

东莞

The Golden Book of Real Estate in Dongguan

地产金皮书

黎宇宇 主编



广东省出版集团
广东经济出版社

东莞

The Golden Book of Real Estate in Dongguan

地产金皮书

黎宇宇 主编

江苏工业学院图书馆
藏书章

广东省出版集团
广东经济出版社

序 一

Preface One

家乡需要土生土长好建筑

何镜堂



何镜堂，1938年4月出生，生于东莞莞城，1956—1961年，华南工学院（现华南理工大学）建筑学专业毕业，获学士学位；1961—1965年，华南工学院民用建筑研究生毕业，获硕士学位，是“华工”第一批正式招考的研究生。1994年，荣获建设部“中国工程设计大师”称号；1999年，当选“中国工程院院士”；2000年获首届“梁思成建筑奖”。现任华南理工大学建筑学院院长、教授、博士生导师；华南理工大学建筑设计研究院院长、总建筑师。是第九、第十届全国政协委员。

信息时报社的同志将他们记者（作者）发表过的文章，融合一批古今中外经典建筑图片，编写成《东莞地产金皮书》。付印之前，该报的老总和主任将书稿送来，请我作序。因设计及教学繁忙，我近年来很少给别人的著作写序。但眼前这本《东莞地产金皮书》，撩动了我对家乡、对往事的忆念，让我从中进一步了解到家乡最新的状况尤其是城市建设和房地产业发展的惊人成就。我想，我应该动笔，为家乡、为这本书写点什么。

我出生在东莞。我的家乡，人杰地灵，是珠江三角洲有名的鱼米之乡。在我生长的年代，东莞还是一个小县城。家乡弯弯的河川、浓浓的荔枝林、密密的山村，构成了一幅幅美丽的图画，从小吸引着我。少年时代，我常常带着干粮和画板，跟哥哥到郊野写生，慢慢培养了对画画的兴趣，从而萌发了学建筑的念头。1956年，我从东莞中学毕业，即考入华南工学院（现华南理工大学）建筑系，五年本科毕业后，我继而投考研究生，师从岭南建筑大师夏昌世教授，成为“华工”第一批正式招考的研究生。30多年来，从研究生毕业到评上教授，从立志投身建筑事业到当选中国工程院院士……不论顺流或逆境，我始终未敢忘记家乡东莞——我深深地爱着我的家乡和人民。这些年来，我也热心参与家乡建设，先后主持过东莞理工学院、虎门爱国主义教育基地、海战博物馆、东莞西城楼文化中心、石龙火车站扩建工程、广东医学院等等一批建筑项目的规划、设计工作，我想尽一分微薄之力，为家乡多做点事情，以报答她的养育之恩。

家乡东莞，社会经济、文化和城市建设的发展，日新月异，而来自家乡的信息，也总是牵动着我的情绪，所以，《东莞地产金皮书》的字里行间，仿佛把我带回到了家乡的土地上。可以说，信息时报社以一个主流媒体的社会责任，为东莞的城建及文化建设做了件好事：《东莞地产金皮书》不仅着重打造东莞地产整体形象，而且以全球视角和人文高度，全方位解读东莞地产发展历史，也深入剖析东莞主流地产商创业创新历程。换言之，这本书在记录东莞城市及地产业发展轨迹的同时，指明了东莞城建、地产与世界接轨的方向：要重规划，讲环保，求协调发展，尽量避免大建设对大自然和生态环境带来的过度破坏，为东莞人民营造最适合创业和生活的人居环境。当前，东莞正处于建城2000多年以来重塑人文环境最激烈的时期，古老的城乡被改造，新的城市中心在崛起，交通枢纽遍布城乡每一个角落，而新的住宅区更如雨后春笋……我想，在这么一个深刻影响东莞未来土地面貌的历史性、变革性建筑热潮中，《东莞地产金皮书》的出版，无疑是最合乎时宜的。

