



国奥集团
Guoao Group

国奥
Guoao Group

绿色 科技 人文

2012年11月 单月出版 2012年 第6期 总第40期

“中国影都”——中国影视产业的“好莱坞”

永辉超市、伊顿幼儿园签约入驻重庆国奥村

美国能源部驻多国办事处代表考察团
莅临北京国奥村参观

【走进达州】成都国奥村区域营销活动达州行

世界旅游城为桂林插上飞跃的翅膀

怀柔新城07、08街区一级开发项目

签约仪式



“中国影都” 签约仪式



怀柔区区委书记张建东致辞



怀柔区区长齐静致辞



国奥集团董事长、总裁张敬东致辞



签约仪式



怀柔区领导祝贺签约仪式圆满成功



仪式现场



目 录

总第40期 2012年 第6期

Contents

主 办：国奥集团

总 编：张敬东

副 总 编：沈永山

主 编：陈 婷

执行主编：印峥嵘

编 辑：张 耀 米 粟 孙 燕

孙艳杰 李晓燕 赵寅梓

谭沐南 吴 晨 杨 帆

杨 椒 郑声验 韩 鑫

李 航 吴 丹 黄东明

美术编辑：北京捷龙创易图文设计中心

地 址：北京市朝阳区林萃东路1号院

电 话：8610 84373333

传 真：8610 84370552

网 址：www.guoao.com.cn

邮 箱：zazhi@guoao.com.cn

准印证号：京内资准字1012-L0072号

(内部资料, 免费交流)

卷首语

03 在产业创变年代加速企业转型

今日国奥

新闻快报

04 外交部考察团参观北京国奥村

米 粟 张 淳等

资讯浏览

08 桂林凤凰体育运动休闲旅游区——全方位乐活综合体 吴逸倩

10 “中国影都”——中国影视产业的“好莱坞”

贾现科 李 然 张 耀

14 国奥集团助力国际文化会都建设

15 山东单县国奥时代广场建设、入住、品牌宣传顺利进行 鲁 峰

16 “感恩、责任、关怀”国奥村品质提升进行时

印峥嵘 米 粟

18 国奥集团董事长、总裁张敬东重庆、成都两地视察工作

吴忠富 栾小舟

20 永辉超市、伊顿幼儿园签约入驻重庆国奥村

重庆国奥市场部

21 京西国奥乡村, 浅山宜居住区典范

吴 丹

- 22 美国能源部驻多国办事处代表考察团莅临北京国奥村参观
米 粟 张 耀
- 23 国奥集团董事长、总裁张敬东应邀
为北京信息科技大学讲团课 米 粟 张 耀
- 24 国奥集团2013年校园招聘计划在北京信息科技大学展开
米 粟 王 阳
- 25 北京信息科技大学面试大会成功举行 米 粟 王 阳
- 26 500余位业主“双节”齐聚国奥村 杨 椒
- 27 民间奥运博物馆落户北京国奥村 米 粟 张 耀



项目动态

- 28 桂林国惠村项目选房工作顺利完成 白 莹

管理理念

- 29 乐在国奥 梁建春
- 31 重庆城市创模 国奥村树地产业榜样
——75万方国奥村成重庆创模环保居住社区典范
重庆国奥市场部



市场纵横

- 32 世界旅游城为桂林插上飞跃的翅膀 粟建忠



- 35 【走进达州】成都国奥村区域营销活动达州行

刘 杰

- 37 中国·桂林“文化创意与城市可持续发展高峰论坛”
纪实 之三 粟建忠

国奥村商业

- 41 首届国奥五环商业地产精英沙龙精彩落幕
国奥五环经营部

在产业创变年代加速企业转型

中国的改革开放事业已经走过了34个年头，已经来到了一个需要“第二轮战略性及根本性调整”的十字路口。几经调控整合，黄金十年野蛮生长的房地产业正逐步回归理性，进入行业洗牌与结构调整阶段。

从产业形式上看，房地产业已经完全突破了过去那种陈旧的圈地盖房卖房的陈旧模式，而是越来越服务于国家政策、区域文化以及城市功能的需要，越来越体现为城市建设、城市文明与配套服务高度集成的城市运营综合服务产业。

从产品形式上看，城市化进程推动房地产从高速运行到稳步推进，从单纯的商品住房延伸到与客户需求相适应的保障性住房、旅游地产、商业地产与房地产金融等相关产品迅速兴起，同时伴随着不稳定的土地与税收政策。

从经营模式上看，房地产行业或许正处于从黄金时代向白银时代转型的历史节点。土地红利正在加速衰减，单纯依赖土地增值的粗放式开发模式难以为继，房地产也将逐步变成利润平均化的行业，产业链条上的资源优化整合势在必行。

国奥企业要发展，必须站在产业创变大潮的潮头，在全面弘扬奥运文化、民族文化和地域文化，全面理解和贯彻落实党和国家关于城市开发与城乡一体化建设等政策要求，全面混搭金融、商业、旅游、健康、文化等产业的同时，还需要加速对自身产业链条资源优化整合的进程，真正实现快速转型。

这几年，国奥企业致力于以房地产业为平台，前瞻性的与上游的金融、银行、基金、资产管理公司、教育、医疗等广泛搭接，与下游的设计、施工、材料供应、物业服务、商家、新能源新技术等进行全面的结合，初步形成全面覆盖的城市运营服务资源库。以规范化、菜单式服务，小到住宅社区、大到城市综合体的不同层次、不同规模的运营需求，为产业链条的优化打下了初步基础。

国奥人的与时俱进，要体现在重新定位自己在产业链条中位置，坚决抛弃过去那种所谓“甲方”、“业主”的盲目自大心理；要放下身段，向房地产组合拳、向金融投资开发管理公司的方向靠拢，把自己自觉变成金融机构的“乙方”；要重点整合下游企业和资源，改变过去单一的合同契约式管理，与设计、施工、监理、园林等形成多种形式的股权合作关系，将自身与下游企业、资源整合成为强大的利益共同体，最大限度的减少过程管理成本，保证共同的终端利益。

重装上阵的国奥企业，将以更加强健的“体魄”，迎接下一个风雨十年，承担起城市区域运营商的重任。❧

外交部考察团参观北京国奥村



本刊消息（记者：米 粟 张 淳）2012年10月31日，外交部参观团莅临北京国奥村。参观团一行考察了北京国奥村微能耗幼儿园、景观花房水处理系统、水源热泵系统等新能源技术。详细听取了国奥相关人员的讲解。参观团认为，北京国奥村应用的绿色新能源技术具有很高的示范作用和运营指导意义，表示将借鉴其中的经验和技術，应用于今后的使馆区建设。

北京市国有文化资产监督管理 办公室领导莅临国奥集团

本刊消息（记者：米 粟 张 耀）2012年11月12日，北京市国有文化资产监督管理委员会主任周茂非、副书记赵磊、规划发展组负责人陈伟一行莅临国奥集团，与国奥集团董事长、总裁张敬东就目前北京市文化创新发展、文化创意产业等话题做了深入交流。张总向文资办领导介绍了国奥集团未来紧跟国家发展步伐，参与文化产业，整合提升产业上下游资源的发展愿景，并就目前正在积极拓展的怀柔影都项目、平谷国奥音乐乡村项目的进展情况与文资办领导作了沟通。



北京市保障性住房建设投资中心领 导视察常营保障房项目

本刊消息（记者：米 粟 张 耀）2012年9月20日，国奥集团执行总裁杨靖陪同北京市保障性住房建设投资中心总经理金焱，副总经理刘志宇等有关领导，视察了由国奥集团负责管理的常营三期保障房项目现场。金总在现场听取项目介绍后，对常营三期项目提出具体工作要求，并表示此项目将作为保障性住房精品工程、试点项目进行推广。



山东省菏泽市领导莅临国奥集团

本刊消息（记者：米 粟 张 耀）2012年10月24日，山东菏泽市政协副主席付守明、单县县委书记王卫东、农业部产业政策与法规司副司长黄延信、单县政协主席王瑞宇一行莅临国奥集团，与国奥集团董事长、总裁张敬东就深度挖掘单县浮龙湖景区历史文化资源、依托自然景观、体现人文特色、整合区域资源、带动区域经济发展，将浮龙湖景区打造成为特色文化风景区、单县旅游城市等事宜做了深入交流探讨。



厦门市翔安区委书记陈永裕 带领翔安区考察团一行 莅临国奥集团



本刊消息（记者：米 粟 张 耀）2012年9月26日，厦门市翔安区委书记陈永裕带领翔安区考察团一行莅临国奥集团，考察了国奥集团的在奥运中心区的场馆建设与运营、社区商业运营与服务情况，并与国奥集团董事长、总裁张敬东就厦门市翔安区建设，以及厦门国奥城项目事宜进行深入沟通。

厦门市翔安区领导莅临国奥集团

本刊消息（记者：米 粟 张 耀）2012年11月20日，厦门市翔安区政协副主席曾繁振、厦门市体育局副局长耿永胜，带领厦门市考察团一行莅临国奥集团。考察团参观了奥运中心区比赛场馆，听取了国奥集团历史背景以及发展方向简介，与国奥集团首席执行官高浩就厦门国奥城的功能定位、规划设计以及后期运营等事宜做了深入交流探讨。考察团表示，此次到来，也是为了互相了解，互通经验，国奥集团对大型场馆和配套设施有着丰富的运营经验。希望国奥集团将此经验也用于研究和开发厦门国奥城项目之中。



首开集团党委书记、董事长刘希模 莅临重庆国奥村

本刊消息（记者：米 粟 张 耀）2012年9月15日，首开集团党委书记、董事长刘希模一行，莅临重庆国奥村视察工作。在重庆公司常务副总汤勇勤、副总张本的陪同下，刘总首先来到重庆国奥村销售中心，听取了对重庆国奥村的施工进度和销售情况的汇报。刘总对重庆国奥村项目2012年当年开工，当年销售等情况表示肯定。



国奥集团执行总裁杨靖 参观伊顿国际学校



本刊消息（通讯员：赵 妍）2012年10月18日上午，国奥集团执行总裁杨靖、执行副总裁周昕昕在伊顿集团董事长王伟、副总裁曹晓峰的陪同下，参观了位于东风路的伊顿国际学校。双方探讨了未来教育市场的发展趋势，以及国奥与伊顿深度合作等相关内容。伊顿教育与国奥集团形成品牌联盟关系，伊顿幼儿园进驻北京国奥村后，重庆国奥村也将迎来与伊顿教育集团的再度合作。

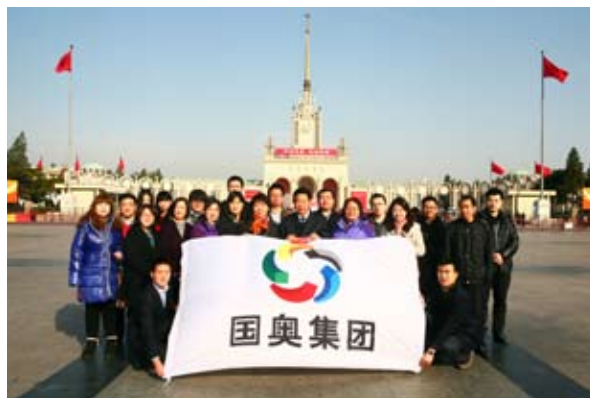


大兴教育合作

本刊消息（记者：杨红波）2012年9月9日，应大兴区旧宫镇政府邀请，国奥集团，北京金第万科房地产开发有限公司，富力地产等参与旧宫地区项目开发的地产商一起，就旧宫镇地区教育设施，教育机构引进等话题展开座谈。地产商们纷纷表示，将根据各自项目情况，引入优质教育机构，创造良好的校园环境，为丰富大兴区教育配套而努力。📍

国奥公司党员参观“科学发展，成就辉煌”大型图片展

本刊消息（记者：米 粟 张 耀）2012年11月7日，国奥公司党支部、国奥五环公司、国奥新能源公司、国奥村花园酒店一行23人参观了由中共中央宣传部、国家发展和改革委员会、解放军总政治部、中共北京市委共同举办的“科学发展，成就辉煌”大型图片展。展览通过2110张照片、204幅图表、765件实物，生动展示了过去10年间，科学发展在我国的成功实践，充分反映了科学发展给人们生活带来的巨大变化。📍



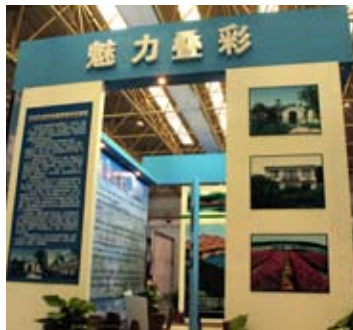
桂林国奥城亮相“第三届中国·桂林国际旅游博览会”

本刊消息（通讯员：粟建忠）2012年9月6日，“第三届中国·桂林国际旅游博览会”在桂林国际会展中心盛大开幕。本届旅博会由桂林市人民政府、广西壮族自治区旅游局、广西国际博览事务局共同主办，以“创新旅游商机，拓展国际市场”为主题，吸引了全球60个国家和地区、国内50多个城市和广西

