



奥林匹克花园★启示录

AO LIN PI KE HUA YUAN QI SHI LU

(上部)

启示录



苏子／著



奥林匹克花园★启示录

AO LIN PI KE HUA YUAN QI SHI LU

(上部)

启示录



苏子／著

五星璀璨 五环辉煌

李铁映

李铁映（原全国人大常委会副委员长）

在全球性金融危机的环境下，《奥林匹克花园·启示录》不但能给房地产业从业人士带来启示，而且能给其他行业从业人士有益的思考。

李贵鲜

李贵鲜（原全国政协副主席）

温故知新 迎接未来

伍绍祖

伍绍祖（原国家体委主任 原国家体育总局局长）

开发奥林匹克花园，拓展全民健身运动

袁伟民

袁伟民（原国家体育总局局长 中国奥委会名誉主席）

把奥林匹克精神和文化融入社会，创造崭新生活方式

何振梁

何振梁（国际奥委会委员 中国奥委会名誉主席）

ISBN 978-7-80766-062-0



9 787807 660620 >

（上下册）定价：68元



奥林匹克花园★启示录
AO LIN PI KE HUA YUAN QI SHI LU

苏子 著

广东旅游出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

奥林匹克花园·启示录. 上 / 苏子著. —广州: 广东旅游出版社,
2008.12

ISBN 978-7-80766-062-0

I. 奥… II. 苏… III. 房地产业—企业管理—经验—中国
IV. F299.233.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 181756 号

著 者: 苏 子

责任编辑: 江丽芝

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路 30 号之一, 邮编: 510600)

广州市艺沣彩印有限公司印刷

(广州市海珠区石溪村蚝洲东街 93 号)

联系电话: 87347994 邮编: 510600

787 毫米×1092 毫米 16 开本 34 印张 450 000 字

2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80766-062-0

印数: 1-5000 册

定价: 68.00 元 (上下册)

[版 权 所 有 侵 权 必 究]

本书如有错页倒装等质量问题, 请直接与印刷厂联系换书



一部震撼中国房地产界的“圣经” 奥林匹克花园的十周年“献礼”