歌德说，建筑是凝固的音乐。中国地产业经过十几二十年的发展，已经慢慢步入“建筑艺术和文化时代”：住宅，从单纯的遮风挡雨场所，发展到讲求和满足人的情感、审美、艺术及个性追求，记录着国人的光荣与梦想。自古以来，人们居住在房子里，消磨着生命的时光。如今，国人选择住宅，不仅仅是为了选择一个可供歇息的场所，更重要的是选择自己的生存方式、生活理念以及对美的追求。东莞是一个建筑文化十分丰富、深邃的地区，在此，借着《东莞地产金皮书》出版的机会，我想对高速发展的东莞城建和地产业，陈述这么一个观点：城市建设要促进人与自然的协调，要促进科技与人文共同发展，建筑创作要体现地域性、文化性、时代性的结合；一个好的城市是生长出来的，同样，好的建筑也是生长出来的，土生土长的文化，是最具生命力的文化，所以，东莞的建筑师，有理由、有责任去继承东莞地方建筑文化传统的精华，从而令东莞的新建筑有生命、具特色，一代一代地传诸后人，真正做到像雨果所说的：“……每一块石头……往往写出人类的世界通史。”

是为序。

序二

Preface Two

突破传统框架的创新之作

周小元



周小元，广州人。广州日报报业集团信息时报总编辑。从事新闻工作20多年，历任广州日报社理论部编辑，夜编中心副主任、主任，时事部主任，机动评论部主任等职务，是2001年第四届广东省新闻“金梭奖”得主。参加过《广州日报》香港回归“97版”等众多大策划，曾以“言必烈”为笔名，在《广州日报》头版撰写专栏言论，其文风犀利、入木三分，影响深远。

几乎天下所有新闻传媒机构，都有将新闻作品结集出版的惯例。然而，当《东莞地产金皮书》的主编将即将付梓的书稿送来请我作序时，我的第一印象是，诞生仅一年多的本报东莞办事处及其《信息时报·新东莞》（周刊），单就一个地产板块，也有办法将新闻作品结集出版，这是一件不容易的事，也是一件实事和好事。

目前，中国社会及经济的发展，正迎来了前所未有的大好年华，其巨变，其成就，更是举世瞩目的。在天时地利人和的盛世阳光照耀下，在广州日报报业集团的大力支持下，《信息时报》的各项事业得以快速发展。我们在新闻规律、新闻纪律和市场旋律当中，稳扎稳打地找到了更具“信息时报特色”的平衡点，在“两个文明”建设中取得了较好的成绩。

中国东莞，一个创造奇迹的地方。作为信息时报发展战略的重要组成部分，2003年3月份，本报东莞办事处及其《信息时报·新东莞》（周刊）相继诞生了。在员工们的努力下，东莞办事处迅速发展壮大，大约到了当年10月份，该办事处已经实现收支平衡。我认为，一个不是以大规模投入为前提的报纸外派机构，在竞争激烈、成本压力较大的情况下，能够在成立8个月内就实现扭亏持平，实属不简单，应该是件令人振奋而可圈可点的事情。后来，《广州日报报业集团采编论坛》还刊登了他们拓展市场的心得文章。我发现，他们的工作经思考、费思量，讲方略、求创新，是刻苦勤奋且用心良苦的。

粗略一读，《东莞地产金皮书》让我眼前一亮：这不是一部传统、简单的新闻作品结集，而是一部将新闻作品融合到建筑图解里、上升

到文化高度的创新之作。其间，以《信息时报·新东莞》（周刊）的新闻作品为“主线”，突出了新闻作品的绝对主导地位，并将或与东莞地域、地产，或与世界建筑有关的古今人物、陈年新事、奇闻轶事作为“副线”，有机地融合、贯穿于新闻作品之中，使该书比起其它传统的新闻结集，更具立体感、厚重感和可读性。这本书的可贵之处，在于其将传统新闻作品的文本阅读，与精彩的经典建筑图片鉴赏结合起来，从而令读者在行云流水般的快乐阅读氛围中，进一步了解到“东莞制造”嘹亮歌声背景下的东莞地产业的雄壮，并从一个侧面更加深入地体会到世界建筑文化“大观园”的多姿多彩。我认为，《东莞地产金皮书》是一部突破传统新闻结集框架的创新之作，而且，在众多进军东莞乃至珠三角市场的新闻媒体中，这本书的出版，也是一种先走一步的举动。

总结使人进步。一个记者在以道德良心履行社会职责的过程中，只有善于观察、勤于思考并不断地进行总结，他（她）才能变得愈加理性成熟、进步提高。所以我想，《东莞地产金皮书》在这方面的深层意义，要远远大于书籍出版本身。我希望，在信息时报这个大集体里，有更多的记者编辑及其他员工，都积极地加入到“总结”的行列里来。在此，我要感谢东莞办事处，因为他们带了好头。