13个兄弟市的旅游业界人士参展参会，其中12个国家28家参展商首次参展，专业参展商近800家，专业观众达7000多人。

桂林国奥城作为广西壮族自治区重点建设项目，代表桂林市叠彩区政府参展了此次国际盛会。通过亮相桂林旅博会这个建设桂林国家旅游综合改革试验区

和国家服务业综合改革试点区域的国际平台，国奥集团在桂林的品牌影响力进一步提升，桂林国奥城项目获得了更多潜在客户的认知及认可，国奥在桂林的发展根基得到了强化和巩固。📍



“万圣节”盛装亲子活动在北京国奥村伊顿幼儿园举办

本刊消息（记者：米 粟 张 耀）2012年10月31日，北京国奥村伊顿幼儿园内热闹非凡，这里正在举办“万圣节盛装亲子秀”活动。活动以家庭为单位，所有装束均为家庭自主DIY设计。活动现场，每户家庭由家长携手宝宝一同上台亮相，最终由评委评选出最具个性的装束家庭，并且颁发奖状，活动圆满结束。

据悉，“万圣节”是西方的传统节日。此次伊顿幼儿园盛装活动，意在培养宝宝自身的创意和动手能力，并且在装扮制作过程中增进与家长的关系。通过了解园长告诉我们，孩子们经常被问到：“你长大了以后想做什么？”但在伊顿我们反问自己这个问题。在一个



充满变化的未来世界中，我们如何能够让孩子们拥有技能和智慧，并在此基础上打造一个健康、快乐、成功的人生和职业的发展是我们教育孩子的出发点。每个人都是独特的，需要在一个完整的世界里丰富灿烂的人生。从全面发展的角度去看儿童教育，我们更应该在每天的生活中去滋养儿童思想和身心，并且与他们的家庭、社区和社会构建亲密和谐的关系。



国奥村报正式创刊

本刊消息（记者：米 粟 张 耀）一张服务于全国各地国奥村业主的刊物《国奥村报》正式创刊了。

《国奥村报》是为国奥村业主服务的小刊物，是居住在国奥村的业主邻里之间、物业服务、商业服务，乃至我们广大业主的琴棋书画作品、保健养生心得等方面进行广泛交流的小天地，也是不断提升国奥村品质、展示国奥村风采的舞台。《国奥村报》共有四个版面，一般是新闻版块，主要刊发国奥村在本出版期内所发生的新闻类的大事小情。二版是物业服务板块，主要刊发国奥村物业管理方面的成果、经验、和做法。三版是商业服务板块，主要以国奥村商业为平台，构筑业主与商家服务联系的平台。四版是人文服务板块，要以树立国奥村人健康居住理念、展示国奥村人文化艺术风采为目的。《国奥村报》编辑部热情欢迎国奥村业主、物业服务、商业服务等人士，为《国奥村报》投稿。来稿请寄：news@guobao.com.cn 投稿热线：（010）84371962



桂林凤凰体育运动休闲旅游区 ——全方位乐活综合体

□ 文/ 国奥（桂林）公司 吴逸倩



2012年9月21日——25日，第九届中国——东盟博览会在广西南宁国际会展中心举办。2012年9月22日，在博览会合作项目专场签约仪式上，国奥集团首席执行官高浩与桂林市临桂新区管理委员会签订《桂林凤凰体育运动休闲旅游区项目》合作合同。

桂林凤凰体育运动休闲旅游区位于桂林市临桂县凤凰山林场，东南接桂柳高速公路，西邻两江国际机场，区域总占地面积达127平方公里。机场路、临公路以及在建的大山图路是项目区与外部联系的主要交通线。项目区域没有桂林典型的喀斯特景观，资源的新奇。项目地生态敏感型较低，其以浅丘为主的自然地貌，以植被现状为区域的改造和提升创造了条件，适合做运动、康体、休闲地产的开发。

景观取向主要以山体、谷地、水体围合空间为主要景观视域，以水库、水塘、溪流等形态为主要载体，形成空间布局上相对分散，均匀；位于龙胜—永福，灵川—永福断裂延伸带，有挖掘潜在资源（温泉）的可能性；丰富的水系、变化的水景以及再造的水体空间，为项目多样性创造无限的发挥空间。充分挖掘潜在的温泉资源，打造片区特色旅游度假产品；

根据地块资源、区位和道路交通状况，将北起大山图路，南抵临苏路，西自桂林机场，东达桂柳高速所围合的48平方公里，作为重点发展区域。

采取“4+2+2+X”选地策略，启动区规模8平方公里。

八大功能组团

1.游客集散中心，2.运动全明星小镇，3.国际自驾车营地，4.奥特莱斯商业中心，5.运动产业配套区，6.国际运动培训基地，7.国际马术中心，8.温泉（SPA）健康中心。



运动全明星小镇：以纪念性和活动性公园的手法打造全明星小镇；每年举办国奥全民运动之星评选，邀请入围运动员参加，最终胜出者，请入国奥名人堂（蜡像馆）；设置星光大道，将著名运动员的手摸镶嵌在小镇步行道上；在各明星主题纪念馆中通过图片、影像，记录运动生涯中的精彩瞬间，与餐厅、酒吧、咖啡厅等休闲场所相结合；经常邀请不同明星前来，与游客互动。明星运动馆：经常邀请体育明星参加友谊赛（篮球、足球、乒乓球、网球、羽毛球等），平常时间向大众开放。

高尔夫球场：由两个18洞球场构成，一个山地球场，一个谷地球场。邀请国际著名大师按照国际高尔夫锦标赛要求设计。不定期邀请高尔夫球大腕前往，与俱乐部会员开展交流。高尔夫练习场：为初学者提供精心设计的练习场，并推出专业的高尔夫陪练服务，让会员在怡人的生态环境中，享受一流的设施和一流的服务。高尔夫会所：设置球具管理室、小型会客厅、酒吧间、咖啡厅、餐厅、浴室、男女更衣间等，同时也承担室内运动馆（保龄球、羽毛球、台球等）功能。



全方位依据配套：以当地村落为原型，以稻田为景观，设置低调奢华的宅院式田园酒店，半山小镇；360度高尔夫全景度假别墅，湖景别墅；沿湖畔打造山湖景观别墅，湖畔美食俱乐部：在湖边打造特色滨水餐厅，提供多种美食。

汽车营地：为拥有私家车的家庭型游客提供户外活动的场所，项目包括：游客中心、汽车营位区、帐篷露营区、木屋住宿区、青年旅馆等。露天派对：



为游客提供的集中活动区域，项目包括小剧场、露天电影、生态餐饮、烧烤、亲子球类、宠物公园、儿童攀爬等。户外体验区：为汽车营地的住宿游客提供户外拓展训练的场所。越野俱乐部：越野车、摩托车、自行车越野俱乐部及各类国际，国内大赛



奥特莱斯购物中心：利用国家旅游综合改革试验区的政策优势，凭借临近机场的区位优势，针对中高端客源，打造免税的奥特莱斯名品折扣店，提升城市商业功能。户外MALL：户外运动器械、装备的体验式购物中心，品类齐全，大到房车、越野车，小到一个户外水杯、一根背包扣，应有尽有。空港会客厅：针对需提前去机场以及飞机晚点的游客，以及来桂林洽谈商务的群体，推出舒适的空港会客厅服务。



运动产业配套区：户外运动产品的生产、服务、维修和物流区域。水上运动培训中心：皮划艇、独木舟、木筏等水上竞技项目的专业培训中心，非专业队训练时间，对大众，尤其是青少年开放，开展夏令营。野外生存培训中心：培训丛林生存基本技能，识别方向、采集果蔬、寻觅水源、了解植物、医疗救护、安营扎寨、预防虫兽等。

赛马会：此项目可申请国家赛马博彩试点。国际马球中心：如果世界真有一种能够只为贵族阶层所向往的运动，那就是马球，设置国际水准的马球中心，打造世界贵族运动之魂。马术俱乐部：财富阶层寄养、领养自己马匹的地方，与自己的马住在一起马术培训学校：针对青少年群体提供欧洲贵族式乘骑技巧及礼仪培训。





“中国影都” ——中国影视产业的“好莱坞”

□ 文/ 贾现科 李 然 张 耀

今年以来，北京市领导对怀柔区加快建设“中国影都”工作给予了重要支持。5月5日，市委常委、宣传部长、副市长鲁炜到怀柔影视基地调研时强调，怀柔要从完善产业链、加强配套服务、举办影视活动、开展人才培养等方面加快推进影视新城建设。从此，“中国影都”建设步入了“快车道”。

今年10月19日，北京市怀柔区人民政府、国奥集团和中实集团共同签署了《北京杨宋镇影视新城项目合作开发意向书》。在签约仪式上，怀柔区区委书记张建东，区长齐静，区人大主任王仕龙，区政协主席武占刚，区委副书记萧有茂，区委常委、常务副区长潘临珠，区委常委、副区长田文杰，区委常委、区委宣传部部长彭丽霞，区委常委、区委办公室主任周东金，副区长王玉山等有关区委、区政府、区人大、区政协领导，国奥集团董事长、总裁张敬东，执行总裁杨靖，中实集团董事、副总裁牛志伟等出席签约仪式。

项目位于怀柔新07-08街区，怀柔区杨宋镇，是北京市委、市政府确定的影视产业集聚区和“文化科技高端产业新区”。影视城的建设，完全契合国家大力发展文化创意产业的战略，对推动影视产业整体发展，打造“影视之都”，具有积极促进和示范作用。

在签约仪式上，国奥集团董事长、总裁张敬东讲到，国奥集团作为优秀的城市区域运营商秉承奥运绿色、科技、人文“三大理念”，在文化创意产业、体育产业、健康产业、以及产业开发与房地产整合方面积累了大量成功经验，我们将与怀柔区政府共同实现影视城开发建设和运营管理的整体目标，为促进区域经济发展和打造“文化创意之都”做出贡献。

本刊对“中国影都”于本期作关于此项目的基本情况和规划发展情况的介绍。

一、怀柔影视产业发展总体情况

2006年12月，中国（怀柔）影视基地被认定为北京市首批文化创意产业集聚区。自集聚区认定和中影基地一期投用以来，怀柔影视基地已形成一定规模和影响力。截至2011年，影视基地累计实现固定资产投资40亿元；全区累计集聚影视企业350家；影视产业税收达到2.06亿元；累计接待剧组拍摄或制作影视作品超过1100部。2012年一季度，以上各项指标继续平稳增长。

（一）影视核心项目运营良好

中影基地占地近800亩。其中一期占地523亩，总投资20亿元，是亚洲第一、世界一流的大电影生产基地，已承接了500多部影视作品的拍摄和后期制作任务。目前，中影体系22家企业落户怀柔，涵盖了制片、营销策划、发行、演员经纪等各个产业环节，2011年纳税超亿元。紧邻中影西侧的星美影视城每年接待剧组60个，累计拍摄了600余部影视作品。“十一五”期间，企业又投资3000万元，建设了星美酒店、雅香阁餐厅等配套服务设施。以后期制作为核心的中影基地和以外景拍摄为主的星美影视城形成互动发展，并对相关产业起到了一定的带动作用。

（二）功能和配套项目加快建设

五星级国际影人酒店占地99亩，总投资9亿元，主要承担展示传播、活动举办等功能。影视产业公共服务平台占地436亩，总投资20亿元，总建筑面积31万平方米，具备企业集聚、产业孵化等功能。项目一期已于今年4月开工。中影洗印厂项目去年底已进行试生产。中影二期项目以影视体验娱乐为主，已完成总体规划方案设计，正在办理征地手续。辉煌百代数码影城项目将建设医院、监狱、公安局等特殊拍摄棚和引进国际先进置景工艺，现正进行规划方案审定。星美二期正在调整内部建设用地，准备建设总面积5万平方米的摄影棚、演艺中心，增加后期制作、酒店等配套设施。

（三）基础设施建设同步跟进

核心区规划了11条道路，已有5条改造或新建道路相继竣工通车，基本形成棋盘式格局；投资4500万元建成110KV城东变电站，保障影视新城大发展电力需求，通讯等也实现同步配套。

（四）产业融合发展趋势初现

影视产业与旅游、科技、会展、农业等呈现融合发展态势，突出体现在影视旅游开始起步，影视外景地遍地开花。以中影摄影棚、星美外景地和老爷车博物馆为核心



内容，影视旅游已于近两年启动并逐年拓展，与山水风光游、民俗体验游和农业观光游日益融合。在沟域经济发展和新农村建设中，兼顾影视外景地拍摄功能。

二、“中国影都”建设目标和发展规划

十七届六中全会召开后,市委、市政府提出了把北京建设成中国特色社会主义先进文化之都的目标。作为北京市“十二五”规划确定的文化科技高端产业新区,怀柔区从建设“北京影视之都”的重要承载地、首都国际化窗口的高度出发,把“以影视产业为龙头,全力打造文化产业功能区”写入了新一届领导班子的党代会报告和政府工作报告。目前,怀柔正在制定文化科技高端产业新区规划,按照产业融合、资源整合、规划综合的总体思路,进一步明确了“中国影都”建设的空间范围、目标定位和功能布局。

