

年鉴
2004.12

Estate
Investment

置業
DONG GUAN
东莞

Estate Investment 东莞地产宝典·楼市资讯权威

2004
年鉴

房地产及
相关行业

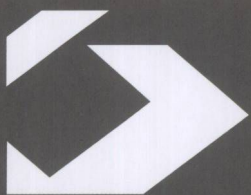
ESTATE Investment





打造东莞装饰设计服务第一品牌

GREAT WORKER



东莞钜匠装饰

曾获得荣誉

中国室内设计学会团体会员

2004年：中国“华耐杯”室内设计大赛获奖

东莞“盛世华南”设计大赛第二名

中国装饰业质量、服务诚信示范单位

2003年：东莞市第二届室内设计大赛唯一获奖第一名

东莞市建筑装饰协会推荐“十大品牌装饰企业”

2002年：东莞市第一届室内设计大赛第二名、第三名

东莞市消费者委员会评选最信得过品牌装饰企业

地址：东莞市莞太路金海大厦 3 楼

TEL: 2420863

2420873

网址：钜匠装饰



创新 INNOVATION

创新，一个充满活力的词语。

2004年，对于东莞这个城市而言，是个丰收年，全国最佳魅力城市和最经济活力城市的美誉，使东莞成为了世界焦点。是什么造就了东莞今天的实力？除了务实、发展，还有创新——使一个城市充满活力的创新。

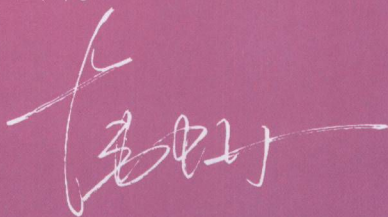
当著名歌手刀郎的《2002年的第一场雪》被传唱于神州大地的时候，地产也迎来了04年第一场雪。别墅征地叫停、土地价格上涨、“调控”政策接二连三出台、银行加息等一系列因素，处于高速发展的东莞地产，一方面体验着宏观调控对地产行业带来的不安，一方面感受着地产行业在走向成熟时所拥有的包容、大气，使得东莞地产发展商感慨万千——这场雪来得比想象中更早一些。珠三角各大大地产商、主流媒体高唱凯歌纷纷进入东莞这个城市，在新的地产格局下，创新是所有人关注的话题，也成为地产商们出奇制胜的法宝，东莞地产市场也因此发生从卖房子到卖品牌到卖文化的转变。

大家都知道，创新是生存的原动力。《置业东莞》诞生于这个充满发展潜力、充满活力的城市，注定我们不能因为固步自封，必须同地产、同整个行业同心共感，为此，我们一往无前、不断创新。

自《置业东莞》创刊起，短短一年时间，我们经历了几次重大改版，从30P到今天每期80P的版面扩张，从文字到栏目，从概念到品质，从常规发行到另类发行，每一次创新都得到了市场的认同与喝彩。

身处活力东莞，注定不能看到一点成绩就沾沾自喜。今天，在长达200多个P的《置业东莞》04年东莞房地产及相关行业年鉴上，我们网罗了东莞04年各大大地产商、楼盘、家具、建材、装饰等地产行业及相关行业信息资源。我们首次倡导关联集成理念，将各地产各大专业环节、上下游产业链汇集在一起，构建东莞房地产行业资源宝典，行业平台。

在同质化越来越严重的今天，我们始终主张创新一马当先。是创新不断成就新的奇迹，也是创新在成就着《置业东莞》的未来。



东莞地产宝典 · 楼市资讯权威

主办单位 东莞市未来广告策划有限公司
协办单位 东莞市建筑装饰协会
承办单位 东莞市未来房地产咨询服务有限公司

Chief editor **总编** 游照明
 Editor-in-chief **主编** 韩松
 Editors -burden **责任编辑** 方梦寰
 Reporter **编辑记者** 彭新余 刘玲
 The market expanding **采编** 苏燕 方晶超 黄万兴 丁彭寿 郑泽华
 Photographer **摄影** 韩松 方梦寰
 Fine arts executive **美术主管** 刘晓艳
 Art editors **美术编辑** 刘华斌 季军
 Market manager **市场经理** 苏海
 Issue to a manager **发行经理** 周文蕾 韩启文
 The member issues **网络发行** 未来地产
 Issue of trade company **商家发行** 未来广告

