品牌的、有实力的车辆销售商和服务商入驻，使这一主题商圈形成既互为依托又错位经营的“金三角”。

因此，要在三个路口应各建起标志型的现代汽车展示建筑物集群，通过通透的大型落地玻璃，展示品牌汽车的魅力，并以这些极富个性的展示建筑为主轴，同不远处的湖滨会展馆形成一个错落有致的会展业格局。这些主建筑物的一楼可作为整车展示厅；二楼可为信息大厅，将该中心的各类相关信息和数据以电子滚动的方式，不断予以告示；边上还可设交易大厅和商务功能区。由此，使整个新庄汽配由市场型向高档商圈型转变，使之成为玄武区的又一道亮丽风景线和新的经济增长点。

三、东杨坊现代物流基地建设

东杨坊地处 312 国道沿线，与铁路南京站及业已形成的新庄汽配市场相邻，拥有物流产业所需的优越区位资源和一定的产业基础，这对于在这一地区开发建设现代物流基地十分有利。

但是，这一区域已有紫金山配载市场、王家湾物流中心、远方物流公司等数家物流企业。这些企业虽具有一定的物流功能，但还不能称为现代意义上的物流企业，主要存在三个问题。第一，功能单一。大多数企业仅以打包、托运为主；第二，布局分散。不适应现代物流基地大规模、集聚化的运作要求；第三，企业规模偏小。大多数企业的物流经营场地仅数千平方米。而现代物流要求将原本分割于不同部门、不同环节的采购、运输、仓储、装卸、分拣、加工服务等功能加以优化组合，以最大限度地减少中间环节，降低消耗、提高物流效率，使之真正成为都市经济发展的“第三利润源”。眼下，如此小的规模根本无法承载城市现代物流的需求。为此，玄武区的物流业规划，从一开始就应考虑基地化建设。如条件不成熟要么不搞，要搞就要将所有物流企业集中组合，优化整合现有的物流存量资源，形成 2000 亩土地左右的中型物流基地，以此形成一定的规模优势。一旦决定建设，就应强调功能提升，要改变传统托运

企业以打包运储的陈旧模式，真正按照现代物流的要求，逐步完善运输、采购、仓储、加工、分拣、配送等综合服务功能。而且要建设信息化的技术支撑平台，积极导入计算机管理系统，以高新技术支持配载系统，以信息化、自动化和机械化带动物流的现代化。

发展现代物流业有一个较长的政府投入期，所以不能以传统思想来开办一个打包托运市场，因此，这就不仅需要对现代物流业有一个全新的认识，而且必须做好思想准备、物质准备、土地准备、融资准备等一系列的条件准备。毕竟一旦真正意义上的现代物流基地建成，将对完善城市的综合服务功能是极为有利的。在一定程度上讲，城市物流基地建设是政府项目。

第五章 推进玄武区商业发展的建议和措施

玄武区商贸服务业的发展已取得了一定的成绩，未来要加快发展玄武区的商贸流通产业，就必须借鉴国内外、省内外的有益经验，从而推动玄武商业进一步向现代化、国际化转型。

第一节 商业整体发展需要综合政策配套

在新一轮的发展中，玄武区商业要形成全面推进和健康发展的良好局面，必须要有政策和规章作为有力的保障。因此，制订出适合新一轮发展的产业政策，明确商贸业的战略地位和商业布局规划的法律地位，使其具有刚性和可操作性就变得十分重要。

一、加快建章立规形成综合的政策配套支持

经过前十年的发展，玄武区商贸业取得了相当的成绩。但展望新十年，我们的任务还十分艰巨。

未来，玄武区商贸流通产业要取得新的突破，首先应体现政府对其所制定的产业政策上。因此，在新一轮的商业发展中应该结合整个南京市的总体发展规划和城市建设规划，制定出本区商贸流通产业的跨越式发展规划，制定出以商贸业为龙头，带动房地产业、旅游业和现代服务业的产业发展政策，把第三产业确定为本区新一轮发展的支柱型产业。