当然，《东莞地产金皮书》也有一些不足之处，主要表现在，书里有的稿子还比较粗糙，质量有待提高；该书的整体谋篇布局还可以更加紧凑些，等等。不过，万事开头难，信息时报东莞办事处及其《信息时报·新东莞》（周刊），成立（创刊）毕竟才一年多，因“幼”而“稚”，当属正常。有道是，只要方向对，不怕路途远。目前，信息时报及其东莞办事处的各项事业，都在蒸蒸日上地发展着，只要同志们认认真真、扎扎实实、兢兢业业地进行开拓创新，《信息时报》的明天一定会更好！

瞧，这群有思想愿意投入的公民

记得大四那年功课不多，闲来便读点书。其时，似懂非懂地读了闻名世界的美国人类学科学家玛格丽特·米德的一些著作，比如，《文化与承诺》、《萨摩亚人的成年》等。米德有一句话至今让我记忆犹新：“永远不要怀疑一小群有思想、愿意投入的公民可以改造整个世界。”

这是上个世纪二三十年代始，玛格丽特·米德不畏辛劳地深入到萨摩亚人生活的每一个角落进行考察后发出的肺腑之言。正是基于这种感想，米德才认为：国有大小之分，民族也有强弱之分，但是，国与国之间，民族与民族之间，一个国家的民众与另一个国家的民众之间，都应该是平等的，而且，要相信他们的伟大，不要怀疑他们“可以改造整个世界”。

(一)

值得一提的是，玛格丽特·米德探访萨摩亚部落的年代，已是一战过后的好多年，当时，美国作为一个世界大国已经初现雏形，然而，米德完全没有英国人那样的“大国国民”心态而“一览天下小”，而是以一种不知疲倦的探索精神，孤身奔赴南太平洋上的玻利尼西亚群岛，以平等、平和的心态，研究无文字民族的历史文化，研究荒蛮而陌生的萨摩亚人的青春问题。美国人对米德的评价很高，美国前总统吉米·卡特更认为：“她已将文化人类学的视野与思考问题的方式，教给了成千上万的公众。”

我认为，中国学术界对玛格丽特·米德的研究不算太深入，但“米德思想”在西方的方法论研究领域

里，却有着广泛而深远的影响。而我对“米德思想”最感兴趣的，却是她的“人本思想”。其中，她的一个朴素而重要的观点是，行走江湖，不可小觑任何人，因为每个人都有自己的力量和福份。其实，米德的这种“人本思想”，与古希腊亚里斯多德的“假如你给我一个支点，我将撬动整个地球”的论断，多少有点异曲同工之处。他们共同强调的，都是人在改造世界行动中的核心地位，即人作为人的自信力量及其在事业中的决定、决胜因素。正所谓“成也人才，败也人才”，有了“人”，可让事业化弱为强、从小到大，让一切都皆有可能！

在夜阑人静之时写这些文字，难免要回顾与这本书相关的前与后、人与事，于是，我想起了那些依然或曾经在信息时报东莞办事处战斗的员工们。我觉得，他们宛如玛格丽特·米德笔下的“一小群有思想、愿意投入的公民”……

(二)

总有一种声音来自天籁，总有一股魅力仿佛天使。我们循着这种令人陶醉的声音奔跑过去，左右环顾，原来声源就是东莞。此时此刻，我们无法摆脱天使魅力而回头，就像渔夫被美人鱼的动人歌吟所迷醉。我们驻足了，东莞办事处诞生了……

正如中国工程院院士、中国建筑大师何镜堂教授及本报总编辑周小元在本书的序言里所认为，东莞，人杰地灵，是珠江三角洲有名的鱼米之乡，是创造奇迹的地方。是啊，别的不说，仅以“东莞制造”为例，