专家顾问团

(排名不分先后)

赵家樑 (东莞市建筑装饰协会秘书长)
张树清 (东莞市建筑装饰协会副秘书长)
赵洪亮 (广东光大企业集团地王广场项目策划总监)
朱伟文 (宏远地产副总经理)
王淼玺 (东莞市商业中心副总经理)
张正启 (东莞市胜世同创房地产策划有限公司总经理)
李志雄 (金城商贸有限公司副总经理)
陈强 (瑞丰投资顾问有限公司董事总经理)
张国华 (腾龙商贸中心总经理)
钱际宏 (星艺装饰东莞设计中心总设计师)
王毅 (钜匠装饰公司总经理)
陈书汉 (大鼎装饰公司总经理)
刘玉周 (光辉家具批发城总经理)
曾旭普 (东莞市高登名家私总经理)
黄梅善 (东莞市名泰家居商业有限公司执行董事)
王评 (王评装饰设计工程有限公司)

广告经营许可证 4419001000092
广告热线 0769-2331339

编辑部地址 东莞市体育路未来大厦五楼
邮编 523009
电话 (0769) 2333111 2331339 2485020
传真 (0769) 2330337
E-mail Futurezydg@21cn.com



道窖镇

广深高速公路

东莞楼市地图



美新名家居™
MEIXIN FAMOUS FURNITURE PLAZA

名的家具 名的服务

地址: 南城区新基路口 服务热线: 0769-2408778

虎门地址: 虎门镇港口路 服务热线: 0769-5119698
虎门地址: 虎门镇虎威高速路口 服务电话: 0769-5025005
厚街地址: 恒锋家具博览中心二楼 服务热线: 0769-5922207



名都家居广场
MING DYNASTY FURNITURE PLAZA

地址: 东莞厚街家具大道东 (广东现代国际展览中心正对面)

