

运河岸上的院子

COURTYARDS BY THE CANAL

感動中國的建築

泰禾，為國際CEO量身定制居住夢想

驕傲的中國人，謙和的別墅——

華人大師張永和，天人合一設計觀

綻放在水岸的傳奇——

運河岸上的院子，全新現房，即將亮相





INDEX | 目录

运河岸上的院子 — 感动中国的建筑	→ 01
泰禾, 实践国际化中国居住方式	→ 07
国际的水准, 中国的院子 ——为CBD国际CEO量身定制居住梦想	→ 13
国贸、高速路与20分钟的院子	→ 17
骄傲的中国人, 谦和的别墅 ——运河岸上的院子, 华人大师张永和, 天人合一设计观	→ 21
绽放在水岸的传奇 ——运河岸上的院子, 全新现房, 即将亮相	→ 27
项目快讯	→ 29

运河岸上的院子 [2005.07] 第一期

主办: 北京泰禾房地产开发有限公司

主编: 泰禾地产推广部

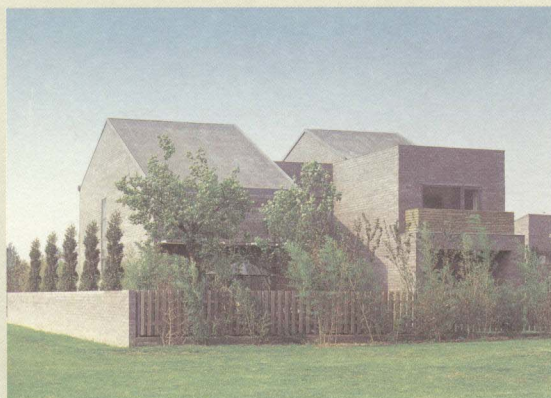
投稿热线: 010-84264166 转 企划部

投稿邮箱: yunheanshangdeyuanzi@126.com

访问院子网站获得更多资讯

<http://www.yuanzi.com.cn>

声明: 本刊为北京泰禾房地产开发有限公司内部刊物, 北京泰禾房地产开发有限公司
对本刊保留一切权利。(本刊中除特别注明外, 全为项目实景照片)



运河岸上的院子

感动中国的建筑

两千五百年前，京杭大运河以耀动的河光水色谱写下人类文明史上光辉的一页；
今天，继承人文水脉的“运河岸上的院子”又以其秀丽的光芒为建筑史上落下新的篇章。
回头审视，从公开至今，接连不断的荣誉，或者业内专家的好评，
对院子来说，都只是欣然肯定的开始。
可以品鉴，值得收藏的建筑，运河岸上的院子，悄然感动中国……



□2004年9月20日，入选由中国别墅网和北京电视台共同评选的“北京十大精品别墅”

□2004年9月24日，中国首届别墅节，获“2004中国十大经典别墅金奖”

□2004北京地产年度风云榜，泰禾集团荣获“北京地产十大新锐品牌”

□2004北京地产年度风云榜，运河岸上的院子荣获“北京六大别墅代表作”

□2005年1月18日，获“新地产2004年度别墅大奖”

□2005年1月15日，全部由消费者和购房人参与评选的京城2004年度“首届购房人楼盘评选活动”中，运河岸上的院子，获得“最佳创新楼盘奖”。

□2005年1月19日 在2005亚洲建筑师峰会获得“2004年度最佳建筑艺术奖、2004年度别墅奖、2004年度地产推动力人物奖”

□2005年1月20日 在由《时尚家居·置业》杂志号召发起的，新浪房产独家网络支持的“世界建筑之旅”活动中获得“最具创新奖”

□2005经济观察报“橙色地产”评选，“华表人文奖”

◎公元2004年11月12日，当今中国最挑剔的一群艺术家、批评家、建筑师们围绕"院子"的建筑艺术及文化内涵进行了一次颠峰对话，首次从建筑艺术与建筑文化的层面打开了一个新的视野。