“无论何处下单，都在东莞制造”——这句流行语已成为其活广告。今日东莞，不仅在全球机械、电气、玩具、纺织服装、鞋类等制造市场上占据相当大的份额，而且，已发展为全球最重要的电脑产品加工基地之一。IBM亚洲区的一位总裁曾说过：“如果东莞到香港的交通发生堵塞，世界上70%的电脑市场都会受到影响。”可见东莞在全球IT制造业中的重要地位。而如今，以地产、会展为龙头的第三产业也在迅速崛起，成为东莞经济生活中一道亮丽无比的风景区。数字是最好的说服力：东莞市2003年实现生产总值947.53亿元，在全国城市成长竞争力排名中，位居第九；五年来，东莞市经济总量在珠三角十二市中，仅次于广州、深圳、佛山，名列第四位……

与产业同步增长的是消费力！举个例子，近日，随着珠啤、金威、华润等啤酒大鳄纷纷前来东莞大规模投资设厂以及青啤的“蠢蠢欲动”，令未来东莞可能成为珠三角的“啤酒之都”。东莞为何从过去没有一家酒厂，发展到一夜之间成了众多啤酒巨鳄抢滩的桥头堡？金威啤酒有关负责人一语道破了“天机”：东莞巨大的消费市场是最主要的原因。这位负责人分析认为，年工业总产值保持在20%以上增长速度的东莞制造业，造就了人气旺消费力强的市场冲击力。据官方统计，东莞常住人口虽只有150万，但流动人口却高达600万。其间，数量庞大、消费力惊人的港台同胞、外国客商和本地“有钱佬”，撑起了东莞消费的一片天空，让“越贵越好卖”成为一种相当奇特的消费现象。

飞快增长的经济速度、巨大的经济总量、强劲的消费力——东莞的魅力就在于此！然而，2003年初，就在我们初来乍到之时，突然发现就像古谚所说，“莫道君行早，更有早行人”——征战东莞的全中国新闻媒体，已经万马千军！

（三）

信息时报社委会实施开拓战略，命我率队进军东莞，那是2003年春节刚过的事情。而就在10年前的1993年春节过后，我也受命于广东省政府的一个部门，前往东莞工作了一段时间。当然，这是题外之话。

在报社的大部队进驻东莞之前，信息报文体部

记者李华已于一年前“潜回”东莞。之所以说“潜回”，是因为东北大汉李华原是东莞一家报社的记者，家也安在了东莞。2001年5月15日《信息时报》改版前，把足球踢得叮当响的李华被招进了文体部。后来，他请缨回到了自己的“地头”东莞。紧接着，机动部主任罗斯文也要求转换角色，带队到东莞搏杀一番。罗斯文、李华等一群人租用莞城步步高地段的一套面积不足百平方米的民房，开始工作了。在十分艰苦的条件下，依靠李华良好的人脉，依靠罗斯文对新闻的执着，《信息时报》在东莞迈开了可喜的第一步。

而《信息时报》在东莞跨上一个台阶，是在程灿军、林国才、李华任东莞办事处负责人的时候。程灿军，来自信息时报专刊中心、毕业于武汉大学中文系的“九头鸟”，会同从兄弟报纸深圳负责人岗位上新近加盟而来、毕业于广东商学院旅游系的林国才，来到了东莞，与李华一道，挑起了更重的担子：在短期间内，寻租并装修新的写字楼，招聘员工，出版《信息时报·新东莞》（周刊），在东莞广告市场上分一杯羹……当时，万事都要从零开始，但他们总是想方设法克服困难，把各项工作往前推进。有一次，当装修款未能及时到位时，林国才、程灿军还自掏腰包，一解燃眉之急。这件事情令我感慨、感动至今。

2003年的“五一”过后不久，廖秋霞奉命从信息时报广告中心行政总监位置上，借调到东莞办事处任负责人。开始说是借调3个月，不料有“借”无“还”，一直到现在。她与李华以及先前在此暂时主持采编工作的专刊中心主任助理欧志葵，还有先后从专刊中心调到东莞的地产记者孔繁宏、家电记者黄文飞，以及后来从别的报社加盟而来的汽车记者李立，组成了一个务实、开拓的强力“火车头”。他们勇敢地站在前人的“肩膀”上，迅速引领东莞办事处往前阔步奔跑，以致大约到了当年10月份，该办事处已经实现收支平衡。对此，信息时报总编辑周小元在本书的《序二》给予高度评价：“一个不是以大规模投入为前提的报纸外派机构，在竞争激烈、成本压力较大的情况下，能够在成立8个月内就实现扭亏持平，实属不简单，应该是件令人振奋而可圈可点的事情。”当然，这些成绩的取得，离不开广州日报报业集团的悉心关怀，离不

