

华侨城提出“优质生活的创想家”，这是核心理念，也是华侨城集团的经营哲学。本书就是围绕这一理念，从华侨城集团的发展背景、发展历程、发展模式、产业创新等多个角度为读者展现出华侨城集团二十余年风雨兼程的发展之路。华侨城不仅是一家经营成功的企业，更创造了一种新的生活方式，提供了一种美妙的精神享受。更为重要的是，华侨城为我国经济转型的国企改革提供了一个鲜活生动的样本，在它身上有太多值得仔细品味和思考的经验。

华侨城

优质生活的创想家

华侨城发展轨迹的观察

魏小安 等/编著



中信出版社·CHINACITICPRESS



華倫城

沈麟生詩的創想家

從詩壇到民間的詩歌實踐

楊子良 王一雄 著



聯環出版社

華僑城

图书在版编目 (CIP) 数据

优质生活的创想家：华侨城发展轨迹的观察/魏小安等编. —北京：中信出版社，2010.1

ISBN 978-7-5086-1802-9

I. 优… II. 魏… III. 国有企业—经济发展—研究—中国 IV. F279.241

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 211383 号

优质生活的创想家：华侨城发展轨迹的观察

YOUZHI SHENGHUO DE CHUANGXIANGJIA

编 者：魏小安等

策划推广：中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行：中信出版集团股份有限公司 (北京市朝阳区和平街十三区 35 号煤炭大厦 邮编 100013)

(CITIC Publishing Group)

承印者：北京诚信伟业印刷有限公司

开 本：787mm×1092mm 1/16 插 页：16

印 张：15.5 字 数：225 千字

版 次：2010 年 1 月第 1 版 印 次：2010 年 1 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5086-1802-9/F·1826

定 价：38.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书，如有缺页、倒页、脱页，由发行公司负责退换。

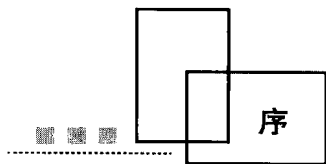
<http://www.publish.citic.com>

E-mail:sales@citicpub.com

author@citicpub.com

服务热线：010-84264000

服务传真：010-84264033



多几只眼，多看几眼，看深几眼

IX

随着中国作为世界经济大国的崛起，研究中国企业的发展似乎也成为一种时尚。中国经济的发展和中国企业的发展在一定程度上打破了经典教科书的描述，一批中国企业案例进入了世界一流院校的教科书。于是乎人们欣然感叹，中国这个，中国那个，更有一批老外也跟着加入这种大合唱，令人不由得想起鲁迅先生的话：捧杀与骂杀。在这种时候保持清醒的头脑总不是坏事，但进一步想，中国的企业确实创造了奇迹，也正是在企业奇迹的基础上才产生了经济奇迹。改革开放给企业的产生和发展提供了一个相对自由的天地，中国人的创造力就像火山一样爆发了。在发展过程中，各个企业创造了丰富多彩的发展模式，可以套用一句名言：失败的企业都是相似的，成功的企业各有各的高招，社会经济生活才因此而精彩。华侨城就是成功企业的一个典型，央企往往被称为“中国的脊梁”或“共和国长子”，在央企的行列中，华侨城算不上大，但却是新企业。不仅在于新兴，而且在于新型。处在深圳特区的环境之中，全面参与市场竞争，不断探索发展模式，成就了中国旅游领袖企业和世界主题公园创新企业的地位。

我和华侨城交往 20 年，目睹了华侨城的成长，从上到下，也交了很多朋友，始终感觉华侨城是个金矿，可以挖掘出很多宝贝。但这个矿很难挖，除

了华侨城的低调之外，还在于涉及的方面太多，综合性很强。2009年1月7日我参加全国旅游工作会议时，见到华侨城任克雷和刘平春二位领导，深聊之后，便萌发了要花点时间和精力研究和总结一下华侨城发展的想法。因为世界金融危机的爆发，中国经济也受到冲击，我们也正在关注中国旅游企业的影响和对策之类的问题，于是一头就扎了进去。但仔细想一想，华侨城这篇文章很难做，一是因为多样性，必须进行多面性分析；二是因为重复性，关注华侨城的人多，形成的成果也多，很容易炒冷饭；三在于超越性，我和华侨城是多年的老朋友，看到华侨城的成长，也了解他们的一些思路，时时超前，处处活跃。在这样的基点上再提升，难哉。3月16日我应邀去华侨城参加酒店发展研讨，5月8日参加了研究东部华侨城发展工作的班子会议，也形成了相应的成果，也算是做一点基础工作。但华侨城总体研究如何进行，始终没有展开。6月9日又专程去了一次，和几位领导全面交流，才发现这不是一时兴起，而是作为华侨城24周年的一件重要工作，任克雷总裁希望研究的角度是：用第三只眼睛看华侨城。7月7日，课题组到华侨城进行了一个星期的系统调研，召开系列座谈会，看现场，讨论，形成了一个整体思路，最后和任克雷谈了一上午，相谈甚欢。课题组本身也在这个过程中充分沟通，大家都感觉甚有收获，于是开始分工写作。

