

泰客会

Tahoe泰禾 泰禾集团主办 | 2019年8月刊 | 总第115期 | 内部刊物 免费赠阅

生于福州，当识泰禾

中国房地产业发展 30 余年，以“品质地产”著称于世的规模房企却并不多见。它们通常与一座城市的崛起紧密相连，比如重庆的龙湖、杭州的绿城、福州的泰禾。



赢在战略，胜在担当

本刊编辑部

传世国宅 一院立宗

龙奥正央 | 中式半山国院 | 墅区奢装洋房

CATHAY COURTYARD

5817 6666

地址：旅游路和凤凰路(凤新路)交汇处南行800米

泰禾在福州的产品线或以设计取胜，或凭物业见长，或善于造园，或工于文化，总有一处匠心会打动人心。

中国房地产业发展30余年，以“品质地产”著称于世的规模房企却并不多见。盖因过去房子不愁卖，只要坚持产品标准化、高周转就能赚得盆满钵满；房价上涨也令消费者来不及货比三家，刚需的恐慌，套利的冲动，裹挟着人们前行。市场单边上扬的“黄金时代”，住宅的投资属性让位于居住功能，造就大批崇洋媚外的建筑快餐。

两个段子可窥探当年乱象：一是河北某开发商建了一批东倒西歪的劣质房，积压三年卖不掉，2009年国家4万亿投资刺激计划，房价暴涨数倍一抢而空；二是一位昆明新城区官员指着沙盘说，如果按照建筑风格给每个住宅项目插上国旗，这里实际上已经被“八国联军”占领了。

低开高走、追涨杀跌的投资投机型市场氛围里，大型房企扮演着流量收割机的角色，从一二线杀到三四线，唯利是图，唯快不破，洒下一地鸡毛，留下产品粗糙、品牌平庸的行业痛点和疮疤。

然而浮躁之中亦不乏几股产品主义的业界清流，不忘初心，守正出奇。这些品质房企通常与一座城市的崛起紧密相连，比如重庆的龙湖、杭州的绿城、福州的泰禾。

龙湖曾于2005年被《新周刊》评为重庆十大城市名片之一，认为它是这座城市不可替代的生活先锋和时尚导师，为城市确立了新生活的标杆；杭州丈母娘择女婿的首选标准有两条：一是在阿里工作，二是买得起绿城的房子，在江南园林中汲取养分的绿城，亦是杭州城市的增色名片。

起家于福州的泰禾则从三坊七巷获取“深宅大院、坊巷合围”的美学灵感，又在北京故宫王府参透“天人合一、外王内圣”的建筑哲学，最终以识别度极高的新中式院子系产品，成为福州购房者心目中最为青睐的房地产第一品牌。

这个“第一”，首先表现为近4万名老业主的忠诚。始建于23年前的泰禾天元花园是福州大型山景名宅的开山之作，至今仍驻扎着一大批泰禾的“忠粉”，买了新房也不愿搬家。在他们看来，天元花园依山就势、古木参天的风水格局，即便是今天的很多新建高端社区也无法媲美。龙湖曾在业内创下老业主连续8次复购的传奇佳话，而在福州，亦不乏众多老业主跟着泰禾一路买买买，居住品质不断改善，财富亦持续增值。恐怕也没有几个开发商像泰禾这样，对于已经售出二十几年的社区还会不惜投入，定期维护修缮。人心，就是这样凝聚的。

“第一”的另一表现，是在众多房企中，泰禾最讲情怀，赢在战略，胜在担当。首先是复兴建筑文化、传承工匠精神，将传统建筑注入当代表达，捐资修复“民间故宫”宏琳厝，旨在留住福州城市之魂；其次是勇于担当拓荒重任，不断引领城市价值提升。福州东二环原本是一片鱼龙混杂的建材批发市场，如今是钻石般闪耀的福州国际化商圈；三江口福州湾是未来城市东扩南进、沿江向海的主阵地，泰禾也将以“福州陆家嘴”的前瞻定位，打造一片千亩滨江大盘，为福州再添一张城市名片。

无论是代表顶级城央豪宅的金府大院，还是深耕螺洲古镇千年文脉的福州院子，抑或是抢滩城市未来财富CBD的福州湾以及引领福州5+2都市休闲生活方式的青云小镇，泰禾在福州的产品线或以设计取胜，或凭物业见长，或善于造园，或工于文化，总有一处匠心会打动人心。这便是“泰禾”作为“好房子”代名词的品牌魅力。

Tahoe泰禾
泰客会

泰禾集团主办 | 2019年8月刊 | 总第115期 | 内部刊物 免费赠阅

主管 泰禾集团
主办 泰禾集团品牌部
出品人 黄其森

总策划 全忠
主编 王玉光
流程编辑 韩盛伟
编辑 潘秀林 陈晓静 林青帆 刘嘉璇

地址 北京市朝阳区建国路118号招商局大厦32层
邮政编码 100022
电话 010-65660225
网址 www.tahoecn.com

泰禾集团官方微信公众号



泰禾集团官方网站



免责声明

本印刷品为企业客户通讯性质，免费索取，不得出售。
本印刷品相关文章与图片，版权归泰禾集团所有，如需转载，敬请与泰禾集团品牌部联系。
本印刷品仅供参考，具体房产销售内容以政府部门最终审定文本及图则为准。



精选食材轻加工，以保食材本真
为您带来高品质的美味



福州泰禾铂尔曼酒店
潮·品中餐厅午市茶点自助焕新上市

尝鲜价仅需**118**元/位
90多种茶点现点现做，任点任食



OUR WORLD IS YOUR PLAYGROUND

中国福建省福州市晋安区洋头尾路3号 0591 - 8866 9988

Book now on pullmanhotels.com



FUZHOU TAHOE
福州泰禾铂尔曼酒店

目录

泰禾集团主办 | 2019年8月刊 | 总第115期 | 内部刊物 免费赠阅

Tahoe泰禾



生于福州，当识泰禾

- “爱拼”一族为何偏爱泰禾? / P24
- 天元花园一战成名 / P26
- 中国院子十年磨剑 / P28
- 泰禾广场再造商圈 / P30
- 十大专利开宗立派 / P32
- 超级IP独木成林 / P34
- “第一品牌”始于业主满意 / P37
- 销冠群星闪耀榕城 / P40
- 福州院子：望族传家始于斯 / P44
- 青云小镇：山水有梵音 / P48

- 厦门湾：“住假”投资两不误 / P51
- 福州湾：蝶变中的海西“陆家嘴” / P54
- 一座南昌城，两处中国院 / P56
- 红树湾院子：静谧在左，繁华在右 / P61
- 陈建萍：只要有钱就想买泰禾的房子 / P64
- 泰禾景观“三十六计” / P66
- 泰禾健管师：仁心仁术七杯水 / P69
- 酒店服务：用细节和品质传承匠心 / P72
- 从陈嘉庚到黄其森，将公益慈善传承到底 / P74
- 闽商素描 / P76



P16



P78



P82



P85

本期广告目录

- 济南院子 / 封二
- 福州泰禾铂尔曼酒店 / P3
- 福州泰禾凯宾斯基酒店 / P6
- 泰禾明昇·厦门湾 / P27、P29、P31
- 厦门汀溪院子 / P47
- 北京西府大院 / P77
- 福州青云小镇 / 封三
- 泉州泰禾洲际酒店 / 封底

【卷首语】

赢在战略，胜在担当 / P1

【泰禾之道】

决战三季度，不忘初心再出发 / P7

【热点聚焦】

地产“小年”房企突围样本 / P8

【永恒瞬间】

泰禾TV诞生记 / P10

【泰客专栏】

朱颜辞镜花辞树 / P12

品牌IP化的洋葱模型 / P13

中式建筑即我民族性格 / P14

盛世匠兴中国风 / P15

【泰禾嘉人】

红衣若梦 / P16

【金榜题名】

闪耀博鳌！泰禾集团斩获三项大奖 / P19

泰禾短讯 / P20

【玲珑匠心】

一院江南怀江山 / P78

【筑梦手记】

济南院子：旧时王谢堂前燕 / P82

【人生风景】

似水流年，人生如戏 / P85

凯宾斯基月饼

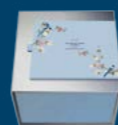


月吟 苍霞
188元 6粒装*60克

流心奶黄
金腿五仁
蛋黄白莲蓉

月咏 文儒
398元 8粒装*80克

芝士流心奶黄
鲍鱼
金柚味冬瓜蓉
低糖桂花大红袍莲蓉



月满 三山
888元 12粒装*80克

流心奶黄
佛跳墙
蛋黄白莲蓉
红酒蔓越莓
低糖红豆沙
低糖桂花大红袍莲蓉

漫月飞车 儿童月饼
298元 4粒装*60克

流心奶黄
巧克力流心奶黄
台式凤梨味冬瓜蓉
蛋黄白莲蓉



另有精美礼篮可供甄选
即刻预订：0591 8899 9988
中国福州市晋安区横屿路1号



决战三季度，不忘初心再出发

文 = 黄其森

经过一年半时间的调整，泰禾人员与资金得到了很大改善，今年上半年成绩显著，能干出这样的成绩不容易，这意味着泰禾已经进入了良性、健康的发展轨道。接下去我们重新出发。

今年上半年，我们重点做了两项工作：一是主动放慢脚步，在管理上，特别是在人才队伍上进行优化和升级。

虽然泰禾在2017年以前取得了很好的成绩，但反思近两年出现的一系列舆论风波，我们清醒地认识到：人才队伍除了眼光格局、能力水平、廉洁自律出现了问题，积累还非常薄弱。所以要果断地调整，过程也在不断地探索。

企业的发展核心在人才，泰禾持开放、包容的心态，把人才当作最重要的投资，尽力提供发挥的平台，大家工作中可以有失误，但最终要凭业绩说话。今后泰禾将依靠团队、制度、体系来管理企业，人才的培养和升级工作一定要坚定不移地扎实推进。

二是在扭转困难局面上采取了强有力的措施。包括：停止拿地，清退部分项目；加大、加快销售回款力度，这方面北京区域表现尤为突出，福州区域也不错；同时与志同道合、门当户对的优秀企业进行项目合作；主动梳理合作的金融机构，与优秀的机构建立战略合作伙伴关系，过程中资金团队顶住了压力，处理得有礼有节；此外，对媒体也加强了沟通和交流。

下一步，有三项工作需要我们同心协力：一是统一思想，提高认识。首先是不忘初心，对自然环境和土地价值保持敬畏，继续做好文化传承，践行企业社会责任，引领行业创新精神；其次要摆正泰禾现阶段作为中小企业的心态；三是每一名员工要有忧患意识，积极面对明天的挑战；四是面对复杂形势，保持战略定力与清晰判断力，切勿听风就是雨；此外，还要讲文化、讲政治、讲精神，加强企业文化建设，强调奋斗文化，加强队伍建设，形成团队凝聚力。

二是深入落实好组织变革与体系再造。现阶段，无论是人才队伍还是财务、资金状况都得到了根本改善，再加上我们布局的地区人才储备、经济环境、法律制度比较完善，为“精总部、强区域”作好了铺垫，大家一定要站在时间成本和机会成本的高度去坚决执行，一方面总部要开放胸怀，大胆放权；另一方面，区域对自身要提出更高的要求。方案可以边执行边完善，希望有立竿见影的成效，区域要大胆放手干，结果凭业绩说话。在不突破公司底线、红线的前提下，实现利润和现金流的提升。

三是一切工作围绕现金流，主要体现在经营现金流和融资现金流上。今年集团的账面资金规模要向600亿冲刺，各区域一定要有现金流意识，无论是销售还是融资；决战三季度，各区域指标铺排要前置，不能拖到四季度；区域管理也要下沉，提高解决问题的效率，一把手既要能拿手枪又要能拿冲锋枪，利用信息化手段，第一时间解决问题。总部的管理要站在更高的高度，现阶段对区域以指导、帮助为主，与区域共同努力在确保品质、安全的前提下实现项目高周转。

有各位泰禾同仁，我对公司后续的发展充满信心，让我们决战三季度，不忘初心再出发。

（根据讲话录音整理）

今后泰禾
将依靠团队、
制度、体系来
管理企业，人
才的培养和升
级工作一定要
坚定不移地扎
实推进。



地产“小年”房企突围样本

据泰禾集团公告，2019年上半年，预计公司归属于上市公司股东的净利润在13.7亿元—15.7亿元之间，比上年同期增长40.04%—59.97%。

文 = 王丽新

房地产行业竞争正进入“高手过招”时代。

截至7月15日，据同花顺统计数据，按照证监会行业分类，沪深两市共计39家上市房企披露2019年中期业绩预告，包括扭亏企业在内，16家房企业绩预喜，占比达41%。从预告净利润变动幅度来看，实现增长的企业有15家，占比不足四成，剔除数据不确定性房企，16家亏损，其中8家是首亏。

值得一提的是，这39家房企中大多数是中小房企，但也有泰禾集团等销售规模达千亿元量级的房企，可以折射出行业整体情况。

易居研究院智库中心研究总监严跃进向《证券日报》记者表示，2019年上半年，行业分化现象进一步加剧，业绩变化可谓“喜忧参半”，中小房企亏损面扩大，部分大中型房企盈利情况较好，尤其泰禾集团、蓝光发展等第二梯队房企表现突出，有助于强化投资者对此类房企的市场信心。

上半年房企业绩喜忧参半

在已发布2019年中期业绩预告的39家房企中，剔除8家无法提供业绩增长或下滑幅度数据的企业，实现业绩增长

的房企不足一半，可谓“喜忧参半”。

从预告净利润下限来看，在已公布具体数据的39家企业中，10家房企归属于母公司股东的净利润超过1亿元，占比达26%；预告净利润变动幅度超过100%的房企达7家，这意味着少数房企净利润将翻倍。

《证券日报》记者注意到，大型房企盈利总额排位依旧靠前，净利润超过10亿元的房企目前有6家，其中预告净利润变动幅度超过40%的为金科股份、泰禾集团和蓝光发展。

以泰禾集团为例，据其公告显示，2019年上半年，预计公司归属于上市公司股东的净利润在13.7亿元—15.7亿元之间，比上年同期增长40.04%—59.97%。

关于业绩变动的原因，泰禾集团称主要有两个原因，一是报告期内公司房地产项目开发规模正常增长，2019年上半年可确认销售收入高于上年同期致使利润增长；二是报告期内部分房地产项目引入合作方，进行股权合作，因股权转让确认投资收益高于上年同期。

此外，从泰禾集团近年来的拿地投资逻辑或也可以看见一二。2017年

初，泰禾集团董事长黄其森称，不会去拿地王。事实上，自2015年土地市场“面粉贵过面包”以来，泰禾集团在拿地方式上几乎上演了大反转，不再去公开市场当“拿地大哥”，而是通过收购、参股等多种方式低价获得土地储备。

土地成本降低后，尽管一线城市新房入市价格被限制，但瞄准做4亿中产生意的黄其森，多年来聚焦于布局改善型和高端产品线，平均销售单价一路走高。

据中泰证券分析师倪一琛表示，泰禾集团2018年住宅结算均价高达2.25万元/平方米。此外，得益于高毛利项目结算，公司2018年全年毛利率达到30%以上，带动净利润率增加3个百分点以上。

除了降低土地成本投入进而提升利润空间，依靠股权转让增厚净利润收入，也是今年上半年有些房企增收的原因之一。比如，泰禾集团出售多个项目部分股权引入合作方，进而获得投资收益；海航投资业绩增长超过100%的原因之一也是股权转让所致。

正如严跃进所示，2019年上半年结算的项目多是2017年以来拿地的

项目，有些房企在这一期间拿到的便宜地块，结算利润较高；但一些处在规模扩张阶段的房企却在前两三年间频繁拿下高价地，导致利润率水平差，接下来日子可能比较困难，不排除出让项目的可能性。

房地产“小年”里的机会

今年上半年，《证券日报》记者与多位房企高管交流后获悉，其普遍认为今年仍旧是房地产行业的“小年”，但“小年”中藏有机会。上半年，苏州、西安等部分二线城市市场上行，有些企业抢得了销售窗口期，已经回笼不少资金，预计下半年有些城市政策层面或许有所放松，多数开发商将在下半年集中推盘。