它是混血儿，由地产和体育杂交而生/它开创了中国的复合地产时代

它比奥运会更早10年降临中国/它是中国房地产第一连锁品牌

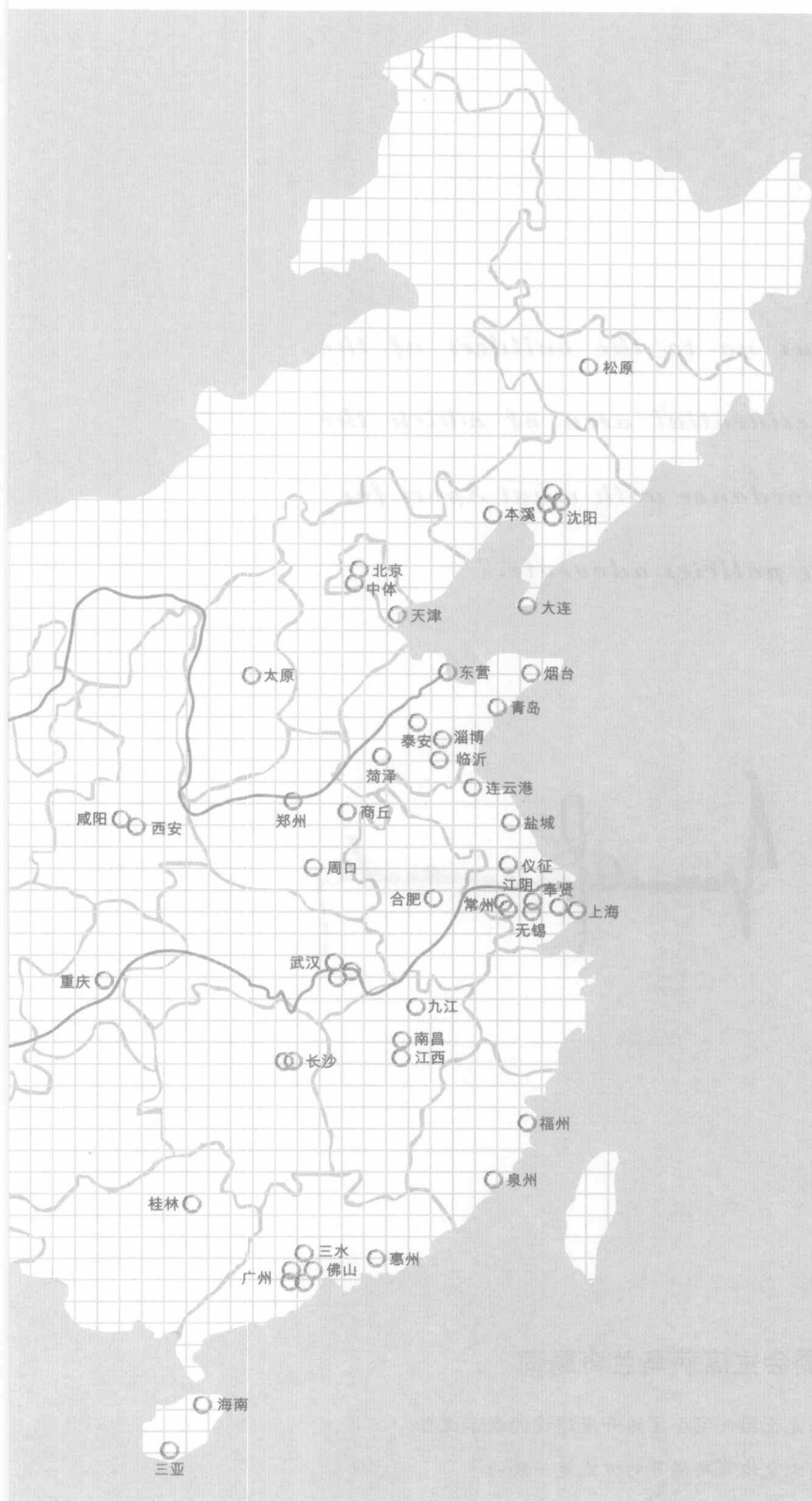
——它就是奥林匹克花园



奥林匹克花园
科学运动·健康生活

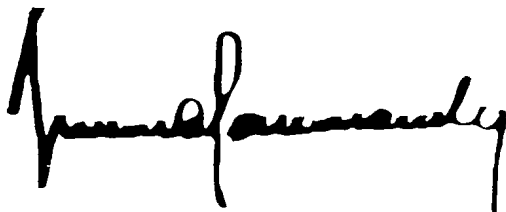
奥林匹克花园在中国





- 1 广州奥林匹克花园
- 2 上海奥林匹克花园
- 3 南国奥林匹克花园
- 4 北京奥林匹克花园
- 5 天津奥林匹克花园
- 6 沈阳奥林匹克花园
- 7 常州奥林匹克花园
- 8 青岛奥林匹克花园
- 9 武汉奥林匹克花园
- 10 成都奥林匹克花园
- 11 番禺奥林匹克花园
- 12 海南奥林匹克花园
- 13 西安奥林匹克花园
- 14 郑州奥林匹克花园
- 15 青岛奥林匹克花园
- 16 武汉奥林匹克花园
- 17 湖北奥林匹克花园
- 18 南昌奥林匹克花园
- 19 长沙奥林匹克花园
- 20 重庆奥林匹克花园
- 21 泉州奥林匹克花园
- 22 惠州奥林匹克花园
- 23 合肥奥林匹克花园
- 24 江西奥林匹克花园
- 25 太原奥林匹克花园
- 26 中体奥林匹克花园
- 27 连云港奥林匹克花园
- 28 无锡奥林匹克花园
- 29 福州奥林匹克花园
- 30 商丘奥林匹克花园
- 31 泰安奥林匹克花园
- 32 淄博奥林匹克花园
- 33 佛山奥林匹克花园
- 34 本溪中奥广场·奥林匹克花园
- 35 盐城奥林匹克花园
- 36 武汉中奥广场·奥林匹克花园
- 37 沈阳中体奥林匹克花园·花园一号
- 38 咸阳(长安)奥林匹克花园
- 39 沈阳中体奥林匹克花园·花园新城
- 40 大连奥林匹克花园
- 41 伊犁奥林匹克花园
- 42 沈阳中体奥林匹克花园·花园福城
- 43 松原奥林匹克花园
- 44 桂林奥林匹克花园
- 45 烟台中奥广场·奥林匹克花园
- 46 周口奥林匹克花园
- 47 三水奥林匹克花园
- 48 武进中奥广场·奥林匹克花园
- 49 仪征奥林匹克花园
- 50 长沙中奥广场·奥林匹克花园
- 51 昆明奥林匹克花园
- 52 菏泽奥林匹克花园
- 53 奉贤奥林匹克花园
- 54 九江奥林匹克花园
- 55 临沂奥林匹克花园
- 56 三亚中奥广场·奥林匹克花园

"My congratulations go to the builders of the Olympic Garden residential area of which the conception is in accordance with what Sport-for-All and leisure-time policies advocate."