写作的开始是愉快的，有了现场调研的实感，也有了激荡的火花，信笔写下去就是了。但很快就变成了痛苦，大家在一起沟通，每个人都能够说出不少感受。但面对一个有思想的企业，研究一种有品位的成长，探索新的难度是如何超越的，这恐怕需要多花一点儿气力。总的感觉是，研究华侨城，不仅是用第三只眼，而是要“多几只眼，多看几眼，看深几眼”。

现代企业的发展规模越来越大，产权关系也越来越复杂，到一定程度，已经成为社会性企业。一方面，形成社会责任，另一方面，使原有的很多关系模糊了。委托代理关系、法人治理结构等可以在理论上归纳清楚，但是在实践中却越来越复杂，不仅代理人，甚至所有者都可以对自己不负责任，自己偷自己，世界金融危机的产生很大程度上源于此。这是一个世界性的难题，正因其难，孕育着企业的新生。

10 年以前，中国的国有企业还处在进退维谷的尴尬境地，现在，央企冲锋陷阵，成为新一轮发展亮点。对于资源垄断或市场垄断的企业而言，比较容易解释，全国经济总量扩大，市场规模扩张，垄断资源随之增长。但对于完全处于竞争行业的国企而言，就有着深层次的因素，尤其是新的制度因素。制度决定行为，但真正起作用的是什么样的制度，成为问题的关键。多年以来，我们习惯的思维方式还是主观因素和客观因素，在所谓矛盾分析中，也培养了一种非黑即白的极端方法，形成非成即败的极端判断。其实更重要的是中间观，更多的是发展状态，过渡状态，柔性状态。华侨城 24 年了，仍然年轻，也仍然处于发展状态之中，但其所提供的经验是丰富的，我们愿意多几个角度进行解读。

华侨城提出“优质生活的创想家”，这是核心理念，是经营哲学，也是关键词。

旅游，是异质生活体验，是过程性产品。文化，是深化的生活感受，是品质性产品。房地产，作为生活的载体，集中生活要素和文化元素。康佳，作为制造业，生产物质性产品，是生活用品的提升。所有的项目，都集中了优质生活的追求，感受的还是文化和体验。这样的追求，必然需要创造和想象，卓然成家，自成一家，假以时日，当成大家。

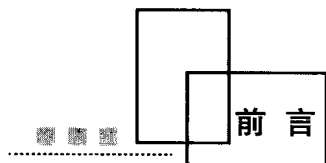
形成这样的方向，一要跳出企业做企业，只就企业说企业，眼前过得去，长远迷失方向，人云亦云，谈何创造；二要跳出项目论项目，企业永远面临着项目选择，选择常常是一种痛苦，局限在痛苦之中，谈何想象；三要跳出当地看当地，社会环境不同，发展阶段各异，有比较才能鉴别，但优质生活的梦想具有普世性，因为普世所以普适；四要跳出旅游说旅游，旅游是短期的生活过程，异质的生活感受，综合的文化体验，最终的诉求仍然是超越日常生活的优质生活。

由此，创想自然是按照后工业化的视角，挖掘前工业化资源，形成超工业化的产品，对应变化中的市场。华侨城提出“文化造城，生态造梦”。我们可以依照华侨城的核心理念，加上生活创景，价值实现。不可轻视人们的想象力，最伟大的结果往往产生于最可笑的想象。不可压抑自己的想象力，

