

我的家

MY HOME

引领居家生活新时尚

My home

特色
厨房

2004

海门八号·瑞纳康都专辑



ISBN 7-5436-3120-2



ISBN 7-5436-3120-2

定价: 20.00元

王小骥 郭公芳

家是爱的港湾
感受格调生活

设计我家
家居设计
精品展示

设计主张

北京逸飞
视觉中心

装饰美家

改变单调
长方形花园
印象

2004

特色
厨房



打造家居经典品牌

www.bztzs.com



创新出精品

诚信铸品牌

拜占庭装饰
BYZANTIUM DECORATION

BYZANTIUM

友情提示：青岛拜占庭装饰设计有限公司在青岛
只设总部，别无任何分支机构或分公
司，请注意识别，谨防假冒。
[青岛总部] 东海中路2号环海大厦6层
[电话] 0532-5063836 5063936
[传真] 0532-5063316
[济南公司] 泺源大街22号中银大厦23层
[电话] 0531-6569266 6569366
[传真] 0531-6569166
[烟台公司] 南大街9号金都大厦10层
[电话] 0535-6603655 6603656
[传真] 0535-6603650
[威海公司] 青岛北路2号中信大厦1408室
[电话] 0631-5331810 5331820
[传真] 0631-5331890



刊首语

从启程到如今，时间用“流逝”这个词体现着每一天，体现着我们的工
作、我们的辛劳。每一期《我的家》都凝聚着我们的欣喜、我们的热情。它
是一颗我们精心培育，然后满怀期待获得的果实。

第3期《我的家》，内容充满了精彩，而过程充满了惊心动魄。

去北京，肩负着异常艰巨的任务：要在短短的几天之内，完成7个人物
专访，而这7位采访对象都是在各自领域里的出色人物，接受采访的时间不
确定，居住的地方分散……于是，我们就像打仗，刚到北京就开始了紧张的
通联工作：落实采访时间、地点，同时交叉进行其他工作。

青岛的气候还是微凉，而北京已是赤日炎炎。猝不及防的我们无暇顾及
那灼人的骄阳，汗流浃背地奔走在北京城的某座大厦、某个设计工作室。直
到最后一天，对最后一位采访对象的采访和拍摄工作结束后，距离回程车票
上的时间只剩1个小时。

很辛苦，但是心里感觉很幸福、很充实。能够做自己喜欢的事情，能够
将事情做得完满，还有什么比这个更能满足我们的成就感？



本期的“海门八号·瑞纳康都专辑”将一种崭新的现代居住理念“Condo”
呈现在读者面前。它融居住、度假、休闲运动、商务为一体，带给居住者更
多便利与快乐，使居住变得更加人性化。它将颠覆现有的传统的居住观念，
为都市的中产阶层提供一种全新的生活方式。

本期的重磅人物是华侨地产总经理陈伯阳先生。作为岛城房地产界的
哲学家，陈伯阳以“厚道”、“厚重”的企业文化理念为主导思想，率领着
他的精英团队，创造出又一个又一个的精品工程。现在，又以“海门八号·瑞
纳康都”这个项目，引领岛城房地产新的发展方向，为城市的发展做出贡献。

本期“名人的家”，采访了央视主持人王小骞和歌手郭公芳，两位漂亮的
明星，不同的装修理念，让我们在解读她们居家风格的同时，更能感受到她
们对“家”的理解。

当然，“设计我家”和“装饰美家”栏目依然是把最时尚、最新潮、最
精彩的家装实例展示给您。



好了，当您看到《我的家》第3期的时候，青岛的夏天已经来到了。这是
一个美丽的季节，蓝天、白云、碧海、绿树……生活在其中的人们，尽情享
受着大自然赋予的丰富内容。如果在您的快乐中有《我的家》带去的一份，
那将是我们最大的心愿。