开何兆溪社长率领下的信息时报社委会的大力主持，离不开专刊中心、广告中心、摄影部等多个相关部门的积极配合……要不然，东莞办事处的一切，都只能是“无源之水，无本之木”。

然而，在成绩的背后，员工们背井离乡的烦忧与辛酸、坚决挺住市场压力的苦累与艰深，却是有目共睹的！我想起了一句不谙出处的话：“因为鸟儿在天上，翅膀再累也要飞；因为鱼儿在水里，伤心痛苦不见泪。”我想，这一切的一切，都源于他们对新闻事业的钟情、对东莞大地的热爱！这犹如著名诗人艾青诗句里说到的：“为什么我的眼睛里常含泪水？因为我对这土地爱的深沉……”

天空变得绚丽，我们不应该忘记装点其间的彩虹！东莞办事处的迅速崛起，信息时报没有理由忘记你们——在东莞办事处工作过的每一位员工！天下没有不散的筵席，人生聚散总会有期，如今，你们中有的已经离开了信息时报，有的回到了广州总部，有的还留在东莞办事处继续工作……可是，不论你们现在身居何方，你们——都是东莞办事处的脊梁，都是信息时报的功臣！信息时报深深地感谢你们！

（四）

正如天地之苍茫，一年365天，不过是漫漫历史长河中流星般的一瞬间，但对于到来迟、底子薄的信息时报东莞办事处来说，分分秒秒都显得特别珍贵。这一年，东莞办事处的创业，让人眼花缭乱，让人激情纷飞……可是，不论是振奋还是萎靡，不论是高歌还是低吟，对我们而言，最不敢怠慢的就是对员工潜能的激发——这永远是一门没有尽头的学问！

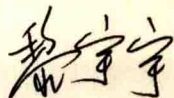
就像前文所说，我认为，东莞办事处的员工，宛如玛格丽特·米德笔下“一小群有思想、愿意投入的公民”，只是如何让他们更加充满激情地投入工作，已经成为该办事处再发展的首要挑战。相信哪怕是像比尔·盖茨那样的大家，在谈及如何点燃员工投入感问题，也有力不从心甚至无可奈何的时候。据闻，怎样促进员工全神投入地为企业“卖命”，哈佛商学院课程的答案是：激励+信任。

这方面，东莞办事处的管理让我有所感悟。激励

也好，信任也罢，说说容易做起来难。是啊，在物质丰富而金钱不是唯一杠杆手段的前提下，要让大家的积极性都发挥出来，确非易事。我想，如何对待有的员工孩子般容易产生也容易消褪的工作热情，如何包容他们在工作挫折或心情烦乱之时产生的傲慢甚至无礼……都不可争辩地成为天下企业经营管理者们的“必修课”。当然，不同文化背景的企业，就有不同的处理方法：有积极面对者，亦有一笑置之者，也有动辄大喊“炒”者……凡此种种，不一而足。至于信任，讲的是给空间，给平台，放手让员工干，尽可能做到像胡适先生所说：“做学问要在不疑处有疑，待人要在有疑处不疑。”

东莞办事处规模不大，但“麻雀虽小，五脏俱全”。尤其是，办事处作为一个新闻采编和广告经营管理并举的复合体，犹如一个小报社。在这里工作的员工来自五湖四海，其中，有久历沙场的新闻老将，有初出茅庐的大学生；有善于公关的广告人，有勤于写作的新闻人；还有长于协调的管理者……如何做到不拘一格、大胆用人，这是一道极其难解的考题。对此，我们的看法是，知人善用、海纳百川是前提；只有做到因地制宜、因人制宜，用发展眼光看人，迅速地让员工适应岗位，长久地让他们充满信心，才能保持团队的活力与战斗力。

应该说，东莞办事处创办一年多以来，大多数员工的工作积极性是得以较好调动的，否则，东莞办事处就没有今天的成绩，但也不能否认，个别同志曾因种种原因，或犹豫、或动摇、或退却，甚至考虑放弃过。然而，作为一个曾经与他们共同经历过创业艰辛的战友，我一直努力保护他们的张扬个性，尽力理解他们的波动情绪，也曾经在他（她）热情消褪之时，及时地给予鼓励……我不敢肯定这些做法一定对激励他们的潜能有用，但至少我尽力了，我是问心无愧的。而从他们所取得的成绩中，我也分享到了一些快乐，得到了一丝慰勉。吾心足矣！