据克而瑞统计数据显示，2019年上半年，TOP100房企累计权益销售规模近3.9万亿元，同比仅微增4%。从整体来看，房企2019年目标制定相对谨慎，平均目标增长率仅在20%左右。

同时，2019年整体的预期货值去化率降至60%左右，完成业绩目标更依赖于供货量的增长。预计在行业增速放缓的背景下，部分房企全年业绩目标的完成尚有一定压力，下半年仍需加速推货入市。

“对于房企下半年的排兵布阵，在加快推货的同时，还要注意提高回款率。”有业内分析人士表示，即使利润率有所下滑，但回款到位，还可抓住窗口期拿地，企业则能继续发展。

以泰禾集团为例，上半年启动“抢收”计划后，在北京的两个“大院系”项目即斩获113亿元销售额。

从数据上看，北京新建商品住宅市场一年的网签销售额约为400亿元，半年则相当于200亿元，这意味着泰禾上半年完成的销售业绩占据了北京新建商品住宅市场一半的份额。

由此可见，“小年”中的机会仍在，能抓住这些机会的房企，市场份额将进一步提高。

据克而瑞统计数据显示，今年上半年，TOP50房企权益金额门槛升至217.8亿元，门槛增幅最高达6%；而TOP3房企权益金额集中度达10.5%，同比提升0.8个百分点，可见龙头房企继续保持稳健高质量发展。

至于下半年的整体市场走势，克而瑞预计称，“2019年将是房地产市场销售‘小年’。下半年，百强房企规模增长也将继续保持平稳，出现快速增长的概率不大。”

（作者系《证券日报》记者）



读者来信摘录

@曾小璇 关注泰禾很多年了，读完上一期《不变初心 敢拼会赢》这篇文章后体会到，泰禾集团之所以从建立之初到现在迅猛发展，很大一个原因是因为有一位敢拼敢闯的老板，在文章采访中黄老板多次提到“奋斗”、“坚持”二个词。从十年磨一院做中国院子，到“泰禾+”的战略布局，泰禾始终坚持自己的选择，我想靠的就是奋斗的初心，坚持创造中国式美好生活。中国文化有这样一个有社会责任感、有情怀的地产企业来传承很棒。祝泰禾蓬勃发展，日胜一日！

@秦子云 在城市建筑越来越国际化的今天，建筑作品中传统的元素离我们渐行渐远，“宅院”一词显得尤为厚重。宅院文化不仅延续了当代人对中华历史的传承，更融合了中华民族博大精深的文化精髓。泰禾用匠心与恒心将这些散落在岁月里的宅院符号重新拾起，让他们重焕生机，这是一件值得称赞的事情。

@王承斌 远离琐事的喧嚣，放松心情，放缓脚步，在自家的内庭院中，摆上一方茶桌，泡上一壶香茗，读一卷最爱的诗集，享受难得的“慢时光”，笑看树影婆娑，闲听院中蝉鸣，人间乐事不过如此！非常喜欢《泰客会》介绍院子文化的文章，感受着时间沉淀了庭院，庭院舒缓了生活，拥有一方四方围合的雅致庭院，释放人生该有的从容与雅致。

想对《泰客会》编辑部说点什么吗？请发邮件至：hanshengwei@tahoecn.com；或者扫描右侧二维码，关注泰禾集团微信公众号，在线发送您的评论。



泰禾 TV 诞生记 Tahoe^{TV}

构建以移动互联网平台为依托的视频媒体，是未来企业品牌传播的大势所趋。集团品牌部泰禾 TV 上线在即，摄制组一行在福州、厦门两地紧锣密鼓拍摄半月有余。其间，拍摄超过 10 个泰禾项目，从一战成名的天元花园，到风光旖旎的厦门湾；专访超过 20 位泰禾人或是“禾粉”，从在泰禾工作超过 20 年的老员工，到有担当、有智慧的城市公司领头人。如果说人一生有 30000 天，那这半月的诸多瞬间，或有趣的、或感人的、或雀跃的……太多值得铭刻心底，更感恩一路给予我们支持的同行者。



拍摄《泰禾玉饌》时，由袁佩服五星级酒店大厨们炉火纯青的技艺。拍摄前想要拍到的火光画面，一次次闪现在我们面前时，所有在场的人都很雀跃，仿佛看到一场美食盛典。

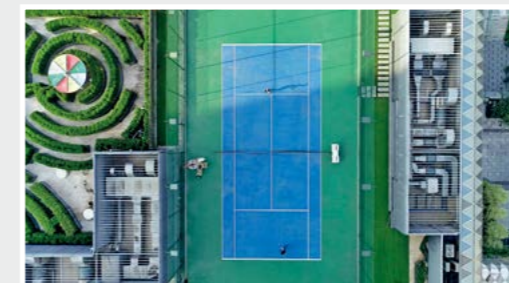
熟悉摄影摄像的人都知道拍摄小朋友是最难的，他们是不受控制的小天使……摄像已经全身趴在地上，正准备在轨道上轻移摄像机时，他却背对镜头或是一溜烟儿跑出了画面……



泰禾福州金府大院，炎热的下午，茶艺师如抚琴般挥舞衣袖。锦鲤池中游，庭院、折桥、古树，这情这景仿佛穿越到了古代。



鸡尾酒“半盏青红”作为前景，导演想要的干冰开始蔓延开来……这张画面最让人感动的是，泰禾酒店集团的魏婷同学竟然拿了一本《泰客会》，这个软广必须点赞。



清晨 6:00，福州泰禾铂尔曼酒店的网球场，一队人马在拍摄打网球画面。前夜只睡了 4 个小时的摄制人员，也下场奔跑着，大汗淋漓，为的只是将网球画面拍好。



驾一叶扁舟，来到美如画的青云小镇。那天福州下了一场短暂的小雨，雨后的青云，烟雾缭绕，云彩特别低，而航拍下的青云小镇，让人仿佛闻到了湿漉漉的青草味。

朱颜辞镜花辞树

文 || 王晓光

多媒体的时代，声光电下，品位和品味的缺失已不能领略古典的滋味，唯余八卦翻腾。

某年诗词大赛以来，能背古典诗词，能够接飞花令，似乎成了文化底蕴深厚的标识。人们对节目主持人和选手不吝溢美，而且诗词类图书一时间洛阳纸贵。甚至高考中的语文改革也趁势启动，分值高企了。传统的生命力可见一斑。

诗词热中，不得不说到叶嘉莹教授。大致查了一下，各出版社的署名图书，有数十种之多，惊讶传媒平台的强悍和出版事业的蓬勃之余，也不禁感慨“人情”的潮起潮落。对叶先生的人生起伏和人格溢美兹不转述，谨依历年读书所见，臚列八卦一二。

曾因 1998 年上书国家领导人倡导青少年诵读古典诗词、提高国民素质而声名鹊起的叶嘉莹教授，早于 1979 年申请归国讲学，与南开大学结缘。1980 年上海古籍出版社出版了《迦陵论词丛稿》，1982 年广东人民出版社出版《中国古典诗歌评论集》，1984 年中华书局出版《迦陵论诗丛稿》，这几部著作，代表了叶先生二十余年古典诗词研究的成果。1987 年上海古籍出版社出版《灵谿词说》和 1993 年岳麓书社出版的《词学古今谈》（与缪钺先生合撰），则将研究进一步拓展，进而推动古典诗词的鉴赏普及。

叶先生的古典诗词研究，既承续了中国诗词评论的古典传统，更受到了王国维以降近代学人西方哲学和美学的理论涵养，此外就是顾随和缪钺两位先生的影响。

近年声名大噪的顾随作为授业恩师，在叶嘉莹、周汝昌等大力宣扬下，其著述（仅有《苏辛词说》一册）笔记亦煌然问世，颇有陈丹青力推木心之状。

另外一个师承就是缪钺（彦威）先生。缪先生少承庭训，国学功底深厚，肄业北大，辗转于河南大学、浙江大学、华西协和大学和四川大学多所高校任教，往来鸿儒，学术自成一家且笔耕不辍，成就斐然。1981 年被国务院授予中国古代史学科首批博士生导师。

从 1982 年起，叶嘉莹和缪钺二人开始合作撰写词说，叶嘉莹确实得了缪钺先生的全力扶掖与真传，如果细读慢品，可以看出在古典诗词的鉴赏风格，特别是关照角度和行文遣词方面，处处弥漫着《诗词散论》的隽永。

如果标称大家，则提携后学、慧眼识才的缪钺先生当之无愧。钱穆《师友杂忆》载记：“英时自去哈佛两年，转请入研究所读学位，获杨联陞指导，成绩称优，时尚在校。联陞浙籍，肄业于保定某中学，其师缪钺彦威爱其才，嫁以一妹”。

文中提及的余英时之师杨联陞，是享誉海内外的一代汉学大师，美国哈佛大学评价其“以学术辨析能力与才思敏捷著称”，“是美国汉学的先驱学者之一”；法国汉学者宿戴密微称赞其“继承了中国百科全书式学问的优良传统”。严格地说，史学家或语言学家都不足以说明杨联陞的成就，他著作涉及的范围很广，只有西方人使用的“汉学”（SINOLOGY）二字可以概括。多年后，缪、杨两位在中国文史之学都出人头地，郎舅齐名，扬声中外，成为佳话。

拥有深厚国学底蕴，对传统抱有热爱的一代学人逐渐远去，他们留下的只有一些纸面上的言辞和那些草蛇灰线的故事。多媒体的时代，声光电下，朱颜早已辞镜！品位和品味的缺失已不能领略古典的滋味，唯余八卦翻腾。🔥

（作者系财政部科研院所博士、线装书局社长助理）

品牌 IP 化的洋葱模型

纵观国内外明星 IP 打造的成功案例，其中有一定规律可循，其组合要素构成一个洋葱模型。

文 = 张元博

在互联网语境下，品牌 IP 化成为大势所趋。

IP（Intellectual Property）一词本意为知识产权，在互联网时代高频出现，其内涵不断丰富，外延也已远超越了最初的定义边界。在文创视阈下，尤为重视具有高辨识度、自带流量及商业变现能力的明星 IP（superstar IP），它涵盖了属性、利益、价值、文化、个性、用户等层次的传统品牌构架，但更强调具有海量粉丝、故事和价值观。

以农业为主导的日本熊本县旅游资源相对匮乏，经济也一度低迷。为树立城市品牌、提振区域经济，经过精心策划与设计，2010 年推出了官方 IP 形象——熊本熊（Kumamoto）。推出仅两年，熊本熊便在形象认知、传播力等综合评分排名中位居榜首，成为红遍日本乃至全球的明星 IP，熊本县也因此成为日本炙手可热的旅游目的地。

纵观国内外明星 IP 打造的成功案例，其中有一定规律可循，文创界按照价值观、形象 / 角色、故事、多元演绎、商业变现等由内而外依次提炼，建构了一个 IP 基本要素洋葱模型。

洋葱模型的核心是价值观，这是

IP 内容的基石，亦是判断 IP 内容是否具有开发和传播价值的第一标准。

熊本熊正因为有人设中充分植入了熊本人的性格、秉性与价值观，才使得其形象丰满且具区隔性。

抽象的价值观如何向受众显现呢？可视化形象是第一载体。形象 / 角色既要具有鲜明的个性，还要与时代结合。

熊本熊采取了治愈系吉祥物的型塑模式，形象让人易生怜爱；更重要的是通过聘任其在县政府任职，及各种活动中的抛头露面，成功实现了二次元与现实世界间的破壁，以致大多数粉丝都坚信熊本熊不是一个吉祥物，而是真实的存在。

传统品牌是静态、抽象、没有生命的概念，但像熊本熊这样的 IP 化形象，则具备了生命力，不需要借助其他媒介间接传递其精神内涵，而以鲜活的形象和丰盈的人格直击心灵，更为直接有效。

价值观的第二载体是“故事”。人类最易接受信息的方式不是说教，而是故事。熊本熊藉由精心策划的“游子迷途”事件打响了名气，让全日本知晓了熊本县这个地方；“丢失腮红”事件则带领数万网友领略到熊本县的

红薯、火山、温泉、土特产等特色，达到 6 亿日元广告效果。

洋葱的更外一层，是多元演绎，即以可视化形象为基础，在不同内容载体上对故事进行延伸，通过持续建立情感粘过来扩容粉丝。熊本熊每天的重要工作就是在 Facebook、Twitter 等互联网社交平台上推送内容、更新状态，与粉丝交互。

洋葱模型的最外层是商业变现。成功的品牌 IP 既叫好又叫座，熊本熊在影响力营建之余，亦实现了很好的商业变现（熊本熊不收授权费），推出的最初两年便为当地带来 12 亿美元的经济效益；5 年内拉动熊本县 10% 的农副产品销量；2011~2018 年累计实现周边商品销售收入 6614 亿日元。

或许对于习惯“眼皮向下看”（关注土地、项目）的房地产企业而言，IP 化的品牌运营还很遥远，但这并不影响我们对于来自山的那边、海的那边互联网文化产业品牌经验的瞭望与思考，希望泰禾的品牌 IP 建设之路充满时尚与创新，成为房地产行业中的独树一帜的存在。🔥

（作者系泰禾集团品牌部总经理助理）

中式建筑即我民族性格

文 || 王小碎

国风是我们对中国建筑的永恒探索，中国精神才是永恒的主题。

近日，痴迷《长安十二时辰》，除了痴迷大小人物们被精心刻画的丰满内心世界之外，更让人爱不释手的则是庞大而又细腻的长安建筑群。长安这座城，果然是漫长的世界发展史中浓墨重彩之作。据史料记载，唐朝当时来华的日本学生超过 3 万人，这也正是我一直珍视日本京都的原因：那些在历史长河中带有象征意味的京都古建筑群落，就我个人判断，也仅仅是当年盛世长安的一个缩影罢了。

我收有一本 1993 年出版的《陕西民居》，其言：“从唐长安城与兴庆宫、大明宫建筑群空前雄伟的规模与造型可见一斑。唐代建筑曾对日本建筑产生重大影响。”《长安十二时辰》剧中那处有名的“自雨亭”确有出处，记有：“天宝中，御史大夫王鉷太平坊宅有自雨亭，檐上飞流四注，当夏处之，凜若高秋。”那是一个创造的中国时代。

在我三十余年的经历中，很幸运与建筑打了不少交道。亲历一张苏州园林图纸入北京再造太湖大美；西安曲江畔一园一坊复兴大唐荣华；甚至南下以潮汕老厝为基础重新进行人文定位……我们不能说只有北京四合院才是中式建筑，或者搞几个飞檐，弄几个斗拱，就算中式建筑。《长安十二时辰》剧作也正是在坊巷布局、宅院门廊、花萼相辉楼等建筑细微处洞见中国的“国风”。梁思成先生在《中国建筑史》已阐明：“中国建筑之个性即我民族之性格，即我艺术及思想特殊之一部。”

梁思成先生除了总结出按建筑结构取法来体现中式建筑特征之外，特别提到思想方面取法中国文化，着重规制。没错，无规矩不成方圆，这是建筑里藏着的传统内涵。尤其从陕西老民居即可见，层层深远的布局，多进式宅院，是中国人对生活礼制和动静尺度的把握。中国人讲究大尺度、大空间，“前殿阿房，东西五百步，南北五十丈，上可以坐万人，下可以建五丈旗”。规制与规模成就了华夏文明，也承载了几千年的文化积淀。大智若愚，这是中国的大智慧，这更是中国建筑除建筑之外，体现的大道之功。

我是个“写字”的，当年做第一个苏州园林别墅推广时，曾写一句文案，“若拙”。那时的心境不甚深，仅仅从匠人情怀上去思考中式建筑的好。今再看“若拙”二字，必是带着 40 岁的心，读一读如书卷般跌宕过的人生，感叹生活的巧，恰是那无处不在的“若拙”。

至今，十五年前的一张运河岸上的院子的平面稿仍然被我珍藏于电脑中。主标题“大象无形，以河承之”，抒以河流孕育文化的内容，不禁让人赞叹，在十几年前中国房地产还刚刚进入 2.0 时代，就已经有地产开发商站在建筑之上，展现中国建筑的“国之风范”。那是一部时代的传奇之作，带着泰禾对中国精神的寄予，对大音希声的从容张力，携手数位国际知名华人建筑师、艺术家，在北京京杭大运河畔创造的中国精神。