□北大教授、著名学者 张颐武

中国的别墅发展经历了大宅、豪宅与美宅三个阶段，运河岸上的院子带我们走进了美宅的境界。

□著名艺术家、批评家 包泡

运河岸上的院子让建筑与文化发生了密切的关系。开发商的魄力与理想在北京地产界史无前例，如果有的话，此前可能只有一个潘石屹。也是建筑师们能在此进行创造性设计的基点。

□中国当代建筑运动的推动者、著名建筑评论家 王明贤

二十年来，中国制造了全球最大的建设量，随之而来的可能是会产生全球最多的建筑垃圾，现在很多建筑在未来都可能是建筑垃圾。但是，运河岸上的院子不仅不会是20年后的建筑垃圾，反而可以写进中国当代建筑史。

□著名建筑师 张永和

运河岸上的院子是用建筑语言对于生活方式、生活质量的一种全新释义，整个项目打破目前比较普遍的“以建筑为中心，景观为装饰”方式，而是使建筑和树木、水、石等元素共同构成生活的环境，使景观和建筑之间有一种模糊的界限，使居住其中者感觉到整个大自然就是一个完整大家园。

□著名艺术家 艾未未

运河岸上的院子，体现了中国人民对于房地产发展的要求，是对于人们快乐居住欲望的一种全新满足。

□哈佛建筑学硕士、著名建筑师 周榕

运河岸上的院子是对全盘西化的一种否定，重新建立起了中国人的居住自信。既不借助于把国外一流大师当成外籍劳工来使用，也区别于借助民族性堡垒来宣誓效忠于曾经有过的辉煌。

□著名前卫设计师、主题工作室主持人 王永刚

北京的城市发展的动力是行政背景与文化产业，现在很多人都在谈论北京的建筑文化，这恰恰是这个城市的活力的一个根本体现，“院子”是活力体现的一个先锋象征。

□建筑设计师 朱锺

在中国城市快速发展的表象背后，确实存在着城市和艺术巨大落差。具体到别墅，很少有项目与当今城市与文化产生比较好的交融，但是运河岸上的院子基本做到了。

□顶级艺术鉴赏沙龙组织者、《安家》总编辑 刘文斌

从“阳光100”首倡“大师设计”一炮走红，到潘石屹的高调探索，再到今天运河岸上的院子“让建筑师享有最大的话语权”，北京房地产业对建筑设计的重视、对文化艺术品位的追求，已经达到了一个前所未有的高度，运河岸上的院子是一个里程碑式的标志；这是开发者设计者们对于生命意义的感悟，对于未来居住潮流的一种前瞻性判断，其内在驱动力是购房人鉴赏水平的全面提高。如果说“长城脚下的公社”还是停留在T型台上的时装秀，而院子则是艺术品向实用性的全新突破，因此，院子堪称可以居住的艺术品。





实践国际化中国居住方式
泰禾集团的品牌理想



关于泰禾○



□泰禾集团董事副总裁 沈琳

泰禾（香港）集团是一家全资的港资企业，是以房地产开发为核心，并涉及金融投资、生物科技等行业的集团公司，房地产是主业，以前主要在福建做了很多年，也算比较是有经验的房地产公司。“运河岸上的院子”是我们进入北京的第一个项目。

泰禾集团自96年成立之初便确立了“走品牌发展道路，做百年老店”的发展战略，刚成立时我们就给自己这样的定位。而且在这几年的运作过程中，我们也感到企业的特长就是做高端的精品，过去我们在南方做的都是中高端的产品，所以在这方面也积累了相当多的经验，所以在北京的第一个项目也做我们最擅长的部分。企业理念方面我们始终遵循三句话：“诚信为本、人才至上、不断创新。”

在企业七、八年的运作中，在南方打造了非常成功的品牌，而之所以跑到北京来做，是因为我们满足于在一个省会、一个区域做最好的，我们要做全国最好，要做全国最好一个最简单的方式就是在北京做。因为在北京做好就是全国性的，而且在北京面临的挑战也是全球的、

全中国的，所以我们要做全国最好。我们以前有一句话：“我们不满足于做一个省的劳模、一个区域的劳模，我们要做全国的劳模。”根据这样的战略，我们选择在北京做这样一个精品。