2004年8月6日

主编题记

建筑师把东莞的奇迹雕刻在土地上，而我们，一群苦中求乐的新闻人，却把东莞奇迹里的瞬间刻录在纸堆里。不同的形式，相同的心愿——留下东莞可供岁月记忆的光荣与梦想，让时代快乐地定格东莞那谜一般的经典与辉煌。

谨将此书，献给创造东莞历史、打造东莞未来的东莞人民，以及制造万千广厦的东莞地产业！

目录

Contents

序一 / 何镜堂 001 序二 / 周小元 003 前言 / 黎宇宇 005

第一部分 煮酒论英雄

- 得文化者得天下 / 犁 田 002
东莞楼市步入机遇年 / 李俊平 005
风物长宜放眼量 / 水 言 007
楼盘傍步行街，多赢！ / 赵 慧 010
步行街，一城之名片 / 韩渊武 012
假如城市没有步行街 / 文武军 014
地产市场的“晴雨表” / 文武军 016
行业组织亦可大作为 / 罗莎琳 018
大品牌需要大展台 / 文武军 020
魅力新东莞 全赖有规划 / 犁 田 022
没有规划就没有地产 / 犁 田 024
向南！向南！向南！ / 文武军 026
规划总有回报 / 黄文飞 028
买楼=买生活方式 / 犁 田 030
有了好规划，何愁价不高 / 文武军 032
规划开路，小鸟也能变凤凰 / 文武军 034
楼市VS报纸 / 水 田 036
留得土地在 不怕没靓楼 / 水 田 038
规划催生江景盘 / 犁 田 040
高举民族大旗，高明！ / 犁 田 042
水岸生活给莞带来了什么 / 犁 田 044
水岸生活的未来价值 / 犁 田 046
从物质家园到精神家园 / 犁 田 048
千金难买活水来 / 犁 田 050
有一万个理由喜欢江南 / 犁 田 052

“小资”的人们爱江南 / 犁 田 054
是互傍还是互利? / 林声蛟 056
让“CS”为地产营销开路 / 乔启军 058
农村社区有物业管理吗? / 张景春 060
张艺谋之《老井》与物业管理 / 张景春 062
理发·乘机·物业管理 / 张景春 064

第二部分 独家大策划

●策划《东莞楼市&步行街》新闻专题

东莞楼盘爱傍步行街 / 孔繁宏 069
莞步行街媲美巴黎香榭丽舍 / 黄文飞 071
好城市怎能缺了步行街 / 黄紫薇 073

●策划《东莞人跟着规划买楼》新闻专题

东莞地产大打“规划牌” / 孔繁宏 076
东莞楼市“南风”劲吹 / 文武军 080
好规划提高楼市附加值 / 黄文飞 083
好规划带来好环境 / 孔繁宏 086
规划好了,楼贵一点我也买 / 张桂川 孔繁宏 088
代理商钟情规划好楼盘 / 廖秋霞 090

●主办“东莞新城市中心区房地产发展圆桌会”

没有联手,何来多赢? / 廖秋霞 094

●策划《新城市中心区房地产新发展》新闻专题

新城市中心区蓝图初现 / 孔繁宏 101
中心区楼盘竞打“园林牌” / 孔繁宏 103
中心区楼盘配套再上台阶 / 孔繁宏 106

●策划《东莞崛起中央财富区》新闻专题

“全球理念”推动新东莞腾飞 / 孔繁宏 110
聚焦东莞“财富中轴”地位 / 黄文飞 112
三大引擎推动“东莞制造” / 杜学刚 林声蛟 115

●主办“莞城商贸发展论坛”