"Olympic Garden brings Olympic culture to the masses and to the community."

Jacques Rogge
IOC President

国际奥委会主席雅克·罗格题词

“让奥林匹克文化走向大众，走进社区”

奥林匹克花园★启示录
AO LIN PI KE HUA YUAN QI SHI LU



奥林匹克“心”

AOLINPIKE “XIN”

奥林匹克花园是中国房地产行业最具代表性的体育地产，从1999年诞生，是经过中国奥委会授权开发的体育主题社区，它肩负着奥林匹克文化传播和促进全民健身运动的伟大事业。在短短不到10年的时间，中体产业扛着“复合地产”大旗，在全国45个城市，连锁发展了56个项目。将奥林匹克精神和体育文化溶入社区建设，对社会倡导一种健康的生活方式。

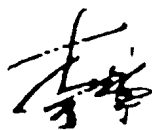
或者说中国是体育的强国，但还不是体育大国，大国的定义是很多人参与到体育运动中来。中国培养了很多冠军，可是在今天参与体育运动并接受科学和有规则进行体育活动的人口仍然太少，全民健身事业任重道远。中国体育产业化的道路上，需要更多像奥林匹克花园这样的体育社区来推广奥林匹克事业和全民健身。

奥林匹克花园品牌有很多地方是值得学习的。比如说，以“科学运动·健康生活”为理念，通过“运动就在家门口”这一口号，贯彻《全民健身计划纲要》精神，以传播和推广大众体育健身运动为己任，成功创立了房地产市场中独树一帜的品牌。据我了解，奥林匹克花园基本上拥有上万平方米的运动城和大量高水准运动硬件，在满足本社区居民健身使用的同时，还向周边社区辐射，形成了大社区的居

民活动中心，营造了良好的社会交流空间，营造了奥林匹克花园业主甚至社区周边居民守望相助，互相友爱和健康向上的邻里关系，将现代城市人从普遍存在的压抑感解脱出来，把奥林匹克的宗旨和其“更高、更快、更强”的精神，通过居住的途径融入到城市人生存、生活的理念中，致力于建立一个“运动—健康—和谐”的和谐社区。

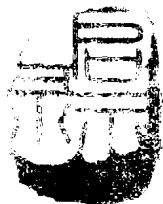
《奥林匹克花园·启示录》所写的奥林匹克花园品牌文化和理念是秉承发展我国体育产业的宗旨，坚持服务于国家体育产业的发展、服务于国民身体素质的提高、服务于健康运动理念的推广、服务于奥林匹克精神的传播。