(一) 空间范围

“中国影都”规划为核心区和拓展区,总面积约为18平方公里。其中,核心区以中影基地为核心,向东、北扩展,范围为怀柔新城杨宋建设区及其周边,占地5.6平方公里;拓展区辐射到北房、庙城等镇部分区域,作为产业发展预留空间。

(二) 目标定位

“中国影都”要建设成为产业链条完整、产业要素集聚、品牌活动集合、综合服务齐全,具有国际化、专业化、品牌化的影视新城。一是要重点突出影视新城专业功能,全面提供包括剧本创作、投资策划、美术置景、拍摄录制、后期制作等专业技术方面的国际化服务;二是要充分强调企业集聚功能,全面提供版权交易、业内交流、审片观摩等行业专业化服务;三是要突出体现品牌传播功能,全面具备举办各类电影节、首映式、博览会等影视文化活动软硬件设施;四是要注重加强综合服务功能,全面具有教育培训、旅游体验、餐饮娱乐等完备的综合配套服务。“中国影都”要形成以影视文化产业为核心,一业为主、多业互促,文化产业和会议会展、旅游休闲、金融商务等协同发展的产业格局,要成为北京影视之都建设的重要承载地,成为全国影视文化产业大发展、大繁荣的引领示范之城。

(三) 功能布局

“中国影都”核心区规划了专业技术服务、影视公共服务平台、教育培训、多功能发展空间、城市综合服务和配套生活居住区等六大板块。其中,专业技术服务板块规划建设设备租赁、专业技术制作、棚内摄影录制、服装道具置景四大专业功能产业园区,为“中国影都”提供技术服务和制作等专业功能。影视公共服务平台板块,计划引进国内外制片公司、影视策划公司和中介服务机构等,构成电影制片、版权交易、投资决策和商务交往等功能。教育培训板块主要引进培育影视专业教育培训机构,为产业发展提供专业技术人才支撑。多功能发展空间主要承担影视企业孵化、产业拓展等功能。城市综合体和配套生活居住区主要为产业提供商业金融、餐饮住宿、休闲娱乐、公共设施等综合服务功能。“中国影都”拓展区重点是影视新城发展预留空间。同时,规划引进发展综合性商业服务业和衍生产品开发企业。

“中国影都”建设中,还将充分考虑以雁栖湖生态发展示范区的国际水准的会议会展设施为依托,促进各类影视活动的举办。以中科院科教产业园云计算等技术为支撑,提供电影拍摄、制作、发行、数据储存和卫星传输等科技服务。同时,利用全区自然人文景观资源,结合沟域经济发展和新农村建设,形成与影视新城融合互动的产业发展格局,建设怀柔“全山、全水、全主题”的影视文化业态。



三、“中国影都”建设全面推进

（一）正在加快落实产业布局，优化完善空间规划

怀柔区正在制定《文化科技高端产业新区发展规划》，并对《北京怀柔新城07、08街区控制性详细规划》进行修改完善，规划将按照影视产业全链条发展布局，使土地、城市规划和产业规划密切衔接、融为一体。影视基地核心区重点发展影视产业，引导、腾退或转化低端产业，引进拍摄摄影棚、服装道具和设备租赁等产业要素；拓展区沿杨雁路延伸扩展到18平方公里。鼓励全区各镇乡在发展沟域经济和旧村改造等新农村建设中，增加影视文化元素，兼顾满足影视拍摄外景地需要。同时，做好学校、医院、餐饮、住宿、商业、娱乐等生活配套设施的规划。

（二）正在加快完善工作机制，制定产业招商政策

为促进以影视产业为核心的全区文化创意产业发展，正在整合完善工作机制。完善区文化创意产业发展领导小组及办公室，整合影管中心成立区文化创意产业促进中心，加强影视产业推进力量，更加科学统筹影视产业和全区文化创意产业发展。同时，自年初以来，正在抓紧研究制定《促进影视产业发展的扶持政策》，主要从专项资金、财政支持、土地供给、包装项目、绿色通道等方面加大对影视核心环节的重点企业和项目的支持力度。

（三）正在加快推进重点项目，构建产业发展载体

围绕“中国影都”建设，打造完整影视的产业链条，突出抓好重点项目建设。确保中影洗印厂、影人酒店等已建成项目的正常投用营业，促其尽快形成影响；对已开工建设、正在招商的影视公共服务平台项目，研究配套招商扶持政策，并根据产业发展细分项目地块，根据成熟度，逐次开发；全力帮助中影二期项目解决涉及土地平衡指标、征地、立项和市政配套等有关问题。加快推进辉煌百代数码影城和星美二期建设。合理有序推进核心区产业预留用地和村庄整体一级开发，为下一步影视产业做好预备。在市政建设上，加快建设已立项的核心区主干路北环路和杨宋特勤消防站。同时，利用现有教育资源和预留用地，采取合作办学、设立分院或市场化方式举办专业学校，培养影视专业技术人才。



国奥集团助力国际文化会都建设

近日，国奥集团与国开金融就北京青龙湖国际文化会都项目进行座谈，双方力求通过此项目建立合作平台，通过国开城投的强大支持与国奥集团的城市开发运营经验，来打造旅游、休闲、度假、会议、文化等多元化产业相融合的全新城市综合体。

北京青龙湖国际文化会都项目地理位置优越

北京青龙湖国际文化会都项目位于丰台区王佐镇，紧邻西南六环，距市中心29公里。她还有交通便利的优势，项目东侧邻西南六环，南北两侧均有出口直通六环。半小时内，可以通过阜石路到达中关村、通过莲石路到达金融街、通过京石高速和丰良路到达丽泽商务区。青龙湖国际文化会都还紧紧依托地铁14号线，为人们带来极大的出行方便。

北京青龙湖国际文化会都项目周边景观资源丰富

北京青龙湖国际文化会都项目北接西山门头沟风景区，临戒台寺、潭柘寺。西邻风景秀丽、面积达6000亩的青龙湖。当地是北京周边少有的山区、浅山与平原相结合地区，能开发出独特的产品类型，市场竞争力强。

北京青龙湖国际文化会都项目建设的有利发展环境

首先是符合城市升级的社会发展总需求，和北京打造“世界城市”的发展是非常统一和相互吻合的。其次是和北京市城市开发重点外拓的发展思路相一致的。北京城市发展逐步向外围拓展，近郊区、新区、临近市县将是城市未来发展的主要方向。

第三世界种子大会将于2014年在青龙湖召开，将提高区域知名度。第四是国际文化会都项目建设是丰台区十二五规划的重要内容。第五是北京青龙湖国际文化会都项目地处明星小镇。王佐镇是北京市33个重点小城镇中唯一的市级可持续发展实验区，先后荣获“国家环境优美乡镇”、“首都园林小城镇”等称号。第六是合作时机已经成熟。合作伙伴东方集团与当地镇、区政府都建立了良好的合作关系，为项目顺利开展打下良好基础。此外，还拥有一流的教育资源。国家发改委特批40亿元总投资，中央民族大学将

总部迁至项目区域。人大附中丰台分校，总投资20亿元，建设面积20万平米，是该校在城区内最大的分校，同时也是该校的国际学校校址。丰富的休闲娱乐设施也会成为该项目成功运作的重要砝码。与中国军事博物馆签订框架协议，合作开发首都军事文化旅游度假区。与默林集团签署合作开发建设乐高乐园的意向协议。高端的体育设施与国奥的文化相得益彰。北侧体育公园内规划建设四个高标准高尔夫球场。与中国马会签订合作协议，共同开发中国国家马术旅游发展区。🏇



山东单县国奥时代广场 建设、入住、品牌宣传顺利进行

□ 文/ 鲁 峰



单县国奥时代广场项目，加强工程施工管理力度，在资金极度紧张，工期严重滞后的情况下，保证了5、6、7号楼的年底完工交房和8、9、10号楼的封顶。并且8、9、10号楼荣获了单县唯一的“山东省安全文明优良工地”称号。

为保证今年工程建设进度计划，国奥单县项目部采取多种措施力保目标实现。一是2012年将5-7号楼竣工作为重点，以严格把控质量、有效督促进度、有力保障安全的原则下，协调好设计、监理、施工单位等各方单位，力争年底完成5-7号楼竣工，8-10号楼的主体结构封顶。二是规范了工程各项招投标工作，本着公开、公正、公平的原则进行各项工程、设备的招标采购。在有效控制成本的基础上选择最优设备材料及施工单位，取得了较好的效果。三是完成1-3号楼的全部竣工备案工作，并做好与物业部门的交接工作，为业主的顺利入住奠定了基础。四是资金合理安排积极协调好施工单位，保证工程的顺利进行。

在做好全年工程建设的基础上，根据工程进度情况，对销售、入住、品牌推广宣传工作，也不断加大工作力度。首先，在2012年销售部门对单县的房地产市场及各楼盘进行了市场调研和分析，并结合时

代广场品牌与地理位置的优势的同时，做了大量的广告宣传、促销等活动，尤其在春节、十一期间做的大型促销活动取得了较好的效果，大大提高了销售量。其次，通过促销活动使销售力度上了一个台阶，并取得了良好的效果的同时，还通过捐助的形式提高楼盘的知名度。公司在十月份赞助了单县教育系统“国奥时代广场杯”篮球比赛，为宣传国奥时代广场品牌取得了较好的效果。第三，完成了1-3号楼的业主入住工作。公司从发出入住通知书、物业管理需知、到交房交费，做到了忙而不乱，有条不紊，让业主很满意。2012年应入住354户实际入住341户入住率达96%。第四，通过宣传、广告、促销等工作使本项目2012年度销售住房184套、销售面积24329平方米。销售量位居单县房地产销售榜首。第五，为了提高销售力度、减轻购房者的消费负担，公司与菏泽地区住房公积金管理中心多次沟通，并取得了住房公积金按揭贷款。



“感恩、责任、关怀” 国奥村品质提升进行时

□ 文/ 印峥嵘 米 粟

目前，北京国奥村品牌维护及品质提升正在紧张、稳步的进行。这项工作针对偏离北京国奥村品牌形象的遗留问题而逐步展开的。

稍早些时候，国奥集团召开了北京国奥村项目品牌维护及品质提升座谈会。会议指出，北京国奥村在国奥集团品牌系列中占据核心地位，是国奥村品牌的立足之本和发源地，对于有损于国奥村品牌形象的遗留问题都将被及时、有效、规范、彻底的解决。

国奥集团董事长、总裁张敬东强调：国奥需要的合作伙伴目的是共同追求项目的终端利益。国奥村

项目的建设与管理标准应高于市场上其它项目。售后服务是为硬件建设提供软项服务，要有时间要求、注重信誉，规定时间完成规定动作，同时要按照流程执行，代表国奥集团以负责任的态度把问题干净、迅速的解决好，重点在于服务的反映效率以及解决问题的效率。

为保证在规定时间内完成整改工作，国奥集团组织成立北京国奥村品牌维护及品质提升专项工作组，由集团领导担任组长，对整个品质提升周期内的涉及问题、整改措施、施工单位、整改效果、质量验收等工作进行总控制和监察。国奥村品质提升进行两个月以来，集团就园区涉及的二十一个大项问题进行了逐一排查、整改、销项。集团领导亲自带领相关人员入户为业主家存在的疑难问题进行会诊，制定相应的施工方案。截止发稿日，国奥村内部分工程质量问题已得到了有效改善，品质提升工作持续、紧张、稳步的进行。

此次品质提升活动还将着重开展村内各系统的运行和启动工作，如直饮水系统，景观花房系统等没有正常启用，这些系统在售房时是作为国奥村亮点和差异化的要求提出的，同时也投入了很多资金，为业主的生活品质提升服务。需要依靠施工单位对系统的了解 and 专业化优势，对系统进行梳理。物业公司要做好人力及精神准备，关键在于系统整改后专业人员对系统的日常管理。其中楼宇梯控系统，业主将刷卡进入单元门，同时电梯也将下至用户所在楼层，进电梯后业主只要通过刷卡便可升至指定楼层，提高了业主入户的便利性和安全性。集团计划年底将小区一千二百户家庭梯控系统进行全面升级和试运行，届时将通过广泛张贴温馨提示来方便业主使用梯控系统。

同时，国奥集团将满足业主居住在国奥村高档社区中，对生活质量的需求，开通健康、科学、环保、经济、新鲜、方便的直饮水系统。国奥村直饮水系统全称“国奥村及示范小区优质饮用水净化系统”，是