为此，我们将尽最大的努力。



CONTENTS

引领居家生活新时尚

赢家 / Winner

陈伯阳和他的团队	004
海门八号·瑞纳康都	018

名人的家 / Home of Famous People

王小骥—感受格调生活	044
郭公芳一家是爱的港湾	136

设计主张 / Opinion of Design

和城市的梦想一起上升	052
------------	-----

设计我家 / Design My Home

活化空间的斜面美学	058
完美功能规划 灰色夹层设计	064
白色公寓 舒展清爽心情	069
枫木染白 渲染一室的浪漫之家	074
深浅搭配的和谐居室	079
空间规划完整 迎合三代同堂	084
美妙的花艺创作	089
黄、蓝搭配 展现豪迈情怀	094
红、白热情 拥抱欢乐假期	100
三堂必修课 矫正你对厨房的错误概念	106
搜罗装修关键词	108

装饰美家 / Make Home Beautiful

改变单调长方形花园印象	112
小型南国风格花园 与日式庭院变身术	116
儿童家具布置	121

特色主题 / Topic of Trait

特色厨房	124
------	-----

我的家——特色厨房

出版发行：青岛出版社
地址：青岛市徐州路77号（266071）
电话：0532-5840367
社长：孟鸣飞
主编：吴宝安
执行主编：张化新
执行副主编：范开玉 汪跃明
责任编辑：范开玉 蒋倩雯 纪承志
装帧设计：唐山
编辑部电话：0532-5814611-8655
制版印刷：青岛杰明印刷有限责任公司
广告代理：青岛恒一广告有限公司
电话：0532-4062555
出版日期：2004年7月出版
ISBN7-5436-3120-2
定价：20.00元

鸣谢：

香港凌速姊妹(集团)有限公司 《美化家庭》杂志

协办单位：

鲁邦房地产开发有限公司

天泰集团

青岛奥森房地产开发有限公司

拜占庭装饰设计有限公司





他没有商人的贪婪和投机，没有赌徒的孤注一掷，他总是遵守游戏规则，有耐性，他属于食草动物而非凶猛的食肉动物。但他又是一个绝不放弃目标的人，执著坚韧。他永远试图超越，永远向前。

陈伯阳：建筑信仰

16岁成为木工学徒；
26岁考入青岛建工学院；
30岁获工学学士学位；
1996年获MBA决策管理硕士；
研究员职称，享受国家政府特殊津贴专家；
青岛市政协委员；
青岛市劳模；
青岛市专业技术拔尖人才。

城市，街区，房子。建筑，设计，艺术。

如果说它们是人类得以生存下去的道具和工具，那么，陈伯阳就是倾注一生使用工具并且制造道具的人。当年的学士毕业论文中他以“建筑是我的宗教，我的信仰，是我为之奋斗的事业”作结束语，更成为日后工作中的座右铭。

一个人的作品就是一个人的精神世界。这句话在瑞纳花园得到最好的印证。随着时间的推移，定位于“普通百姓的精品家园”的瑞纳花园，其百年建筑的内涵和特质正逐渐显现。“中国人居环境奖”考核组在青考核期间，瑞纳花园作为被考核的住宅小区获得高度评价，为青岛市荣获中国人居环境奖做出了贡献。

不张扬是陈伯阳的品性特征。在开发瑞纳花园的同时，华侨地产“选择理性，挑战极限”，以每亩1140万元人民币的大手笔拍下了号称“钻石地块”的海门八号，从而进一步实现“挑战房地产开发商的利润心态，回归房产真实价值；挑战开发定位思路，回

归客户中心位置；挑战楼盘加概念，回归概念楼盘的灵魂”。两个楼盘一个在市区CBD的制高点，一个在郊区的制高点，创建的都是“5+2”时尚生活方式，遥相呼应，彼此映衬，足见华侨地产的精心策划，同时也尽显陈伯阳永远超越的秉性。

陈伯阳认为，“共赢”应该是经济全球化的新形式下所有创业者共同的选择。但是，许多人仅仅看到了这一概念，或者滞留在概念里面，而少有勇气成为倡导者和先行者。陈伯阳在行动上比别人超前了一点。