莞城人气旺 处处有商机 / 张桂川 118
莞城商贸地位大家谈 / 林声蛟 121

●策划《莞城商贸演义》新闻专题

听!莞城商贸处处有段古 / 尹仁祥 126

让数字见证莞城实力 / 张桂川 128

地王商圈脱颖而出六大因 / 孔繁宏 130

●策划《关注东莞房博会》新闻专题

东莞楼市的“四大表现” / 孔繁宏 135

房博会风行珠三角 / 李俊平 138

“三驾马车”齐奔房博会 / 张桂川 140

东莞地产会展亟待大一统 / 张桂川 142

各界献计献策把脉房博会 / 张桂川 144

●主办“世纪财富论坛”并策划新闻专题

茅于軾萧灼基论道东莞 / 孔繁宏 张桂川 147

●策划《聚焦东莞“五年见新城”》新闻专题

盘点:三年300亿再造东莞 / 王伯乐 尹仁祥 153

惊回首,政府坦言城建心得 / 王伯乐 尹仁祥 156

建筑风格应凸现“东莞个性” / 王伯乐 尹仁祥 159

●主办“'03东莞地产发展年会”

地产精英岁末把酒论市 / 徐超萍 163

第三部分 楼市多面观

东莞楼市驾上“快车道” / 李俊平 汪智谋 168

莞城地产孔雀朝南飞? / 孔繁宏 李 华 171

三大消费群抢购东莞楼市 / 李 华 173

外来“巨鳄”吹响攻莞号角 / 孔繁宏 175

“三驾马车”逐鹿珠三角 / 孔繁宏 179

广园东冲击东莞楼市 / 孔繁宏 181

广深“外脑”大举入莞 / 孔繁宏 183

中介代理东莞齐发力 / 孔繁宏 186

别墅豪宅渐成莞楼市主角 / 孔繁宏 188

东莞毛坯房何时下课? / 孔繁宏 190

南城地产足球5年返甲A? / 孔繁宏 192

万江楼市大变脸 / 孔繁宏 194

- 莞商业物业进入巨无霸时代 / 孔繁宏 197
- 楼市+超市=人气+商机? / 林声蛟 200
- 政策利好助莞城地产起飞 / 孔繁宏 203
- 现代经典热销秘诀 / 孔繁宏 205
- 国泰东莞首推酒店式公寓 / 张桂川 207
- 第一国际大打 CBD 牌 / 孔繁宏 210
- 华南 MALL 东莞竞风流 / 黄文飞 212
- “星河”演绎莞楼市新传说 / 孔繁宏 215
- 物管“三张牌”迷醉东莞白领 / 杜学刚 219
- 东莞楼市竞打“物管牌” / 孔繁宏 221
- 主题式购物中心春潮涌动 / 孔繁宏 224
- 西平板块楼市硝烟渐起 / 孔繁宏 226
- 东莞亲水楼盘风生水起 / 孔繁宏 228
- 住宅 A 级认定东莞受冷落 / 张桂川 孔繁宏 230
- 莞在建写字楼若雨后春笋 / 孔繁宏 234
- 莞城二手楼市风起云涌 / 张桂川 236
- 调整贷款利率不影响房贷 / 张桂川 239
- 东莞'04 楼市更精彩 / 孔繁宏 241

第四部分

慧眼识名盘

●宏远地产

- 宏远：文化打造的经典 / 王 晓 247
- 东莞江景盘，10 年等一回 / 黄文飞 249
- 莞过去缘何缺水岸生活 / 文武军 252
- 东莞江景盘惊现南城 / 孔繁宏 255
- 选择江景名盘无需理由 / 关 丽 258
- '04 莞楼市山不转水转 / 孔繁宏 261
- 江南烟雨洒落东莞 / 廖秋霞 264
- 烟雨江南，懂生活者的归宿 / 关 丽 266
- 商贾墨客何以忆江南? / 关 丽 269
- 金领白领由衷叹江南 / 罗莎琳 272
- '04 我们住到江南去 / 黄文飞 275