回顾运河岸上的院子，再看今日，泰禾从未止步，我们也无需细品“院子”的无数故事，我想，泰禾对中国建筑、院落精髓的执着，正是对骨子里中国精神的痴迷，那种大开大阖的气度，才诠释出什么叫做中国。深爱中国建筑，不就是对中国精神的传承么？

大象无形，反而如影随形。从《长安十二时辰》窥探建筑之格局，从泰禾建筑之国风读懂人生若拙。建筑于人，如歌，一生涓滴意念侥幸汇成河。

（作者系地产策划人）

盛世匠兴中国风

重道轻器数百年，是匠人时代的至暗时刻，也是中国建筑慢慢淡出世界主流的主要原因之一。

文 = 张剑

日本尚白，朝鲜尚黑，那是中华古国夏朝与商朝的流行色；日本建筑中秦砖汉瓦，朝鲜建筑中的黑白分明，分别继承了中国唐文化与商周遗风；当东南亚风格与日本枯山水成为当今中国豪宅中不可或缺元素之时，我们可否想过，这其中有多少精神内核来自我们曾经失去的民族符号……

我们历史的家园何时失去了颜色？红墙碧瓦、天圆地方、门当户对，雕栏玉砌，小桥流水，国人的乡愁渐渐迷失在托斯卡纳、地中海、欧式法式浪潮之中，舶来的经典越灿烂，我们的乡愁就有多落寞。

重道轻器数百年，是匠人时代的至暗时刻，也是中国建筑慢慢淡出世界主流的主要原因之一。

将作大匠，这个从秦汉起就为帝王服务而设立的机构，取天下金、玉、织造、刺绣、石刻等巧匠巨匠，将一件件绝美的作品流传于世，尤其建筑之美在很早就达到了高点，比如斗拱和接榫的技法给予建筑物极好的支撑又富有弹性，远远领先于当时的世界水平，这种技法沿用了两千多年。中

国建筑与伊斯兰建筑、欧洲建筑并肩，成为世界三大建筑体系。其飞动之美、空间之美，加之园林的诗情造园、师法自然，使万国来朝的人们唏嘘赞叹并移植宇外。这是中国建筑最璀璨的时代。

几乎所有的技法的灵魂都在于：匠。

形而上者谓之道，形而下者谓之器。当“万般皆下品，惟有读书高”成为朝代主流思想，封侯拜相、光耀门庭成为人们普遍追求的“道”，那么“器”就成为低入尘埃的末流，而器的传承者正是这些被日本、德国称之为“国宝”，我们称之为“那个刻石头的”、“那个搞刺绣的”手工匠人。

三百多年前，清朝取消将作大匠，这个包涵着匠人情怀与理想的最高殿堂，不仅带走了匠人们孜孜追求的无上荣誉，也带走了他们传承千年的寸寸匠心。

“孩子，长大了别学爹娘，一定要考取功名，否则咱家始终是个刻石头的”……

天道轮回，几百年之后，盛世的

中国再现强汉盛唐气象。文化自信、传统回归、匠心重提，中国文化向当今世界意识形态发出振聋发聩的归来声，而中国元素的建筑风格、手法工艺将重新成为世界的主流，重道重器时代的来临更使无数被历史遗忘的的巨匠巨作重现光辉。

眼下在中国，我们欣喜地看到，新中式建筑风格正在迅速开疆拓土，以泰禾为代表的一批富有文化传承决心的企业，正把中式居住礼序乐和的理念，通过一个个抱鼓石、照壁、平坊、浮雕、匾额等大师之作，让我们重新走进祖先们曾引以自豪的叠石流水、梁枋彩画，重拾我们出则忠入则孝的家国情怀，深谙持家有道唯存厚、处世无方但率真的传家之道。

文末讲一个关于中国古匠人的小故事：请匠人盖房子，当他感怀东家期间对他的好，会偷偷在每一个梁柱下画一只猫……以后每当有客人到访，看到梁柱下的猫，便可知主人一定是善良的人。

这就是匠心。

（作者系资深媒体人）

红衣若梦

每一家凯宾斯基酒店都设有红衣女郎的岗位，她们制服的剪裁不尽相同，但一样的华伦天奴红，简单不失优雅，成为大堂里一道亮丽的风景。

文 = 林洁

在福州泰禾凯宾斯基酒店雍华典雅的大堂，一位身着红衣的女子显得格外惹眼，她不时地出现在大堂的各个角落，与客人交谈，恰到好处的举手投足尽显优雅。她就是凯宾斯基酒店的形象大使——红衣女郎董若梦。

红衣女郎的“超强大脑”

每一家凯宾斯基酒店都设有红衣女郎的岗位，她们制服的剪裁不尽相同，但一样的华伦天奴红，简单不失优雅，成为大堂里一道亮丽的风景。到了福州，不知道去哪里观光？想去当地最有名的餐厅？想在酒店里游泳，却不知泳池在几楼？红衣女郎都会告诉你，她们可是耐心的“问不倒”。

作为凯宾斯基个性与奢华体验的代表，若梦熟知自己的酒店并精通本地文化，与礼宾部合作无间，为现今独具慧眼的客人展现一个大酒店应有的独特之美。她每天出现在大堂欢迎与欢送客人，给每位办理入住的客人奉上福州当地的特色饮品茉莉花茶，让客人从步入大堂的一刻起，



福州泰禾凯宾斯基酒店大堂，董若梦在引导宾客。

就感受到凯宾斯基完美的待客之道。若梦还负责收集客人的喜好，登记客史档案，并为 VIP 客人提供服务，她会提前做好客人到店前的所有准备细节。每当有住店客人生日，她也会手捧蛋糕，为客人庆生。酒店的常客每逢生日，还会收到她通过电子邮件发送的生日贺卡，温柔地告诉他们：总有人默默地关怀着您。





“问不倒”

到了福州入住泰禾凯宾斯基酒店，不知道去哪里观光？想去当地最有名的餐厅？想在酒店里游泳，却不知泳池在几楼？红衣女郎都会告诉你，董若梦就是其中一位耐心的“问不倒”。

八颗牙齿的三度微笑

若梦是个热爱生活的人，她喜欢通过旅游来体验不同的生活方式，也钟情于购物来犒赏自己，这些喜好让她在接触不同的客人时都能自然地寒暄。

“我觉得现在没有什么工作是容易的，总会有累的时候。但是对于我个人来说，微笑是我觉得最轻松的事情。”

若梦在福州泰禾凯宾斯基酒店将近三年的工作时间，加上之前曾做过五年空乘的宝贵经历，让她习惯了保持微笑，她深刻地体会到，当人们发自内心地想要把快乐传递给他人时，对方都能感受到。因此若梦经常要求团队里的小伙伴，面对客人要有八颗牙的三度微笑；即使面前没有

客人，也要随时保持一度微笑，因为穿着制服处在公共区域，随时都会有眼睛在看着你，员工的一举一动，都代表着酒店形象。

红衣女郎的存在，对于凯宾斯基来说相当重要，因为这个岗位的设置使服务更有温度，提高了宾客的满意度，很多客人在入住期间遇到任何问题，都会第一时间跟她们反馈。

福州泰禾凯宾斯基酒店之所以稳居各个在线预订平台的口碑榜首，拥有众多忠实的客户，也正是因为有专人提供如此细致入微的服务。

（作者系福州泰禾凯宾斯基酒店市场传讯总监）

闪耀博鳌！泰禾集团斩获三项大奖

始终给社会、给购房者最好的产品，绝不会因为任何困难而放低产品的质量和标准。

文 = 潘秀林

8月7日晚，在由观点指数研究院主办的2019博鳌房地产论坛暨中国地产风尚大奖颁奖典礼上，泰禾集团荣获“2019中国年度影响力地产企业TOP30”、泰禾集团董事长黄其森荣获“2019中国年度影响力地产人物TOP30”。

无独有偶，在半个月前举办的博鳌·21世纪房地产论坛第19届年会上，泰禾集团荣获“中国地产金砖奖·2019年度卓越影响力地产企业”。

据悉，中国地产金砖奖由数字化智库型财经媒体领跑者《21世纪经济报道》与博鳌·21世纪房地产论坛组委会于2001年联合发起主办，是中国乃至亚洲地区地产行业最权威的评选活动之一。

组委会邀请国内外数十位行业权威专家组成评审团，通过对众多权威机构的数据分析、项目现场实地调研、业主访问、媒体调查等方式，对中国地产行业进行大规模的专业审视。评选活动旨在为中国地产业展示年度优秀成果的同时，也为市场树立权威榜样，寻找中国房地产行业的创变者，从而推动中国房地产业的健康发展。

“见证行业发展，树立榜样力

量”，中国地产风尚大奖创立于2003年，创立16年来，该奖项一直在记录和表彰房地产行业以及相关产业的典范企业、人物和项目。同时，紧跟中国经济主旋律，解读地产跳动脉络，推动中国地产向前发展，引领中国地产界走向长期稳定健康发展的未来。



本着“公平、公正、公开”的评审原则，观点指数研究院以严格的评测指标，并通过数据分析、调研及业内访问手段，推选出今年度中国房地产业引领风尚的企业、人物、项目等。

泰禾集团副总裁全忠在博鳌房地产论坛上表示，当下楼市调控的大环境下，每家房企都会面临压力，于泰禾而言，会坚定做好产品，这除了企业自身的发展需求，更是社会责任所在，要始终给社会、给购房者最好

的产品，绝不会因为任何困难而放低产品的质量和标准。

主办方观点指数研究院认为，过去的一段时间房地产市场风云变幻，泰禾集团行稳致远，在一直保持销售业绩稳定增长的同时，主动放缓脚步转而追求更高质量的增长，力促公司现金流回正、负债改善、盈利能力得到提升。

除此之外，泰禾通过就旗下多个项目引入世茂等业内优秀企业，放开股权联手操盘，在不影响集团整体战略的前提下，亦保证公司经营走在正轨。

除坚持以房地产为核心，泰禾集团还践行“泰禾+”战略，积极探索房地产产业链延伸行业投资机会，布局医疗健康、教育、院线等新业务领域，为一站式解决业主的多方面的生活需求，努力开创“中国式美好生活”。

不忘初心，回馈社会。自1996年成立以来，泰禾集团积极投身各类社会公益慈善事业。截至目前，泰禾在医疗、教育、扶贫、古建筑保护等多个公益领域，各类捐款累计近14.8亿元。

（作者系泰禾集团品牌部经理）

泰禾快讯

上海大城小院“四开四捷”

7月21日，沪上“神盘”泰禾上海大城小院再次开盘热销，建筑面积约99m²墅境三房亮相即惊艳全场。

2018年1月25日，泰禾上海大城小院首开大捷，435套房源全部告罄，成为上海地产圈“开门红”项目；同年2月3日，南区开盘，加推422套房源，当日去化90%，问鼎上海；同年7月14日，大城小院迎来第三次开盘，310套房源单日出化95%。一路飘红的成绩，彰显着泰禾上海大城小院一直以来的市场高关注度和认可度，院落生活，心之所向。



50 余业主参加“乐龄学堂”招生说明会

8月2日，泰禾养老“乐龄学堂”招生说明会在泰禾1号街区举办，50余名泰禾业主前来参加。泰禾养老“乐龄学堂”为会员提供抗老年衰弱运动、健脑益智课程、舒压手工制作、代际沟通训练等课程及定期基础健康检测等项目。说明会上同步开放的“乐龄学堂”首期课程——延缓退化抗衰老运动课，现场已全部报满。泰禾养老“乐龄学堂”将以丰富的课程设置持续助力“泰禾+”，为业主提供全方位的优质服务。



上半年泰禾院线新开业 7 家影城

近日，泰禾院线板块召开2019半年度工作总结会议，各业务及职能部门分别汇报了上半年度的工作成果以及下半年度的工作计划和部署。上半年泰禾院线精选新项目、设计新产品、落地新业态、稳中求进、逆市而行，新开业7家影城，在营影城总数达14家，观影人次达137万次，上半年票房及卖品总收入达6045万元，预算达成率为111%。泰禾院线总经理谢鸣赫希望各部门继续加强协作，坚持创新经营管理及实践，继续保持脚踏实地的发展风格，立足脚跟，抢占市场份额，树立独立品牌形象，争做行业标杆。

“禾”爱回家主题活动落地北京

7月27日-28日，由集团客户关系部牵头举办的以“倡导健康、阳光、睦邻社区文化”为主题的“禾”爱回家系列活动，走进北京泰禾1号街区、北京通州拾景园项目，现场客户热情参与，一致好评。本次活动的顺利开展意味着“禾”爱回家系列活动正式启动，三季度“禾”爱回家主题活动将走进更多城市，共同营造泰禾式社区氛围。

泰禾酒店开启“为你喝彩周”

近日，泰禾旗下部分酒店开展“为你喝彩周”活动，关怀慰劳在高温中辛劳工作的员工。泉州泰禾洲际酒店围绕“第二季度员工大会暨禾家美食节”、“管理培训生技能大赛”、“员工生日会暨水上运动会”及“人体乐高活动”等主题，为员工带去别样多彩的体验。福州智选假日酒店则开展“满房庆祝活动”、“员工生日会”、“小智健身操”及“管理层宿舍服务日”等活动，感谢员工的辛勤劳动，培养充满归属感和自豪感的员工。

泰禾国际幼儿园举办首场亲子泼水节

7月13日，泰禾国际幼儿园举办2019年首场“玩转水世界，清凉一夏天”亲子泼水节。趣味垂钓、疯狂吃瓜和战况激烈的打水仗，不仅给孩子们送来阵阵清凉，也让忙碌的家长释放心情，陪孩子开怀一“夏”。



“禾启计划”加速向人才内生策略转型

从重视人才外引，到强化人才内生，泰禾集团人才策略迈出重要转型步伐。为加强公司内部人才造血机制，7月11日，集团人力资源部启动第一季“禾启计划”集中赋能训练营，来自全集团的48名管培生参加了此次培训，通过敏捷化知识学习（2天集中赋能培训）与业务场景沉浸式的实践技能演练（60天行动学习项目），学员们的实践技能得到强化和提升。



泰禾医疗受邀参加健康中国研讨会

7月18日，由华夏时报社、《水皮杂谈》工作室等主办的《2019中国大健康大文旅高峰论坛暨健康中国推进研讨会》在苏州举行。泰禾医疗与美年大健康、融创东南、华侨城等受邀同聚苏州，以新旧动能转换为背景，以全面发展健康文旅产业为契机，为促进健康中国战略实施，厘清大健康产业发展脉络，探讨相关企业绿色、健康、生态、可持续发展的新模式。

福建三农与中科院上海有机化学研究所展开合作

为共同推进新型含氟织物整理剂的研制和产业化进程，近日，福建三农新材料有限责任公司与中国科学院上海有机化学研究所签订了“新型含氟织物整理剂的研制和产业化合作开发框架协议（STS项目）”。该合作开发项目首先从新型含氟织物整理剂的研制进行，合成一些高附加值的、市场前景较好的含氟精细化工产品。此次合作将为双方未来开展更广泛的合作奠定基础。

“千人千面”大数据平台上线

泰禾集团全自研的大数据平台已正式上线，该平台包括大数据展示、订阅、智能分析和预警预判等功能。通过各类大数据分析可提升管理层决策的及时性和准确度、通过泰信首页的数据组件化部署让用户能够自由订阅自己需要的数据、通过千人千面的数据适配让问题找到责任人。大数据平台的上线，标志着泰禾特色的业务指标管理体系落地并进入新的发展阶段。

泰客会

Tahoe泰禾 泰禾集团主办 | 2019年8月刊 | 总第115期 | 内部刊物 免费赠阅

生于福州，当识泰禾

中国房地产业发展 30 余年，以“品质地产”著称于世的规模房企却并不多见。它们通常与一座城市的崛起紧密相连，比如重庆的龙湖、杭州的绿城、福州的泰禾。

1996年，时任国务院副总理朱镕基提出将住宅建设培育成新的消费热点和经济增长点，房地产行业迎来重大转折，一大批房地产企业竞相涌现。彼时而立之年的黄其森毅然选择从中国建设银行福建分行下海，创建泰禾集团。

规模并非最大，实力也非最强的泰禾虽然在2012年才真正开始全国化布局，但是称得上后来居上。它的掌舵者黄其森，对中国经济和金融周期变化洞若观火，擅长预判房地产市场的发展趋势，表现在产品策略和拿地方式上，前瞻而果断。