电话: 0769-8630338 传真: 0769-5586122

E-mail: md0813@126.com

WWW.IMD100.COM

contents | 目录

专题 Special subject

8

东莞房地产
十年回顾峰
会

概述篇 Sum up one

20

东莞概况

地产篇 Real estate page

40

东莞房地产概况

50

东莞地产品牌企业名录

建材篇 Building materials page

84

东莞建材市场概况

86

东莞建材品牌企业名录

装饰篇 Decorate one

115

逝者已去，来者可追
——建筑装饰业之盘点与展望！

116

东莞装饰市场概况

118

东莞装饰品牌企业名录

A

概述篇
Sum up one

B

地产篇
Real Estate Page

C

建材篇
Building materials page

D

装饰篇
Decorate one

家具篇

House page

134

东莞家具市场概况

136

东莞家具品牌企业名录

电器饰品篇

Electric apparatus ornaments page

159

东莞电器饰品品牌企业名录

金融律师篇

Financial lawyer's page

172

东莞金融律师市场概况

174

东莞金融律师品牌企业名录

物业中介篇

Intermediary of the property

184

东莞物业市场概况

186

东莞市物业管理条例

192

东莞地产代理中介概况

E

家具篇
House page

F

电器饰品篇
Electric apparatus ornaments page

G

金融律师篇
Financial lawyer's page

H

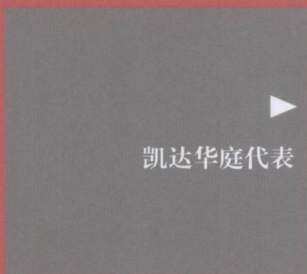
物业中介篇
Intermediary of the property

东莞房地产 十年回顾峰会

地产精英荟萃 ■ 纵论十年发展



◀ 叶兆平 秘书长
深港地产研究院



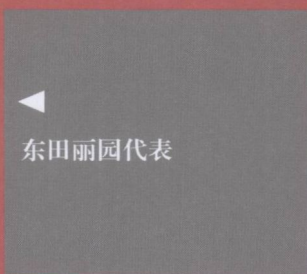
▶ 凯达华庭代表



◀ 东田丽园代表



▶ 温广熙 副总经理
第一国际发展商
东莞市商业中心发展
有限公司



▶ 朱伟文 副总经理
广东宏远集团
房地产开发公司



◀ 梁军 副总经理
东莞市世纪城商住
开发有限公司



▶ 陈惠林 副总经理
富通新家园房地产
开发有限公司



◀ 常晓燕 营销策划部经理
湖景一号



2004东莞房地产十年回顾峰会

► 背景

2004东莞房地产十年回顾峰会 —— 一场针尖对锋芒的对话

十年一朝夕！对人生而言，太匆匆！
对房地产发展而言，却是一步一个脚印，
有太多沉甸甸的累积，有太多林林总总的得与失。

2004东莞房地产十年回顾交峰会把东莞房地产的十年浓缩为一张张历史照片，陈列在嘉宾面前。在这样一个跨媒体的开放交流沟通平台上，各方认识热烈交融相撞，为我们呈现了一幅精彩的东莞地产十年百绘图。

今日的东莞房地产与很多城市的房地产一样，面临着外来品牌进入竞争市场、房产政策的新政策适应、开发商创造市场需求、地产中介与国际接轨、更贴身的金融服务、楼价更趋合理等问题，峰会本着务实的原则，针对以上问题，设置了各类专题，安排交流与研讨。

一、十年前与十年后

被誉为“中国制造业名城”的东莞，房地产业却比深圳、广州晚了一步，回忆起十年前东莞房地产的空白，很多嘉宾感慨良多，“2000年前叫地产公司的还比较少，现在呢，地产公司很多”、“多项指标表明，东莞的经济已逐渐走到珠三角的前沿，但东莞一直以来是波澜不惊，没有发出应该发出的声音。把东莞地产推到珠三角前沿是东莞地产未来应有的地位”。东莞地产品品牌建设也是近几年的事情，包括对于居住文化的思考，这些在十年前的东莞是一片空白，可是十年后的今天，却发生了翻天覆地的变化，很多嘉宾相信东莞地产十年后会更好。

对于东莞地产的十年历史，广东宏远集团房地产开发公司副总经理朱伟文与东莞市盛世同创房地产咨询有限公司总经理张正启都一致认为其发展是分阶段的，其中出现了间断的高峰期。

二、说品牌建设

今年万科地产、金地地产等全国著名地产品牌的进入，曾一度在东莞地产市场掀起了热浪，很多人惊呼“狼来了！”。而在峰会上，笔者却听到了另一种积极的客观的认识“只要发展商能提供好产品和优质服务，整体价格就会提升。现在区域很强，我们不怕竞争”。很多嘉宾就品牌建设提出了很多中肯的意见和建议：“重视内涵建设，不要搞概念炒作”、“品牌首先要有忠诚度，要有好的口碑”、“品牌建设不是一蹴而就的事情，是要踏踏实实做出来的”、“房地产公司跟客户的关系就是品牌，也就是服务”……

峰会上，“狼来了”的论调被忽视了，人们更多关注的是如何强大自己，在专注于自身发展的东莞地产商眼里，外来的品牌就不再是“狼”，而是能作为参照物一起发展的合作伙伴，它们的到来带来的更多是积极的影响。

三、说价格趋势

房地产价格一直是敏感话题，也是普通百姓一心关注、与之息息相关的问题，峰会上当然也受到了热烈的关注。到底未来的房产价格会不会涨？哪些因素在影响着房产价格？

“其实，东莞地产的价格会怎么走，是高是低，除了大的方向之外，与其自身的品牌价值变化也分不开。只要发展商能提供好产品和优质服务，整体价格就会提升”、“未来一两年东莞的住宅价格还是会上升的，可是商业地产价格要上去还需要一个时间”、“市场信心来源于每一个项目的成功；房价的总趋势是上升的”……