把建筑当作自己的宗教来信奉，使他对生活着的城市充满了热爱和关切。作为市政协委员的陈伯阳十分珍惜自己的参政荣誉。在“2002年青岛经营城市促进周”期间，他与身为市人大代表的爱人丁瀛海女士一起执笔，本着对青岛的深厚感情和负责精神，洋洋洒洒写下了《经营青岛构想》一文，以提升城市整体结构，扩展城市发展空间、夯实经营城市基础为支点，就“如何在战略上转化传统的地区经济优势，以促进整个区域的经济发展和加速城市化进程，提升中心城市的核心竞争力”展开论述，慷慨陈词，一腔热情。

陈伯阳信奉的格言是“认真做事，老实做人”。他的所有人生乐趣都与建筑有关。他唯美，有艺术品位，学而不辍，读书著书，擅长摄影，但他谦虚地说，“只是为了将自己的作品拍下来而已”。

如果把陈伯阳放在动物世界里，他应该是一匹奔腾的赛马。他没有商人的贪婪和投机，没有赌徒的孤注一掷，他总是遵守游戏规则，有耐性，他属于食草动物而非凶猛的食肉动物。但他又是一个绝不放弃目标的人，执著坚韧。他永远试图超越，永远向前。



青岛华侨房地产开发有限公司总经理陈伯阳荣获“2003年度中国房地产十佳创新人物”称号

造

钻石 楼盘



李莅 / 华侨地产副总经理、海门八号·瑞纳康都项目经理



海门路八号，被社会各界称为“钻石”地块。当华侨地产以冷静的理性和极大的胆魄拍下这块地时，不少人都捏了一把汗。

华侨地产是一个有着强烈的社会责任感和专业精神的企业。对海门八号·瑞纳康都（Ruina Condo）这个项目，在华侨地产总经理陈伯阳“选择理性，挑战极限”的战略构想下，我们项目部针对楼盘定位，进行了科学而艰苦细致的调研论证之后，一个极富原创性、创新性、实用性的楼盘定位“出水芙蓉”般地矗立起来。为青岛创富先锋中的精英，在海门八号打造一个瑞纳康都（Ruina Condo）。

如果说现在海门八号·瑞纳康都（Ruina Condo）进展理想，那么首先得益于华侨地产先进的开发理念，得益于“瑞纳”品牌的打造，得益于华侨地产这样一个学习型的团队，得益于城市给了我们海门八号·瑞纳康都（Ruina Condo）这样一个展示的舞台。我不过是华侨地产团队中的一员。