中国体育的产业化任重，全民健身的事业道远。祝愿中体产业继续以一颗奥林匹克的“心”，不断创新发展，为中国体育产业的发展做出更大的贡献。



——李 宁（李宁体育用品有限公司董事长）

2008年11月21日



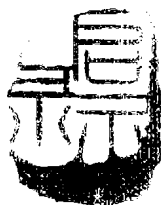


“合”的力量 “HE” DELILIANG

在中国房地产界，万科地产的“减法”是一种榜样。最早，万科是一个以做外贸为主，覆盖了众多行业的多元化企业。直到了90年代末，王石开始做减法剔除非房地产类的业务。做减法减到了房地产行业之后，万科没有停下继续“减”的步伐，继续将自己定位在家庭中高档住宅这块更细分化的市场，放弃了写字楼、商业地产的开发。同时，全国性的地域扩张也做了减法，集中在了珠三角、长三角和京津地带。万科因此登上了中国房地产行业冠军的宝座。

而奥林匹克花园，中体产业的“加法”也是一种启示。万科的“减法”说的是专业化经营，中体的“加法”指的是合作致胜的理念。1999年，中体跟金业的合作在广州诞生了奥林匹克花园。之后，中体、金业与华新三家合作推出“奥龙计划”使得奥林匹克花园风靡全中国。2004年，中体产业组织成立中国·奥林匹克花园房地产联盟，简称“中奥房联”，通过连锁经营的合作模式，在全国中小城市发起了“圣火计划”，旨在打造中国房地产第一连锁品牌。十年历程，奥林匹克花园一直在做“1+1>2”、“1+1+1>3”……的“加法”经营，因此，奥林匹克花园才有了今天“中国房地产领先品牌”、“中国房地产第一连锁品牌”的荣耀，充分印证了“合”的力量。





不仅如此，奥林匹克花园的“加法”还体现在其独特的复合地产发展模式。最早“体育+地产”的复合是“1+1>2”，以体育为主题的奥林匹克花园暴发出巨大的能量，成为复合地产开发的旗帜；如今，升级的中奥广场做的是更深层次的“加法”，“体育+商贸+地产”的复合是“1+1+1>3”。当然，中体产业一定会把这种“加法”不断做下去，相对于万科的“减法”，奥林匹克花园会带给大家另外一种启示。

我最早体会“合”的力量是：一双筷子容易被折断，十双筷子合在一起就不容易被折断的故事。这是一道最简单的“加法”启示，充分体现了“合”的力量，中体跟金业和华新的“合”作，体育+地产的复“合”，传球理论的助攻配“合”，中奥房联的整“合”……中体产业这十年来得以超常规发展：中体产业上市10年来，主营业务收入由1.62亿元增长到10.15亿元，增长了6倍多；总资产由上市初的2.3亿增长到近35亿元，增长15倍多；净资产由1.35亿元增长到10亿元，翻了近8倍；总市值增长到200多亿元；1998年以来中体产业已累计为国家上缴各种税金23亿元。中体产业为什么能够有这样的成就，最重要的原因就是“合”的力量。

中国古语云“合则两利，分则两伤”，21世纪将是一个多元化、多层次、多领域的合作的时代。然而，在合作过程中：谁是主角？谁是配角？这却是每一个人心目中难以逾越的一道坎，中体产业甘作“配角”，全心全意打“配合”。在NBA赛场上，姚明除了“球技”过硬之外，更表现出让人钦佩的“球德”。他从来不是为了个人能多得几分，去打没把握投进的球，而是把球传给最能得分的队友。他不仅舍得传球，而且善于传球，永远保持着以球队利益为第一的态度。姚明成为世界体坛巨星，再次体现出配“合”的力量。正是NBA赛场上的姚明的高超技术和个人魅力给了我重要启示，寻找到了奥林匹克花园实现全国连锁的快速通道——“姚明模式”，即“既能打好球，也舍得传好球，让伙伴得分”，从而才有了中国第一个房地产品牌战略联盟——中奥房联。