想象是天性中最可宝贵、最富创造性的力量。即使是最可笑的想象也一定有它的合理之处，只要你肯去潜心挖掘。就如同儿童们提出的种种问题，虽然幼稚，但往往触及本质。

最终，华侨城是在生产新型企业哲学，生产新锐人才梯队，生产新兴精神享受，生产新型生活方式。

感谢华侨城集团领导的睿智，感谢华侨城相关部门做了大量的技术性工作，感谢在调研过程中华侨城的帮助，感谢我们这个复合型的研究团队，大家都下了很大工夫，苦思冥想，最后是豁然开朗，形成了这样一本书，以实证性研究为基础，以发散性表述来展开，算是可读，也希望读者不至于感觉无味。



不同的城市，同一个华侨城

——解读华侨城的核心

XIII

纵观世界文明史，沧海桑田，朝代更替，无论是在兵祸连年腥风血雨的浩劫乱世，还是在政通人和安居乐业的太平盛世，人类对美好和谐生活的梦想和憧憬从来就不曾停止过。在西方，从古希腊先哲柏拉图的《理想国》、16 世纪英国托马斯·莫尔的《乌托邦》、17 世纪意大利托马斯·康帕内拉的《太阳城》、19 世纪法国埃蒂耶纳·卡贝的《伊加利亚旅行记》，一直到近代被马克思和恩格斯誉为“三大空想社会主义者”——法国昂利·圣西门的《一个日内瓦居民给当代人的信》和夏尔·傅立叶的《全世界和谐》以及英国罗伯特·欧文的《致拉纳克郡报告》等著作中，无不闪烁着朴素的天下大同的共产主义理想。尽管各种思潮纷杂，百家争鸣，但实质上都是在试图找出一套人类秩序与社会和谐的解决方案。始于 19 世纪的英国工业革命，将工业文明带进人类社会，拉开了全球现代化的帷幕，以追求经济效益和管理效率为价值观的市场法则则是对传统农业社会的颠覆。在工业化和城市化的浪潮下，一方面，人成为机器的奴隶，另一方面，人又试图成为大自然的主宰，不断从自然环境中掘取财富，引发生态环境的日益恶化，建立在生产力水平低下基础上的人与自然和谐的关系面临严峻的挑战。西方的一些有识之士开

始反思工业化和城市化所带来的人的异化现象，唤醒人们寻找失落的生活真谛，回归人的终极需要。18 世纪末德国诗人弗里德利希·荷尔德林吟唱出：“人充满劳绩，但还诗意地栖居在大地上。”20 世纪德国哲学家马丁·海德格尔对于“人，诗意地栖居”这一关乎全人类终极命题的哲学思考，将人类学引入到现象学的研究中，成为存在主义哲学的先驱。

在中国，我们的祖先很早就关注人的生存环境与自然的关系，《易经》中的太极（阴阳）八卦理论以及堪舆术（风水）体现了东方人的生存智慧，2 000 多年前老庄的道家、孔孟的儒家等学说中“天人合一”、“知者乐水、仁者乐山”的哲学思想和价值观成为中华民族共同的文化基因，也是华夏文明在历史长河中能得以薪火相传、生生不息的精神支柱。东晋隐士陶渊明的《桃花源记》寄托了他的人生理想和精神追求，他的《饮酒》诗中“结庐在人境，而无车马喧……采菊东篱下，悠然见南山”，表现了他的超俗不羁和闲适愉悦的人生态度和生存意境，从中可窥见道家文化的踪影，是中国版的“诗意地栖居”，但比德国的荷尔德林和海德格尔要早约 1 500 年。总之，人世也好，遁世也罢；居庙堂之高也好，处江湖之远也罢，尽管每个人的人生际遇、社会地位、生活态度和人生目标不尽相同，但古今中外，人类对于生活品质的追求是始终不渝、一脉相承的。

城市毕竟是市场经济发展的必然产物，面对汹涌的不可逆转的城市化运动，虽然仍有一些人对于农业社会怀有浓厚的乡愁和“去城市化”情结，1854 年美国亨利·梭罗的《瓦尔登湖》和 1949 年奥尔多·利奥波德的《沙乡记事》都反映出对喧闹嘈杂城市生活的逃离，但城市化已经成为近现代社会发展的一种“全球化”趋势，是大多数地球居民新的生活家园。正如美国学者埃利希·弗洛姆所说的“人完全可以做到，既自由又不孤独，既具有批判的眼光又不怀疑一切，既独立又不与世界相脱离”。如何在享受现代工业文明带来丰饶的物质生活以及城市生活带来的种种便利的同时，又不失自然野趣，大隐于市，实现“诗意地栖居”的理想，成为一道摆在各国城市规划和建设者面前的难题。