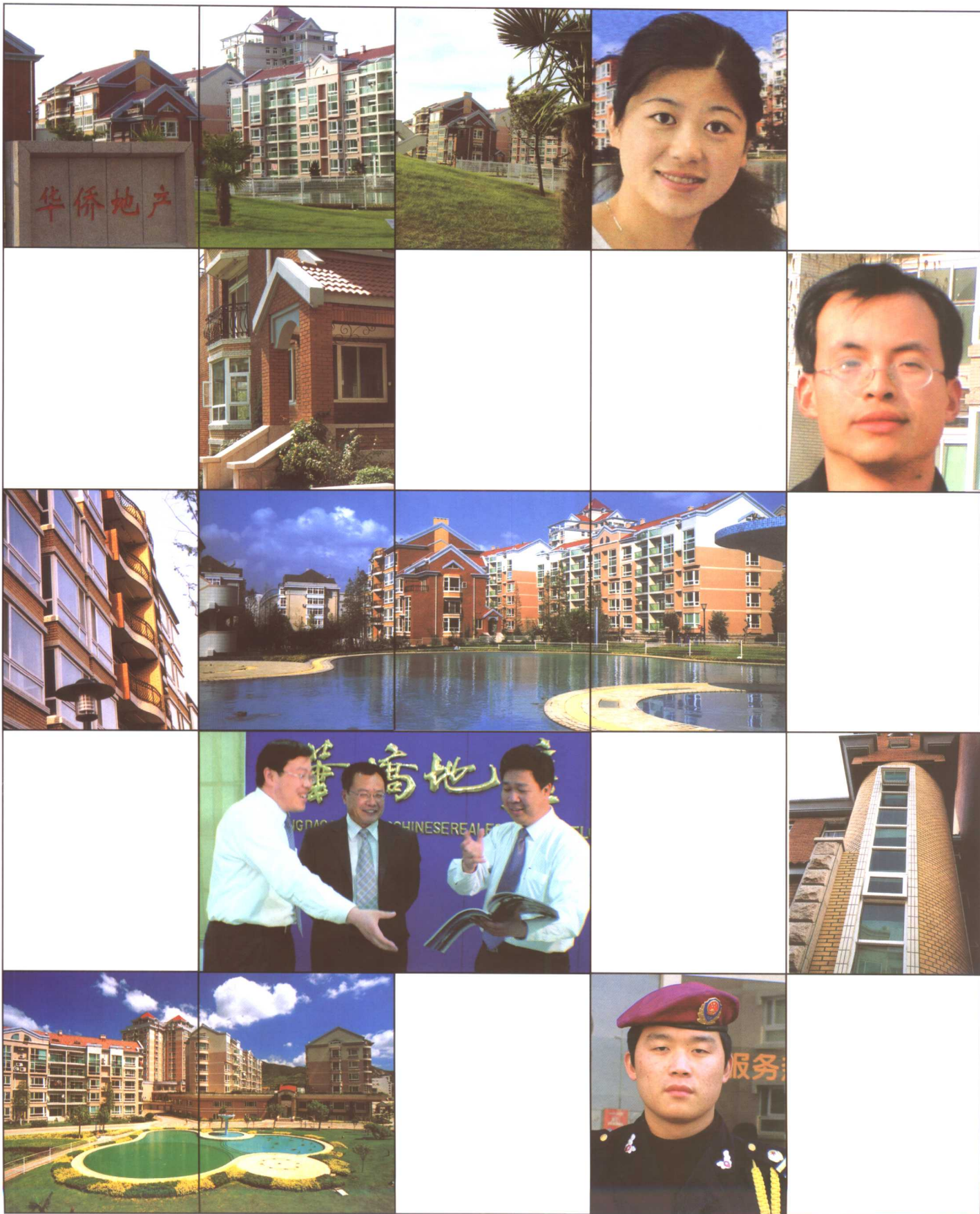
心存感激

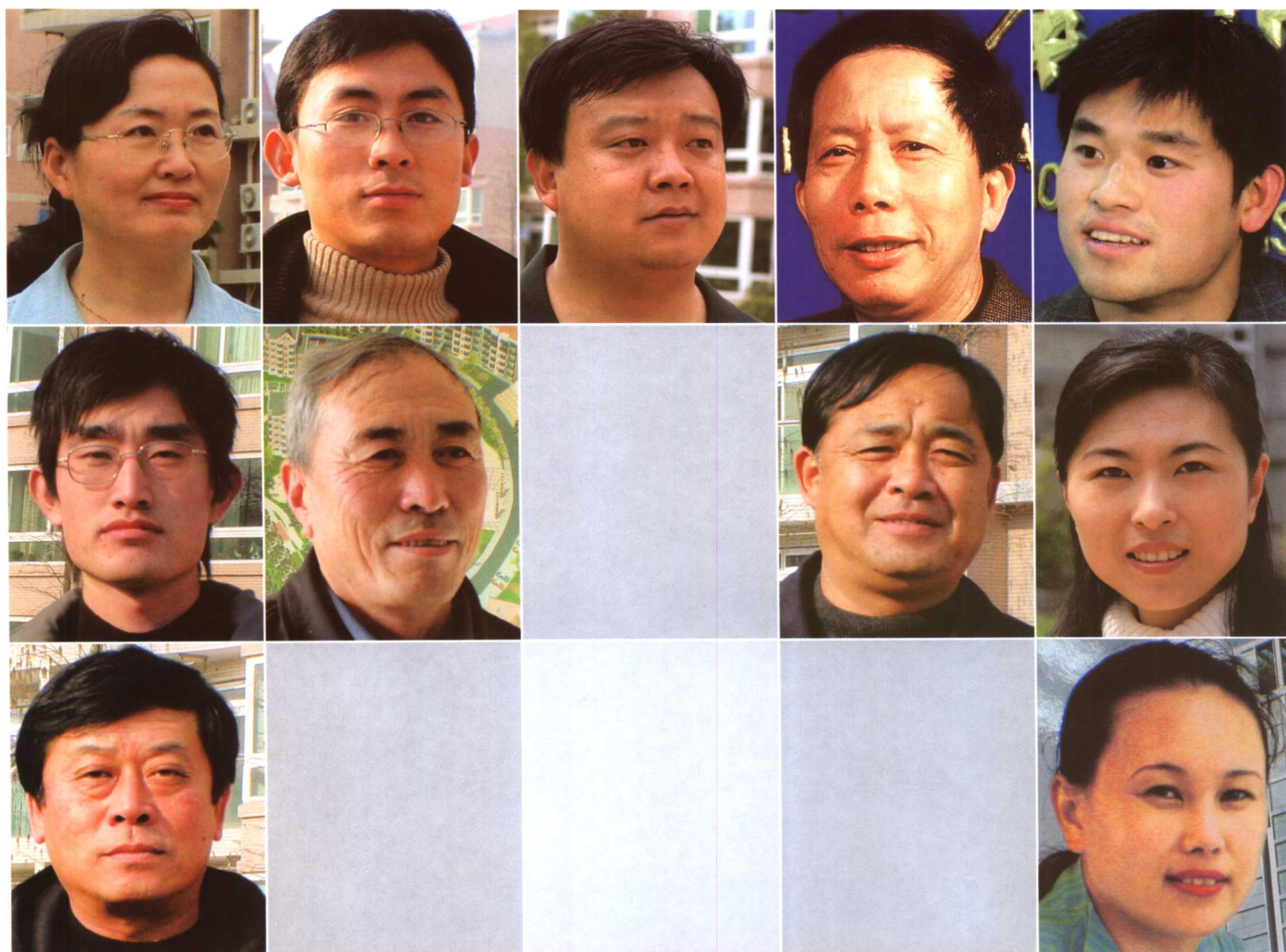
石群 / 华侨地产副总经理、瑞纳鳌园项目经理



对客户心存感激，这是华侨地产忠诚客户品牌理念的基本态度。在项目立项之初，瑞纳鳌园决定要建造一个物超所值的住宅，回报一直关注瑞纳品牌的客户。瑞纳鳌园荣获中国住宅创新夺标“社区规划示范楼盘”称号，更让新老客户对所喜爱、所拥有的品牌、所拥有的物业感到自豪和骄傲。瑞纳鳌园团体认购，同样是为了让客户合情合理地获得超值的物业回报。让人感动的是众多的新老客户，他们并不过多地细挑楼层、户型、环境、价格，他们要的就是瑞纳品牌。他们对瑞纳品牌给予了极高的信任。这从另一方面也说明他们理解了瑞纳鳌园对客户心存感激的态度，所有这些怎能不让我们对客户更加心存感激。





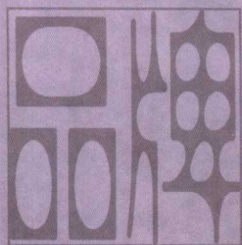


在房地产暴利年代，能够喊出价值回归的开发商只有一种：志存高远，以人心为上，利为下。对于陈伯阳以及他的团队，无疑该如此评价。

美国人詹姆斯·柯林斯和杰瑞·波拉斯在研究了18个百年企业之后得出这样一个结论：基业常青的企业领导者应该是高瞻远瞩的，并有着传承不衰的核心价值观，他们都不是以利润作为企业第一目标，他们想的更多的是整个社会。