房地产有两大要素，一端为被称之为粮食的土地，另一端则是成败攸关的产品。在产品的打造上，泰禾执着于精耕细作，扛起了复兴中华文化的大旗，打造出声名显赫的中式院子系产品。并藉此在区域市场的竞争中，同时在销售额和单价等关键指标上碾压同行，整体规模也跨越千亿，进阶行业前二十强。

在时代风口和行业潮汐的洗礼下，泰禾凭借前瞻性的战略布局、高站位的精品战略、差异化的竞争策略，从品牌的根部思考，输出“产品主义”的价值观，最终回到人性的深处构建品牌体系，打好适合自身并不断优化的企业根基。在竞争分化的年代，这或许就是泰禾样本的价值所在。

总策划：全忠

策划统筹：王玉光 王永刚

采访调研：黄希 陈晓静 潘秀林

视频编导：韩盛伟 刘嘉璇

“爱拼”一族为何偏爱泰禾？

福州区域近 4 万名业主在泰禾的物业里找到了精神归属、情感依附和文化自信。这正是泰禾品牌独获青睐的秘密所在。

文 = 王玉光

几年前，去福州采访著名爱国侨领、融侨集团创始人林文镜。这是一位颇具传奇色彩的印尼华人大亨，曾拥有当时世界最大的面粉厂和水泥工厂，还被印尼总统以内阁部长的高位挽留，但在他的晚年却毅然选择回国，誓要将毕生财富投在家乡福清的建设上。

在挂满历届国家领导人接见照片的家里，他曾摊开地图告诉我他的雄图大略：计划投资 500 亿，把彼时尚且名不见经传的福清江阴港打造成“世界级大港”。

如今，林先生已经作古，不知其夙愿达成几何。倒是从福州通往他家乡福清的一路上，那些矗立在田野里“穿唐装、戴洋帽”的深宅大厝，令我至今印象深刻。

但凡一位在海外打拼奋斗成功的“金山伯”，总要以“置办一座大宅院”的方式衣锦还乡，以此光耀门庭、寓意家族兴旺。这种风格混搭的“番仔楼”曾寄托着几代侨胞的乡愁，自明清以来，就沿着福州、泉州和厦门一带，撒遍福建乡野。

在蝗虫般肆虐的推土机面前，中国许多城市的历史记忆正在逐渐消失；“城市更新”修复不了文化的断裂，却往往以删除城市个性为代价，学欧仿美，终致千城一面。

所幸，在福州还保留一片形制完好的中华古建筑集群，这片约 4 平方公里的区域内，至今仍有 200 余座始建于明清时期的深宅大院，星罗棋布，交通成巷。这便是福州的历史文化名片“三坊七巷”。它像一部无字天书，记录着这座城市的人杰地灵。

当年，众多达官显贵、鸿儒巨贾云集于此，谈笑风生。包括中国开眼看世界第一人林则徐，中国船政之父沈葆楨，近代资产阶级启蒙思想家、《天演论》译者严复，中国民主革命先驱林觉民以及世纪老人冰心，等等。

风云际会，时空交错，历史的重量叠加于几条寻常巷陌，创造出一座城市的家国理想与不朽传奇。

人们常以“闽”字作注，诠释福建人的性格是“门内虫、门外龙”。由于深受海洋文化的洗礼熏陶，“爱拼才会



从天南海北荣归故里的“爱拼”一族，大都会选择在春节回乡置业。

赢”几乎成为每一个福州城市精英的制胜格言。然而，他们出走半生，征战杀伐，最终想要抵达的远方，不过是穿越红尘后，那个始终魂牵梦绕、最开始出发的心灵家园。

所以你会发现，每年春节，全国各地楼市普遍关张打烊，但在福州，却往往呈现出一反常态的“淡季”买房盛况。从天南海北荣归故里的“爱拼”一族，大都会选择在春节回乡置业，或改善居住，或孝敬父母，或把现金货币变成固定资产，总之，不论出于怎样的购房动机，有一点是共通的，就是他们格外看重品质和品牌，常常但求最好、以“贵”为荣，觉得唯有住得舒心、体面、大气，才对得起拼搏奋斗，配得上功成名就，盛得

下家族荣光。

位于福州南台岛畔的千年螺洲古镇，清帝师陈宝琛曾在此修筑陈氏五楼，藏书传家。明清两代，螺洲陈氏共出了 21 位进士、108 名举人，留下“父子四进士、兄弟六科甲”的传奇佳话。时至今日，“学霸家族”仍薪火相传，院士辈出。深深庭院里，人才济济。“修身、齐家、治国、平天下”的家国情怀，在院子里代代延续。

泰禾福州院子作为传承家风的都市顶级豪宅，深耕螺洲古镇文脉，占据城市上风上水，刚一亮相，就成为福州金字塔尖人群的饕餮盛宴，前期购房客户中，约有 70% 的业主来自福清、长乐等富人扎堆的侨乡。

过去，作为先富起来的都市精英

阶层，福州中产及以上人群在购房时对产品挑剔，但对品牌却莫衷一是。以融侨为代表的本土品牌，以及以万科、龙湖为代表的外来强势品牌，都曾享有较高的口碑和声誉。

厚积薄发的泰禾，则先是借助福州天元花园大型山景名宅项目一战成名，获得万科创始人王石点赞，后又在福州三坊七巷、北京皇城故宫中觅得灵感，发现中国传统建筑“天人合一、内圣外王”之美，洞悉“传承大国工匠精神”之道，并且赋予中国传统建筑文化以当代表达，历经十余载，终以新中式“院子系”产品修成正果，在消费者心中刻下“文化地产”烙印。

在大本营福州，泰禾福州院子、金府大院等城市顶豪产品，确立了泰禾品牌“高高在上”的奢侈品形象；而东二环泰禾广场城市新商圈的成功打造，则使“高大”品牌更接地气，“飞入寻常百姓家”。

至于定位于未来海西“陆家嘴”的福州湾、倡导福州 5+2 都市休闲生活方式的青云小镇以及承接海南三亚投资转移的“住假”生活区厦门湾等等众多新兴业态赋予泰禾品牌的，则更多是青春时尚的活力。

通过对泰禾福州区域近 4 万名业主的大数据分析画像，可发现一个不争的事实：这些先富裕起来的福州人，恰是在泰禾的物业里找到了精神归属、情感依附和文化自信。这正是泰禾品牌独获青睐的秘密所在。

实际上，福州人的回乡置业情结，只是中国传统文化中“家国情怀”的地域缩影。一处经得起时间风霜，历久弥新的深宅大院，承载的不只是有形的财富，更是无形的家风，和一个原汁原味的中国梦。

（作者系泰禾集团品牌部副总经理）

双亿赠礼 作湾海心意

住假一周年 感恩答谢季
[41-113m² 亲海高层]

中国院子十年磨剑

黄其森带队到全国各地考察，挖掘了很多中式文化的建筑表达手法，认真研究后，发现“院子”才是体现中式建筑的灵魂。

文 = 依然

在大本营福州的成功，让雄心壮志的泰禾开始伺机北上。2002年，黄其森看中了一个北京赴港招商项目。

如果说在福州市中心打造天元花园，让泰禾的精品战略初具雏形，那么在北京拿的这块地，才真正让黄其森前瞻的战略布局和果敢的决策初露端倪。

这个占地 500 亩的巨无霸项目，是一块枕大运河而居的风水宝地。不利之处在于，位于通州区潞城镇堡辛村的位置非偏僻二字无以形容，周边则是什么条件都不具备的不毛之地。

更让人大跌眼镜的是，初涉京城的泰禾决意在那里打造高端的中式别墅。彼时别墅市场尚处于初级发展阶段，笼罩在一片欧风美雨中，挑战之大可想而知。

不出意外，打造的过程上演了跌宕起伏的戏码。2005 年首度面世的“运河岸上的院子”一期叫好不叫座。首期入市的 101 栋别墅，一卖就是好几年，成为北京市场上有名的“曲高和寡”者。

在价格高昂导致销售不畅的僵局

下，黄其森的举动让人大吃一惊：封盘不卖了，投入重金改造。信心满满来自于黄前瞻看到这个项目的未来。若干年之后，这一格局被归纳为“站在纽约看北京”。

当然反思和改进也在进行中。黄其森带领着团队到全国各地进行考察，挖掘了很多中式文化的建筑表达手法，在认真研究之后重新认识到院子才是体现中式建筑的灵魂。尤其是到福州三坊七巷，把坊巷文化和居住理念植入到项目中。一场强化“院子”的呼之欲出。得益于项目 0.33 的超低容积率，变化在于，新的“院子”产品都配置了一个真正的“深宅大院”：墙高提到了 4 米，营造出了庭院深深的感觉；面积也扩大到 400~1500 平米，叠加的庭院设计烘托了院子的价值；门面升级为壮观的大宅门，装饰了由曲阳工匠专为明清两代皇宫手工定制的皇家雕塑。

关于黄老板在细节、用材实料问题上如何原教旨的评论，早已传奇化。这也是后来泰禾浓重工匠精神的来源。



携院子 IP 深厚的护城河之利，泰禾的品牌势能开启了指数级的跃升步伐。图为中国院子实景。

中国院子
2014 年 4 月，运河岸上的院子启用全新案名“中国院子”，以此统领全国院子系产品开拓前行。

演多数人质疑、少数人坚持的对决。

“当时大家都不理解，一个项目反反复复折腾，做了那么长时间，各种颠覆性的修改。就我所经手的，2004 年做了一批样板房拆了，之后又做了一批样板房还是拆了……感觉很挫败，都不理解黄老板到底想要的是什么？”

既然选择做建筑领域的顶尖精品，当时暂时不被理解也就在情理之中。多年之后，谜底揭晓了。运河岸上的院子给市场呈献了一连串的产品创新：中式院落、深墙大院、全精装院落、全成品墅王群……一次又一次的叠加，泰禾的工匠精神展现得淋漓尽致，产品打造能力得以脱胎换骨。

历经多轮进化，跨越了房地产的周期，四次上榜“亚洲十大超级豪宅”，运河岸上的院子摘得了“中国第一别墅”称号，终成院子产品的一个打造模本，泰禾也收获了品牌与效益的双赢。

2014 年 4 月，运河岸上的院子启用全新案名“中国院子”，以此统领全国院子系产品开拓前行。当天黄其森发表了“院子宣言”，扛起了打造新时代的新中式院落建筑，复兴中国院落文化，弘扬中式建筑园林精髓的大旗。

雄鸡一唱天下白，携院子 IP 深厚的护城河之利，泰禾的品牌势能开启了指数级的跃升步伐。这家企业不再满足于成为行业的一个基因，而是希望将自身定义为中国房地产行业变化的图腾。

在院子宣言的冲锋号下，泰禾开始全国到处扩张插旗。短短几年内迅速实现了“23 城 45 院”的全国布局，迎来了它的黄金时代。

(作者系资深媒体人)

闭关修炼五年之后，2009 年 8 月 20 日，运河岸上的院子二期重出江湖，创造了月销售 30 栋的成绩，成就了行业的一段传奇佳话。

据黄其森后来透露，为了集中资金和精力全身心做运河岸上的院子，泰禾一度主动退掉了呼和浩特当时颇为抢手的一块地。

在某种程度上说，当时对一家企业能否生存的最大考验，不是来自于某个项目，而是来自于企业战略，这个企业最终要成为一家什么样的企业，它为自己的远大目标能否坚忍以及为这个目标做出什么样的规划。

在泰禾的壮大史上，总是频繁上

泰禾广场再造商圈

商业地产的成功，锻炼了整合资源的能力，也让之前泰禾高高在上的品牌，真正飞入了寻常百姓家。

文 = 如熙

如果说运河岸上的院子展现了黄其森抢占北京在全国楼市制高点的战略眼光，那么商业地产的征程则让泰禾在战略致胜上更上层楼。

时针拨回到 2010 年底。彼时在住宅领域方面已经相当成功，打造了中国别墅标杆“运河岸上的院子”的泰禾，突然大举进军商业地产领域。

2010 年 12 月和 2011 年 3 月，泰禾先后将福州五四北城市综合体宗地和东二环两幅商业地块收入囊中。彼时，尚无其他开发商愿意在福州拿商业用地。

以超 30 亿元的土地投入，同时打造两座超百万平米、总投资额超百亿的城市综合体项目。一时市场哗然，一个从未做过商业地产的新军，忽然高歌猛进，泰禾是在展开一场华丽的冒险吗？

很多人问黄其森，泰禾开发住宅不是相当成功吗，为什么要转而开发商业地产？

在 2012 年 7 月 18 日泰禾·Tmall 全球招商签约发布会上，黄其森曾有过一次明确的阐述。“原因很简单，

中国经济的大环境是积极向上的，政府将通过扩大内需释放强大的居民消费力，调动经济持续稳定增长，这股消费力将产生难以预估的力量。”

此外，基于对宏观形势的把握，黄其森隐约感知，下一步可能对针对

住宅出台限购政策，这必然带来商业地产发展的机会。同时发展商业地产也能平衡泰禾单一住宅开发模式的或有风险。

在这样的战略思维指引下，泰禾果断做出 2009 年~2010 年阶段性放



被称为福州“城市会客厅”的东二环泰禾广场。

弃住宅拿地计划，倾全力投入商业地产的前期开发。

这是战略致胜的一种延续。泰禾的发展战略独到而不神秘，“人家不看好时我们看好，人家看好的时候，我们却未必跟着看好。”

私底下，黄其森一直对个别城市综合体的千城一面、毫无个性颇有微辞：“多年以后，这样的建筑会给当地社会留下什么呢？”

黄其森要求，每一座泰禾广场都不同，每一城都有独特的精彩。沿着这一战略思路，做商业伊始泰禾就果断摒弃住宅产业的固有思维，完全按商业思路来做原创，在短时间内打通了商业全产业链。从拿地、开发、设计、营销、招商到运营管理，坚持全产业链紧密相扣、精耕细作，独创“精品商业模式”。

2013 年 9 月 26 日，五四北泰禾广场以满铺开业。当天客流量超 35 万人次，全天 1200 万元的营业额创了福州购物中心开业新高。靓丽数字的背后是，这个承载着泰禾布局商业决心的开山之作，每一处细节都经历过反复的推敲及论证。比如，最终的钻石形态成型背后，不知花了多少设计费，找了多少家设计公司，攻克了多少专业难题。仅在面积达 3 万平米的幻彩铝板外立面幕墙上的花费就高达 8000 万元。

在这个值得铭记的日子，泰禾集团招商部总经理江圣捷总结了几条成功经验：一则泰禾提供了一个不同于传统商业地产运作的别样平台，将人

才和项目做了深度链接。二则在缜密市场调研的前提下，精准定位，并不惮以颠覆修正。比如 2012 年 3~4 月，泰禾甚至一度停止了所有招商，自我否定，把业态规划悉数推倒重来。三则理念适度超前、定向招商，用专业和敬业敲开商家的大门，引进了占比高达 30% 首进福州品牌。

火爆开业之际，新一期的《中国购物中心》期刊有篇专栏总结了全国商业地产的“1/2”现象：全国范围拿了地的 1/2 开不了工，开工了的 1/2 开不了业，开了业的 1/2 经营不善。

无疑泰禾五四北广场提供了一个“百里挑一”的正面典型样本。

2015 年 12 月，被称为福州“城市会客厅”的东二环泰禾广场开业，塑造了福州超级配套，改变了福州的休闲生活方式。

目前，销售额突破 25 亿元/年，总客流超 3000 万人次/年。

“在福州，泰禾做商业的能力已经深入人心。尤其商业的传播力、影响力是非常大的，给泰禾所有产品都提供了一本信任证书。”泰禾集团福州区域营销总监揭丽婷指出。

商业地产一役，锻炼了整合资源的能力，也让之前泰禾高高在上的品牌，真正飞入了寻常百姓家。更重要的意义在于，通过商业地产的洗礼，泰禾已经发生了质的变化。它的思路已经不再局限于某一个房地产项目，而是站在经营一座城市的高度，试图通过自身的实践和发展，为福州城市的进步提供可能的路径。

(作者系资深媒体人)