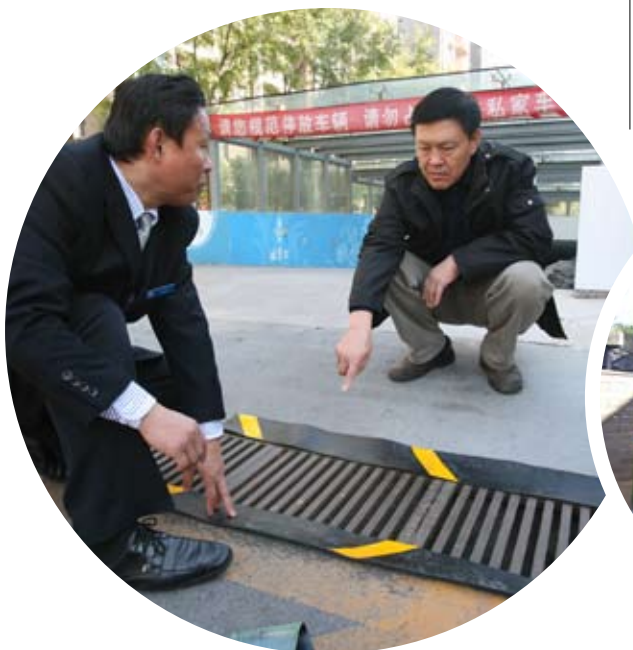
由中国科学院生态环境研究中心开发的优质饮用水处理工艺，系统高效低耗，使用寿命长，价格大大低于桶装水。水质可避免桶装水长期饮用不完而造成的二次污染问题，通过系统优化组合和管网材料选择，能够有效过滤、去除水中有害物质和细菌，并配有自动水质监测，完全可以满足国家最新饮用水标准以及饮

用水规范的要求，并且达到了奥运会保障运动员引用水标准。国奥集团将针对目前国奥村直饮水系统运行中的设备系统以及管网系统进行全面检查、维修和消毒清理，届时，国奥村业主将享受到价低质优的生活饮用水。

国奥村的品牌维护与品质提升是国奥集团永恒的责任，也离不开我们的伙伴、我们的朋友特别是我们的业主的关注与支持。国奥人做多大的事、多好的事，都不如在国奥村中解决一件业主身边的事重要，国奥人将身上的责任凝聚成为为业主服务的热情，以此

去迎接每位业主的笑容，

愿国奥人与业主心心相印，齐心协力谱写国奥村美好的新篇章！



国奥集团董事长、总裁张敬东 重庆、成都两地视察工作

□ 文/ 吴忠富 栾小舟



2012年11月6日、7日，国奥集团董事长、总裁张敬东一行来到重庆，对重庆国奥公司的工作及重庆房地产市场进行考察。

考察期间，张总一行在重庆公司常务副总经理汤勇勤、副总经理张本等人员陪同下，检查了重庆国奥村项目现场施工及销售情况，听取了项目情况汇报，在现场与施工、监理、销售等参建单位代表进行了座谈，张总对国奥集团在重庆的未来发展提出了具体要求。

张总综合分析了重庆公司当前所处的形势、面临的问题及企业发展所面临的挑战，使大家深刻意识到公司面临的任务和压力非常大。企业如何发展？如何做好品牌建设？如何用最好的服务把国奥品牌推介给客户？如何提升企业内部管理能力？如何加强国奥品牌维系力度及市场化意识？如何制定一套系统性的开发流程？张总在提出宝贵的意见的同时



也再次传达了集团未来的宏伟战略规划。最后，张总对重庆公司提出三点要求：1、全面结合集团公司战略，制定重庆公司未来四年规划。2、公司内部要形成有特色、敢创新、抓细节、讲效益的风气。3、树立学习型企业，做有文化的企业，把企业的风气和文化落实到品牌核心的竞争力中，要维护品牌、发展品牌、创新品牌，不断学习，好好研发。

重庆公司为了把张总讲话精神切实落到实处，立即组织全体员工针对重庆项目及公司内部管理提出合理化建议，结合重庆公司实际情况，整合提出下一步具体工作办法。

结束了重庆的视察工作，11月8日，张总前往成都对国奥成都公司以及当地市场情况进行视察和调研。

张总一行视察了成都国奥村和国韵村项目现场，对项目建设情况给予了肯定，并希望继续保持良好势头。



11月9日上午，在成都公司会议室，张总等领导与成都公司全体员工进行了亲切座谈，张总就成本控制、项目定位、宣传报道、营销推广、销售技巧、物业服务、团队建设、公司及行业发展等方面进行了深刻阐述，并作出了重要指示，会场气氛既温馨又热烈。张总在肯定成都项目品质打造工作的同时，也一针见血的指出了销售推广等工作的不足，希望大家对内加深对企业、品牌的理解，树立自信，勇于创新，善于总结，走出一条具有自身特色的经营管理之路。对外加大信息和资源共享，加强交流和沟通，以跟上集团的战略发展步伐。

张总的讲话，既有高屋建瓴的全局视野，又有细微处的具体措施，让成都公司全体员工深受鼓舞，大家纷纷表示，要深入学习领会和贯彻张总的讲话精神，并结合本职工作予以落实，在销售推广及物业服务等方面打一个漂亮仗。



永辉超市、伊顿幼儿园 签约入驻重庆国奥村

二期1号楼再度热销

□ 文/ 重庆国奥市场部



2012年11月17日，重庆国奥村生活需求全覆盖平台理念的落地翻开了新的篇章，伊顿国际教育集团、永辉集团与重庆国奥公司正式签约。伊顿集团将在重庆国奥村配套伊顿双语幼儿园，总建面约2400平方米，共设置9个班。永辉超市股份有限公司创办于1998年，是中国大陆第一家将生鲜农产品引进现代超市的流通企业，为百姓提供价廉物美的商品和便捷的购物服务，被百姓誉为“民生超市、百姓永辉”。永辉超市将在重庆国奥村配套4400平米社区超市卖场，有效服务半径达到3公里。此次签约预示着今后重庆国奥村小区业主，将享受到优秀的早教资源和便利的日常购物服务。签约仪式后，国奥村二

期1号楼的开盘也火热开启，近千名购房者齐聚现场，再度呈现全面热销的罕有盛况。

继重庆国奥村成功打造“低碳地产、健康地产”之后，此次与伊顿国际教育集团、永辉集团的成功签约，标志着国奥致力构建的生活需求全覆盖模式住宅平台，全面落地呈现，让居者感受到更细致、人性化的全面关怀，更开启广阔的新生活方式。同时，也证明国奥集团强大的资源整合能力，让国奥村业主无论身处何地，都能享受到最优势资源的服务体验。规模宏大的国奥完整生活模式，让更多国人都能分享奥运国宅带来的全新生活方式，更将不断推动中国人居生活的进步。



同时，这次成功签约携手两大集团，更离不开国奥村产品的卓越品质与国奥集团品牌效应的支撑，离不开总部领导和同事的大力支持及重庆国奥全体员工、销售团队、物业公司等的不懈努力。国奥村二期四次开盘全部热卖，更加证明了广大购房者对国奥村整体品质的认可，对国奥品牌的全面肯定。传承奥运国宅精髓的重庆国奥村，在二期产品规划之初，便着眼当下青年群体的置业需求，在空间、配套等方面创新，带来更加全面、更加人性化的全新生活体验。



京西国奥乡村，浅山宜居住区典范

——门头沟区赵家洼整体土地一级开发项目

□ 文/ 吴 丹

在北京市召开的政府储备土地和入市交易土地2012年第一次联席会议上，同意门头沟区赵家洼整体（A地块）土地一级开发项目用地，由区土地储备中心为主体实施土地一级开发，办理土地一级开发相关手续。北京市国土资源局门头沟分局向国奥公司发放赵家洼整体（A地块）土地一级开发项目授权委托书，同意委托国奥公司正式开展该项目前期工作。

根据《北京十一个新城规划》（2005年至2020年），门头沟区是以首都生态涵养发展区域为主要功能定位。赵家洼整体土地一级开发项目位于门头沟新城核心区域龙泉镇和永定镇，该区域主要承担服

务城市建设、带动山区发展的功能。发展主要方向是加强城市建设，提升服务功能，创建宜居城市，重点发展现代服务业、综合服务、文化娱乐和休闲旅游等产业。

赵家洼整体开发项目A地块，占地规模29.51公顷，距离门头沟政府约5公里，向东直通阜石路延长线高架路段，向南与长安街延长线和莲石快速路相接。该区域位置环境静谧，山上草木茂盛，空气清新、清泉缀点，海拔在120米—420米之间，地势高低起伏，错落有致，属于典型的浅山区域，是北京西部高端宜人生活区。🏡



美国能源部驻多国办事处代表 考察团莅临北京国奥村参观

□ 文/ 米 栗 张 耀

2012年9月27日，美国能源部驻多国办事处代表考察团莅临北京国奥村参观。参观活动进行中，首先，由美国能源部驻中国办事处主任介绍此次考察团成员组成情况，成员代表是来自美国能源部驻多国研究绿色新能源技术在当地开发情况的研究员。考察团听取了国奥村绿色、科技、节能新能源技术的全面介绍，并且就多项技术在赛时、赛后的具体应用情况与国奥相关人员进行深入交流。随后，考察团参观了国奥村微能耗幼儿园、景观花房水处理系统以及水源热泵技术。通过了解，考察团得知很多新能源技术都属于首次应用于住宅开发。代表们结合各国实际情况，就他们所关心的例如日照对太阳能技术的应用影响、后期维护可推广性、应用成本等提出问题，得到了国奥陪同人员的



一一解答。考察团表示，国奥村绿色新能源技术应用与住宅开发具有很强的示范性，他们将以北京国奥村为例，结合各国当地自然环境，经济条件，更多地将新能源技术在人们生活中加以推广和应用。📺



国奥集团董事长、总裁张敬东 应邀为北京信息科技大学讲团课

□ 文/ 米 栗 张 耀



2012年10月24日，应北京信息科技大学团委邀请，国奥集团董事长、总裁张敬东，作为北京信息科技大学87级校友、特邀客座教授，在学校2012年初级团校结业式暨校友大讲坛开课仪式上，为学校各学院团支部书记讲了一场生动的团课。张总就如何转化为社会型人才，学生职业规划，国奥集团企业文化、熟悉企业规则，培养学生的经营生产意识、敬业精神和协作意识等方面，与在座学生展开探讨。仪式最后，张总送给在座学生一句话，“用思考为时代祈福，用

创新为民族谋福，用实干为百姓造福，用文化为幸福添福”，这句话包含了张总对母校以及学弟学妹们的美好祝愿。课后，张总与北京信息科技大学韩秋实副校长深入沟通了有关校企共建的具体事宜。

国奥集团从青年创业抓起，从学习型企业抓起，把集团变成青年人实现创意成果、开始内部创业的创新基地。集团与北京信息科技大学拟建立“北京信息科技大学与国奥集团校企合作基地”，设立奖励学金或大学生创业基金以及大学生科技创新活动基金，在集团设立人才培养、实习基地，结合国奥集团人才结构，为在校学生安排假期实习和毕业实习。同时，与北京信息科技大学教师、导师、技术人员以及

管理人员共同指导学生实训、实习，参与国奥集团生产、项目的开发任务，及时掌握新工艺、新技术。为企业发展不断积蓄后劲。

张总表示，国奥集团坚持挖掘优势资源潜力，发展教育、培养人才、创新科技，优化配置、提升实力，促进集团与北京信息科技大学双方事业共同发展的指导思想，恪守互相合作、互利互惠、实现双赢、共同发展的基本原则，就全面建立校企合作关系发挥自身力量。



国奥集团2013年校园招聘计划 在北京信息科技大学展开

□ 文/ 米 栗 王 阳

目前,国奥集团正处于快速发展期。2012年10月31日,根据对市场化人才的需求情况,集团2013年校园招聘计划在北京信息科技大学展开。此次活动得到校方大力支持,校党委书记郑君礼亲自来招聘现场指导招聘工作。此次招聘活动也得到了北京信息科技大学学生的广泛响应。国奥展台气氛非常热烈,很多同学都争相投递简历,并与集团人力资源部相关人员进行沟通。此次活动的成功也得益于国奥集团董事长、总裁张敬东多次与校方就校企合作进行深入沟通,并且亲自担任客座教授,就学生们关心的职业规划、岗前培训等内容向同学们一一讲解,成为了同学们的良师益友。

国奥集团从青年创业抓起,从学习型企业抓起,把集团变成青年人实现创意成果、开始内部创业的创新基地,以当代人理解的集城市建设、城市文明、城市配套与一体的房地产业为舞台,培育一批集城市建设、商业服务、文化艺术、金融资本、品牌研发于一身的复合型人才,为企业发展不断积



蓄后劲。国奥集团坚持挖掘优势资源潜力,发展教育、培养人才、创新科技,优化配置、提升实力,促进集团与北京信息科技大学双方事业的共同发展的指导思想,恪守互相合作、互利互惠、实现双赢、共同发展的基本原则,就全面建立校企合作关系发挥自身力量,今后,将有更多新鲜血液溶入国奥大家庭! 