从1998~2008年，是中国体育产业快速发展的十年，这十年也是我和中体产业集群极不平凡的十年。

1998年，国家体委改组为国家体育总局；北京市人民政府正式向中国奥委会递交了申办2008年奥运会的申请书；这一年，中体产业股份有限公司正式在上交所挂牌成立。也是这一年，亚洲金融风暴席卷中国，中国房地产行业面临着严峻的考验，这时候，国务院一纸公文取消了福利分房，迎来了中国房地产行业发展的“黄金十年”。



2008年，第29届奥运会在北京成功举办，赢得了全世界的喝彩。这一年，也是中体产业诞生十周年。也是这一年，汶川地震，世界经济金融危机被称为历史上最严重的一次，中国的经济和“百业之首”的房地产行业面临着前所未有的挑战……

非常感谢苏子编辑出版《奥林匹克花园·启示录》一书，如他所言，希望能够对奥林匹克花园走过的十年历程进行一个总结和梳理，理清思路，好继续赶路。更希望奥林匹克花园所走过的路，点点滴滴，能够给业内人士和读者带来一点启发和思考，尤其是在目前房地产行业形势如此严峻的情况下，给正跋涉在路上的朋友们些许借鉴的意义。

十载逝如烟，中体产业从初创到壮大，每一步前行的痕迹上都印记着中体创业者“摸着石头过河”留下的汗水。而如今，中体产业业务发展迅速，已涉及体育竞赛、体育健身、体育主题地产等诸多方面，形成了“一园、二健、三竞赛”及“中奥广场”的“3+1”发展主线。“一园”即奥林匹克花园；“二健”就是健身连锁；“三竞赛”指的是拓展体育竞赛市场及管理体育场馆；中体产业通过整合旗下三大集团的核心优势，推出了奥林匹克花园的升级产品——中奥广场。

我认为，房地产快速发展有着巨大的市场需求时，中体产业就应该介入房地产行业；当房地产市场逐渐趋于饱和并开始“匀速”发展时，人们的生活水平逐渐提高之后，对体育、文化的需求就会迅速增加，特别是“北京奥运会”的引爆，这时，房产商必须将重心转移到体育健身、竞赛及相关大型文化活动举办上来。中体产业将进一步发挥“合”的优势，整合中体旗下奥林匹克花园管理集团、健身集团和竞赛集团的三大集团核心优势，推出了奥林匹克花园的升级产品——中奥广场，打造未来十年中体产业的核心竞争力，暴发“合”的力量。在新的5年计划中，奥林匹克花园的目标是“双百”——进入100个以上城市和开发100个以上的奥林匹克花园项目，传播奥林匹克文化和促进全民健身运动的伟大事业，打造和谐社区典范，为构筑和谐社会添砖加瓦。

最后，我十分感谢曾经给予奥林匹克花园关怀的每一位领导；十分感谢这十年为奥林匹克花园付出过汗水和心血的每一位员工；十分感谢这十年来与奥林匹克花园携手共进的合作伙伴；十分感谢每一位忠实的奥林匹克花园追随者。

——吴振绵先生（中体产业集团股份有限公司总裁、
中体奥林匹克花园管理集团有限公司董事长）

2008年11月12日





“左右脑”思考奥林匹克花园

“ZUOYOU NAO” SIKAO AOLINPIKEHUAYUAN

这本书写奥林匹克，但不是写奥林匹克运动会，最主要是写奥林匹克花园，同时挖出了奥林匹克文化的“根”，牵扯到2008年北京奥运会的“梢”。

这本书不是站在巨人的肩膀，而是立足于巨人的头顶，不是站立于一个“巨头”，而是两个“巨头”，其中还有一个如真包换的假“李魁”。两位巨人都姓奥林匹克，一位是被誉为全球盛事的千年奥林匹克运动会；另一位是自广州诞生不到10年，却已经风靡全中国的奥林匹克花园；还有一位是沾了奥林匹克“亲”，带了奥林匹克花园“故”的中国奥园。

