



开篇语

2月23日,湘鄂赣皖四省省会城市8位“掌门人”武汉聚首,签署《武汉共识》,欲联手打造以长江中游城市群为依托的中国经济增长新引擎,发展的机遇又一次出现在中部。

本报联合湘鄂赣三地主流媒体《长江商报》、《三湘都市报》、《江西晨报》,今起推出“长江中游城市群·城镇化样本”高端策划,试图通过探寻四省城镇化样本,回答上述问题。

“长江中游城市群·城镇化样本”之一 “农”字开花 三十岗最美

千亩桃花源,一眼望不到头,映衬在董铺水库潭水中,该是怎样的理想国,不久之后就可以去安徽合肥三十岗体会良辰美景,遗憾的是,记者采访时桃花尚未开。

不久前,三十岗旅游文化集聚区获安徽省发改委批准,这个以“农”为本发展的乡镇,正沿着最美中国乡村的大道一路向前。

田多好的草莓棚

2月底,正是草莓上市的季节,“草莓状元”田多好采摘园的一个临街大棚里,几个从合肥市市区过来的年轻人正在采摘成熟的草莓。

田多好是合肥“草莓之乡”长丰县人,几年前得知三十岗要发展生态农业,便举家迁来,成为三十岗的草莓种植大户。

“农民种地就两条条件,土地和水源。”田多好说,“三十岗地块大,种植户少,未来更有发展空间。而且当时乡政府出资修水渠,每年每亩地还补助4000元,为什么不来呢?”

“你们自己下田尝尝。”田多好热情地招呼着记者,他家大棚一年四季可种植草莓、西瓜、叶菜类蔬菜等不同的蔬果。农忙的时候要雇20多个工人,工钱就得十来万。即便如此,田多好的年收入也能达到百万。

无工业的天然“短”板

2011年,合肥市农民人均收入为7862元,2012年为9081元;而三十岗乡2011年,农民人均收入为10487元,2012年为11449元。要知道,后者的数据在8年前还只有4000元而已。

三十岗的地理位置特殊,它处于合肥董铺水库的上游,是合肥水源保护地,具有“不可替代的生态保护功能”,一切工业项目与这里无缘。

2007年,当地政府根据三十岗实际现状,邀请安徽省发展战略研究会课题组赴三十岗乡进行实地考察,最终形成《庐阳区三十岗乡发展战略咨询意见》。

此后,三十岗乡明确定位,即利用当地自然资源,主打“生态”和“文化”(当地有三国新城遗址)两张牌,构建“立体化的大旅游产业”,培育乡村“休闲经济”,最终把三十岗建成合肥西郊的“园林城、休闲城、城市后花园、绿色新社区”。

有“玩”有“产”先富农民

三十岗已举办过九届“西瓜节”。“摘完西瓜,还可以到农户家里品尝农家土菜,或者去三国遗址公园转一圈,那几天公园免费。”合肥市民张瑾一家参加过四届西瓜节,每次都是开车去小住两天。“这两年,去玩的人越来越多,农家乐和农家旅馆都得提前预订。”

“除了西瓜节,我们一年四季都有节庆活动,通过活动吸引人气,保障农家乐持续经营。”三十岗乡主抓旅游的党委委员袁捍东告诉记者。

去年,三十岗农家乐的接待能力为3000至5000人,而西瓜节客流高峰期,有2万游客则需要吃住。为了提高接待能力,乡政府今年对多个村落进行改造,鼓励农户自办农家乐餐馆和旅馆。

“政府补助80%的钱给我们改造房子,

作为农家乐餐馆,我们两口子以后就在老家,不用出去打工了。”三十岗乡东翟村的农户翟师傅说。

品牌先行 全面唱“农”经

在发展特色农业的过程中,乡里注册了十多个“三十岗”牌农产品商标,获安徽省著名商标的“三十岗”牌西瓜等农产品直接进入家乐福、麦德龙、合家福等国内外知名大型超市,农业经济链不断延伸。

“但也存在问题,我们农产品虽然很多,生产经营销售却很分散,无法形成品牌合力,规模上不去,卖不出价格,效益体现不出来。”袁捍东表示,当前三十岗缺乏统一的旅游发展整体运作机制。