北京信息科技大学面试大会 成功举行

□ 文/ 米 粟 王 阳

2012年11月14日下午，北京信息科技大学面试大会在北京国奥村花园酒店二层会议室举行。此次活动是10月31日校园招聘会上，因学生们积极踊跃投递简历，有意加入国奥大家庭，并希望更多了解国奥集团的强烈愿望，而专门组织的一次见面活动，这场别开生面的面试大会，共有40余位师生参加。

首先，国奥集团人力资源部代表集团向北京信息科技大学师生们的到来表示热烈欢迎，对北京信息科技大学对国奥事业的大力支持以及校友会老师的辛苦工作表示由衷的感谢。其后，由集团相关人员向在座学生介绍集团的历史背景和发展态势，同学们都认真听取介绍并不时做着记录。

接着，大会组委会为参加面试的学生们精心准备了三项测试游戏，分别测评了面试学生的社会沟通能力、工作执行力以及综合素质能力。其中，第三项游戏名为“国奥加工厂”，组委会将游戏规则与国奥集团主营业务房地产开发流程相结合，通过成本管控，购买土地、制造房屋、销售盈利等游戏流程，使学生们对房地产开发流程有了最简单初步的了解。学生们以组为单位，在游戏中相互协作，积极讨论，体现了当代大学生思维方式灵活、创新意识丰富、沟通能力强大的优点。游戏结束后，每个学生都谈论了自己感受和心得，学生们一致认为，通过测试游戏，无论成功与失败，自己都

领悟到了很多道理，是一场非常有创意、有意义的面试大会。

活动结束后，由国奥集团人力资源部负责人为在座学生介绍了集团岗位需求以及薪酬待遇，并就学生关心的问题作了详细说明。

大会最后，国奥集团书记、执行副总裁龙愉语重心长的向在座学生说：今天，大家表现的都非常好，游戏成绩不重要，最重要的是大家在过程中不知不觉的展现了自己的能力。集团一直以培养社会化人才为己任，力求在创新年代培养创新型人才，祝大家面试成功，同时，也再次感谢北京信息科技大学对面试活动的大力支持。

北京信息科技大学校友办于洋老师也一同参加了此次大会。



重庆国宅 生活大成

500余位业主“双节”齐聚国奥村

□ 文/ 重庆国奥公司 杨 椒



重庆国奥村作为国奥集团在渝首个项目，国奥村品牌打造处于初步阶段，因而品牌的美誉度和信任感则显得更为重要。在此次活动的准备期，公司各部门都给予了充分支持与全力配合；而在活动期间，所有参与的工作人员都时刻谨记要注重每一个细节，给予业主宾至如归的独有尊贵感，更为今后国奥在重庆今后的发展奠定良好的口碑基础。

回首国奥村在重庆近四年的发展历程，从项目规划之初到交付业主入住，在这之中的每个环节，每位国奥人，都将“以人为本”的理念作为所有工作的基础，

2012年9月30日至10月2日吗，适逢“国庆、中秋”“双节”，为感谢广大业主对项目的不懈支持，特将一场欢乐盛会予国奥业主呈现。此次业主活动为期三天，共有500余位业主亲临现场，欢乐共享。中秋当天，我们为业主准备了月饼DIY、数字油画DIY趣味游戏和精美礼品，让整个活动现场都充满了快乐的气氛，更给业主留下了一份难忘的珍贵回忆。

让每位业主都能深切体会到国奥所带来的人文关怀，进而转化为对项目以及项目的认可，国奥村二期的开盘全面热销更是充分印证了这一点。随着项目的逐步呈现和越来越多的业主选择国奥村，我们将会为业主带来更加全面、更加贴心的服务，与业主共启全新国奥生活。📍



民间奥运博物馆 落户北京国奥村

□ 文/ 米 粟 张 耀



2012年11月5日,民间奥运博物馆落户北京国奥村。朝阳区文化委书记李洋,北京奥运城市发展促进会副秘书长赵卫,国奥集团董事长、总裁张敬东等领导出席开馆仪式。

民间奥运博物馆作为奥运村博物馆联盟成员,是由北京市朝阳区奥运村街道、中国文物保护基金会奥运和世博遗产保护研究中心、中国博物馆协会民办博物馆专业委员会等多家单位联合发起成立的。民间奥运博物馆意在宣传奥林匹克文化、弘扬奥林匹克精神,让更多人了解、感受和分享奥运历史与辉煌的同时,也让那些给奥运会做出种种贡献的人们载入史册。同时,也承担了奥运村科教文化中心和奥运村国际人文研究基地等职责。

民间奥运博物馆藏品主要来源于民间。博物馆展出了两三千件奥运冠军签名物件、奖牌模型、北京奥组委各类批文以及已故国际奥委会原主席萨马兰奇先生给北京奥运会志愿者的亲笔题名、北京奥申委领导使用的光盘、名片等物品。

张总在仪式上表示,看到民间博物馆收集了这么多奥运物质遗产,并把它们归纳、整理、讲述其背后的故事,办的非常好,是在用奥运物质遗产传承和弘扬奥运文化和奥运精神。北京奥运会提出“同一个世界,同一个梦想”。北京国奥村,我们提出“同一个世界,同一个家”的美好愿景,奥运财富是举全国之力打造的,中国各个城市应该有享受和使用的权利。

国奥集团作为2008年北京奥运会国家体育馆和国奥村的承建者,将国奥村这个宝贵的物质遗产转化为代表北京的品牌,以“绿色、科技、人文”的住宅开发理念,成功推广到成都、重庆、厦门、银川、桂林、南昌等地。以先进的低碳、环保科技为手段,建设绿色宜居的住宅产品,将奥运精神、北京精神与各地城市区域文化相结合,打造具有民族文化和时代精神的新型城市,实现为消费者创造伟大的生活方式的国奥梦想,最终使一座城市的文化特色和城市精神流传于世。张总表示,国奥村应与民间奥运博物馆联合,以国奥村品牌与奥运物质遗产的强强联合,实现全国各地快速推广,将奥运文化、奥运精神一同发扬光大。📍



桂林国惠村项目 选房工作顺利完成

□ 文/ 国奥（桂林）公司 白莹

继2011年一期封顶及2012年4月样板展示区对外开放之后，2012年7月28日至8月12日，桂林国惠村项目面向6000名意向客户进行了公开选房。

桂林国惠村项目样板展示区对外开放以来，现场参观客户络绎不绝。建立在对国奥品牌、项目地段、建筑品质、户型设计及周边配套有更直观认知的基础上，客户们的解筹预期显著增强。为满足广大客户的购房诉求，经桂林国惠村项目组会议研究，决定采取抽签的方式进行选房。抽签选房活动全程电脑操作，公证员现场监督，真正保证了此次选房的公平、公正、公开。选房期间，项目现场销售团队日均接待客户近700组。客户按照预定时间到达选房现场后，选房工作便有条不紊地展开，整个选房活动组织紧张而

有序。部分客户虽未能选到意向户型，却仍对此次选房的公平、公正、公开表示认可。桂林国惠村项目选房工作能得到广大客户的认可与支持，是对项目建设团队莫大的鼓舞，更是项目后续建设的强大动力，国奥团队一定继续努力，为客户创造更高的价值。📍





乐在国奥

□ 文/ 成都国奥村物业公司 梁建春

汲取中式建筑精髓的成都国奥村，以现代风格的外立面结合中式建筑特有的坡屋顶、传统风格外墙，筑就出全新低密的建筑群落。前庭后院中天井的院落设计，塑造了“天人合一”的生活情境。叠拼别墅不仅有别墅的舒适度，还融入了花园洋房的趣味。

作为成都高标准“国宅级别墅社区”的物业服务企业，我们一直秉承“以人为本、快乐服务、追求卓越”的服务宗旨和全方位、全日制、全生命周期的“三全制”物业管理经营理念，汇聚卓越人才，打造优秀团队；坚持科学管理、优质服务，依托奥运平台树立国奥村“绿色、科技、人文”的品牌效应，展示形象、精细服务、完善机制、争做一流的物业服务管理企业。

在这里，我们的每一位员工都恪尽职守，为每一位业主提供最优质，最全面，最细致的服务。

每天清晨，我们的保洁姐妹就早早的来到会所进行每日必修的晨会。晨会上，员工们畅所欲言，把昨

日工作中的疑难说出来大家一起探讨解决，也把昨日工作的快乐说出来大家一起分享。在人们还处于睡意未曾完全消退的时候，成都国奥村的保洁员已经精神奕奕、干劲十足地开始了一天的工作。平日里业主来物业交物管费时，我们都会咨询业主有无意见或者建议，在保洁这方面就听见不少业主给予好评。正是有了她们的辛勤付出，我们的国奥村才得以每日一新，我们的国奥村物业保洁服务才能得到广大业主的认可。

说完成都国奥村的保洁团队，再说说我们的保安队伍。在我们成都国奥村物业，我们的每一位保安都可称之为帅哥靓女。之所以说帅、靓，是因为他们的帅与靓不仅仅体现在外表，更注重于内在。常言说得好：一个人的外在并不重要，重要的是内在。我们成都国奥村的男保安身高平均1.78米，女性1.65米，年龄平均24左右，是一支正值青春年华，热情洋溢的保安队伍。我们的每一位保安都深知小区保安工作的重

要性。无论是礼仪岗、巡逻岗、监控岗或其它岗位，大家都时时刻刻打起12分精神，为国奥村广大业主提供优质服务的同时，也为来国奥村看房的客户提供细致周到的服务。不管是炎炎夏日，还是瓢泼大雨，我们的保安员都坚守岗位，微笑服务。会所AB区大门那里车辆停放一直都是井然有序，这不仅有助于业主的良好素质，更在于我们保安的指挥有序。而且，那里24小时的轮流值岗还必须做到来有迎声，问有答声，走有送声，赢得了很多客户的赞许。

另外我们还有一支可爱的工程团队。他们每天除了要保障我国奥村的设施设备正常运转的同时，还要负责小区业主的装修施工问题的协调解决。目前，正值一期收房业主的集中装修期，装修管理和后期服务工作量大。他们就像是花丛中不停飞舞的蜜蜂，刚采完这边的蜜，马上就飞到另一处接着忙碌。有时，你可以一连几天在物业办公室看不到工程部的人，但是，在对讲机里你可以听见他们每个人忙碌的声音，因为他们的工作时间绝大部分都在小区里为国奥村的业主们服务。

一路走来，我们成都国奥村全体物业服务人员在工作中，有时也会因为工作上原则性问题与业主有些许矛盾，但是，我们耐心细致地与业主沟通解释直至最后业主们满意而归，一种油然而生的自豪与满足感顿时就充满内心。比如，有位业主来办理房屋装修事宜，我们的客服人员耐心细致的告知对方装修注意事项，有些装修禁止事项业主最初表示不理解，比如，屋顶加层。但是在工程人员循循善诱，动之以情，晓

之以理后，业主改变初衷，表示此举虽方便了个人，但确实影响整个小区的美观，就让装修公司变更了装修方案。在获得了业主理解的同时，我们也在该业主装修过程中协助解决了不少施工中遇到的问题。最后，该业主如期完成所有装修，现已圆满验收入住。我现在每次在园区中遇见这位业主都能见到他满面笑容，频频赞扬我们物业服务及时准确周到，用他的原话就是：“不怕有问题，就怕有问题物业不配合，不及时处理。你们在事前、事中、事后的执行力都相当到位，我们能按期完成装修入住真的是要感谢国奥村物业。以后我们的家让你们来管，我放心。”此外，还有几户业主如今的装修工程也已接近尾声，每次他们来物业服务中心询问装修事宜时，总是看到他们来时焦急万分，走时又因为问题得到了妥善解决而满面笑容，而且还频频致谢……诸如此类的事情实在是数不胜数。我们物业服务的工作就是每天不断重复着同样的服务流程，从出现问题业主的不理解，到圆满解决问题后业主的感谢。一路走来，我们成长了，而我们的成长又是和业主的批评、赞誉紧密联系着。

仿佛，我们刚刚在国奥村行走了一圈，一路走来充满了欢声笑语。作为物业管理服务行业，我们希望给每一位业主提供最优质的服务，我们成都国奥村物业也一直希望成为同行中的佼佼者，不断做强做大。当然，我们也深知，没有强大的个人，只有强大的团队，所以，我们成都国奥村物业团队紧紧团结在一起，大家不分彼此，紧密协作，为打造国奥村品牌贡献自己的一份力量。



重庆城市创模 国奥村树地产业榜样

——75万方国奥村成重庆创模环保居住社区典范

□ 文/ 重庆国奥市场部



“山更绿、水更清、天更蓝、夜更静、人更幸福……”

为给山城人民带来一个更加优美的生活居住环境，在创建国家环保模范城市的道路上，重庆市政府、重庆市环保局数年来从未停止脚步。而在与创模直接相关联的地产行业中，重庆国奥村成为重庆创模的先锋，全力打造创模环保居住社区典范，近期更获得重庆环保局直属网站——重庆环境网的特别关注，成为了其“创建环保模范城的专题年”的重点推荐项目。