——华侨地产团队





华侨地产 · 瑞纳

品牌历程

1996~1998年：连续3年被评为“外商投资企业纳税先进单位”；荣获青岛市委颁发的“思想政治工作优秀企业”、“青岛市文明单位”称号。

1998年3月：郑重制定了《双文明发展纲要》。以双文明双丰收为目标，提出做“品牌”的发展观，强调“精品”意识，直接促成了瑞纳品牌的诞生。

1999年：华侨地产推出了力作瑞纳花园，实践了其“打造普通人的精品家园”的开发理念，并对服务有了新的认知。

2000年8月：瑞纳花园获得建设部“创新风暴”——“全国住宅设计”综合金奖和“全国精品智能社区”综合金奖，是青岛市首个在全国获此奖的住宅小区。

2000年9月：瑞纳花园小区邀请住户参与验收，开创了国内房地产业的先河；同年成立住户服务中心，提供住房的售后服务。

瑞纳花园的成功为华侨地产的品牌之路奠定了坚实的基础。2002年起，瑞纳品牌开始彰显强大的品牌效应。以瑞纳鳌园和海门八号·瑞纳康都（Ruina Condo）为代表作，华侨地产的品牌经营提高到了一个新的层面。

2002年4月：瑞纳花园获山东省优秀工程勘察设计一等奖。

2002年9月：华侨地产以每亩1140万元的天价竞拍 to 青岛市CBD区的钻石地块——海门路八号土地，为此项目命名为“海门八号·瑞纳康都（Ruina Condo）”。

2002年11月：瑞纳花园被授予“青岛市优秀物业管理优秀小区”称号。

2002年12月：“中国人居环境奖”考察组给予瑞纳花园高度评价，为青岛市获得“中国人居环境奖”做出了贡献。

2002年12月：华侨地产获得瑞纳鳌园土地开发权，实施郊区化发展战略，极大地提升了即墨市的土地价值。

2003年1月：为瑞纳鳌园300多名客户举行项目说明会，提供“售前服务”。

2003年3月：瑞纳花园小区被评为“山东省物业管理优秀住宅小区”。

2003年6月：华侨地产荣膺“中国（青岛）城市土地城市精品运营商”称号。

2003年6月：华侨地产党支部被青岛市委授予“先进基层

党组织”荣誉称号。

2003年7月：瑞纳鳌园获国家建设部中国住宅创新夺标“社区规划示范楼盘”大奖，是青岛市惟一连续两年3次获此项大奖的企业。

2003年12月：华侨地产总经理陈伯阳荣获2003中国房地产推动力人物年度榜“中国房地产十佳创新人物”荣誉称号。

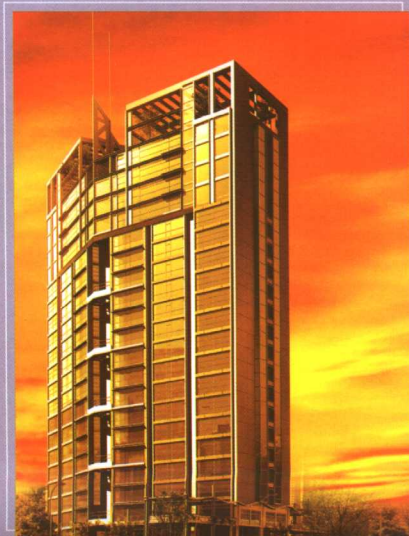
2004年3月：海门八号·瑞纳康都（Ruina Condo）开工建设。

2004年4月：瑞纳鳌园新生活广场经过1年的业态规划闪亮登场。

2004年4月：瑞纳花园小区被授予“全国物业管理示范住宅小区”称号，是2003年度青岛市惟一获此殊荣的住宅小区。

2004年4月：华侨地产荣膺“青岛十大品牌房地产企业”称号。

自2003年以来，华侨地产在客户关系理论的探索方面耕耘不止，力求突破，见诸报端的《开发商与客户的美满婚姻》、《池塘与青蛙的启示》、《心存感激》等文章为华侨地产的品牌经营和诚信准则做了很好的诠释。





瑞纳花园

如果在1997年来到瑞纳花园的原址，可能没有人会认为这里是盖“百年建筑”住宅、创“百年老店”品牌的理性选择。这是一块“烂尾地”，是烫手的山芋，有着平庸的外貌和举目的荒凉。但是华侨地产人是一群具有先锋意识的热血男儿，他们不仅有穿透时空的锐利眼光，更有理想，有激情，有前瞻性的市场意识。他们看到了高科园蓝图上描绘的美好远景，看到了住宅市场潜在的巨大空间。他们相信，用自己的双手，用自己的热血，用自己的青春年华，可以创造出奇迹。他们不仅要为