那么到一个新的区域，尤其是像北京这样强手如林的区域，怎么样做好，怎么样建筑我们自己的品牌，这也是当时摆在我们面前一个非常大的难题。很多开发商刚来北京时都雄心勃勃，但北京有句话，叫“水很深”，有些人就游了几天，什么都没干就回去了。我们企业坚持下来了，而且也付出了相当大的代价，也做出了今天这样一个项目，对我们来讲也是非常欣慰的。

对于这个楼盘我们做了相当长的时间，为什么选择这样一个项目，做这样一个产品呢？我们在选择项目的时候，有些“短、平、快”的项目，又容易做，回钱又快，但我们没有做。因为我们想既然要在北京一炮打响，就一定要做一个高端的项目，而且一定是有个性，能够作为“桥头堡”这样一个产品，所以我们没有选择那些轻车熟路的项目，而是希望这个项目能代表我们，能让我们在北京“一炮打响”。

在没盖房子之前，我们就已经先花五千万做了河堤公园，大家走进来会觉得特别舒服特别美，是因为它已经经历了3年的时间才有了现在的舒适度。所以政府受了我们的启发，先把河堤公园做出来才能体现这块地的价值。



关于位置○

我们是在2000年10月份的时候拿到了这块地，之所以选择这块地，主要是看准了几个方面：首先是它距离CBD非常短的距离，而且是直线的。一个好的产品交通是非常重要的，尤其是在北京这么堵车的一个地方，这么短的距离是对交通的一种保障。与CBD、国贸20分钟的高速度距离，我非常看重这一点。

再有就是这条河——运潮减河，在北京这么缺水的地方，有这么一条美丽的河，而且是成熟的景观，两岸树木是30年的原生树。当时看到这块地的时候是在秋天，感觉就是在欧洲，在荷兰，给人一种非常宁静的感觉，它是一条非常有文化底蕴的河。

所以我觉得一个高端的产品应具备的两个条件它都具备了，就是交通和自然环境，而且它不仅有很好的自然环境，还有人文环境，所以基于这两点原因，我们拿了这块地。因为我们觉得这块地是非常适合将财富、自然和人文统一在一起的一块地，具备做高档项目的特质的这样一块地。

刚拿这块地的时候，很多开发商都说：“你们真的很有勇气拿这样一块地。”而随着国家政策的改变，所有的目光都投向东部，于是他们又说：“你们真的很有远见”。我就说：“作为一个开发商，最重要的就是要有远见，要有前瞻性。房地产开发一般都是两三年的事情，你有没有眼光看到这块地未来的升值价值，这是非常重要的。应该说拿这块地的时候，我们不是很盲目地去拿，而是非常仔细地研究了北京市的规划。其实吴良镛先生在70年代就提出了：东部今后一定是北京最重要的出口，包括它和京津塘的联系，它是北京最具发展潜力，并且是最适合做高端项目的地块。另外，还和北京市政府的规划做了非常深入的接洽，在2000年他们就和我谈，这个地方一定是发展前景非常好的地方，一个是交通的状况，立体的交通网络及成熟的绿化带，在规划的时候都已经做上去了。