承奥运之精髓，居住典范抒怀自然天地



秉承2008年中国奥运辉煌，将绿色、科技、人文“三大理念”融入住宅功能之中，重庆国奥村以75万方滨江健康人文新院落的崭新居住姿态展示着中国住宅的先进水平，改变人们于城市中一贯的传统生活方式，为重庆提供了一种全新的舒适居住空间与可持续的生活方式。

江北千亩原生态农场的精心保留，是让自然元素充分融入居住生活中。加上历经奥运盛会检验的绿色低碳科技，通过可再生能源的建筑应用、绿色建材、循环经济、建筑节能等生态建筑技术，更能在人与自然的和谐相处中建立起更为美好的生态家园，为居民提供全生命周期的健康保障服务。

多顶前沿科技，打造国内领先人居空间



历经奥运盛会检验的科技设置，数十项人性化科技的全面应用，为生活在重庆国奥村的居民带来更贴心的关怀。无梁楼盖技术全可变空间、热回收式空气源热泵系统、双层中空LOW-E镀膜玻璃、遮阳百叶、新风系统、生活热水循环管系统、垃圾分类及生物处理、多项科技及未来设施预留端口、ETS生态水处理系统、同层排水系统、太阳能灭蚊灯、带可视对讲智能化集成系统、电动车充电装置等数十项前沿人性科技集成，配合生态自然环境的居住优势，齐为居民的健康生活添上浓墨重彩的一笔。

原始生态交融现代科技，人文气质呈现



滔滔嘉陵延绵，千里农场开阔。创新的大尺度X轴线动景设计，顺自然之势将美景串联在生活每处角落。以高端前沿科技为时尚，以风光秀美为背景。谈笑聚比邻之融洽，感怀家庭之美满，安享生活和谐。众乐于如画风景，胸中积淀生活真谛内涵。

重庆国奥村，创新地产模式的先驱。在人文气质的升华中，让居住成为诗篇。



世界旅游城 为桂林插上 飞跃的翅膀

□ 文/ 国奥（桂林）公司 栗建忠

2012年1-8月，桂林市以旅游业为龙头的第三产业持续增长。全市接待旅游人数2157万人次，增长14.9%，其中，接待海外游客121.85万人次，增长17.5%，实现旅游总收入166.28亿元，增长27.3%。依托桂林深厚的旅游产业根基，桂林世界旅游城市建设正在如火如荼推进。

桂林凤凰体育运动休闲旅游区，作为桂林世界旅游城“七大板块”的核心组成部分，将在桂林世界旅游城的起势过程中起着城市门户性作用。2012年9月22日，在“第九届中国—东盟博览会”上，国奥集团正式与桂林市政府签订《桂林凤凰体育运动休闲旅游区合作协议》，从而，确立了国奥集团在桂林世界旅游城建设的先导地位。

桂林世界旅游城，从概念缘起到规划落地历时两年。2011年8月，高起点、高标准、高水平的《桂林世界旅游城概念规划》终顺利通过审议，“一点、三星、三区”的功能组团格局正式确立，桂林世界旅游城高速发展的序幕由此拉开。

桂林世界旅游城的规划理念

桂林世界旅游城规划，突出旅游、生态、创新、低碳“四大理念”，与国奥绿色、科技、人文“三大理念”有着极强的复合度与融合性。桂林世界旅游城的开发建设，将以“大旅游”为统领，以“新产业”和“大物流”为支撑，形成新城发展的动力体系，通过打造功能完善的综合性旅游新城区，集聚古今中外旅游元素之大成，建成为融吃、住、行、游、购、娱、文、史、展、养、学、研等于一体的世界级旅游产业集群区，推动桂林成长为更高级别的国际旅游目的地和游客集散地。

桂林世界旅游城的规划范围

作为桂林国家旅游综合改革试验区的重要载体和基地，国家级大手笔规划的桂林世界旅游城控制范围约200平方公里，由城镇组团和旅游区两类用地构成，划分为“一点、三星、三区”七大功能区。

城镇组团：桂林世界旅游城中心区、两江空港物流及高科技产业组团、苏桥高端装备制造产业组团、五通高新技术产业组团等5个组团，规划用地120平方公里。规划人口及用地规模划分如表1所示：

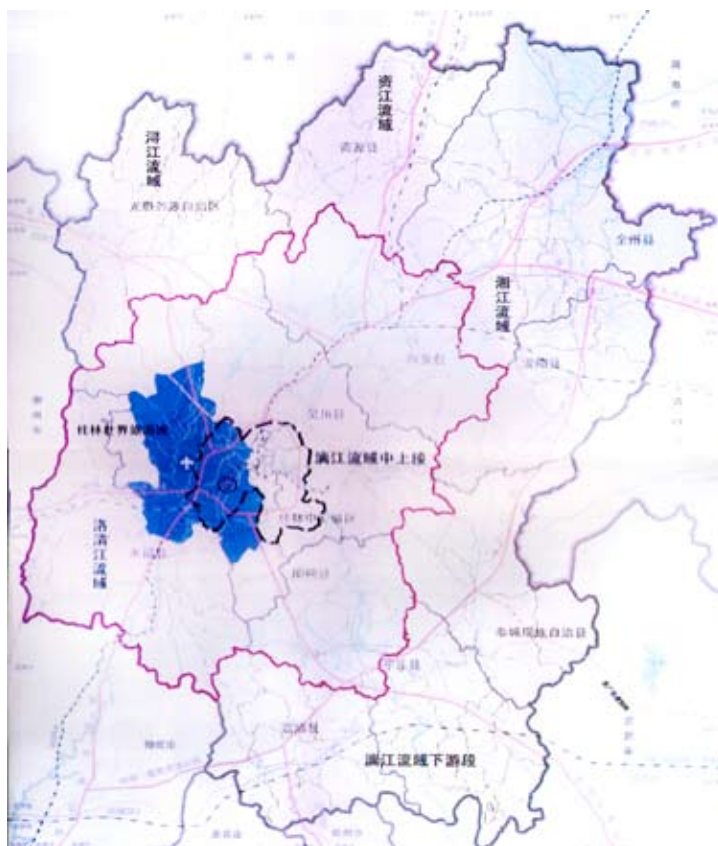
表1 桂林世界旅游城规划城镇组团规模一览

组团	规划人口规模(万人)	规划用地规模(平方公里)
临桂组团	50	56
四塘组团	12	12
五通组团	7	10
两江组团	11	14
苏桥组团	20	28
合计	100	120

旅游区：凤凰体育运动休闲旅游区、会仙湿地生态旅游区、万福休闲度假旅游区3个旅游区，规划用地80平方公里。规划旅游接待能力及用地规模划分如表2所示：

表2 桂林世界旅城规划旅游区发展规模一览表

旅游区	规划旅游接待能力(万人/天)	规划用地规模(平方公里)
凤凰体育运动休闲旅游区	0.8-1	42
会仙湿地生态旅游区	0.3	28
万福休闲度假旅游区	1.5-0.8	10
合计	1.6-2.1	80



桂林世界旅游城的发展时间线路

第一个五年：桂林世界旅游城建设初见成效。桂林世界旅游中心区形象彰显，三大旅游功能区建设初具规模，三个产业组团产业支撑平台基本构建完成。

第二个五年：桂林世界旅游城基本建成。2020年，初步建成桂林世界旅游城主城区和凤凰、会仙、万福三大旅游功能区，两江空港物流及高科技产业组团、苏桥高端装备制造产业组团、五通高新技术产业组团的各产业功能全部完善。

2030年：桂林世界旅游城，形成完整的“一点、三星、三区”功能组团格局，领航新桂林城市发展实现全面跨越。

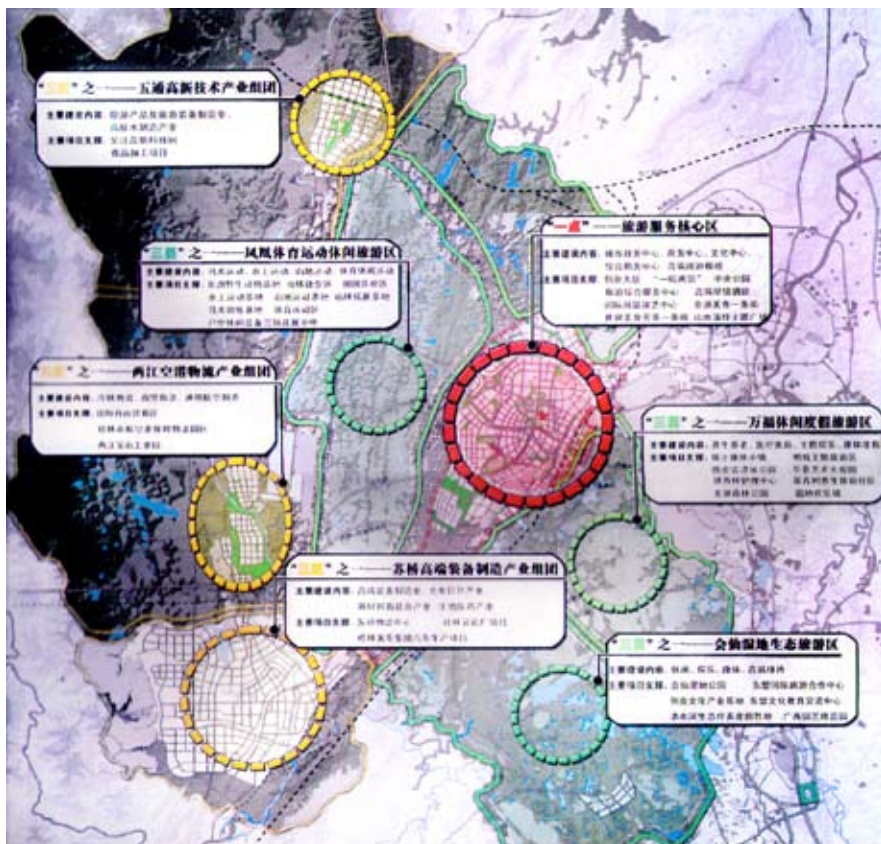
桂林世界旅游城的开发建设情况

2010年开始，桂林世界旅游城实施了一大批文化、旅游、产业以及市政道路等重大基础设施项目，并取得显著成效。截至2012年上半年，桂林世界旅游城累计完成固定资产投资87.53亿元。

2012年，桂林世界旅游城的开发建设继续保持蓬勃发展势头，计划建设项目128项，总投资349.68亿元，年度投资工作目标45亿元。当前，桂林世界旅游城中心区项目建设态势良好，24条道路相继开工建设，临桂大道等5条道路已经竣工，“五纵三横三环”路网基本成型，新的功能区块逐渐呈现。标志性建筑创业大厦已在进行外玻幕墙吊装及内部装修工作，“一院两馆”（桂林大剧院、桂林博物馆、桂林图书馆）主楼已封顶；“旅游景观”水系初具规模；中央公园正在进行园林水系一期周边绿化的施工及山体复绿施工；金融大厦、交通指挥中心、环保大厦进入基础施工；桂林日报社传媒中心、建设大厦、投资发展大厦等项目初具形象。

桂林世界旅游城战略的确立，是桂林城市经济发展的一座里程碑。依托桂林国家旅游综合改革试验区和国家服务业综合改革试点区域的国家级“双改”政策，崛起的桂林世界旅游城正助力桂林经济实现新的飞跃。

《桂林凤凰体育运动休闲旅游区合作协议》的成功签署，是国奥集团深耕桂林两年多来的一项重要成果。2012年，桂林国奥城、桂林国惠村、桂林凤凰体育运动休闲旅游区项目这“三驾马车”，将全面开启国奥集团在桂林城市运营的新篇章。



【走进达州】

成都国奥村区域营销活动达州行

□ 文/ 成都国奥公司 刘 杰

为贯彻“走出去，迎进来”的渠道营销策略，为大力进行品牌宣传推广，让更多的人了解“绿色、科技、人文”的奥运理念，让更多的人向往节能减排、低碳环保的可持续发展的生活方式，结合下半年营销推广计划，继今年4月份凉山、甘孜、阿坝三州行销工作开展之后，成都公司在9月份实施了“走进达州”达州区域营销活动。本次活动，以期通过对达州区域的客户，进行一系列的项目宣传工作，并且邀约客户来到项目现场，让客户真正深入透彻的了解国奥集团，了解成都国奥村和国韵村，从而实现成功蓄客

及销售的目的。

9月16日，成都国奥村项目抵达达州，正式启动了在达州的一系列营销宣传活动。秋意渐浓的达州透着阵阵寒意，项目工作人员来不及休息，立刻投入了紧张的工作中，在各个人流聚集区域进行了布点，组织带领行销人员进行现场派单，解答客户咨询，收集客户资料，进行集中推介会的邀约工作，并且每一天对登记电话的客户进行电话回访，积极做好分析录入处理工作。七天的行销，累计登记客户电话2000余组，高意向客户200余组。