1898 年英国埃比尼泽·霍华德出版了《明日：一条通向改革的和平道

路》一书，书中提出了“田园城市”的概念，该书至今已出了6版，从1902年的第二版起，书名改为《明日的田园城市》。霍华德的“田园城市”概念不只是“花园城市”的同义语，而是他追求的“社会城市”的一个局部试验和示范。1919年他对于“田园城市”所下的定义是：“田园城市是为安排健康生活和工业而设计的城镇；其规模要有可能满足各种社会生活，但不能太大；被乡村带包围；全部土地归公众所有或者委托他人代管社区。”受霍华德“城乡一体”和“社会城市”思想的影响，在大城市周边建设卫星城镇成为一种城市发展模式。霍华德的著作问世后，建设田园城市成为世界性运动，除了英国规划和建设了莱奇沃思和韦林两座田园城市外，在奥地利、澳大利亚、比利时、法国、德国、荷兰、波兰、俄罗斯、西班牙和美国都相继建设了“田园城市”或类似名称的示范性城市。

1933年8月国际现代建筑协会（C. I. M.）在希腊雅典召开的第四次会议上，在法国著名建筑师勒·柯布西耶主持下讨论通过的“城市规划大纲”（即《雅典宪章》），将居住、工作、游憩与交通作为城市的四大基本功能。

XV

我国的城市规划和建设的历史源远流长，早在2000多年前战国时代的《周礼·考工记》中就已有关于城市规划和建设的记载：“匠人营国，方九里，旁三门。国中九经九纬，经涂九轨。左祖右社，前朝后市，市朝一夫……经涂九轨，环涂七轨，野涂五轨。环涂以为诸侯经涂，野涂以为都经涂。”汉唐时期的西安（长安）、宋代的洛阳、开封（汴梁）、苏州（平江府）以及金元明清的北京，都是我国古代城市规划和建设的杰作。但受封建社会政治制度的影响，当时的城市规划和建设主要反映至高无上的封建皇权意志和封建社会的等级、秩序和礼仪的需要，而不是将城市居民的生活放在首要位置。清末民初，中国沦为半殖民地半封建国家，各国列强纷纷在中国主要沿海城市圈地，设立租界。加上军阀混战、内战纷起，战祸连年，民不聊生，城市规划和建设无从谈起。

新中国成立后，为了“赶英超美”，加快工业化发展进程。在计划经济的制度安排下，城市规划和建设在较长的历史时期内主要是优先考虑工业生

产，所谓“先生产、后生活”，而对居住和游憩等关系到居民生活质量的功
能重视不够，城市规划和建设没有将满足居民的物质和精神生活放在应有的
位置。

进入 21 世纪，随着我国综合国力的增强，市场经济体系的不断发展和完
善，经济社会的急剧转型，我国不少城市（特别是在沿海经济发达地区）的
经济结构已从以第二产业为主转向第三产业，以现代服务业为支柱的第三产
业已经成为城市经济新的增长点，体现出城市社会工业化后期和后工业化的
特征。不断满足城市居民和流动人口（外来游客、公务商务人士、务工人员
等）日益增长的物质和精神生活的需要，成为城市发展的内生动力。关注城
市的生存环境、生活品质，培育和打造城市的文化个性、文化符号、文化形
象、文化审美等城市发展的“软实力”，已成为新时期中国城市建设的方向。
2010 年上海世界博览会的主题就是：“城市，让生活更美好！”这一诉求反映
了世界各国城市规划和建设者的共识，也道出了全球城市居民的心声。但如
何根据各国的国情，因地制宜建设好城市，真正实现这一美好的愿望，仍然
是一道世界性的难题。

从各国“田园城市”建设实践中可以看出，全世界不存在一个普适的城
市建设模式。这就需要各国的建设者们根据各自的经济社会发展阶段和地理
条件，去探索和寻找最适合的发展模式。中国在新一轮的城市建设大潮中，
不能沦为外国专家各种前卫理论的试验场，应该有我们自己的弄潮儿！

24 年前，在深圳，这座位于南中国海边上的新兴城市里，一批躊躇满志
的拓荒者，怀着实业兴邦的理想，白手起家，锐意进取，探索出了一条既适
合我国国情，又顺应国际潮流的城市建设和发展模式，这一模式的创立者就
是深圳华侨城集团，一个立志成为“优质生活的创想家”的企业。