从整个中国的发展趋势来看，先是珠江三角洲，然后是长江三角洲，再一次的经济发展必然是京津塘三角这块，从大势来看也必然是往东发展。

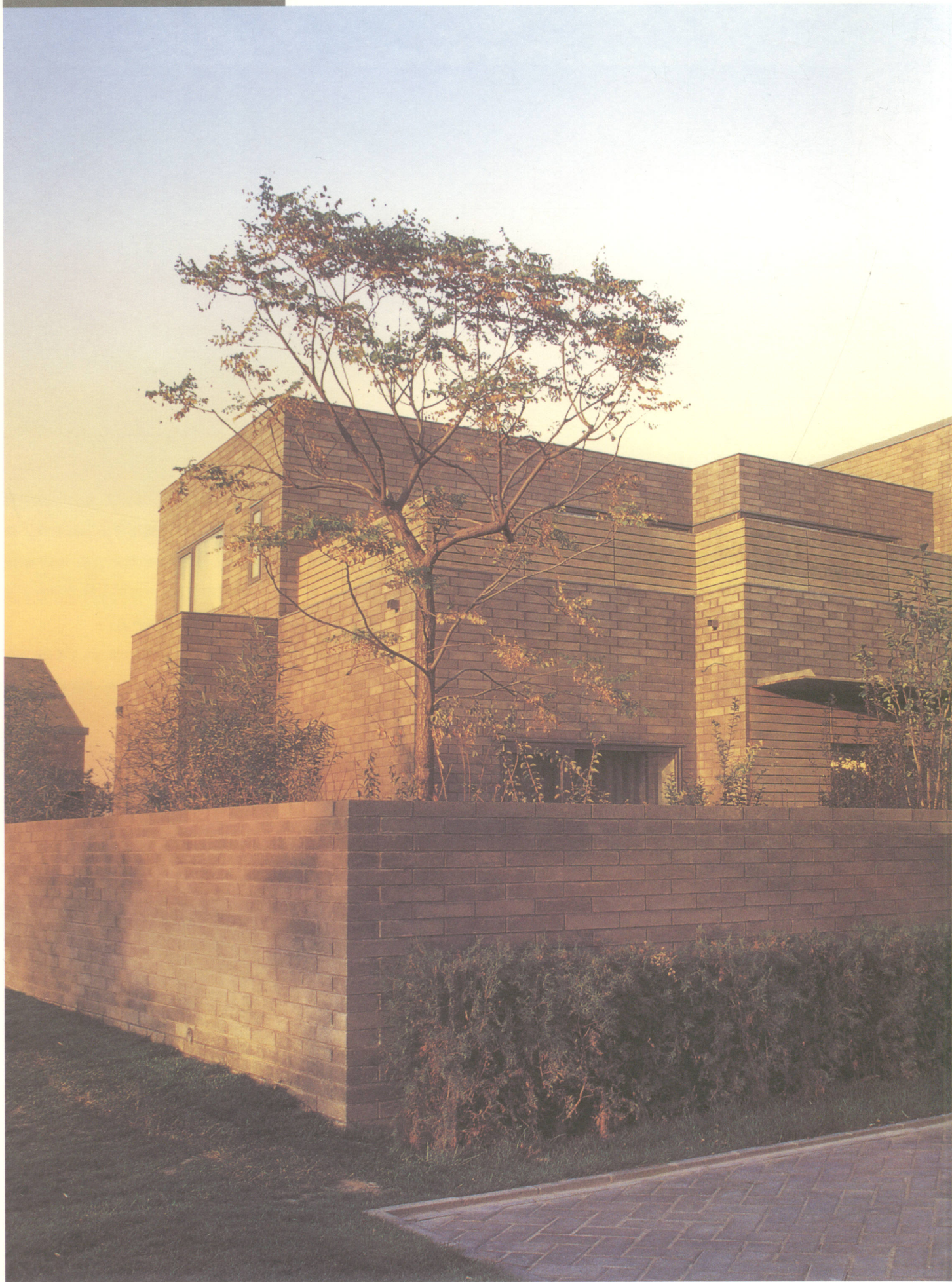
关于产品○

院子为什么会做成今天这样一个产品呢？

其实一个产品的定位是它能否成功的一个保证，就是它到底要做成一个什么样的产品。就像我以前说的，这一块地就像长庄稼，能长出很多东西，但只有一个是最适合的，如果你能找到那个最适合的，那么这个产品对这块地来说就是最好的。在拿了这块地之后，我们对这块地的市场做了非常深入的研究，才能找出最适合这块地的这样一种产品。

对于这块地研究来看，因为有运河在这里，所以我们觉得要充分挖掘运河的文化底蕴，挖掘这种历史、人文的产品，不能把它本身的深厚的历史东西丢弃了。院子这个项目之所以在去年脱颖而出，成为市场上的亮点，是因为它区别于其他项目，是一个非常适合做“中国制造”的产品，因为运河是中国的运河，在中国运河旁边必然要做一个有中国特色、文化底蕴的产品。





