

不难想见,“商业文化地产”通过在商业项目和文化项目间形成良好的互动,以商业部分的销售回笼或后期租金收益支撑文化部分的投资,弥补文化部分投资大、产生效益慢、回收期长的不足;同时通过文化部分提高商业项目的市场定位和经济附加值,从而对商业部分的人气、租金、售价等产生利好的影响,提高商业部分的盈利能力。两者通过互补获取 $1+1>2$ 的整体协同效应,借此建设真正符合现代商业需求、迎合大众消费新时尚的新型商业地产,实现文商共荣,或许也是吸引一批又一批的出版传媒企业来到“商业文化地产”这一领域中施展身手的主要原因。