“普通人盖精品家园”，更要与政府一起，把平庸变成卓越，把荒凉变成繁荣，把蓝图变成美好的家园，他们要让这里成为住户的骄傲，成为高科园的骄傲，成为城市的骄傲。

2002年12月，国家“中国人居环境奖”考察组来到瑞纳花园，作为我市仅有的两个被考察的住宅区之一，瑞纳花园得到了考察组的高度评价，为青岛市荣获“中国人居环境奖”做出了贡献。



瑞纳鳌园

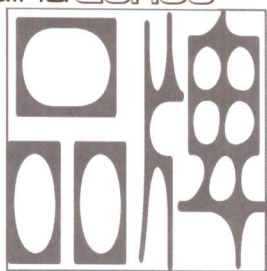
瑞纳鳌园是华侨地产继成功开发瑞纳花园后，在即墨市开发建设的一处高尚住宅小区。其位于即墨市正在规划中的城西新社区，处于青岛半小时生活圈内，通过青银高速20分钟可直接进入青岛市内，地理位置十分优越。瑞纳鳌园总建筑面积为10万余平方米，绿化率高达40%以上，其规划设计者孙立平为中国著名的实力派青年设计师。在对瑞纳鳌园的项目规划中充分体现了与项目命名的有机结合，采用组团围合布局，形成了“鳌”形态的特色规划。它打破了即墨市住宅小区历来的兵营式、行列式分布，而且小区将实行的“一卡通”智能化管理以及区内道路将从真正意义上实现人车分流，在即墨市尚属第一。

瑞纳鳌园网点——新生活广场是青岛市第一家进行了业态规划的社区商业，将使投资者的权益得到更大程度的保障。瑞纳鳌园带给即墨的是一种全新的居住理念和生活方式。



瑞纳鳌园鸟瞰效果图





HUAQIAO RUINA CONDO

品牌有两个
“品”至关命脉，
一是品质，二是品
位。只有达到这两
“品”，才能够打
造精品。



华侨地产：注重发展观

瑞纳花园的成功，使华侨地产的开发观和实践都跃上了一个新的层次。“瑞纳鳌园”、“海门八号·瑞纳康都”的精彩亮相，使华侨地产这一品牌经营实现了二次飞跃。即将启动开发的“瑞纳佳园”、“瑞纳东园”“瑞纳湖畔”等项目将实现第三次飞跃，满足忠诚客户的翘首企盼。

瑞纳花园的成功，标志着华侨地产走向了品牌经营阶段，华侨地产创立的“瑞纳”品牌已成为岛城地产界的知名品牌。华侨地产每一个项目的成功，不仅实现了“瑞纳”品牌的延伸，更为重要的是，对“品牌”的含义有了更深层的理解。

任何品牌的形成都是符合市场规律，得到客户认可的。品牌是做出来的，不是说出来的。地产品牌的核心

是开发商与客户之间基于物业而建立起来的忠诚关系，这种关系构成了地产品牌的实质。

品牌有两个“品”至关命脉，一是品质，二是品位。只有达到两“品”，才能够打造精品。华侨地产所推崇的精品不是空中楼阁。高品质、高品位地满足客户的需求源于开发商清楚要为客户提供什么样的产品。有了这些立足点，围绕客户这个中心，华侨地产有了精细化产品，有了率先的5年保修期（比国家规定早了1年），有了客户参与竣工验收，有了住户服务中心的售后服务，有了客户项目说明会，有了瑞纳鳌园商业网点业态规划等售前服务……等等这许多实践的创新。在理论创新方面，除了积极参加了建设部创新夺标大赛，3次获得金奖外，华侨

地产以诚信为基石，努力创造多赢互动的客户关系理论，有了《池塘与青蛙的启示》、《开发商与客户的美满婚姻》等多篇论文。在提示客户关系方面，华侨地产以夫妻关系为比喻，创造客户关系百年好合的新理念。这是品牌经营和诚信行为最好的诠释。