也许地产价格上涨的趋势是不可避免的，但相信在东莞地产的未来发展中，服务会越来越好，消费者受惠的东西也会越来越多。

四、说建筑风格

现在，举目东莞楼盘，就会发现风格迥异：意大利风格、澳洲风情、江南水乡……其建筑风格可谓蓬勃多彩。东莞地产与许多城市的一样，曾有一段时间热衷复制异国情调，兜兜转转然后回归到中国人自己的需求上。“原来是抄，现在回来，回到中国特性来，开始考虑中国人的追求和需要”，开始有自己的设计，像东莞的“江南世家”就是中国自己的东西。

可能我们会被一栋房子的外观所迷惑，可能我们会被房子所营造的风情所迷惑……这一切理所当然，因为即使是建筑风格，也是房地产商颇费心思的结晶，东莞地产期待更多更好的风格出现。

另外，在此次东莞十年房地产回顾交锋会上，还对各镇区的房产状况以及市场上各热门地产问题等多方面进行了探讨。

仁者见仁，智者见智。2004东莞房地产十年回顾高峰会将多方地产精英集聚一堂，他们的思想碰撞给过去的房产发展画上了一个圆满的句号，也将给未来的房产发展带来更好的延续。

2004年11月30日，一群地产界的精英，一场针尖对锋芒的对话，正在东莞御景湾酒店上演。由新快报主办、未来地产承办的2004年东莞房地产十年回顾高峰会，集聚八方慧音，给这个制造业名城的房地产业来了一次全新的梳洗。

近十年来，东莞房地产开发有如雨后春笋，从投资量、开发量、销售量以及商品房空置量来看，东莞市房地产市场开发结构基本合理，没有出现房地产开发过热导致的泡沫现象，保持了持续健康有序的发展。回顾风雨历程，畅想更美好明天！此次“东莞房地产十年回顾交锋会”共同总结了东莞地产界的过去，为未来的东莞地产界征集了具有建设性的行业意见，也为众多同行提供了更多可供参考的发展良策。

2004东莞房地产十年回顾交锋会——现场

当日参加与会的嘉宾有东莞房地产业协会领导、物业协会领导、东莞地产界专家、广深代理公司、设计公司等行业资深人士50余位。峰会在未来地产代表的开幕致词中开始，首先由新快报张总发言。张总对峰会的意义给予了充分的肯定，他认为广州地产的今天可能是东莞的明天，虽然不知道东莞地产界藏龙卧虎到什么程度，但希望他山之石可攻玉，希望今天的峰会能“带来一些灵感，撞出一些火花”。会上各方畅所欲言，对东莞地产10年来的发展进行了客观全面的探讨。在嘉宾主持人瑞峰置业总经理陈强的主持下，对相关议题“东莞十年地产规划及发展”、“东莞地产品牌状况”、“东莞地产发展规律”、“东莞镇区地产发展状况”、“东莞地产策划与营销”、“东莞地产未来价格趋势”等进行了深度讨论，最后在主持人陈强与与会人员举杯对东莞地产的祝福声中圆满结束了峰会。





朱伟文 副总经理
广东宏远集团房地产开发公司

打造适合业主几十年安居乐业的物业是我们房地产的目标

朱伟文认为，东莞地产十年来的发展是跨越式的发展，1993-1995年是东莞地产发展的第一波高峰，1996-1998年进入调整期，1999年至今则是东莞地产发展的第二波高峰。这十年来，可谓大浪淘沙。在宏远地产92年进入以后，新秀不断涌现，优秀的地产商一波接着一波。作为东莞地产界的元老深感压力。接到峰会邀请函之后，朱伟文萌生了到地产商十年前开发的楼盘去看看的念头。“有些房子破了、旧了，有些商铺关门了……看着看着，自己都有些汗颜”。一般物业使用期：商铺是50年，房子是70年。朱伟文由此感到，房地产商应该建设让业主几十年安居乐业的好物业。“除了关注眼前的利益，也要关注物业未来”，“打造适合业主几十年安居乐业的物业是我们房地产的目标”。