城市会客厅
被称为福州“城市会客厅”的东二环泰禾广场开业，塑造了福州超级配套，改变了福州的休闲生活方式。

超级湾上的 超级半岛

泰禾厦门湾焕新之作 香山半岛



58-118m² 低密院落
43-101m² 亲海高层

十大专利开宗立派

泰禾不仅输出中式院子产品，还不断引领和推动行业的产品研发和创新能力，输出“产品主义”价值观。

文 = 启昕

在品质地产的莘莘信徒中，泰禾是其中的虔诚者。泰禾 23 年的发展，是一家民企不断探索、追求、自新、进化的历史。它不仅仅是一个只输出中式院子产品的企业，还不断引领和推动行业的产品研发和创新能力，输出了“产品主义”价值观。

历史总是这么吊诡，当细水汇聚成奔流，人们才能回溯寻找源头。泰禾产品主义的根源在于黄其森定的一条铁律：对于产品的细节，泰禾始终要走“精品战略”。

当然，从泰禾的实践来看，产品主义绝不是做好产品这么简单，而是要用品牌思维、战略思维、极致思维、信念思维来重新认识和解构产品。

沿着泰禾的发展脉络，从福州的天元花园发端，流淌在血液里的产品执念让泰禾走上了打造高品质、高溢价产品的路线；经历商业地产一役，泰禾的战略、高度、思维更上层楼，产品整合能力有了坚韧的注脚；北上打造院子则让中式院子成为根植于产品骨髓中的 DNA，无可复制、不可超越。

随着全国化布局的日益深入，加之对客户需求的细致挖掘，产品线的拓展摆上了泰禾的议事日程。产品线得以运作的背后，是泰禾独特的中式产品力。多年来，泰禾秉承产品极致主义，投入大量人力、物力，深入探究中国传统建筑的方方面面，通过大量史料的研究和精心研发设计，在院落营造形成了自己独特的体系。泰禾在 2017 年 11 月



泰禾集团总裁助理王立军

还发布了院子系十大专利营造工法，涵盖门头、壁灯、横梁、抱鼓石、门钹等产品专利。被誉为中国首家进入“知识产权时代”的房企。



泰禾在 2017 年 11 月还发布了院子系十大专利营造工法，被誉为中国首家进入“知识产权时代”的房企。图为泰禾福州金府大院实景。

以过往十数载造院经验为基石，泰禾进行了大胆创新与升华。从天元系、红系、院子系、到广场系，多年的探索、积累与检验，这家企业在产品打造上渐臻成熟，及至多元化产品线的形成，泰禾终成集大成者。

对于产品主义者，这是一个梦想闪耀的时代。如今的泰禾已经形成了一整套完整的产品序列。以泰禾福州为例，院子系有扎根帝师之乡螺洲古镇，深耕城市风水文脉的福州院子，大院系有奠定福州豪宅之巅的金府大院，广场系有再造城市商圈的五四北、东二环两个广场，湾系有引领城市临江沿海新动线的福州湾。另外，独有的小镇系有开启福州“5+2”新生活方式的青云小镇。

对于泰禾而言，产品线的丰富拓展，令其由单纯提高技术标准，转向提升品牌溢价与产品价值的营造。

在泰禾集团总裁助理王立军看来，当同行都奉行高周转、快复制之际，擎起“产品主义”大旗的泰禾坚持价值经营，独善其身打造 IP，践行文化筑居中国。这种创新意识、价

值追求和社会责任远超同行。

凭借多元化产品线，在设计、推广、开发、销售等一整套完善、熟练的程序支撑下，泰禾 2017 年销售额突破千亿，实现了高质量的“高周转”。

据了解，近三年来院子系产品的销售额已占泰禾历史总销售额的 1/3。大院系、园系、府系等产品也刮起“销冠”旋风。在业内人士看来，泰禾产品主义背后的架构及逻辑，是迄今为止将中式定位、战略思维、品牌文化三者完美合一的超强系统。

在经历了 20 多年的高速增长之后，房地产基本面、格局以及未来行业的竞争模式都在发生剧烈变化。提前进行战略卡位的泰禾提出了泰禾+，囊括医疗、教育、文化、养老等美好生活领域。

无疑，这是泰禾实施战略升级，引领企业长远发展，探索一条将企业经营价值与社会价值结合的未来路径。

（作者系资深媒体人）

超级 IP 独木成林

前瞻的战略眼光、超强的产品情怀、广谱资源的整合能力以及它们的组合和融通，“烛照”出了城市价值的成长，和泰禾业主的美好生活。

文 = 张文豪

北宋治平三年，在官署前，福州太守张伯玉手植榕树两棵，并号召百姓种植，自此全城绿荫蔽日，暑不张盖，遂有榕城之称。

在现在的福州国家森林公园内，有一巨大榕树，树干直径 8 米多，树高 20 多米，占地 2 亩，冠幅 1300 多平米，可纳千人于树下。人称福州榕树王（也是中国榕树王）。

民间传说，这棵树王即当年张太守所植。其实很可置疑，因为无论古今，建在森林和山地上的官署并不多见。倒是在福州天元花园里的那棵“小榕树王”，可能性更大一些，因为它位于福州传统的核心及黄金地段——鼓楼区。

“小榕树王”的冠幅至少达 100 多平米，可覆盖上百人纳凉其下。于夏日骄阳下移步树荫影下，立感凉爽。笔者注意到，树下的坐椅都是半“8”字的曲状，同行的泰禾集团品牌部同事告诉我，这是老板的主意。

一、取意于太极图案，有中国传统文化底蕴；二、符合国际建筑界的美学大箴。巴塞罗那地标圣家堂的设计者高迪说过：直线属于人类，而曲线属于上帝；三、实用性好：曲形椅可以坐更多人。

他们口中的老板，是泰禾集团的创办人、董事长黄其森。

在中国房地产界，15 岁就上大学的前学霸黄其森是个异数。

当同行欧风美雨时，泰禾做新中式；当闽系啸聚上海滩时，泰禾将总部搬入北京；当房企拥堵海外资本市场时，泰禾却成功在市盈率更高的 A 股上市。

尽做不同的黄其森，在高手如林的中国房地产江湖打出一片天地。他最大的“不同”，就是在“文化筑居中国”愿景之下，十年磨剑，把院子锻造成了泰禾超级 IP。

超级之谓，原因如下。

一、文化自信。院子源起于中国传统的居住形态，如福州延续千年的三坊七巷，蕴含着丰富

榕城

北宋治平三年，在官署前，福州太守张伯玉手植榕树两棵，并号召百姓种植，自此全城绿荫蔽日，暑不张盖，遂有榕城之称。



榕树有两大特点：其干可以独木成林，其枝可以落地生根。这又何尝不是泰禾的写照？

强烈的中国文化元素。泰禾以院子为载体，注之以中国传统文化内涵，赋予了建筑强烈的人文气质。文化成为泰禾产品骨髓中的 DNA，不仅提升产品价值，更提升品牌价值。

二．高举高打。院子作为一个完整产品，是泰禾在进北京后打磨而成。600 年尊贵大道长安街与 2500 年财富之河京杭大运河交汇，孕育出院子的不凡血统。

三．专利加身。一是为标准化扩张，二是防业内抄袭模仿过甚。2017 年泰禾发布“院子系十大专利营造工法”，开房地产行业知识产权保护的先河，院子有了护身符。

四．严格高标的择址标准。院子选址，必以顶级资源为据。北京之外，在南京，择址在秦淮河，在福州，则是螺洲文化古镇。泰禾所至，皆是一卷繁华一卷诗。

五．有质量的成长和扩张。新中式风格和精工品质并重，形成了规模复制和品牌输出的能力。已落地全国“23 城 45 院”，四次上榜“亚洲十大超级豪宅”。近三年来，院子系销售额已占泰禾历史总销售额的 1/3。

六．与时俱进。根据市场变化，成熟后的院子又衍生出“和而不同”的大院系、府系和园系，泰禾的中式产品线更加多元丰富。且都是在延续院子基本形态和文化基础上的新尝试，增加现代感和时尚感，以及有山有水的文旅休闲概念。

上述特质使院子 IP“独一无二，无可复制，不可超越”，换一种更易理解的说法，就是“谈中式必谈院子，谈院子必谈泰禾”。

至此，院子系和择址更苛刻的大院系，与同业相比，其差异性和领先性之强，几无竞争。至此，黄其森亦被业内称为“黄院长”——新中式居住教父。

云舒云卷，中国房地产业进入新阶段。

政策多变，调控加剧。房住不炒的新国策下，房屋的投机性被阉割，投资性也受到极大的抑制，市场对于居住价值的关注度进一步提升。

所以，黄院长考虑更多的已然是“后房地产时代”的课题，比如：住上好房子后，业主们最需要的又是什么？在完成产品力的锻造之后，泰禾又该做什么？

黄的答案是：医养、教育、度假（住假）、文娱等等，即美好生活所需要的一切。于是，泰禾在 2017 年 9 月推出“泰禾+”全生命周期服务战略，本质是抓住战略机遇期，尊重民众日益增长的消费和发展需求。

在天元花园的大榕树下，泰禾同事还告诉我，榕树有两大特点：其干可以独木成林，其枝可以落地生根。

这又何尝不是泰禾的写照？

对很多企业来说，在黄金时代，有白银级的表现即可。在白银时代，才需要黄金般的能力和表现。

对泰禾而言，从来不存在这样“机智”的选项。

位于福州五四路 333 号的泰禾花园，是有着 23 年历史的泰禾处女作。

陈建萍是泰禾花园的物业经理，是泰禾第一批老员工。据她回忆，泰禾花园的街牌号并不是 333，但因为福建人发音“三”与“生”相仿，寓生生不息之意，加之数字重复便于记忆。所以，当时黄其森要求一定要办下来。

另外，黄其森还要求安装电梯，户型南北通透，80 平米做出两房半，配两个卫生间。即使按今天的标准，泰禾花园也没有落伍。

所以，尽管当时陈建萍手里只有 6.9 万元，但她还是想方设法变成了泰禾花园的业主。食髓知味，陈建萍后来又多次跟进泰禾的房子，资产升值渐过千万。

在东二环金尊府开盘时，本是到场帮忙的陈建萍，自己也买了一套。因为她看过隔壁竞品楼盘，容积率太高，采光井都不通透，90 平米户型，却只有一个卫生间。而当时，已经是 2014 年。

如果要问福州业主最有幸福感的小区是哪个？回答一定是泰禾在 20 多年前开发的天元花园。这个小区的楼体是全国尚属罕见的坡地建筑。独创的“过街楼”颇有前沿感。车和人在楼群中穿过，形成了更有趣、更合理的交通动线。

在规划投标阶段，6 个设计单位中，有 5 家都提议把山体推平再建，黄其森最终采用了唯一的依山而建方案，尽管造价高昂。

近 20 年过去，这里仍然居住着全福州最多的文化、艺术界人士，社区氛围高雅闲适。出生于福州的黄其森，曾写过一篇《谢谢，我的国》的文章，他说：历史的不可预知性，常常令人困惑，也给人喜悦。

一个人的命运，一个公司的发展，对于历史和现实的宏大叙事而言，尽管微亮如豆不足道，可同样也能烛照一个时代的命运和精神。

泰禾发出了怎样的“微亮”？

前瞻性的战略眼光、超强产品情怀和能力、广谱资源整合能力以及它们的组合和融通。

这些“微亮”“烛照”出了城市价值的成长和业主的美好生活。📍

（作者系地产豪言出品人）

“第一品牌”始于业主满意

泰禾对福州区域 21 个老社区安排了 600 多项整改任务，估算整体花费接近上亿元，这样的举动全行业难觅踪迹。

文 = 方圆

在福州泰禾天元花园，一场轰轰烈烈的老社区品质提升运动正在火热进行中。这个泰禾在创业初期开发的住宅项目，已经拥有近 20 年的居住历史。

不惟天元花园，几乎福州区域所有项目都在采取行动。泰禾福州城市公司总经理龙宇飞说，“老社区品质的提升，是泰禾的一个重要的战略动作。泰禾现在的老



老社区品质的提升，是泰禾的一个重要战略动作。图为福州天元花园实景。

业主接近 4 万，全面提升业主的满意度是我们现阶段的关注重点”。

老社区品质的提升，能够让业主拥有一个更好的居住体验。话虽不假，但眼看房地产行业传统的金九银十销售旺季就要来临，这个今年把现金流指标放在第一位的房企，却闷头深耕看起来吃力不讨好的业主服务领域，个中缘由和逻辑何在呢？

第一品牌站位的战略落地

黄其森有句话，叫做“用工匠精神做物业服务，让服务成为泰禾品牌的核心竞争力”。服务好业主并非是泰禾心血来潮，而是一以贯之的常规动作。

比如，作为 20 年的老社区，天元花园依然享有超高品质的物业服务，源于泰禾始终对小区倾力公共维修，小区的景观也总是常绿常新的；比如，2015 年泰禾出钱给老旧小区更换设备、外墙美化、重新修缮，小区旧貌换新颜。

泰禾的物业依然坚守，不定期给业主供应很多丰富精彩的生活内容。比如当时泰禾把美术馆的二号楼的架空层清理出来，斥资近百万，打造了名为泰禾文苑的文化活动场所。也难怪这里居住着全福州最多的文化、艺术界人士，拥有高雅的社区氛围。可资对照的是，同一时代的很多小区景观区现在几乎乏人问津。泰禾福州公司景观园林负责人林进文评价说，该项目在福州目前来讲是保值增值率最高的项目，没有之一。

据泰禾集团总裁助理王立军介绍，关于业主满意度的提升是一个系统工程。与以往不同之处在于，此番老社区提质行动更为深入，增加了更多的服务内涵价值。

首先是硬件维护，泰禾福州区域一共 21 个老社区，排了 600 多项的整改任务，估算整体花费接近上亿元。其中很多都是超过五年以上，过了保修期的老社区。这样的举动全行业难觅踪迹。

其次在执行上，很多老社区存在老大难问题，做起来比做新项目都难，推进乏力，动作很慢。泰禾要求现有城市各个项目总领任务，限时解决，做深做透。

此外，对标行业最先进的企业，博采众家之长，提升整个物业服务水准。在日常跟老业主的互动、维护、礼仪、保安、保洁等方面全面全线提升。

与此同步的一个升级策略是，更大范围落地“泰禾+”，将地产和医疗、教育、养老、文化串在一起，形成有机的联动，给业主提供更好的服务。老社区建立健管中心、健康小站、四点半学堂，结合幼儿园未来的模式，还有社区的商业、社区的食堂现在统统要入驻泰禾的老社区，并且目标完全不是为了赚钱。据悉，福州区域健康小站已经建了 17 个，接下来将逐步实现到老社区全覆盖。

目前，泰禾在福州正在全力打造两个样板：福州院子和福州湾。泰禾甚至把租出去的商业收回来，腾出一千平方米的面积，重新把为社区服务的优质资源引进来，让他们服务于业主，做“泰禾+”资源的整合。

围绕着老业主的满意度，围绕着物业服务，围绕着“泰禾+”怎么做，目前的泰禾形成了一种上下联动的良好氛围。

这是目前泰禾整个福州区域为了打造业主满意度，进而落地做第一品牌的举措。深耕福州 23 年，对于业主对泰禾的认知和理解，黄其森最近给了一个定义，在福州做绝对第一品牌，就像龙湖之于重庆，绿城之于杭州。

事实上，泰禾的第一品牌战略早在 2016 年就已经提出。曾任泰禾集团副总裁的成尔骏曾经提供过细节：黄其森对泰禾要快速形成“大服务”板块非常迫切，在和他第一次见面时，就提出泰禾要打造‘地产第一品牌’，让服务成为泰禾的核心竞争力，成为泰禾长期的软实力。这其中提到的大服务板块，既包括传统的物业服务，即所有泰禾旗下小区的物业服务，也包括泰禾的酒店管理。