华侨城集团对于“优质生活”有着宽泛而又独到的理解。首先，“优质”
不仅只是奢华气派，更不是张扬铺张，而是讲究品位、品味、品行和品质；
追求欢乐祥和、时尚前卫、从容优雅、简约淡定以及艺术精致；提倡多元多
样和宽容包容。在华侨城的景区、美术馆、影剧院、主题酒店、居住社区和
公共城区随处可以看到不同文化背景、不同时代特征的中外建筑和艺术空间，

既有中国传统历史文化，又有充满异域风情的文化元素和环境氛围，如西班牙的热情奔放，意大利的多情浪漫，瑞士的田园牧歌，美国的文化创意等。置身于华侨城，大有跨越时空，恍如隔世之感。每当夕阳西斜，华灯初上，歌舞升平，浅酌低唱，今夕何夕，唯有欢乐！这就是华侨城集团致力营造的一个兼容并包，欢乐愉悦的“共享空间”；其次，对于“生活”含义的理解超越了一般房地产开发商理解的“居住”功能，华侨城集团的房地产项目不只是简单地盖房子、搞绿化，而是展现多元的生活方式、积极的生活态度，力求为旅游者的非惯常生活和度假生活、城市居民的日常生活和休闲生活等不同人群的不同生存状态提供多样化的、超乎寻常的、艺术化的生活样本。

“创想家”的称号不同于“梦想家”和“空想家”。“创”是指“创业、创造、创新、创意”，“想”则是指“理想、梦想、思想”，而“家”是指“专家、大家、实干家”。所以，“创想家”简言之就是“有创意、有理想的实干家”，是把对美好的城市生活的追求，由梦想变为现实的实践家。对于广大旅游者、消费者和置业者来说，华侨城集团就是他们“优质生活”的供应商。集团的“创想”提升了人们的生活品质、生活艺术和生活智慧。“创想”也是华侨城集团企业文化的精髓，集团的每一个项目无不凝聚着集团两代领导人的智慧和心血，闪烁着创意的思想火花。这种“创想”实践就是“创新”精神，也就是美国著名经济学家约瑟夫·熊彼特所说的最为宝贵的企业家精神。

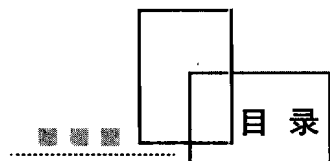
华侨城集团的“旅游+地产+工业”的发展模式，不只是简单的产业拼凑和叠加，而是围绕打造“优质生活”而组成产业集群，华侨城集团企业向社会提供的产品和服务都是以“提供优质生活”和“提高生活品质”为主旨。集团最大的工业企业康佳电子是面向e时代的信息产品制造商，集团通过整合、开发和应用现代的新兴生态环境、能源电子、人工智能等技术，实现以“超越现实生活，创造新型生活，引导未来生活”为己任的领袖企业，倡导文化、休闲、娱乐的生活方式，导入低碳、生态、健康、智能的生活元素。

华侨城集团不仅仅是“优质生活”创意、产品和服务的制造者，更是

“优质生活”产品和服务的运营和管理者，从场地的情景设计、环境的合理整治到客人的体验管理都体现出以人为本，以客为尊，关注人的需要，提高体验品质，注重每一个细节。从锦绣中华、中国民俗文化村、世界之窗、欢乐谷、洲际大酒店（西班牙主题酒店）、威尼斯皇冠假日酒店（意大利主题酒店）、城市客栈到东部华侨城的茵特拉根、波托菲诺、LOFT 创意园区、生态广场和何香凝美术馆等随处都可见到这种精细化管理的成果。

24 个春秋，华侨城集团风雨兼程，一路走来，以“优质生活创想家”为企业发展愿景，坚毅执著，运筹帷幄，勤勉务实，步步为营，成就了今日的蓬勃气象。其间历经坎坷曲折，惊涛骇浪，跌宕起伏，其中最大的挑战莫过于 2005 年世界 500 强企业之一的迪斯尼乐园在与深圳近在咫尺、隔海相望的香港大屿山高调落户，华侨城集团没有在“狼来了”的惊恐中裹足不前、故步自封，而是在战略上重视对手，未雨绸缪，沉着应对，化危为机，抓住机遇，迎接挑战。加快推行集团既定的“北上西进”发展战略。5 年来，在与香港迪斯尼的“与狼共舞”商战中，不但没有败下阵来，反而增强了华侨城集团的市场竞争力和品牌影响力，其经营业绩和发展态势已胜过强劲的对手。实践证明，华侨城的本土化经营战略经受住了财大气粗的世界著名跨国公司国际化战略的考验，成为新时期受国人尊敬的“民族企业”。作为隶属国资委的“央企”，在一个市场竞争充分的领域内，取得如此骄人的业绩，“华侨城现象”为我国经济转型期的国企改革提供了一个鲜活生动的样本，也引发了学界和业界的深层思考：华侨城，为什么？