张正启 总经理
东莞市盛世同创房地产咨询有限公司

东莞地产发展大概可划分为四个阶段

张正启在峰会上作了重要发言，并对东莞地产十年历史做了一个系统的概括，把东莞地产发展分割为四个阶段进行了分析梳理。第一阶段——启动阶段（1992-1994年），启动时开发面积有600万平方米，接近2004年的面积。当时主要以外资投资为主，引进了新产品，物业管理公司化、社区园林化，特征是以大户型、别墅为主，其产品定位足足影响了东莞地产十年，原住民从城中村搬迁至花园小区，是原住民的第一次置业。这个阶段的代表楼盘为新世界花园；第二阶段——调整阶段（1994-1996年），是原住民的第二次置业，人们开始住别墅、进社区好学校，这个阶段的代表楼盘为光大景湖花园；第三阶段——继续调整阶段（1996-1999年），是东莞第一代移民的首次置业，他们从原住民身上受到了商业熏陶，也开始购房置业。这个阶段的代表楼盘为中信新天地；第四阶段——成熟期（1999-现在），是东莞第二代移民的首次置业、二次置业，他们这个群体带有明显的“三高”特征，即高学历、高收入、高消费。



张国良
东城中心营销总监

重视内涵建设，不要搞概念炒作

东城中心是95年进入市场的，用张国良的话说是“战战兢兢进入市场”的，95年以前的东莞地产可以说是香港人天下，包括规划、设计、市场营销到最后的物业管理，都照搬香港的经验。1995年以后才有东莞的公司进入，发展到现在则来自五湖四海，不过规划设计也是照抄什么东南亚、新加坡风格，“原来是抄，现在回来，回到中国特性来，开始考虑中国人的追求和需要”，开始有自己的设计，像东莞的“江南世家”就是中国自己的东西。品牌建设也是近两三年的事，这也是一个进步。“2000年前东莞叫地产公司的还比较少，现在呢，地产公司很多，这也看出对品牌意识的加强。”。虽然在品牌建设上有些误区，没有认识到品牌是做出来的，而不是广告吹出来的。最后张国良提倡品牌要“重视内涵建设，不要搞概念炒作”。





交锋会现场



温广熙 副总经理
第一国际发展商
东莞市商业中心发展有限公司

做品牌，首先做口碑

第一国际作为东莞三大商业地产之一，品牌已在消费者中如雷贯耳，其中的秘诀用温广熙的一句话说最有分量“我们还没有做品牌，我们一直在做口碑”。温广熙认为“品牌首先要有忠诚度”，要有好的口碑。东莞人是很务实的，他们做过一些市场调查，买楼的业主以朋友介绍的为多，这就是一个消费者对项目的忠诚度问题。忠诚度反映在品牌口碑上，它包括很多东西，包括让业主经营获利，让消费者消费满意等等。品牌建设不是一蹴而就的事情，是要踏踏实实做出来的。



梁军 副总经理
东莞市世纪城商住开发有限公司

房地产公司跟客户的关系就是品牌

对于品牌建设问题，梁军认为“房地产公司跟客户的关系就是品牌，也就是服务”。他说，从他们自己的项目来看，他非常看好东莞房地产的升值潜力。房地产有一定的规律，往往五年或七年是一个周期。东莞经过10年的发展，价格会有调整。他也看好东莞房地产的价格走势。价格的涨浮不是个太大的问题，“其实，东莞地产的价格会怎么走，是高是低，除了大的方向之外，我认为与其自身的品牌价值变化有密切的关系。只要发展商能提供好产品和优质服务，整体价格就会提升。现在区域很强，我们不怕竞争”。