随着房地产行业竞争的日益加剧和房地产市场的规范，品牌效应会愈加凸显。对于“瑞纳”品牌，这一经过华侨地产人十几年呕心沥血铸就的品牌来说，可谓“东风正好”。

点评 瑞纳康都

住，在商务中心区

作为一个开发商，对城市的发展要有责任感，要用优秀的产品来引导市民的消费。

商务新锐力量不停涌现，但他们的生活和工作的环境并未得到很好改善。商务中心地区现有的住宅因为过少或单元面积过大，或地段不佳，成为这些新锐企业发展过程中的一个障碍，每个新锐都会面临这些尴尬：顾得了工作，顾不上了生活；顾得上效率，顾不上享受；得到了商圈，远离了社区。以工作和生活自由切换为主题的Condo，较好地解决了商务中心的这个问题。

我看 瑞纳康都

1.立意新颖

将国外多依附于高级酒店或度假区内的Condo理念手法移植于中央商务区（CBD）内，加以本土化处理，体现了对消费市场的认真分析和周边环境条件的仔细揣摩，可谓独辟蹊径，匠心独运，令人耳目一新。作为原本完整一个项目的有机组成部分，做到既与整体项目统一协调，又能独树一帜，做到“出于蓝，胜于蓝”，立意非常关键。以Condo模式，加以本土化处理，使人顿觉耳目为之一新，这也为繁华商务中心区各类物业如何定位提供了一个很好的启示。

2.定位准确

定位准确是地产项目成功的一半。在充分分析受益群体和周边环境条件后，将销售对象定位于事业有成的年轻白领，将项目性质突出服务与便捷特点，营造闹市区内一处清静所在，符合白领一族渴望清静、回归自然的心理趋势。项目总体定位较为准确，既迎合了特定群体的口味，又符合项目所处位置条件，应该说颇费一番思量，实属不易。

3.切入巧妙

对于一直致力于普通居民住宅项目，也颇有建树的企业而言，华侨地产承接海门八号·瑞纳康都高档公寓项目，不啻是一次挑战。令人欣喜的是，华侨地产从重新诠释都市生活理念入手，巧妙地找准了项目切入点，突出酒店式公寓管理服务的新居住理念，融环境、配套、服务、科技、生态于一体，兼具居住和投资两项功能，既彰显了独特定位特性，又尽量拓宽受益群体，使开发商与置业者寻找到最佳结合点。

关于CBD

近年来，青岛市经济总量快速增长，经济活动十分活跃，产业结构迅速调整，人员流动持续加快，对城市的住宅、办公消费、服务功能提出新的要求。特别是在东部新区，随着城市中心区域形态的日益完善，CBD功能的作用正在显示，商品流通领域的服务分工愈加精细，为大批优秀人才的创业提供了更多的机遇。瑞纳康都在青岛CBD核心地段的出现，及时为创业者及白领阶层提供了投资创业的机会。Condo除具备居住生活功能外，更重要的是通过其商务交流、娱乐休闲、运动健身等功能，打造一系列的商业机会平台，产生了积聚效应，创造出新的商业流。



瑞纳康都周边高档物业租金一览表

项目名称	地 址	规 模	租 金 (元/平方米·天)
光大国际金融中心	香港西路69号	37515平方米	3.5
世纪大厦	东海路北侧	楼高30层	2~3
新世界数码港	南京路与香港中路交汇处	约110000平方米	3~5
绮丽大厦	南京路西侧		2.6 (含物业)
裕源大厦	香港西路75号	63000平方米	2~2.5
海信大厦	东海路29号	17440平方米 (17~31层)	2.6~3.9 (含物业)
环海大厦	东海路56号	21000平方米	2.5
阳光大厦	香港路与福州路交汇处		2.6~2.7
金光大厦	东海路56号		1.6~1.8
青啤大厦	五四广场东侧		3.4 (含物业)
福泰广场	香港东路五四广场东		3.3 (不含物业)
青岛国际金融中心	香港中路59号	约26000平方米 (17~31层)	2.5~4
华欧英得隆	东海路与延安路交汇处	51764平方米	3~4.5
兴源大厦	东海路52号	28层	2.5~3

以上资料摘自《青岛日报》，由华侨地产提供。