9月23日，成都国奥村在达州某酒店组织了国奥村达州行的专场推介会。到会客户50余组。推介会上，项目工作人员通过项目宣传PPT对应约而来的意向客户进行了详尽的项目介绍，并且一对一的对客户提出的问题进行了解答，让客户进一步的了解到国奥品牌和项目情况。在工作人员持续不断的努力下，有36个高诚意度客户愿意到成都国奥村项目现场进行进一步咨询了解。



国庆期间，在项目组的细致安排下，36个达州意向客户到达了成都国奥村现场，在现场置业顾问的引导及介绍下，意向客户加深了对国奥品牌文化以及项目情况的了解。接下来，工作人员带领客户们参观了营销中心，国奥会馆以及项目现场。客户们普遍表现出了对于项目品质及生活方式的高度认同，有多组客户在现场即缴纳了诚意金，其余十多组客户也表现出对于项目的浓厚兴趣。短暂的到访结束后，踏上归途的达州客户朋友们意犹未尽，有多组客户表示将在合适的时间再次到访成都国奥村，对项目进行更进一步的了解和沟通。10月13日，达州后续8组客户也如约来到了成都国奥村现场。

回顾本次达州专场活动，在成都国奥村领导的组织实施以及工作人员的不懈努力下，取得了较好的营销成绩。达州区域只是成都国奥村今年下半年区域行销的第一站，接下来，成都国奥村还将继续开展省内其他区域乃至省外的行销活动。希望通过更加深入，广泛的开展区域行销，能让更多的客户了解国奥品牌，了解成都国奥村项目，为项目蓄客及销售带来更好的成果。📍



第二部分：三大议题 分组讨论

□ 文/ 国奥（桂林）公司 栗建忠

议题三，“打造宜居桂林”——人文与自然的和谐相处

参与者——

中国城市规划设计研究院总规划师 高 潮

东软集团高级副总裁 卢朝霞

国家技术交易中心主任 季小兵

国开金融有限责任公司战略发展部总经理 于 江

国奥公司总工程师 徐亚柯

主持人：首先，我想问一下高总。高总作为总规划师，我知道您接触过很多的城市规划项目，那您跟我们谈一下我们这个城市规划怎么体现人文关怀，怎么样体验以人为本的概念？

中国城市规划设计研究院 总规划师高潮：

感谢主持人、感谢我们桂林市政府和国奥城给我这样一个学习机会。

今天，我从文化与城市发展的角



度理解以人为本。文化是城市发展的表层问题，其深层问题是文明。进入新世纪以来，世界的一个重要课题是文明的冲突与对话。中国古代在历史上一度是经济、科技大国，靠的是中华文明的创造力，而桂林是中华文明的发祥地之一，有完整的历史居住形态和丰富和文化背景，我们所处在的历史是一个文明复兴的历史。我国在城市建设和规划方面也领先于世界其它国家，苏州园林最能体现中国城市规划的先进性。桂林山水融合的特色城市建设不仅仅是城市建设和发展的问题，更应该将她的建设提升到整个发展中国家标准的高度，做出领先世界的规划，从文化城市化、绿色城市化的层面体现以人为本。

主持人：作为金融企业家，请您来谈一谈我们在打造宜居城市，尤其是对桂林来说，需要注意些什么？

国开金融有限责任公司战略发展部总经理于江：

我们国开金融作为国奥公司的战略合作伙伴被邀请来参加这个国奥高峰论坛会，国开金融公司成立于2009年，是受国务院特批成立的、国开行全资子公司，专业从事投资业



务，注册资本是350多亿元，也是国内唯一一家具有人民币投资牌照的金融机构。我们的具体业务包括4块，城市开发、海外投资、产业投资、以及我们的基金业务。跟今天关系比较紧密的就是我们的城市开发业务。那么，接下来就城市开发简单介绍一下。我们宜居城市的开发理念主要有三块，一块是绿色，一块是人文，另外就是创意。这是我们对开发中国未来城市的一个理念。那么，绿色肯定就是节能了，这也是我们宜居城市的一个基础，有好的环境和气候，才能让我们人类更好的生存。那么，人文就是借助我们优势的当地人文特色，桂林拥有非常好的当地历史资源、文化背景。结合它能够打造出一张很好的城市名片。那么最后一个是创意，这个创意的实现需要我们来结合各种高科技来实现，我们目前在城市建设的业务中，也不断跟像国奥公司、像思科公司这样一些公司来共同打造科技的创意，实现未来城市的理想。我也知道桂林正在

做十二五战略规划，打造临桂，再造一个新桂林的这样一个宏伟目标。这个理想的理念跟我们国开金融在各城市的开发业务是不谋而合的。我们国开金融也非常希望加入到桂林的城市化建设中来，共同打造一个新的桂林。

主持人：于总刚才从绿色、人文等各个方面阐述了打造宜居城市的一些方式和方法。说道这个宜居城市，绿色的概念是非常重要的，那么，说到绿色的概念我特别想请教一下我身边的卢总。卢总，我知道东软集团跟我们国奥公司有一个非常好的合作。在重庆国奥村的建设当中，第一次引入了远程健康管理的方式，为这个绿色住宅加入了很多人文的关怀。我特别想知道的是，在我们桂林国奥城的这个项目当中，我们这种合作是不是会有进一步的发展？刚才我看到我们短片中也有提到的有一个叫健康养生的这么一个概念，您给我们介绍一下。

东软集团高级副总裁 卢朝霞：

首先感谢主持人，感谢会议主办方，给我这样一个机会参加这次高峰论坛，确实学到了很多。我们前面各个领导、各个专家的演讲和报告当中，了解了很多的这样的知识。作为中国最大的软件公司东软集团，我们和国奥是一个战略合作伙伴关系，为什么一个软件集团和一个地产商成为战略合作伙伴关系呢？还是要从国奥本身的理念和东软的战略发展这地方简单



说起。因为国奥的张总经常说，“三生合一”、“三国演义”。三生合一我说三生有幸，哪三生呢？生态、生活、生产。三生有幸福，三生有幸。三国，国学、国医、国宅，“三国演义”。他是想打造基于科技、基于人文、基于宜居的这样一个健康居住，而东软我们作为是未来十年、二十年的一个目标，我们要做健康管理服务。

为什么东软要做健康管理服务业务呢？这是根据整个市场的这样一个需要而定的。中国有14亿人口，其中我们目前的糖尿病的患者达到了1个亿，我们的高血压的患者已经达到了2个亿，慢性病人是3个亿，中国是未富先老，跑步进入到了老龄化社会，那我们现在是有1.7亿的人是60岁的老人，有1.2亿的人是属于65岁以上的老人，在整个的421中国家庭结构方面，仅靠机构养老，仅靠社区养老，现在肯定是不行的。因为有一个统计，说一个家庭一对夫妻最多一共养过12个老人，那负担是太重了，压力太大了。所以，我们就在想，能不能用科技的手段，在健康管理，让大家少得病、不得病、得了病以后不发展、还有一个用科技来帮助健康养老。

那我们这个概念、这个思路，实际上它可以在健康城市、健康企业、家庭里面（也就是健康居住）来实现。所以，正好是和国奥的“三国演义”、“三生合一”，它的理念和我们健康管理理念两者一拍即合。所以，我们就成立了这样一个合资公司，建立了战略合作伙伴关系。首先，在重庆国奥村开始第一个全国的健康居住的这样一个项目，在重庆国奥村来打造。我们这个项目实际上叫熙康，康熙倒过来，康熙那个熙，是和谐、是快乐、是康健之道。所以，我们要打造健康之城、健康居住。我们重庆国奥村具体的概念是在每一个家庭，当它这个房子卖出去的时候，我们不是卖一个房子，是卖一个健康服务。在家里面

有熙康，放到家里面的话，全家人可以享受到健康指标的监测。后台是与当地最好的医院做的一个健康管理服务，而且是我们集成了健康云平台、健康的知识库，通过它的数据采集到健康数据库，然后判断它是正常还是有异常。如有异常的话马上电话打过去call center，或者是请他来我们可以提供上门这样一个服务。这是健康的云平台，健康的加1，再加上它户外的一种健康设计，比如说在重庆国奥村，它里面连步道都特别设计。年轻人可以爬楼梯，孕妇有孕妇道。所以，通过运动的科技锻炼，通过终端可以对你的卡路里、你的心率做一个监测。回到健康平台，它有一个科学的指导，这就解决了过去历史上对慢病管理、对健康管理的两大难题。一个是没有办法监测，一个是没有办法干预。没有办法监测就没有办法实施科学的建议。所以，这个项目已经是在国奥村的一期当中得到了很好的替换。

那么说到桂林，桂林的国奥，它叫国奥城，是一个城市的概念。这城市的概念我们会把重庆国奥的一个健康的概念推过来以后，我们会把养老的概念带进来。这个养老的科技更多，我们现在已经研究了很多生物科技和养老之间的关系。比如，他在房间里面的运动、他的呼吸，都可以通过深度的传感器放到云平台，就是说我们养老地产、科技养老地产在这里得以体现。旅游地产、康复中心、培训中心、营养膳食指导中心，我们叫四位一体的体验中心，也会在桂林的国奥城有一个很好的推广。通过科技、智慧，来融入到这个地产当中，打造桂林的一个新的城市地标，一个新的城市的名片，我们叫它智慧国奥，桂林智慧的国奥城，桂林智慧加上健康的国奥城。拿这样一个新的名片、新的地标，和我们桂林的历史、文化这样一个名城，山水秀美的旅游之城相匹配。那么，这一次到桂林有新的感受，已经是第三次来，第二次是07年

的时候。桂林不仅仅是一个山水、文化、历史名城，它也是一个创新的名城。我还记得我们07年召开用户大会的时候，我们的董事长还讲了一个小的故事。他那天到了以后他就租了个自行车，出去骑车一走就走了很远。看到一个村庄，这个村庄的墙上写着几个字“卖彩电换牛”，这是一个创新啊，也是一个商业模式创新。

全球网友评选桂林市中国最文化的城市。所以，

是最创新的城市，最宜居的城市，也是最有文化的城市。无论是文化城市、宜居城市，都离不开科学技术，离不开现代化的信息技术。所以，我们东软下一步也想和国奥一起，在桂林，我们通过合作，可以把我们的技术、我们的人才、我们的创意，为桂林整个的经济社会的发展、宜居城市的发展来多做贡献，使桂林成为智慧之城、健康幸福之城。

主持人：请您从能源方面谈谈城市可持续发展与宜居城市打造的必要性。

国家技术交易中心主任 季小兵：

文化创意与城市可持续发展的最终目的是建造宜居城市。桂林好山好水，悠久的历史文化沉淀，加上国奥公司带来的奥运文化、绿色文化的新技术。用这些经验和理念来建设国奥城，这就是我认为的创造宜居城市的新样板。



主持人：国奥集团是首届国际太阳能十项全能大赛组委会的成员，这个大赛的推进是为了在全球推广可持续发展概念。把国际性的大赛带到桂林，促进桂林的持续发展，可能实现吗？

国奥公司总工程师徐亚柯：

绝对有可能。

这个国际太阳能大赛是由欧美国家在十年前发起的，已经进行五届，都是在欧美地区的国家举行。比赛方式是征集全球的高效的太阳能建设设



计方案，在70-100平米的小房子里展示最先进的可再生能源技术，旨在推动可再生能源技术的全球化。

桂林特别适合举办这样的赛事。第一，桂林自然条件非常适合进行可再生能源大赛的展示。第二，就城市发展来说，桂林非常需要具有国际影响力的重大

事件来推动城市的建设和发展。临桂新区的建设对桂林有着和北京举办奥运、上海举办世博一样的作用和意义。📍

全文完

★ 首届国奥五环商业 地产精英沙龙精彩落幕 ★

【第二部分】

□ 文/ 国奥五环经营部

五环公司参会人员心得体会：



（一）赵妍的心得体会

国奥五环是在2008年奥运会后为实现国家体育馆后期运营而成立的一个经营管理公司。我们在摸索、探寻、总结大型活动的运作模式的基础上，根据国奥公司的发展战略，为维护、提升“国奥村”品牌，逐步转向到北京国奥村社区商业的各项工作中来。回顾近三年来我参与的国奥公司各项目的社区配套商业的相关工作，以及本次参加的由我们自己组织的社区商业高管联谊沙龙活动，个人感受颇多，仅提以下两点：

一、前期规划对商业配套的使用功效的影响

“由后队变前队”，这是2011年公司领导对我们工作的第一要求。看似简单的几个字，但做起来真的很难。

最早在成都国奥村、重庆国奥村项目进行前期规划的时候，项目公司、设计单位都很尊重我们的建议，因为这时我们代表的是专业的水平，这就要求我们必须做好充足的功课。为此，我们到项目进行市调、了解当地消费习惯、分析购房者的生活需求等，拟定业态规划和工程条件，同时还要考虑招商的可实施性，兼顾后期经营收益等。