2008 年，华侨城的第三个欢乐谷主题公园和华侨城旅游城区在成都开幕，这一年，他们经历了汶川地震的灾害，却依然以四川的方式、华侨城的方式，给了全中国人一个振奋。因成都华侨城的灵感而诞生的一句宣传语——“不同的城市，同一个华侨城”，或许代表了这个正走向大规模连锁发展之路的企业精髓。



序	多几只眼，多看几眼，看深几眼.....	IX
前言	不同的城市，同一个华侨城	XIII
第1章	始于改革开放	1
	华侨城发展的历史背景	3
	依托深圳特区和珠三角起步	8
	国际趋势对华侨城的启示	10
	现代主题公园产业的繁荣 / 10	
	以顾客为中心的体验经济 / 13	
	生态城市的发展模式 / 14	
第2章	华侨城不是一天建成的	17
	应时代而生的华侨城	19
	20 世纪 80 年代，廖承志设想的一个窗口 / 20	
	胡耀邦亲笔题字“深圳特区华侨城” / 21	
	1985 ~ 1993 年初创阶段，从滩涂起步建设花园城市	22
	廖晖要求：先规划，后建设 / 23	
	聘请孟大强，引入国际化规划 / 24	
	第一家企业：园林绿化公司 / 26	
	马志民的“小人国”概念 / 28	

1986 年，没听说过“主题公园” / 28	
1989 年，中国第一座主题公园“锦绣中华”开幕 / 29	
1994 年，建成“世界之窗” / 31	
华侨城主题公园先行成功的三个因素 / 32	
邓小平第二次南方视察 / 33	
1993 年，任克雷到任华侨城 / 33	
1994 ~ 2009 年转型阶段，以旅游城模式布局全国	37
变革：由“地主”变成拥有土地的“资本家” / 37	
改制：从开发区变成市场化的企业 / 39	
优化：战略收缩突出三大主业 / 42	
1994 ~ 1996 年，关停并转 40 家企业 / 44	
上市：国有独资转向资本市场 / 46	
1992 年，康佳集团上市 / 47	
1997 年，中国第一家主题公园企业华侨城 A 上市 / 49	
香港回归 / 50	
学习韦尔奇，要做中国的老大 / 52	
1998 年，新一代主题公园“欢乐谷”开业 / 55	
迎战香港迪斯尼 / 56	
走出深圳 / 57	
“水洗三孔”，新时期的冤假错案 / 57	
“西进三峡”，不可控就不可行 / 62	
新纲领：《华侨城宪章》 / 63	
“科尔尼”战略管理体系 / 64	
探索连锁主题公园产品形式 / 67	
可复制的欢乐谷主题公园 / 70	
战略性提出“旅游 + 地产”模式 / 70	
北京华侨城的第一次模式复制 / 72	
东部华侨城首次探索生态旅游 / 73	

华侨城的内核：创想文化	74
在新加坡拜见李光耀的启示 / 75	
以“创想”求变 / 76	
温家宝的题词：用创新赢得尊严 / 78	
以“华侨城人”为荣 / 80	
任克雷：有梦的人最美 / 84	
第3章 创想家的完美城邦	89
可持续的动态城市规划	91
确定《华侨城总体规划》 / 92	
基本原则：依托自然，以人为本 / 94	
每10年修编一次的动态规划 / 95	
1995，第二个10年规划修编 / 96	
2005，第三个10年规划修编 / 97	
在花园中建城市	97
15年经验：环境就是优势 / 98	
总体理念：花园中建城市 / 99	
“半城山色半城湖”的山水城市 / 100	
人均绿地48平方米 / 101	
优质生活的系统性结构	102
休闲的城市公共空间 / 103	
示范：华侨城生态广场 / 104	
华侨城的集群化休闲产业构成 / 105	
文化塑造城市个性	108
城市文化：都市的灵魂 / 108	
多元化的主题城市个性 / 108	
创意化城市：旧厂区的再生 / 111	
主题化的旅游城	113