此外，建议制定玄武区商贸流通产业新一轮发展的纲要和玄武区商贸流通产业发展的指导性意见，区政府各部门还应制定出推动玄武区商业发展的支持性的配套政策，如土地政策、税收政策、投融资政策等等。建议区政府加强政策研究，并以政策为导向，吸引国内外的商贸流通企业不仅落户于区内，而且注册在区内，纳税在区内。可考虑同市财税部门协调采用属地化税收和税收分成并举等政策予以配套，为区属经济的发展注入新的动力。

二、整合管理资源形成政府的统一协调模式

以往，由于受传统计划经济体制的惯性作用，使得政府各行政主管部门间有效的协调和沟通机制尚不完善，造成了部门分割、行

业分割的局面。由于各部门之间的利益出发点不同，工作的积极性也就有所不同，从而形成了各部门之间的配合缺乏主动性，工作效率和效果大打折扣，这将不利于整个玄武区商贸业的进一步发展。

因此，必须建立起有效的部门协调机制作为保障。未来要保证政策的落实和实施，玄武区应建立起主管首长领导下的各部门协调会议制度，整合政府现有管理资源，以形成长效的发展协调机制，打破传统的部门割裂、资源分割的计划模式，保障行政管理资源的互相融合，确保各行政部门按照未来新的产业政策共同推进，形成合力。只有这样才能避免走弯路，降低行政成本，提高行政效率，最终促进该区的整体发展进程。

三、通过必要的程序提高商业规划的刚性

玄武区应通过建立规章，坚持规划为先，确立起各产业行政主管部门在城市产业发展及产业功能规划中的地位和作用，并将产业的发展规划、产业的形态布局规划纳入到整个区的总体城区建设规划之中，改变以往产业规划与城市发展规划相脱节的弊端，将产业规划与城市发展规划的“几张皮”相粘连，可以提高规划的可行性、前瞻性和科学性，这样还可以引进投融资的概念，创造资本运作的平台。同时，规划应通过区人大的决策程序，以此增强商业规划的刚性。规划一旦确定下来，政府未来可以以接力棒的方式，一届一届予以推进，以保证规划的长期性、延伸性和可持续性。

第二节 需要发挥政府和市场的双重作用

玄武区商贸业面对新一轮的发展，应该充分发挥政府和市场的双重作用，一方面要坚持政府对商贸业发展的主导地位；另一方面又要充分发挥市场对商业发展的调节作用。只有坚持这种双头并进的模式，才能使得玄武区商业朝着高起点、现代化的方向跨越式发展。

一、坚持政府对商业发展的主导地位

政府要营造玄武区商贸业发展的政策环境，搭建良好的政策平台，鼓励要素的自由流动，推动各产业之间的资本互相渗透和互相融合，使企业能在政策的引导下，联手合作，资源共享，做大做强，以此来确保商贸产业的健康有序的发展。

政府还要创造玄武区商贸业发展的服务环境，打破信息的部门

垄断，推动信息的社会共享，政府应向社会提供无偿的信息服务。比如定期的经济信息发布制度、公共政策的信息披露制度、社会中介组织的信息发布制度等等，以此来打造一个良好的信息平台，从而吸引更多知名商业企业前来投资。此外，政府还要营造宽松的投融资环境，为中小商贸流通企业提供融资贷款的渠道和便利等。

另外，政府还要为企业提供有利于发展的市场环境，构建商业企业的诚信体系，开设政府网站发布相关部门对企业的信用信息。对于各种商业欺诈行为，予以充分披露，并予以严厉打击，以规范和净化市场。此外，还要建立长效的监管机制，明确各方责任主体。