杨贵德 总经理
华凯地产代表
东莞市华建物业
投资有限公司

东莞地产还只是处于成熟期的雏形阶段

华凯地产认为“房产是因生活形态顺势而生”的，在东莞加快城市化进程，城市硬件和软件都还在不断完善的今天，“东莞地产还只是处于成熟期的雏形阶段”，并不是到了真正的成熟期，在一定程度上比不上苏州等沿海城市，东莞的房价在十个魅力城市中也是最低的。“为什么江苏人、浙江人移民东莞的比较少？因为东莞还没形成比较浓厚的文化氛围”。文化跟地产息息相关，所以在东莞处于成熟期雏形阶段的今天，地产品牌也还在初级建设中。但是大家已经越来越意识到品牌的重要，我们也看到很多很好的物业正在开发中，像华凯地产的配套目前是最高的，但十年后不知道。“十年后的东莞地产我们不知道是什么样，但我们相信会越来越好。”

外资、生态、文化是东莞的三张牌东莞的城镇是兄弟关系，互相影响互相发展，大家擅长做什么就做什么，地产只要适合就最好。外资、生态、文化是东莞的三张牌，只要利用好这三张牌，就能做出适合东莞的精品。至于东莞的房价，还有赖于二级市场的成熟。其实东莞本土人人不仅仅是二次置业，而是第九次，第十次。东莞人的消费很大。跌价不可能，但升值需要时间。



聂志勇
世联策划部经理

东莞没有发出应该发出的声音

多项指标表明，东莞的经济已逐渐走到珠三角的前沿，但东莞一直以来是波澜不惊，没有发出应该发出的声音。把东莞地产推到珠三角前沿是东莞地产未来应有的地位。与东莞相邻的深圳的当务之急是消灭城乡差距，消灭农村，我想这也是东莞未来的话题或问题。像东莞中心区的建设就给城区带来了生机。关于二至三年内房地产的价格趋势，要把东莞放在全国范围来看。要让东莞的整体市场成为珠三角的主力军，从政府到开发商到媒体、地产中介，都要为房地产市场营造积极向上的气氛；市场信心来源于每一个项目的成功；房价的总趋势是上升的。



德思勤代表

写字楼的消化值得考虑

近两年来，东莞的写字楼、商业地产都呈上涨趋势，写字楼达到了4000元/平方米的均价，写字楼的租金只有40元/平方米；住宅毛坯房在3500元/平方米以上。如果继续上涨会带来危机。从租赁和销售情况看，大家都担心写字楼的消化量，2005年东莞能不能消化这么多的写字楼？东莞发展商的地都是1995年拿的地，经过了一段高速发展，未来会有一个停滞阶段。



李健
发展常务副总经理
丽水佳园开发有限公司

将地产建设到精神层面的追求上

东莞往外的区域发展应该向西，就像深圳、上海等城市一样。东莞在西边的空地较多，我们看好东莞城市发展往西的一个趋势。另外城区往镇区发展也是东莞的地产趋势。作为一个新来的开发商，首次进入东莞，选择道滘除了以上的原因，还有就是道滘是城郊结合片区，我们可以把城区的人拉向镇区。为此，我们着重于楼盘质素的打造、水文化的建设，以城郊结合的特有属性、健康住宅来吸引城区人，将地产建设到精神层面的追求上。

交峰会现场





常晓燕
营销策划部经理
湖景一号

市场期待铸造精品

湖景一号的发展商是本土的，操盘手则是广州和深圳过来的有一定经验的职业经理人组成。展望东莞房地产未来的发展，常晓燕认为镇区的老板非常有实力，他们在资金方面实力雄厚，对出精品有信心保障。另外土生土长的老板比较务实、严谨，非常注重产品品质。东莞的房地产业内最有代表性的还是产品，但现状是人才、资金、品牌都不缺，就欠缺精品，暂时还没出现能代表珠三角、引领全国的产品。“我们的目标是把项目做成一个有钱人的原生态住宅。”