●光大地产

- 现代都市岂能无商业旗舰? / 黄文飞 279
- 莞城商贸旗舰呼之欲出 / 黄文飞 281

大商业为何爱选地王商圈? / 孔繁宏 284

地王打造复合型商业航母 / 孔繁宏 286

地王广场开盘首日目击 / 孔繁宏 288

●中信地产

新城市中心区楼价飙升 / 孔繁宏 293

凯旋城重出江湖 / 孔繁宏 295

阳光澳园舞动诚信大旗 / 张桂川 陈 峰 296

●金地集团

金地杀入东莞 / 孔繁宏 299

金地五六亿元东莞寻地 / 孔繁宏 301

第五部分 老总金口开

把历练融入设计思维 / 孔繁宏 304

文化才是企业核心竞争力 / 张桂川 陈 峰 306

招纳社会精英创造社会财富 / 犁田 一雨 孔繁宏 310

以国际视野造城 / 孔繁宏 洪 玫 313

莞地产暂不会出现泡沫 / 张桂川 316

莞地产还可高速发展10年? / 孔繁宏 319

'04, 东莞镇区地产决战年 / 张桂川 321

造商贸中心 促产业升级 / 廖秋霞 324

卖楼=卖文化 / 赵 亮 327

十年磨一剑 今朝见月明 / 欧志葵 孔繁宏 梁新华 329

步行街先行楼盘身价倍增 / 孔繁宏 332

瞄准高收入 打造山水园 / 张桂川 335

东莞物业管理“换脸”正当时 / 杜学刚 337

本报记者与美国市长面对面 / 黄文飞 339

附录·后记

中国有个东莞市 / 犁田 李 华 344

三板斧挥洒征战珠三角 / 信息时报珠三角新闻中心 346

后记 / 黎宇宇 348

第一部分

煮酒论英雄

在“东莞制造”的威力下，全世界的有志之士，谁敢小觑偏安在中国珠三角东部这个叫做“东莞”的地方！“东莞一塞车，全球IT业就要‘打喷嚏’”——仅从全球IT制造业流行的这句“行话”，就足以窥见到东莞的全球地位。

紧跟着“东莞制造”的步履，“东莞地产”近年来迅速崛起，令东莞成为继广州、深圳之后的“广东楼市第三城”。

上个世纪90年代初，随着香港新世界地产的到来，东莞成为中国最早与世界地产资本接轨的城市之一。如今，大规模的各类资本风起云涌般地杀入地产业，革命性地改变了东莞地产传统的经营理念和运营模式。

东莞地产可以像制造业那样，还给东莞经济一个奇迹吗？“资本运营”里的东莞地产，未来希望，路在何方……

在这里，本书的言论部分，将从文化层面，七嘴八舌地对此进行一番评论。

得文化者得天下

——关于东莞楼市表象与内涵的深度思考

□犁 田



地灵人杰

在东莞这块人杰地灵的土地上，诞生了袁崇焕、蒋光鼐、刘纪文、陈镜开、容庚、莫伯治等一批名人。

陈镜开，生于1935年，东莞石龙人。1956年6月在上海举行的“中苏举重友谊赛”中，他以133公斤的成绩，打破美国运动员温奇保持的56公斤级挺举世界纪录，这是中国运动员创造的第一个世界纪录，赛后陈镜开受到周恩来、贺龙等国家领导人的接见（上图）。

长期以来，国人买楼拣屋，只看重楼房的使用功能，却往往忽视了楼房（楼盘）的性格与生命，以及由性格、生命构成的文化内涵。所以，在广东省委、省政府大力打造“文化大省”之际，谈谈东莞楼市的文化建设问题，我觉得是有些现实意义的。

文化需要历程，这就是平常所说的“积淀”。从中国楼市发展的历程看，“火柴盒”式的建筑，一直延续到前两年福利分房时代。这个时期，房子对人们的最大功能是栖身。后来，随着各种各样的资本进入房地产市场，中国的楼市开始发生翻天覆地的变化。其中，一个较大的变化是“文化”概念慢慢被导入市场，也就是说，发展商们越来越懂得打造文化品牌的价值。其结果是，“文化牌”成为众多概念牌中含量最高者。

应该说，就楼盘的文化建设而言，发展商重视与不重视其结果不一样，而是否用高超的专业水准来进行文化建设，其结果又有天壤之别。

平心而论，在这几年的南粤楼市中，文化建设得比较成功的，不应该忽略广州的著名水岸生活名盘——中海锦苑。据了解，这个矗立在广州珠江南岸、滨江路上的一级亲水楼盘，不论是从外立面的设计、户型的构造，还是外部环境的建设、物业管理……走的都是精品路线，更重要的是，其还将“以人为本”的理念充分地贯穿始终。众多房地产界的行家里手一直认为，中海锦苑所打的“文化牌”，是实实在在的，没有任何“花