如今，激越的变奏曲已响起，泰禾第一品牌战略正在向深度和广度全力推进。

关键时刻的必然战略

提升老社区品质行动和“泰禾+”更大范围的落地，初衷旨在提高业主的满意度，贯彻第一品牌战略向纵深推进，进一步擦亮泰禾品牌，增加价值厚度。

泰禾一贯重视品牌，之所以能够发展成为一家跨区域经营的 TOP20 房企，就在于它较早地认识到品牌是企业决胜竞争的锐器，把品牌建设摆在十分重要的地位。

有一点无法回避，对于有责任感的企业，品牌意味着“人为主语”理念的真正实施，而对于有些企业，品牌只会被视为销售的一个道具。

第一品牌

深耕福州 23 年，对于业主对泰禾的认知和理解，黄其森最近给了一个定义，在福州做绝对第一品牌。



在衡量企业价值的天平上，对于客户满意度的把握日益成为泰禾看重的砝码。。图为福州天元花园实景。

选择此时加速落地第一品牌，泰禾的初衷显然不是一种营销行为。在王立军看来，把精力放在全面提升业主满意度上，会有一个全新的泰禾印象留给 4 万户的老业主，持续做好业主的服务是实现第一品牌的必由之路。

不过，在这个急功近利的时代，沉下心切切实提高业主的满意度，反而可能从“大道”的思想高度来解决客户对新产品的认知，收到水到渠成的效果。

“现在来看，通过这一系列的动作，还能对营销有一些触动，带动渠道的营销。如果说这是一种营销手段的话，那么这种营销真正抓住了核心和精神，做的可谓‘道’。相比之下，以往把重心只落在客户对新产品的认知和解读上的营销动作，只能称得上‘术’。”王立军笑称。

随着房地产竞争模式的发展轨迹，从地段掌控，到销售为王，到设计为王，再发展到今天的品牌制胜，从一个侧面反映出消费者已不仅仅满足于钢筋水泥浇灌的物理属性，而对于情感表达、个性展现抑或精神寄托等附加价值的追求，体现得愈加强烈。

泰禾敏锐地抓住了这一点，认识到房地产即将迈入一个创造客户价值、使客户得到真实感和喜悦感的客户满意时代。在衡量企业价值的天平上，对于客户满意度的把握

日益成为泰禾看重的砝码。

虽然在这轮调控过程中，主做高端产品的泰禾会受到限价的冲击，但只要踏踏实实做好产品，认认真真提高服务，政策环节的制约似乎不足为惧。

泰禾有着自身专注的哲学：专注于科学的决策、专注于人本的管理、专注于品牌的锻造、专注于文化的培植、专注于社会的奉献。

正如黄其森所言，我们在探索、在回归一种作为人的更为踏实的原点，我们在追求、在超越一种高于企业自身价值的境界。

对于已经形成自己核心品牌内涵的泰禾而言，在二十多年的发展中，已经意识到品牌的价值在于商业利益和社会价值的统一，这正是它此番行动的内在逻辑。

泰禾的所作所为，不仅仅是为业主负责任、为社会负责任，也为整个行业的发展做了一个很好的引领。像泰禾这样一个有追求、有价值感、有情怀的企业，按照这个体系发展下去，肯定会越来越好。

于它而言，企业形象、商誉、品牌、文化、员工态度、实心产品，这些才是关键时刻的战略选择。

（作者系资深媒体人）

销冠群星闪耀榕城

泰禾在福州要做到“系统优秀”、“无短板有亮点”的绝对第一品牌。这种自信来源于业态齐全的项目群、院子系超级 IP 和“泰禾+”护城河。

文 = 张文豪

并不高调的榕城福州，三山环绕，避风藏水，一江连海，可通万邦。是一个罕有的众美之城，也是众福所纳的绝佳风水所在。

所以，自魏晋衣冠南渡以来，福州成为无数富裕人家、士人阶层及隐退仕宦迁居之处，并聚建为三坊七巷。这是中国仅存的“里坊制度活化石”和“明清建筑博物馆”，也是福州的千秋福韵。

23 年前，泰禾在此起家，并出闽进京。

10 年前，泰禾载誉归来。福州再成重镇，与北京南北呼应。

泰禾在福州的自我期许是什么？泰禾集团总裁助理王立军的说法是：做绝对的第一品牌。“就如同曾经的龙湖在重庆，绿城在杭州”。

王立军的信心何来？

首先，福州有泰禾最齐全的项目群。

东二环泰禾广场再造城市商圈，金府大院奠定福州豪宅之巅，福州湾引领城市临江沿海新动线，福州院子扎根帝师之乡螺洲古镇，深耕城市风水文脉；青云小镇开启福州 5+2 新生活方式。

其次，泰禾的优秀是系统优秀：两大护法+五位一体，无短板有亮点。

院子的超级 IP 与泰禾+，构成了泰禾业务发展的两大护法。

两大护法之下，泰禾做的绝大多数项目，最终都会有着五位一体的亮眼表现。

战略能力：包括对城市发展、地段价值、产品迭代等的前瞻眼光以及在市场不确定情况下的定力。

品高质优：注入院子 IP，等于垒起了高门槛，是作品而非产品。再适度创新，可更好地适应市场。中式文化加西式服务，软硬兼优，内外兼修。

稀缺资源：分“独有”的自资源（泰禾+）和“难得”的客资源（城市直接相关的各项利好）。

保值增值：城市精品的高端定位，前瞻性战略形成的不凡投资眼光，独特强大的产品力，合而成为巨大的价值成长空间。

业绩明星：在绝大部分城市的每一品类产品，都会取得销冠或类销冠的业绩。

王立军的说法，已然得到了业绩的印证。

2019 年刚至年中，福州湾以 35.3 亿热销奇绩，持续引领福州楼市销售；

近一年中，青云小镇累计认购约 16 亿元，在同类产品中独占鳌头；

福州院子连续三年为福州别墅市场销冠，2018 年，以 25 亿荣登福州别墅销售冠军，第二名年度销售仅 6 亿元。

2019 年初，更荣膺别墅类金额、面积、套数 1-4 月冠军，以单盘之力占据福州别墅市场半壁江山。



泰禾集团福州城市公司总经理龙宇飞

最有意思的是金府大院，逆市飘红。在刚刚过去的 6 月业绩尤其亮眼，特别是在最后一天放了颗卫星。因为这类豪宅的客户，都是买房熟手。他们根据项目进度判断，6 月之后应该会涨价。

在细说福州项目之前，必须先说说福州的东二环泰禾广场——“海西第一城市综合体”，这是体现泰禾战略眼光和胆识的最佳案例。

它得到的称誉很多，“福州新地标新中心”“24 小时不夜城”和“福州人气最旺之地”等等。

如果你第一次来福州，那当地朋友很可能会告诉你“游三坊七巷，逛泰禾广场”。

很难想像的是，这样一个寸土寸金的地段，前些年还是小建材市场聚集之地，再之前都是化工厂。

当初泰禾拿下这块地后，黄其森注意到，随着地铁时代的到来以及城市的升级和外扩，福州需要更多、更大、更好的城市级综合体。

于是他否决了把小建材城做成大建材城的建议，而是在这片 150 万平米的地块上，投资 200 亿元，建起福州最大、全业态的高端综合社区，包括商业、办公、文娱、酒店和

住宅区。

而其中的泰禾广场，不仅是这片黄金区域的活力引擎，还改写了福州城市的商业格局，成为了福州人主要的休闲中心、娱乐中心和办公中心。

目前，2015 年开业的东二环泰禾广场每年的销售额突破 25 亿元，总客流超 3000 万！

其实，泰禾商业开山之作是 2013 年开业的五四北泰禾广场。那是泰禾首次商业地产上的破冰之旅。

黄其森首先明确要求，要打破购物中心千篇一律的豆腐块造型。在他的要求下，五四北泰禾广场被设计成巨型钻石，另外，泰禾还花费 8000 万元打造了 3 万平米的绚彩复合外立面幕墙。

对外型和色彩最敏感当属艺术工作者。当时参加庆典的影星黄圣依对造型和外墙惊艳不已：“阳光下不同角度能看到不同颜色，像一个比想象还要炫丽的钻石。”

在福州公司做了十几年营销的揭丽婷感慨地说，如果说在泰禾成长的过程中有过关键性战役，那么院子是一个，商业也是一个。

应该说，在“泰禾+”之前，商业是检验泰禾综合能力的最好试金石。而检验的结果是：泰禾所在，中心所向。

有了泰禾商业，特别是东二环泰禾广场的成功，接下来的金府大院和福州湾的成功，也就顺理成章了。

金府大院：院内江南，院外江山

金府大院是泰禾“大院”系的扛鼎作品，在福州的定位是“城市第一豪宅”。

位置是城市中央，产品是大平层，并用九种非遗传承的工艺打造，繁复考究、精工细作、极尽奢华又耐人寻味。是现代建筑+中华工艺的精品。这使得它往往独一无二，难觅竞品。

本来园林就是大院系的重头戏，而福州金府大院的园林景观，又是全国大院系产品之首，是泰禾 23 年造园技术的集大成之作。一院九园喻示的“九州盛景”，蕴含了江南和北国园林精华，出则繁华、入则隐秘。

如果说金府大院能打 100 分，那么产品力和地段优势各占 50 分。因为金府大院就处于东二环地段之内，与“东二环泰禾广场”一路之隔，有“院内江南，院外江山”的美誉。

福州金府大院同样是黄其森前瞻性战略的结果。

金府大院的前身是刚需项目金尊府。但在东二环商圈整体成熟起来，并成为福州配套最顶尖片区之后，黄其森

及时调升了原来的定位。在他看来，在这样的地段，必须有福州最好的房子。

金府大院已相当精彩，但好戏还在后面。

泰禾地产福州总经理龙宇飞解释道，这主要体现为“泰禾+”将持续不断地带来巨大的附加值。

“泰禾+”战略在福州落地最早最齐全，而东二环泰禾广场又是最合适的落脚点，现在已有医疗、健管中心和超五星级酒店的加持。“金府大院的业主，也就是‘泰禾+’服务的会员”。

福州湾：太平洋海风最先吹到的地方

未来数年中，能体现泰禾前瞻战略眼光的最大手笔，应是“现象级”的福州湾。

因为它的定位高大上：福州陆家嘴+最美区域+城市新封面，囊括了“文化、商务、旅游”三大发展方向，并互相赋能。

著名社会学家列斐伏尔说过：树会生出枝芽，海会吸纳百川，不管城市以哪种姿态出现，唯一不脱离的便是生长。

福州湾的出现，正处于福州生长的重要节点上。福州虽美，但三面环山，只能“东拓南进，沿江向海”。“东进”是指城市中心必须沿江扩展，形成滨江滨海空间发展格局。

而这一新格局的最佳落脚地是“三江口”——福建母亲河闽江、乌龙江与马江的交汇之处，是福州的入海处，是连接主城区与滨海新城的重要发展轴，也是福州新区的重要组成部分。

而泰禾福州湾，正位于三江口的龙头和龙吻部位，坐拥江、山、湖、岛，在世界范围内都属于稀缺的自然资源，是绝版好地块。

天赐资源不可辜负。

泰禾三江口文旅城应时崛起，抢占 4000 米绝版闽江岸线，造就城市中心“文旅商”航母+滨水千亩大盘生活范本。

自然秉赋超群，又处于城市中心，福州湾还可坐享千亿城市公建资源。“东进”路线上，水系综合治理、道路工程、地铁等配套建设正在全力推进。

大多数文旅项目的软肋就是交通，而这恰是福州湾的强项：外则海陆空四通八达，内则双地铁直达。项目距离

地铁站仅 300 米，距离机场 20 分钟车程，高铁站 10 分钟车程，毗邻福泉高速入口、三江大桥、马尾大桥。

好项目既在天造，亦在人为。

泰禾在三江口文旅城上落的都是“大注”“重注”。

文旅内容占比超过一半，而且是全方位、全业态，充满国际化和时尚化元素。

“刷新城市新封面”，国际会展中心、海峡文化中心、海丝博物馆等已投入使用，星级酒店如海丝之帆、温泉酒店、土楼酒店等如期建设中。

“全城寻找白雪公主”，冰雪乐园、水上乐园、运动乐园、儿童乐园、VR 电影乐园五大主题乐园，其中室内水上乐园、滑雪中心为福建最大。

“福星高照三江口”，三江口上，总高 88 米的福星轮将拔地而起，它将预示着：泰禾再次以一己之力将城市中的区域价值提到最高点。

里坊制度活化石

自魏晋衣冠南渡以来，福州成为无数富裕人家、士人阶层及隐退仕宦迁居之处，并聚建为三坊七巷，是中国仅存的“里坊制度活化石”。

福州院子：文人诗画，士人朗园

北有三坊七巷，南有螺洲古镇。

在福州，螺洲古镇是唯一可以对话三坊七巷的文脉之源。

数百年间，文曲临照，科甲鼎盛。共出了 1 位状元，27 位进士，111 位举人。

自清代至今，此地名臣辈出，人杰地灵，是“帝师”陈宝琛的故乡，拥有“陈氏五楼”、陈若霖故居、孔庙、天后宫等古建筑。

福州院子即座落于此，这是泰禾回归家乡的最高级别献礼作品。

秉承三坊七巷规制，以泰禾院子系精髓，福州院子打造了四坊十八巷院落格局。别墅区域容积率仅 0.5。与其他院子不同的是，泰禾还斥巨资引 76℃ 源脉温泉入院，实现蓝天白云下的院院私汤。

若论出世，福州院子的高墙大院内，是文人画、士人园的纯墅区，廊空室静，翠竹丛生，凝练再现自然山水，打造对话古今的情怀居所。

内有双拼、叠拼、合院等多种创新性组合别墅，其中合院别墅更是成为其中最被青睐的“王者”。

若论入世，福州院子择址城央，是福州唯一的双地铁城市别墅。便捷的交通，区域价值攀升的强大驱动力。而临近地铁的别墅，如北京奥北、上海宝山等，自面世以来，



并不高调的福州，三山环绕，避风藏水，一江连海，可通万邦。

就成为全城竞藏的臻品。

千年文脉、城市中心、上品温泉三大珍稀资源，使福州院子成为城墅领域的“硬核爆款”！

青云小镇：有如桃花源一样的入口

拿陶渊明做个比方。如果说城区是匹马红尘长安道的名利之所，那青云小镇就是“采菊东篱下，悠然见南山”的世外桃源。陶渊明的比方颇有即视感，因为你可以如《桃花源记》里描述的一样，坐渡船到达青云小镇。

而你所渡过的河，就是福州水源地大樟溪。在对岸的竹修码头下船后，穿过一片竹林，就到了亚洲最美售楼处“青云书院”。

楼外山鸟鸣翠，古木参天，楼内书香门第，坐拥万卷。

青云小镇的名字，来自其背靠的青云山。当地百姓为纪念宋朝一位曾在山中苦读的状元，将此山命名为，寓意青云直上。

在青云小镇，“离尘不离城”不是口号。

先说“离尘”，项目背靠 4A 级景区青云山梅岩尖，面对 2 公里的大樟溪岸。为保持小镇的自然底色，泰禾仅将 30% 的土地建住宅，70% 用于山体景观建设。

再说“不离城”。

小镇清幽，但一河之隔就是热闹的主城区，将来过桥进城，车程约为 20 分钟。

青云小镇的产品 35% 是温泉小公寓，已售罄。65% 是 93-150 平方米的院子，虽是 mini 版，但坊巷、院落、门庭一应俱全。在纯正泰禾院子血统之外，还有两大惊喜，一是户户引入温泉，二是在建筑上复兴宋代美学风格。

青云小镇的“院子·温泉·20 分钟”，再加上“泰禾+”的医疗、教育、商业、酒店、文旅、文化、养老七大自持优质资源在此将完整落地，造成的结果必然是“项目底气十足，业主体验超值”。

福州众美之地，泰禾众星闪耀。

生于福州，当识泰禾，你若盛开，我定相守。📍

（作者系地产豪言出品人）

福州院子：望族传家始于斯

螺洲古镇中绰约而立一栋福州院子，像是触碰百年望族崛起秘密的绝佳入口，那些流传旧巷院落的故事，似昨日重现。

文 = 福州知了

70 年前，福建女婿梁思成痛陈：“一个东方老国的城市，在建筑上，如果完全失掉自己的艺术特性，在文化表现及观瞻方面都是大可痛心的。因为这代表着我们文化的衰落”。

17 年前，《福州古厝》一书序中呼吁：“现在许多城市在开发建设中，毁掉许多古建筑，搬来许多洋建筑，城市逐渐失去个性。在城市建设开发时，应注意吸收传统建筑的语言，这有利于保持城市的个性”。