看有关万科的书，你会有一种想法，像冯仑的“学习万科好榜样”，学习像万科一样的方式做房地产。而我希望读者看了《奥林匹克花园·启示录》一书，你会有几十种想法，一百个人甚至会有几千种做房地产的想法，而且所想的与奥林匹克花园的经营理念、开发模式又截然不同，那是最适合你自己做房地产的想法。万科值得你推崇，但未必适合你的企业，只有适合你的才是有用的，而本书恰恰是希望引发你进行思考，启示你自己的想法。楼市江湖两大门派：万科地产是“榜样学”





的代表，奥林匹克花园是“启示学”的代表，勿论谁是少林，谁是武当。

个人以为，万科是领跑者，奥林匹克花园是领跑团队，在中国房地产竞技场上，万科参与的是举重、摔跤、击剑项目，获得的是个人金牌；奥林匹克花园打的是篮球、踢的是足球和跑接力赛，获得的是团体金牌。

是谁启示了奥林匹克花园？奥林匹克花园又启示了谁？本书写感悟，写启示，不是一招一式的武功，而是内功心法，像极了“吸星大法”，吸取百家之长、众人之力、海纳百川，通过消化、转化进行复合为我所用，扬名立万，再通过连锁发扬光大。

人的大脑分为左半脑和右半脑，左半脑负责逻辑推理、语言等方面的理性思维；右半脑负责感受、情绪等方面的感性思维。本书力求绝对理性，透过奥林匹克花园的表面，写深度、写理论，透视本质，总结规律；却又无可避免地十分感性，写创业、写传奇，也写到很多恩怨，写到纷争。有左脑的理性，亦不乏右脑的感性，是谓“左右脑”思考奥林匹克花园，从中而得启示录。

这本书写到了中国房地产圈子最具分量的几位大人物：吴振绵、陈穗建和郭梓文，同时也提到了卢铿、王志纲和郭钧，再现了“奥林匹克花园”和“奥园”的豪门恩怨，这起发生在房地产界的“品牌门”事件，影响面不亚于娱乐圈的“艳照门”。书里面清晰记录了陈穗建总裁从施工员到总裁的奋斗史，更深刻反映了吴振绵作为“体育人”和郭梓文作为“生意人”两位地产大腕的文化对抗。全书启示的是最古老、最朴实、最深刻的道理，分合、合纵、连横……

我是作为局外人来写这本书的，“不识庐山真面目，只缘身在此山中”，而我身不在庐山，带着“左右脑”的思考翻阅了有关奥林匹克花园大量的资料，这里面大部分是公开发布的媒体资料，也有不少地方引用了雷建文、张维伦和胡大为合著的《超级引擎》一书和黄鹏程所著《我亲历的奥林匹克花园》一书，这两本书给了我很多重要资料参考。陈穗建总裁的时间十分有限，他无法面面俱到地为我一一讲述奥林匹克花园的内幕和细节，也正因为如此，我几次推迟了这本书的出版时间，因为有很多自己感觉不满意的地方，很多人、很多事都无法一一求证，留下了很多遗憾！第一次是想赶在2008年3月份，中体产业成立十周年之时出版，可是因为我对于书的“质量”不满意而“难产”；第二次是想在2008年8月份北京奥运会之前面市，可是因为中体产业相关领导的重视并寄予厚望，出版计划再度搁置；临近岁末，时间不允许我一拖再拖，于是下定决心忍痛成稿，寄希望于《奥林匹克花园·启示