何月媛
慧谷集团

谁看规划之前谁就走在前面

近段时间理想0769可谓风风火火，很多人认为理想0769赢在营销手法，其实则不然。理想0769有它自己的产品特色。万江就是产品的特色之一，很多人看不到万江的优势，万江有很多潜在的优势没有被人挖掘，比如五环、轻轨等，理想0769预先看到了，这些是在规划之前预计到的，所以这些才是理想0769真正成功的原因。“0769并不仅仅靠营销，靠的还是投资前景。”“谁看规划之前，谁就尝到甜头”。



叶兆平 秘书长
深港地产研究院

东莞企业家的魄力、远见和对未来的预测能力不能小看，他们不在深圳的企业家之下，甚至还超过了深圳的。一直以来，深港地产研究院都关心东莞的房地产业的发展。东莞是个藏龙卧虎的地方，希望东莞的房地产业避免走深圳、全国其他城市走过的弯路，更健康更好地发展。

这样的峰会和正在推出的龙虎榜活动开展得适时、必要，对东莞房地产的品牌建设、品牌提升有很大帮助。房地产企业如果不注重品牌建设，路会越走越难，越走越窄。市场在高速发展的过程中是需要引导的，在深圳就走过歪路。东莞地产就是要学习和借鉴一些外地成功的经验，才能避免走深圳的歪路，新快报和未来地产及时地推出了龙虎榜是非常好的事情，应该感谢他们为东莞地产做了这样一件事。



陈惠林 副总经理
富通新家园房地产
开发有限公司

东莞的房地产业明天会更好!

东莞的房地产市场还没到成熟阶段，只是处于一个成熟阶段的雏形期，与广州、深圳相比，GDP也还没到成熟发展阶段。深圳宝安区的年开发量相当于东莞一个市的开发量，这就说明了问题。宝安经历了从成长到成熟的快速阶段，东莞与宝安刚开始发展时的状况很相似，政府、投资商应共同激活把东莞的房地产做大。价格要有区域性，分区域性看。老区域上涨力度不大，新生区的楼价上升较大。万江与东城、南城一河之隔，东城、南城目前是比较成熟的房地产版块，其房地产的发展相对比较成熟，而万江的房地产可以说刚刚起步，楼价相差1000元/平方米，这就像是十几年前的上海浦东，具有很强的潜力。东莞的房地产业明天会更好!



谢煜
策划部高级经理
星河传说

商业地产要慎重发展

价格是一个风向标，是房地产成熟的标志。未来一两年东莞的住宅价格还是会上升的。另外，房地产成熟还表现在二手市场的成熟。但是东莞这方面还没有放开。对于全国来说，目前二手市场的不够成熟是许多城市共有的特点。我们期待东莞房地产的更加成熟，也期待二手市场的成熟。可是对于商业地产，他并不看好，他认为价格要上去还需要一个时间。东莞的一个明显现象是现在东莞有不少商业盘，几个大的商业项目却谁也不敢先开业，这就是有力的证明。现在最大的问题不是招商，而是经营。在东莞大家都是第一次搞商业地产，所以都没有去经营的经验。很多人预计2005年全国的商业地产会倒霉，会出现问题，会有许多投诉。



李玮嘉 助理董事
何显毅建筑公司

小区除满足基本功能以外，还要为城市建设作贡献

东莞人的丰富积蓄为房地产注入了生命，人们对生活的要求越来越高，除了对居住环境、户型要求这些基本的要求以外，房地产未来的发展趋势是住宅环境的健康化，做健康住宅小区。健康住宅要把硬件与软件相结合，硬件方面是小区的配套设施，软件即楼盘的主题、理念和社区文化，能给住户家的感觉。小区除满足基本功能以外，还要为城市建设作贡献。国内有一个普遍现象，小区本身可提供一个优良的条件。从宏观上来说，小区没有与城市结构相联结，一旦出了小区就找不到城市的感觉，出现了断层，这说明发展小区没有与小区规划连在一起。