同年，闽系房企泰禾集团“进京赶考”，拿下通州运河边 500 亩地，开启“中国院子超级 IP”锤炼之旅，历经十余载，终成“新中式院子系”高端住宅领导者。

“中国院子”的精魂，起源于走出无数名人将相的福州三坊七巷，其朱门阔院、亭台楼阁中蕴含着中国文化的博大之美。

今日“中国院子”荣归故里，如同一个轮回，唯有初心不变。这，便是福州院子的前世和今生。

解码螺洲百年望族

在福州南台岛畔的螺洲古镇，帝师陈宝琛的名字家喻户晓。“螺洲陈氏”更是这个临江小镇上久负盛名的望族。明清两代，陈氏家族共出了 21 位进士、108 名举人，留下“父子四进士、兄弟六科甲”的传奇佳话。

陈宝琛的曾祖父、清道光年间刑部尚书陈若霖，返乡后修建“赐书轩”，少年陈宝琛曾在此笔耕不辍，终成帝师；返乡后效法先人，又兴建 4 座楼宇，并称陈氏五楼。从御赐图书到民间善本，从金石碑刻到书画墨宝，陈宝琛将其一一藏进赐书楼，为家乡兴办学堂，一个高光的学霸家族日渐形成。

时光流转，陈氏家族的家国气节依旧活跃在中国的舞台，如公路工程专家陈体

“中国院子”的精魂

“中国院子”的精魂，起源于走出无数名人将相的福州三坊七巷，其朱门阔院、亭台楼阁中蕴含着中国文化的博大之美。



庭院深深，人才济济，星月交辉。修身、齐家、治国、平天下，家国情怀在院子里，代代传承。图为泰禾集团福州区域物业服务副主管陈丽在演奏空灵鼓。

诚；中国科学院院士、天体物理学家陈彪；中国科学院院士、中国工程院院士双院院士严恺；金属物理学家陈簏；英国皇家医学院院士陈伟……

当我们站在陈氏五楼前，似乎依然可以感受“八闽科甲第一家”这个学霸家族朗朗读书声，悄然从高墙深巷里盘旋飞出，流传 900 余年。

庭院深深，人才济济，星月交辉。修身、齐家、治国、平天下，家国情怀在院子里，代代传承。

现如今，螺洲古镇中绰约而立一座福州院子，像是触碰百年望族崛起秘密的绝佳入口，那些流传旧巷院落的故事，似昨日重现。

螺洲建筑文化的独具匠心，藏在福州院子的建筑里：陈氏五楼的多重礼序，三重庭院的空间布局；孔庙建筑中的中轴对称；中式园子的水榭亭台，无不彰显螺洲建筑文化的精粹。

不止于外形的仿制，泰禾人对传承中式建筑精髓更深入到骨。福州院子继承泰禾“十大专利营造工法”，汇南北院子所长，加以创作研磨，由坊巷、深墙、宅门围合而成，

最终形成了其独有的“四坊十八巷”院落格局。

信步福州院子，“门、厅、堂、院”的门第秩序，三重递进景深，师法紫禁城“三城三殿”皇家礼序；除此之外，匠心也被填进一砖一瓦中。取世界上最著名的花岗岩石种之一——芝麻灰花岗岩为主材，历时 3 个多月，臻选上万块原石，只有最完整、厚重、高密度的上等好石才能脱颖而出，再由数十名民间工艺大师以手工切割与打磨，每一块基石都刻着匠造者的情感寄托。

营造新中式文化生活场景

“竹林小径通宅门，庭院深深听蝉音。”用这样静谧之感形容福州院子的飘然出世，刚刚好。

细品每套大独栋，占地面积都在 1 亩以上，极低的容积率，让绿意葱茏，清风徐来。闲云野鹤看似无意随心的景致，都带有历史韵味。浅草云烟，山石楼台，气韵独特的院子，一派大家风范。

深入考究，国人理想的院落生活，于私家，应该风雅到骨子里，梅妻鹤子，浑然忘忧；而国人的另一重礼仪，



福州院子师法中国古典园林造园手法，着力规划山院、水园两大主题园林，内湖、池水相聚，曲水依依，流觞间，亭台下，楼阁里，移步换景，浑然忘忧。

最重要的贵宾登堂入室，才是最高礼遇。

为此，福州院子师法中国古典园林造园手法，着力规划山院、水园两大主题园林，内湖、池水相聚，曲水依依，流觞间，亭台下，楼阁里，移步换景，浑然忘忧。

另一面，泰禾人汲取从皇宫到民间的院落生活里传承千载的堂会文化，将它复兴于福州院子。为福州名仕家族定制了专属私家堂会，金樽美酒，玉盘珍馐中席承堂会精髓，复兴国宅雅韵。

2019年，泰禾更推出“堂前院里”社群活动，通过一场场新中式文化生活场景，传递家族礼序文化，塑造泰禾式院落文化生活观念。古为今用，福州院子承袭古镇温泉文化，引入最好的76℃源脉温泉，打造了超5000平米的奢华温泉会所——国院会，让业主开启双温泉院落生活。

如此种种，一丝一毫都极尽讲究，一步一景都顶礼生活。如此院落生活，舒身，亦舒心。

一项题为“八闽望族传家计划”的活动，更是将福州院子的文化传承表现得淋漓尽致。

院门外，由曲阳石雕大师打造的汉白玉的石狮抱鼓石，门匾家徽、地雕、影壁、门钹等均为尊崇定制，院院皆不同，尽显闽都大族威严。

院内里，为每一栋独栋业主定制家谱、家训、家书、家徽等，将姓氏、家族文化等浓缩于院落之中，以传世之仪，让家族文化在院中传承。

还有中华姓氏展览、宗祠文化展、联合严复书院办名人讲家风等等一系列家族文化活动接踵而来，泰禾人希望借此激发八闽望族对故土家园的亲情和乡情。

千载家族传承，终归一座福州院子，当螺洲古镇的家国风云已成过往，又一处朱门阔院，正在诞生新的传奇。

(作者系资深媒体人)

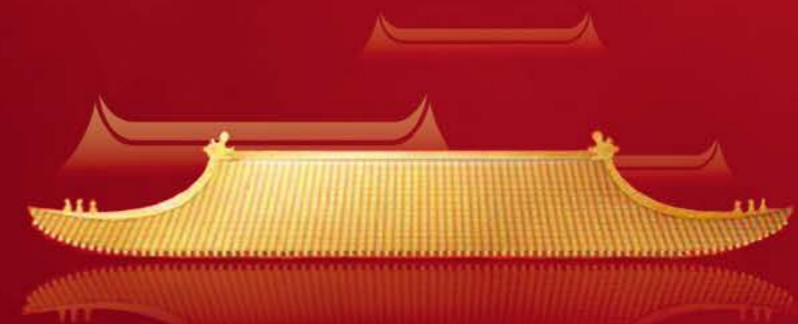
新中式文化生活

2019年，泰禾推出“堂前院里”社群活动，通过新中式文化生活场景传递家族礼序文化，塑造泰禾式院落文化生活观念。

• 厦门上半年高端低密住宅产品 •

销冠

傲销厦门 全城竞藏



CATHAY COURTYARD



仅限28席

9#【合家欢】南组团

建筑■ 面积约134-976m²温泉国院·认筹盛启



品鉴热线 8888 399

中国·厦门·同安

青云小镇：山水有梵音

在设计师眼中，泰禾青云小镇具备成为世外桃源的所有特质；对山水的尊重和爱惜贯穿其开发始终。

文 = 陈晓静

希腊的圣托里尼岛，因为一张《国家地理》的美照而成了旅行网红目的地，海天交接的景色、人文与自然的融合，让那里美得摄人心魄。

而在设计师眼中，泰禾青云小镇具备成为世外桃源的所有特质，经过数年打造，这里同样最大限度保留了自然原生态的景观资源，强化永泰当地的人文属性，让人从眼耳鼻舌身意，都感受得到中国南方山水特有的美好与温存。

设计师初见青云，心情诚惶诚恐

这个项目本身位于福州市西南永泰县，依山傍水，自然条件丰富，地理位置非常优越，周边有 6 个风景区环绕。这里原始的地形地貌有着鲜明的特点，更依托溪、谷、果、田、村、寺、梅、石、竹、泉等景观，丰富的旅游体验让人无法拒绝。

上海广亩的首席设计师诸谦介绍说，设计团队刚接手时



青云小镇实景图，该项目曾获 CREDAWARD 地产设计大奖·中国 2018-2019 年度居住地产银奖，被誉为最美售楼处。



到现场考察，感受到天然氧吧的力量，“小气候和天然条件非常优越，设计师很兴奋，但是也觉得诚惶诚恐。兴奋的是，真是个好项目，惶恐的是，我们要在这么好的自然资源上造房，人工的因素添加进去后，能不能做到增添光彩？至少做到不破坏原有的自然生态之美。能不能达到鼓浪屿、希腊圣托里尼岛那样，人工斧凿的痕迹隐匿于自然山水之间？”

设计团队花了大量的精力用脚步丈量，思考的都是如何保持自然、当地最原初的美。河滩、山脊、植被、村镇，都被他们跑遍了，“深入当地灵魂气质的感受里，定了一个基本的调调。”要让业主深刻体验到这里的生态之美，从眼耳鼻舌身意，从色声香味触法。当你来到这里，坐在大树下的阴影，感受微风、果林、山泉，人文的东西在生活中；体验寺庙、渔民的风俗，这种丰富的、多层次的随机组合成了你独特的体验内容，是个人感官上独一无二的东西。

原生态情怀

沙洲、水边芦苇荡、白鹭、渔民撒网这些原生态的自然、人文景观都被青云小镇纳入生活半径。

费心保留原生态，感恩自然造物

因为这样“保留原生态”的深切情怀，泰禾青云小镇最大程度保留原状，包括岸线、林带，原生植被，保留了大量的原始山林植被，竹林、香樟林、青梅林、各种果林……原有的山林或枯萎、或长乱了，在高差 40 米的山地上下，大家费尽心思修葺山林，把这些原始的树林的美尽量保留了下来。沙洲、水边芦苇荡、白鹭、渔民撒网这些原生态的自然、人文景观都被青云小镇纳入生活半径。

泰禾青云小镇西临大樟溪，建设初期，四周交通闭塞，陆路难以直达，因此，水陆交替所造成的不便成为设计的首要难题。建筑师巧妙化弊为利，将水上交通纳入到访建筑的游历体验，乘船而行，两岸风景尽收眼底。及至上岸，竹林小道，曲径通幽，拾级而上，豁然开朗，映入眼帘的便是青云小镇。

未来，青云小镇的每个业主都可以保留通过轮渡回家的方式，在大樟溪北岸相对城市化的地方，下车，搭上轮渡，过溪，来到南侧的岸边。

这里的码头有一棵几百年树龄的大树。在几百年里，看到大树就是看到了渡口，这是历史的部分。所以设计师高芳花了很大的精力要保留这些大树，让往后的几百年，人们仍然能把这大树当作码头的标志物，看到它就知道到

家了。“这是数百年来，植物在大自然间形成的空间语言，人工是无法再造的。”

这里的竹林、青梅林、香樟林都生长了六十多年以上，是任何人工雕琢所不可能比拟的。从码头走到家里，脚下不停，一会儿上台阶，一会儿下小坡。需要穿过层层密密的自然山林，小道经过严格的规划，尽可能对山林造成最小程度的破坏，然后突然在某一个转角，眼前豁然开朗，大樟溪就在眼前。“如果大樟溪沿岸走起来没有空间变化，人们的心里是不容易触动的。”一段回家路，也如人生路，兜兜转转，每一步都有不同的心境和风景。

建筑在山水间，显得谦卑而含蓄

在建筑上，青云书院单看起来巍峨，在大山大水之间，依然显得谦卑而含蓄，一个巨大的临水的眺望台，被诸谦形容为“会呼吸的漂浮着的景观台。”是为了要留下最美好的视角留给业主。

青云小镇的建筑以宋代美学为基调，婉约、秀丽，眺望远山时正呼应了《千里江山图》的宋代审美意象。而这个眺望台也被赋予了许多现代功能，时尚发布会，集体露营台、临水舞台等等，水天一色之间，现代人的生活与古人的审美趣味完美融合在一起。

建筑建于半坡之上，水资源稀缺，消防是需要解决的重大问题。建筑师在环境中融入水景，巧妙地将户外水池作为消防取水地，同时拉开了建筑与商业街的距离，作为建筑与人流间的缓冲带，削弱喧嚣的商业氛围，同时使建筑具有最佳的观赏距离，线条舒展开阔。

沿水而行，是禅意商街，建筑师在室外空间中增设了亭子、眺台、连廊等半室外空间，模糊了室内外空间的界限，将环境融入建筑，强化空间感受，既是商业庭院的有机组成，又提供静谧的休憩场所。建筑屋顶仿照福建传统建筑的燕尾脊，体现闽南风情的精致细腻，极具地域特色，用全新的方式诠释古建筑的传承。

在山地项目开发中始终面临保护与开发的角力，而青云小镇在开发过程中耗资巨大、将二者并存。“这样的项目，不能单纯造景、堆砌，而要对土地本来就美丽的面貌进行最大程度的保护和呈现，与自然和谐才是成功的关键。”对山水的尊重和爱惜贯穿了青云小镇的开发始终。

（作者系泰禾集团品牌部经理）

厦门湾：“住假”投资两不误

城镇化红利正在向厦门湾迎面走来，就像十年前的贵州茅台，其价值绽放只是时间问题

文 = 方双木

在全球金融化红利退潮、中美贸易摩擦升级和实体经济紧缩之下，全球资产盛宴终结。

然而，在资本市场一片凄风苦雨中，稀缺的投资标的犹自闪闪发光。6月27日上午，贵州茅台股价盘中一度突破1000元/股。

茅台股价过千给我们带来哪些思考？

钱很多，由于政策纠偏和监管放松，无论降准还是支持民营企业发展释放流动性，整个金融资金端是松动的。但，好的资产不常有。2019年以来，投资市场天雷滚滚，资产荒愈演愈烈。海康失速，东阿暴雷，大族跳水……数得着的白马殿堂级核心资产，批量褪去黄金圣衣，要么一脱到底，要么马甲成色大变，黄金换白银。



这一被称之为“中国夏威夷”的海岸线堪称稀缺。泰禾在此打造了超级大盘泰禾明昇·厦门湾。

总能在灯火阑珊处觅得芳踪。

成就核心资产的三个必备条件

如何挖掘未来十年的茅台？换句话说，到底什么才算未来核心资产？

成就核心资产，必备三个条件。第一，在消费升级阶段，核心资产清一色的消费、投资属性兼备，既有刚性需求做基础，又有弹性投资助升值。一二线城市买房者结构中，刚需比例越来越少，越来越多的人选择攻守兼备，住、投两不误。

第二，物以稀为贵，无稀缺不价值。

茅台之所以能够成为核心资产风向标，产能有限是前提。本地高粱，赤水河的水，说不清道不明的神秘有益菌，独有酿造工艺，是茅台天然的



“住假”

泰禾给厦门湾提出一个概念，叫“住假”，核心在于‘住’，‘假’是度假般的生活方式，在第一居所的功能属性上，规划更国际化的度假生活。图为厦门湾无边泳池实景，图中模特为泰禾集团品牌部刘嘉璇。

印发《海岸线保护与利用管理办法》，规定：到2020年，中国自然岸线保有率不能低于35%。

海南全岛限购之后，中国优质海岸线，更加屈指可数。

好在还有厦门湾。这一被称之为“中国夏威夷”的海岸线堪称稀缺。泰禾在此打造了超级大盘泰禾明昇·厦门湾。

满足了土地信仰，剩下的刚需加投资属性呢？

泰禾给厦门湾提出一个概念，叫“住假”，核心在于‘住’，‘假’是度假般的生活方式，在第一居所的功能属性上，规划更国际化的度假生活。

进一步拆解，住是对海景房情有独衷的刚需群体；假，则在刚需基础上加入第三居所的投资属性。

从成交数据分析，厦门湾客群可以细分为两大类：一是30~40岁年龄段，以投资兼自住为核心置业目的；二是40~50岁，以未来预防性养老为过渡安排的置业诉求。

主力购房群体正好对应“住假”，投资自住、刚需和度假的双重属性。

市场接受程度如何？2018年，厦门湾开盘30秒，3000套告罄，2018年全年销售35亿，2019年一季度90天，卖了15亿。

在全国文旅项目排行榜上，厦门湾2018年排名第五，2019年一季度冲到第三。消费加投资属性，稀缺的海岸线，加之土地信仰加持，厦门湾的价值“金光闪耀”。

相比一般海景房配套的不完善，泰禾厦门湾注重配套，采取二八配比，即20%住宅，80%配套。泰禾给业主打造了独享的泰禾+，和北大计划合作建立12年制的北大培文学校，筹建泰禾国际医院，完备的商业配套，囊括美好生活全领域，让海景房成为家。