对于住宅，我们可以站在顾客的角度或业主的角度去考虑问题，房间可以设计得很好；但对于商业，不管是多么小规模在社区配套商业项目，我们必须站在顾客的角度来考虑这个问题，需要在各个阶段，在建设这条线、运营这条线紧密地配合来思考。有时我们拟定的方案刚刚定了，但过一段时间又不得不改，这实在是没有办法，因为商业的客户是不固定的，有时在谈的过程中，好不容易确定下来了，但之后又因为种种原因客户掉铺了，这时就需要换一个业态，换一个商家。那么假设原来这个商家可以承受2000平米的面积，现在对不起掉铺了，换成一个500平米、一个1500平米的，那就得重新切割、重新划分、重新规划工程条件，所以这就是商业比较难的地方。在此，我非常感谢项目公司、设计单位能够理解我们的工作，不厌其烦地与我们讨论，同时也给予我很多有价值的建议和意见，让我从一个不懂得商业规划设计的人，了解并掌握了包括商业配套的整体定位、未来

业态与使用用途、布局与公用设施的统筹规划、物业条件（水、电、气、通道、仓储、消防、环保等）等各项细节工作。在各项目的前期对接工作中，自己逐渐地从后队走到了前队。

二、明确我们的目标——品质住宅、品质生活

北京国奥村首批业主入住时，我们的社区商业配套仅有一些简餐、洗衣、银行、家具业态。因项目所属商圈还处于市场培育期，知名品牌商户鉴于人气及物业条件不佳而不愿进驻。对于早期入住的业主，给他们的日常生活带来极为不便，基本的消费需求也不得不跑到亚运村去解决。为此，我们重新规划业态，以生活配套为主，满足业主的基本需求，以缓解最初生活配套不健全的状况。在商家选择上，我们重点考虑能长期存活、又具备较强盈利能力和聚客能力的商户，来带动国奥村商业的氛围营造；在招商定位上，始终与“国奥村”品牌相适应，保持中高端定位，选择部分中高档品牌及部分本土知名品牌；在招商执行中，更偏重商家的市场性，注意商家的实地考察，根据商家提交的经营方案做出经营分析；对于部分商家，我们会结合项目独有的“奥运”特色，比如说在与眉州东坡酒楼洽商时，我们对于他们的外立面、内部装饰、地面、背景墙装修等方面都给予了一些意见和建议，在我们共同的努力下，打造了一个焕然一新的眉州酒楼。随后，我们这个社区商业与鸟巢、水立方形成了有效的呼应，将有奥运情结的政府官员、游客、周边的消费者慢慢地聚集过来，在优质商户的聚集效应下，逐步形成了业态丰满、氛围浓郁的商业环境，让我们的业主足不出社区即可享受到商业配套服务，如餐饮、教育、金融、美容美发、休闲娱乐等等。“买房子更是买生活”。让我们的业主在小区内体验到商业便利和人文关怀。

我们虽然是一支年轻的队伍，社区商业从零开始起步。但在经历了这三年的摸爬滚打中，我们不断地总结经验教训，慢慢地成长了起来，渐渐地有了明确的打造目标，在实践中有了越来越具可操作性的具体方案，这个过程充满了挫折和收获。无论我们遇到多大的困难，只要不消极等待，而是主动寻找解决问题的方法，就永远不会迷路！要知道，人生的路上是没有地图的！

住宅的价值，不仅仅体现在对房产硬件的营造上，围绕居住所进行的各项服务，更是住宅价值的重要构成。我们需要考虑项目建筑风格、景观特色、当地文化底蕴、居民的消费理念及周边商业的比对，寻找到合适我们国奥社区商业的“特色”。



（二）田辛的心得体会

一、规模问题

从对众多社区商业发展情况研究来看，社区商业规模的面积规划大小是主要问题。但社区商业面积开发离不开市场供需这个规律。商业面积开发是供应，而商业面积经营使用是需求。社区人群有限的消费力对商业发展的支持也有限，导致商业对面积使用的需求有限。所以不加控制地盲目追求规模效应，导致商业面积过剩而长时间难以消化，或未能正确的预估到市场需求的能量导致商业面积过小无法维持市场需求，均是在前期规模控制上需要对周边各项指标做好调研工作。

二、布局问题

社区商业开发有一些特殊的专业性的要求。其中之一是在商业规划布局时，对商业经营开放性的尊重不够，没有处理好商业与住宅“动与静”的关系。由于开发前期对社区商业特点及业态经营需求研究不到位，建完后的商业常常不能充分满足商家的使用功能，同时也造成了商家的

经营与居民日常生活之间的矛盾，对经营者和消费者都产生了不利的影响。另外，社区商业在规划布局上应充分考虑到未来社区商业业态的定位及发展方向。

三、建筑结构问题

其社区商业结构问题主要是剪力墙落地。这个问题直接影响大部分商业业态的使用。由于社区商业多为住宅底商形式，底层在结构上往往与上层的住宅结构相同。但商业使用对建筑结构的要求一般是格局方正规整，层高、面宽和进深也有不同要求。因为忽视了这点而造成招商困难的社区不在少数。

四、租金瓶颈

制约社区商业发展的瓶颈还有租金问题。投资者希望尽早收回投资，所以租金定价普遍偏高，加大了经营压力，不利于商家进驻经营。对新商业而言，市场培养期阶段应以低租金策略保障经营者利益，吸引经营者进驻。

即便有些产权在开发商手里，也同样由于开发商的期望值过高，定出超乎承租人预算的租金，也会造成社区商业建完后招不到商的情况。

（三）王为的心得体会

一、引进品牌主力店的目的是什么

品牌主力店商户的租金基本是按照市场行情给出的，租金水平低且租赁时间长，包含的项目也多。但随着市场的变化、物价的上涨，同区域的租金水平也会相应的提高，但这种情况下主力店的租金水平仍保持在很低的水平上，这就势必造成我们要承担增长的各项相应费用，无形中减少甚至造成我们利润的亏损。这就要我们比较纠结的，思考我们想要的是什么，是主力店的品牌效应？还是我们的利润最大化？我们可否将这些增加的成本转嫁给其他商户，这是我们要深入思考的一个问题。

二、谈判技巧的运用

谈判技巧，在面对主力店招商洽谈时，可使用一些谈判技巧，例如，借用同等档次业态知名度较高的品牌商户来对我们正在洽谈的商户施加一些压力，如果对方不进驻我们的项目，那他的竞争对手就将进驻等等，这只是其中一个技巧，在日后与商户谈判时应该加强我们的谈判能力，不要一味的被商户压制。

三、不同的社区商业的品牌配比问题

不同档次社区配套商业的商业品牌类别要进行区分，在保障房社区或者现阶段区域商业环境不太好的社区，我们选择商业品牌时就要适度选择品牌商户，要了解我们面对核心人群的需求，寻找到适合此类人群的社区商户，在满足小区商业的生活需求和相应的服务条件下，允许当地或一些小品牌商户的加入。



（四）范韬的心得体会

一、关于商业团队前期介入的体会

通过与华联的杨总交流，我得知华联在购地或项目启动的时候商业团队就已经介入，在设计、规划、施工等一系列环节，都要听取商业运营团队的建议，所以建成的产品基本符合日后商业运营的要求。目前，我公司商业团队介入项目的时间远没有华联早，基本上属于别人设计成什么样的，我们就用什么样的。这样的话，就会造成商业项目的体量、结构、机电配比与日后的商业运营不能配套，给招商和运营造成一定的困难。我觉得主要原因还是设计人员对现阶段商业项目的布局、需求以及日后的经营不了解。因此，我认为在今后的项目中，商业团队应向其它企业学习，尽早进行介入，从源头解决设计与实际使用不配比的问题。



二、关于资金池的思考

通过与华联的杨总、国泰百货的陈总交流，我了解到目前的购物中心和百货店与商户的结账期为60天，也就是说有60天的营业额是甲方可以支配的。以华联为例，60天账期的资金拟以3亿元计算，北京地区共有16家华联购物中心，它的账期内资金为3亿元*16家购物中心=48亿元，而这48亿元资金在账期内是可以合理支配的。我觉得咱们公司的商业项目除了稳定的租金收益外，应该加强资金池的作用，给公司提供充足的现金流。如何通过合理的设计，扩充我公司的资金池、现金流，以下是我的一些想法：

- 1、严格控制履约保证金的缴纳，每个商户最少缴纳合同期内最高月房租三倍的保证金；
- 2、将履约保证金进行合理的投资，比如进行基金定投，至少可以获得每年5-8%的收益；
- 3、多采用流水倒扣形式的租金收缴方式。

优点：能为我公司提供大量的资金；亦能降低招商难度

改造：采用统一收银系统

难点：目前我公司经营范围不包括统一收银的营业范围，可以成立专门的商业公司，在营业范围内加入相关的营业范围。另外，统一收银系统虽然价格较贵，但一旦投入，将给我公司带来大量现金流，其中利弊还需要领导决策。

- 4、可以通过提前收取房租的方式提高现金流

现在我公司商户一般采取押三付三的方式支付房租。可以在今后的商户中，采取新的付款方式，比如：提前一个月支付下三个月房租。这样，我们可以攫取商户一个月的房租作为我方资金池的资金。

（五）叔展的心得体会

交流问题：昌平国惠村项目商户选择

交流人：恒嘉视野方总

交流心得：可以考虑公司自营个别业态，比如便利店、超市等方便居民购物的。一方面可以让别的商户有信心在这个地方开下去，看到你们在他们也不会跑；另一方面可以解决在入住业主没有达到规模前商户不愿进驻的局面。



（六）苏盼盼的心得体会

通过此次交流，首先了解到了商业的前置是在前期规划设计及招商至合同签订过程中，将后期运营中的一些问题提前表露出来，以便后期运营中出现不可预见的问题。其次是我们的社区商业可以放在网站上进行宣传及互动，互动人群有社区业主、外来消费者、商户、物业公司，整体网站架构用社区完成，突出网络生活感觉和体验，形成一个网上商业论坛。📺

（全文完）



重庆两江新区核心, 25万方滨江健康人文新院落

全國五洲大藥房發行

无源线是线路、同层排水、空调系
统变空间、设备房、设备房配置、
空调系统、空调系统、空调系统

1216 电话机原理与维修。该电话机为空气电话机, 其结构如图 12-1-1 所示。该电话机由送话机、受话机、气路、线路、控制电路等组成。其主要部件有: 送话机、受话机、气路、线路、控制电路等。

國內家卡爾施健康管理服務中心、國內領先的相互健康保險品牌教育系統、產品組合系統

[illegible]

● 价值达25元健康管理系统

 热回收式空气源热泵

套内约140-220m²创新坡地宅院/叠院
套内约145-173m²纯一梯一户板式空中院墅
套内约121m²滨江小高层全面热销中

／ 准现房呈现 ／



心动成都

国奥村，中国唯一两次荣登全球盛会的住宅社区现落户成都

图例村、搬迁安置点及安置区村庄分布图

北京城市發展萬眾，傳承與創新“傳統、科技、人文”的東道主。

漢代成書以經、人、地、物、事、類為綱。

客户城市网络信息资源目录——暨中国城市

150m²—255m²联排院墅、叠拼院墅

[illegible]

主 要 成 分

1999年12月10日，上海浦东区法院。

任 大寺享祝部

本公司經營各項業務，服務週到，信譽昭著，歡迎各界人士垂詢。

Abstract: The purpose of this study was to determine the effect of a 12-week, low-intensity, low-impact, and low-impact aerobically fit individuals. The study was conducted in a laboratory setting. The subjects were 12 females, aged 20-30, who were randomly assigned to two groups: a control group and an experimental group. The control group performed a 12-week, low-intensity, low-impact, and low-impact aerobically fit individuals. The experimental group performed a 12-week, low-intensity, low-impact, and low-impact aerobically fit individuals. The results of the study showed that the experimental group had a significantly higher heart rate and oxygen consumption than the control group. The results also showed that the experimental group had a significantly higher energy expenditure than the control group. The results of the study suggest that a 12-week, low-intensity, low-impact, and low-impact aerobically fit individuals can improve cardiovascular fitness and energy expenditure.

《

[illegible]

是**藝術** 環境藝術

来源：中国新闻网

1. *Journal of the American Medical Association*, 1997; 278: 1039-1044.

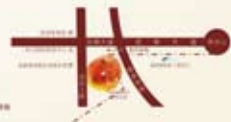
15

编辑：张明，校对：张明，校对：张明，校对：张明。

46 第四单元 几何图形

人海出版社。重慶分館。出版部。

(continued)



城市, 让生活更美好



国奥集团
Guoao Group

北京市朝阳区林萃东路1号院

Courtyard 1A, Lincui East Road, Chaoyang District, Beijing

Tel: +86-10 8437 3333 Fax: +86-10 8437 0552

www.guoao.com.cn