院子以灰色调为本的复合色不是一种单纯色，
也不是传统的灰砖色，

朴素而又现代的、复合色彩系列，与天光云影
相互辉映，色彩变化极其丰富。



关于市场○

从市场上来看，别墅发展的十几年间基本上都是抄袭的，忽略了一个很重要的东西，就是本土问题。别墅在发展初期，模仿、抄袭是一个捷径，但一个建筑一定要和它的地域文化、气候、人文有很大联系，在过去模仿的建筑中都存在一个本土化不足的问题。过去的十几年间，大家都有新的需求，但都没有体现在产品上。但现在，人们对中国传统文化的追求开始在建筑上体现，像观唐、易郡、院子，它们都是对中国文化在意境上的体现。

德国著名建筑大师斯泰格勒来北京的时候，对北京的住宅建筑发表过一段看法，他说：北京50年来的现代建筑应分为四个阶段，第一个阶段是前苏联模式，第二个阶段是计划经济下的解困模式，第三个阶段是对美国、香港或欧洲的复制，而到了第四个阶段，就该是中国自己的东西，这个阶段是最具革命性的阶段，也是真正属于中国制造的阶段。

在去年之前可能都属于第三个阶段——模仿的阶段，而现在进入了第四个阶段，就是中国制造的阶段。当时根据我们的市场调研，发现了这样一个市场空白点。后来给设计师的定位就几个字：现代的、中国的、北京的。就是既要有中国人居的理念同时又要符合世界时尚潮流。

可以说，张永和先生不愧是有世界水准的国际级建筑大师，他非常好的把我们的要求在这里体现出来了。我觉得他的设计最精彩之处在于将传统文化中的“人与自然和谐”等理念很好地与西方先进技术结合起来，这些传统文化不是那些符号的东西，但你却能感受到这就是中国的东西，甚至可以呼吸得到，可以说它继承的中国传统文化不是形式，而是精髓的继承。

国际的水准，中国的院子

为CBD国际CEO量身定制居住梦想



他们是特定的人群，他们的思维方式、生活习惯注定与一般的百姓不同，他们的国际化视野、生活背景和对居住文化的理解有着特殊的趣味和方向。

进入2005年，京城名流仍然以不为常人所熟悉的方式生活着。长期在北京居住的名流、知识财富群体们大多有着世界不同国家居住的经历和生活背景。他们是特定的人群，他们的思维方式、生活习惯注定与一般的百姓不同，他们的国际化视野、生活背景和对居住文化的理解有着特殊的趣味和方向。

在运河岸上的院子开盘的新闻发布会上，泰禾集团副总裁沈琳这样描述院子的客群定位：“愿意买院子的人是新一代知识财富阶层，他们是中国的，也是国际的。他们有能力把握世界前沿的居住文化和居住品质。”

“物质”已经被强调得太多了，于是“精神”成了稀缺的东西。新一代知识阶层，他们有知识和财力，他们更应该具有从容平和的心态，能够平和看待自己的事业、家庭和人生，对人生的态度达到相当高的境界，他们有实力，他们有独立的思考能力，他们不需要模仿和照搬，他们追求生活的品质，他们具有享受人生的大智慧。他们更看重的是“人本身”，一个人自身生命的进阶，他们是否在自己的道路上真的有所成长。

在普通人眼中，他们是一群精于商业竞争，然后怎样去奢华消费的人，但是，“市场如战场”，大多数人只看到了其中的一面，他们不知道，这些人在生存、实现自身价值的过程中，也伴随着焦灼、忧虑、奋争、坚持、机智、谋略，团队的忠诚、利益的背叛、不得已的妥协，等等，他们在经历了许多之后，达到了人生的细腻与恢宏之后，其实更需要的是真正的身心的巨大放松。

基于他们的特性，新一代的知识财富群体对别墅的要求应该是：

- ☐第一首先追求居住的品味，平静和大方的居住环境。他们很忙，他们需要真正全身心地放松。健康对于他们是最重要的，同时节省路上的交通时间是非常重要的，时间成本应该是最昂贵的东西。
- ☐第二个关心物业品质，社区文化，孩子生长环境。
- ☐第三认为生活中不能没有艺术，因此，工作和生活需要更多的创意空间和艺术想象。所以豪宅、别墅发展到今天，发展到如何为业主提供好生活、享受艺术的空间上来，不再是金钱的显示和炫耀，而应该是高品质的，应该是丰满的。享受健康、享受工作、享受艺术、享受生活是他们的人生态度。