二、充分发挥市场对商业发展的调节作用

玄武区商贸业发展要登上一个更高的平台，就必须抓住当前发展的良好机遇，按照市场经济的规律，打破所有制的壁垒和传统的“血亲化”的资本结构，以市场化的方式推进国有商业企业的重组，大力发展混合型的现代企业，优化资源配置，并以投融资的模式吸引省内外、国内外的知名商业企业和骨干企业入驻，使玄武区更具吸纳效应和辐射能力。所有这些都应在政府产业政策的主导下，通过以市场化的手段来予以推进。

三、以社会化运作的机制推动商业发展

未来，玄武区商业发展中还可尝试管理模式创新，比如在招商引资过程中，可以通过组建中介机构以公司化、专业化、社会化的方式进行。对于商圈和专业街的日常指导和管理，可以成立第三方的商业管理公司。对引进项目和企业实施管理和服务的职能，政府则牢牢把握市场的监管权，这样就使各方主体的职责更为明确了，操作也更具规范性，从而可大大降低管理成本，提高管理效率。

第三节 招商引资需要资本运作和投融资平台

玄武区商业的可持续发展，必须依靠投融资，并以此努力吸引国际的品牌商业企业入驻，激励和带动本土商业企业向现代化迈进。

一、利用商业规划创造良好的投融资概念

通常在区域商业规划时，可结合优势资源，创造出一系列良好

的投融资概念。玄武区可在本次区域商业规划中，结合亮点工程，创造中心城区“白领高档综合消费圈”、“便民利民的社区购物服务中心”、“二十一世纪亲水商业文化”、“珠江路高科技产业集群街”等一系列有利于招商引资和投融资的商业题材，并充分体现在最终的规划图中。通过各类传媒的传播，使这些概念成为市民口碑和政府工作的指南。通过不间断的重复宣传，强化人们的记忆，从而能使上下左右的各个部门都能逐渐认可，并认识这些概念，这将对未来招商引资工作极为有利。另外，值得一提的是，玄武区未来的招商引资工作要充分利用“内地与港澳建立更紧密经贸关系的安排”（CEPA）的有利机遇，组织人员出境指导，并同港澳地区的商界为投资玄武建立起一种中长期的合作关系。将上述这些题材在港澳地区传播，这有利于将未来的招商引资落到实处。

二、利用政策导向提供资本运作的平台

前不久，南京市政府为了能够筹足资金建造长江三桥，他们创新的投融资的理念，即把长江大桥和长江二桥的经营权在一定的时期内卖给企业集团，由此获得大量资金来建设三桥，这是一种很好的利用国有存量资产，吸引投资开发其增量的灵活模式，一方面弥补了政府建设资金的不足，另一方面也激发了民间投资的积极性。这是一种值得借鉴的良好模式。

玄武区商贸流通产业新一轮的发展，不能再单纯以商贸论商贸，而是应该以将房地产、商贸、旅游和现代服务业等产业互相融合，互相渗透为前置条件，才能进行良好的商业资本运作，确立起整体开发的理念，为投资商创造投资回报的平台，促使项目的联动开发，形成政府、开发商、市民共赢的良性局面。政府虽然没有直接投资，但却因为提供了一个很好的开发题材，在开发商获取丰厚回报的同时，政府也得到了大量的公共产品，这正是政府所想要的效果。

三、努力吸引国际型的商业品牌企业进驻

未来玄武区政府要抓住商业资本重组的机遇，努力吸引跨国的、品牌型商业企业进驻，这将使玄武商业日益显示出生机和活力，进而推动人们生活方式、消费方式和消费理念的更新，创造需求，刺激消费，同时又极大地提高玄武商业的竞争能力。

总之，在未来的十年间，玄武区商贸业的发展，必须在政府的主导下，以政策为引领，以投融资和资本运作为市场化的运作手段，抓住能使玄武商业实现较大跨越的亮点项目，尽快完成规划和实施

规划，加大招商引资的力度，借鉴国内外的经验，积极营造有利于商贸流通产业发展的内外环境，通过加快产业的互相融合和渗透，不仅促使玄武区商贸流通产业实现跨越式发展，更使其发展成为区域经济发展的支柱型产业。