袁捍东说,当务之急是要尽快建立游客接待中心,让来到三十岗的旅客,有休息的地方,并能快速的分散到各大景区,提高旅游区的运作效率。

日前,三十岗旅游文化集聚区获安徽省发改委批准。在规划方案中,我省最大的欧风街、加勒比水上主题公园、汉代风情街区、淮河文化科教基地等旅游文化项目即将开建。

与此同时,也有企业拿出意向,欲在园林中的一块区域兴建安徽省第一条园林示范区旅游观光轻轨线,届时轻轨贯穿,带领游客领略秀丽风景。 杨洁 记者 张华玮 丁林 《长江商报》记者 马秀佳 刘倩雯

“大城梦·保利心”

合肥保利地产业主新春答谢《天鹅湖》专场演出3月盛大启幕

2011年8月,伴随着合肥“大湖名城”城市定位的提出,合肥踏上了建设“大湖名城”的新征程。“大城梦,保利心”。央企保利地产进驻合肥,先后进驻政务、滨湖城市发展的两大热点区域,见证这座城市的发展与腾飞,在已经开始的2013年,也将通过系列品牌活动践行筑善“大湖名城”的美好愿景。

千亿保利 双盘热销庐州

2012年,适逢保利地产成立20周年,有着致力于打造“中国地产长城”品牌愿景的保利地产,成功跨过了千亿之颠,开启了后千亿时代的战略布局。保利香槟国际、保利拉菲公馆双盘联动,继2012年双盘突破20亿销售额问鼎庐州三甲之后,保利香槟国际、保利拉菲公馆紧抓传统春节假期的返乡置业热潮,春节期间双盘热销3亿,不断刷新楼市热销奇迹!

文化保利 筑善大湖名城

以和为道,以善为达。保利地产进驻



合肥以来,不仅通过圆明园国宝展、走巷中国等系列品牌活动在业内树立起“文化地产”的品牌标识,而且通过与保利大剧院、保利国际影城的深入合作与交流,在合肥联袂搭建了“文化保利”的高雅平台。城市的建设与发展,与城市的建设者与运营者休戚相关。合肥保利地产以“大城梦·保利心”为主题,开启了2013年“城市责任年”的品牌之旅。

舞动庐州《天鹅湖》三月启幕

作为“大城梦·保利心”合肥保利地产2013“城市责任年”的首场品牌活动,合肥保利地产业主新春答谢暨杂技剧《天鹅湖》

专场演出将于3月26日在合肥保利大剧院盛大启幕。

该剧将俄国经典芭蕾舞《天鹅湖》的舞蹈和音乐,与富有传统特色的杂技艺术实现完美融合,由拥有“艺坛楷模”美誉的广州军区战士歌舞团出演。

目前,保利香槟国际、保利拉菲公馆推出“大城梦·保利心”合肥保利地产业主新春答谢品牌活动,感恩回馈广大新老业主,届时1500余位广大业主将齐聚一堂,欣赏演员们的精湛杂技表演。活动期间,新认购客户及来访客户均有机会赢取杂技剧《天鹅湖》演出门票,同时也可参与论坛、官方微博互动赢取门票。

“365春晓看房团”圆满闭幕 1868名网友触摸楼市温度

3月3日,由合肥365地产家居网组织的“365春晓看房团大行动”正式启动。活动当日下午,40辆看房大巴满载1868名看房网友席卷经开、滨湖、包河、蜀山、瑶海、政务、高新、庐阳、北城8大区域,走遍合肥44个主力在售楼盘,一探“新国五条”之下合肥楼市的真实温度。

据了解,“春晓看房团”作为365地产家居网的品牌活动之一,已持续举办4年,获得了众多网友与业界的好评与信赖,更成为每年楼市的标杆事件。“从客户的热情中就能看出来购房者的买房心态,虽然楼市有回暖的迹象,售楼处每天的访客不少,但365的看房团是最有号召力的,很有风向标的意义。”通和易居同辉策划经理刘洁表示。1868人的实际参与人数可以看出合肥房地产市场巨大的需求与购买力。

在现场交流中不少网友也表现出新政颁布后的担忧。对此,合肥学院房地产研究所副所长凌斌表示,在合肥楼市存量房源的压力与房企间竞争的紧迫下,购房者在下买房还是存在不少机会,“我一直都是这个观点,对于刚需购房者来说,只要有居住的紧迫性,什么时候都是可以下手的,用个人的实际支付能力来判断是否买房”。

程梦莹