在交通上，厦门湾交通畅达，距厦门机场和厦门北站车程均在一小时左右。一旦厦漳海底隧道开通，厦门湾到厦门全境的时间将缩短为30分钟。

随着《厦门港总体规划(2035年)》获批，《闽西南协同发展区发展规划》正式发布，厦门湾将迎来政策红利期。处在厦门一小时通勤圈的泰禾厦门湾将成为最具投资价值的标的。

相比于三亚，厦门湾的房价显得更为扎实。现在厦门湾房价在1.4万左右，不到三亚的一半；产业支撑则更强。以旅游为例，2018年，漳州旅游人数接近4000万人，是三亚的两倍，增速也高于三亚。

正如刚开发时候的上海浦东、郑州郑东，城镇化红利正在向厦门湾迎面走来。就像十年前的茅台，厦门湾需要的，只是耐心等待时间的玫瑰缓缓盛开。

（作者系叶檀财经编辑）

护城河。

根据茅台基酒工艺的要求，一瓶普茅从投料至产品出厂，至少需要5年时间。这意味着，2019年的投放量，来自于2014~2015年的基酒产能建设，这个数字只有3万多吨。而需求每年增速在20%以上。供需失衡，创造出了稀缺性。

第三，没信仰没价值。

黄金恒久远，钻石价更高。没有实际用途的钻石成为珍稀珠宝，成为感情的见证，信仰力量功不可没。

国人自古安土重迁，1998年中国住房商品化后，楼市经历20年史无前例的长牛。因为几千年的农业文明，国人对土地有牢不可破的至高信仰。

2019年二季度，央行调查数据显示：对三季度房价，28.2%的居民预期“上涨”，50.8%的居民预期“基本不变”，9.8%的居民预期“下降”，11.3%的居民“看不准”。

自打央行调查披露这个数据，看跌比例就很少超过10%。这不市场状况，代表的是文化和心态。

海岸线稀缺，厦门湾闪耀

未来核心资产去哪寻找？有护城河的高端制造和服务，以及不可再生、天然稀缺、人类必须的资源。

有一次，跟朋友聊起环境，不经意间说起，中国有一种资源极为稀缺，有断供之忧——宜居海岸线。

2017年3月31日，国家海洋局



福州湾：蝶变中的海西“陆家嘴”

海西版“陆家嘴”——三江口 CBD 已轮廓初现，被誉为“福州世界之窗”的泰禾福州湾正崛起为全新的地标。

文 = 扬清

2004年，缘起三江入海口，福州提出了“东扩南进 跨江面海”发展战略，初步描绘了滨海城市的底色。

及至2017年8月17日，长乐撤“市”改“区”，大福州格局升级，乌龙江、闽江、马江交汇处的三江口成为了联动滨海新城与福州老城区的重要枢纽。

这个连接着城市中心与长乐、马尾、福清的血脉的地方，责无旁贷地成为福州新的地理几何中心。

战略前瞻的泰禾提前悄然布局。2016年11月21日，泰禾以并购方式大手笔切入正在“蝶变”中的三江口，打造一座千亩滨江大盘——泰禾福州湾，半年之后，泰禾再次收购位于福州市仓山区三江口旅游综合体地块。

正是因为有如此大的体量，才能够更好地站在城市运营者的角度去研究、规划和布局，视野、格局和抱负才足以与三江口的未来相匹配。值得一提的是，福州湾被写入福州十三五旅游规划重点项目名单。

对于福州人而言，三江口发展规划和资源条件，足以成为福州的“维多利亚港”。无论对照国内已成型新区，还是梳理三江口本身的配置价值，都不难想象未来发展那种波澜壮阔的盛况。而随着主角泰禾一次又一次掷地有声的登场，如巨雷一般响彻市场，提升着三江口的居住品质，持续加持这个福州 CBD 商业配套的崛起。

截至目前，泰禾福州湾项目 AB 地块已实景呈现，投巨资打造的三江口文化旅游城项目融合了高端商务、欢乐体验、文化休闲、温泉度假、水秀演艺五大功能，建设了

水上乐园、运动乐园、360度全息水幕秀、超五星温泉酒店、旅游风情街区等 20 余项文旅产品。福州的世界之窗已徐徐拉开帷幕。

风水宝地

泰禾福州湾所在的三江口板块是福州“跨江面海”的先行区。三江口如飞龙腾起，一跃入海。在老福州，此地有化龙入海的掌故，可见风水绝佳。

“只有泰禾才敢起‘福州湾’这么大气的案名。”泰禾福州区域公司景观总监林进文介绍，全球范围内湾区都是富人区。而相比之下，福州三江口尤为特殊。它位于闽江、乌龙江、马江的三江交汇处，也是三江汇聚后的入海湾区，江面最宽处达 3 公里。

从地图上看，整个福州湾的外围以高山作为天然屏障，三江交汇处的陆地是一条飞龙跃起的形状，泰禾福州湾项目正好处于这条飞龙的吻部。可以说，龙头龙嘴上风上水，绝版湾区化龙入海。

景观设计颜值爆表

福州湾在设计上的呈现颜值抢眼，建立在大量研究和创新的基础上。“我们研究了世界范围的诸多案例，如泰国‘氧气公园’公寓、城市森林度假公寓、皇家克里夫度假酒店、新加坡公爵夫人、嘉翠雅居等。最终才打造出这么一个具有海洋性特征和度假风调性的作品。”景观设计



福州湾实景图，泰禾福州湾所在的三江口板块是福州“跨江面海”的先行区。

单位浙江伍道首席设计师张岩称。

由于福州湾涉及旧项目改造工程，现场设计存在不少空间限制，包括老五栋的已有布局、消防设施的有限等等。泰禾在设计上因地制宜，巧妙地做了四个节点婉转、优美、曲折的景观曲线，分别命名为“起航、探索、开拓、归家”。

此外，福州湾景观空间有很多大开大合的夹角，设计团队和施工团队做了许多取舍，对现场进行严谨和缜密的研究，做了苛刻的建模推演，园区里才得以呈现出大量看似异行、自

由、灵动的空间。设计手法在水平向变化之余，也运用了大量竖向的进退关系，包括下沉式空间等等，具有强烈丰富的空间变换感。

品质细节震撼人心

福州湾有两个特殊的门头，采用汉唐盛世的威仪，模拟古时文武百官拜谒皇帝经过的门头。建筑尺度、手法产生的磅礴大气，让人肃然起敬。

“我们的门头申请了专利，建筑专利的取得，全国独一无二。”泰禾福州公司相关负责人介绍，“进入门

头后的铜板浮雕，取名叫《蓬莱仙境》，也是跟福州‘鲤鱼化龙入海’的传说相得益彰。”

福州湾入口处的台阶都由整块石材铺就，施工难度大增，如果改用石砖，成本可以下降 80%。就是这些门头、台阶，诠释着福州湾对于品质的追求。当然还有地雕、铜板浮雕，以及错落的太湖石、层次分明的植物景观……

一踏入福州湾项目，映入眼帘的是刻有福、禄、寿、喜、宝莲花的五福地雕，全是汉白玉材料，由工人纯手工打造，寓意踏着五福临门而入。两旁的铜板浮雕，每一块都花费了研发团队大量心血，一块浮雕，不含设计费，光造价就高达数十万。

福州湾门口两个高 1.45 米、重 1 吨的纯铜锻造聚宝盆，采用完全不同的工艺。“全部是纯手工打制。”负责福州湾建筑材料采购的总监钱永松指出，很多类似的细节工艺，都是泰禾人首次尝试开发。

福州湾院内错落有致的两块太湖石，貌似师法自然，实则暗藏玄机。“泰禾没有将就，我们反复研究这两块太湖石的位置后，判断大的那块抬高 10 厘米会更理想。为此，动用了十几个人的班组，人工一点点挪动，足足折腾了一整天，才有了如今的呈现。”林进文如是说。

1993 年，上海东方明珠在浦东新区拔地而起，改写了陆家嘴原有的天际线，成为了上海的地标。25 年后，海西版“陆家嘴”——三江口 CBD 已轮廓初现，被誉为“福州世界之窗”的泰禾福州湾正崛起为全新的地标。

错过了当年的陆家嘴，还能错过蜕变中的福州湾吗？

(作者系资深媒体人)



一座南昌城，两处中国院

一城双院，秋水长天，唤醒南昌乡愁，找到文化之魂，
传承时代中的家国精神。

文 = 曹周围

公元 675 年的一天，洪都少年王勃，在席间写下《滕王阁序》，一气呵成，震惊四座。

千年历史星河，激荡起最动人的光芒。

773 字，中国骈文之巅，词句雄飞，大开大阖、浩浩汤汤。这里有豫章故郡的斑斓明丽、天地高远；有大国盛世的三江五湖、雄州雾列；更有修身齐家平天下的少年意气、家国情怀。

1300 年，千古一篇，长歌不绝。这里有最好的南昌，有最鼎盛的中国。

“雄州雾列，俊采星驰”

唤醒文化，就是唤醒人们心中的乡愁

在古代，江西文化极为兴盛。

从西汉灌婴筑城，历经五代十国时期的积淀，于唐宋时期迎来黄金时代。仅“唐宋八大家”，江西就占去三人。更有黄庭坚、晏殊、杨万里、八大山人这些中国文学艺术史上无法忽视的名字，在历史的星河中闪耀。

文化让人有向心力和归属感。如今的江西文化逐渐隐没在学生课本之外、时代更替之中。失落的文明，让人们们的乡愁无处寄托。

2017 年，泰禾南昌院子落址 2200 年豫章。到 2019 年，冠销两载，作为文化筑居南昌的代表作品，倍受业内外大

咖的青睐，无数时刻使它成为这座城市的“骄子”。

泰禾集团董事长黄其森曾在 2014 年说过：“如果遍地都是罗马小镇、托斯卡纳、加州水岸，我们到哪里去寻找中国人自己的乡愁？”古往今来，院落是国人居所之首选。在以房屋围合的形制中，人们安顿生命、浸润文化、传承精神。如果说一篇《滕王阁序》装下了一个中国，那么一座院落，则装下了中国人上下五千年的文化观念。

泰禾南昌院子，46 万平米低密城市院落，以文化致敬文化，唤醒了南昌人的乡愁。

“物华天宝，人杰地灵”

文化深处的修身观

唐宋时期，书院在江西遍地开花。白鹿洞书院，在江西庐山五老峰山水间，静静矗立上千年。这座几进几出的大四合院建筑，因当代大儒朱熹开坛讲学而闻名于世。在江西崇文尚学的浪潮中，成为中国的文化摇篮，近代亚洲国家人们心中的读书圣地。

“欲齐其家，先修其身；欲修其身，先正其心。”读书是修身、正心的通途。而安顿身心灵的容器，获得一个长久修身的天地，则是回到文化深处觅一方静谧场所。诗书源流，大山大水，润养东方灵魂。

人杰地灵的江西，山水与历史人文相融者众，而像梅



如果说一篇《滕王阁序》装下了一个中国，那么一座院落，则装下了中国人上下五千年的文化观念。



泰禾南昌院子作为文化筑居南昌的代表作品，倍受业内外大咖的青睐，无数时刻使它成为这座城市的“骄子”。



南昌院子三大造院体系，遵照汪山土库院落系统所映射出的中国传统礼序精神，打造门头坊巷庭院系统。

岭来龙山一脉，则是罕见的城市中的山水人文胜地。南昌院子与此结缘，即是神来之笔。

梅岭拥有深厚的人文底蕴，向东临鄱阳湖，向北与庐山相对。来龙山一脉自古就是风水宝地，毗邻南昌经济增长极红谷滩、国家级新区赣江新区，拥着千亩向阳湖水域，虽处城市却更像在桃源，可以说是天时地利皆有了。

随着中国最重要的列侯等级墓葬——海昏侯墓的发掘，南昌院子创作者对中国最高级别皇室建筑群进行了一番系统探索。

皇室建筑群，在掌握最好外部生态资源的同时，亦会根据天然风水格局进行建筑的整体设计。南昌院子因地制宜，在高差 70 米的坡地上建制，地势高亢、内部开阔，隐于自然，却有极佳的景观视野，十分符合皇室最高级别建筑群的堪舆观。

不仅如此，独有的中式坡地园林，将外部山水纳入到景观系统当中，营造层次丰富的景观资源，远观梅岭向阳湖，中揽林园，近赏花木……自然万物皆为我用。这样的视野景观成为南昌独有的一大亮点，在院子系中也是罕见手笔。

透过自然与人文元素的结合，使坡地造园的空间感受更好，“天人共生”的居住感受便呈现出来。

如果说白鹿洞书院是一座文化修心场，那么江西首座泰禾院子就是一座生活修心场。山水之间的建筑形制，唤醒盛世文化，在此源远流长。

“不坠青云志” 礼序格局中的齐家观

聚合家族并使之传承不息的是什么？

清嘉庆年间，南昌程氏家族出了三位闻名远近的进士：程裔采、程焕采、程霖采兄弟。后人称为“一门三督府”。至民国，程家有大批学子留学海外，成为顶级国际人才，至今，程氏家族历七世而不衰，仍葆有人才济济的盛况。

传统家风的言传身教，令程氏家族人才辈出。而承载家族所有成员，将家族世代精神拢聚在一起并可传承下去的，是一座家族宅邸。

程氏家族的“汪山土库”是一座豪门府第，属赣派建筑。然而作为清道光年间的建筑群，汪山土库师法清朝宫庭建

筑格局，至高礼序规制下，彰显着无上门第威仪，日复一日影响着每一位家族成员的精神理想，生生不息。

汪山土库的至高形制，代表着江西家族的兴盛。南昌院子三大造院体系，遵照汪山土库院落系统所映射出的中国传统礼序精神，打造门头坊巷庭院系统。反映了汪山土库最为典范的江西家族“齐家”观。其中门头运用了中国传统最高王府门第形式，对开形制，木门上下包边装饰，均由匠人纯手工敲制镶嵌，将中国门风的典雅与威仪融为一体。每一次归家都有源自内心的文化归属感，有来自门楣上的自豪感。

门、厅、堂、院的门第秩序，三重礼序，层层递进。其中一进庭院豫章亭景观，取形于汪山土库建筑，与二进庭院“白鹿洞书院孔圣门”互相映衬，赣鄱俊杰修身齐家的精神理想在此汇聚。

步入“四街五坊十七巷”，更可看到豫章文化的传承。在南昌首次以《滕王阁序》为坊巷命名，将千古名篇精华注入坊巷间，打造“院子里的滕王阁序”：物华街、天宝街、秋水坊、长天坊……，韵味悠长，由赣鄱文化通感中国气象，精神融会，并继续积淀传承下去。

17 世纪中叶，明代科学家、南昌人宋应星完成了《天工开物》。这部关于中国各行业的工艺百科全书，成为古代科学筑造工法的顶峰标志。在三百余年后的今天，南昌院子继承泰禾“十大专利营造工法”，融汇传统技艺，将房地产领域的领先技术用于门头坊巷庭院的筑造，再现巅峰工艺。

园林的打造，更将工艺工法演绎到极致。坡地园林系统以“吴中第一名胜”虎丘山地园林为蓝本，在有限的空间内以小见大，做开合有致的园林盛境。从曲水流觞，到一花一木一石的精雕细琢，精微工艺在这里体现得淋漓尽致。沧浪亭，可观全园；滨水木栈道，一线临湖；壁画、饮水马槽，将传统院文化与美学完美地结合在一起。凡此种种，皆创造了房地产领域的“天工开物”。

“四美具，二难并” 千年赣商文化中的天下观

在古代，有江西人聚住的地方，就有万寿宫。江西会馆文化遍布全国。尤其至明清时期，江西经济发达，江右商帮行走全国，在很多地方都修建了万寿宫。

南昌万寿宫是著名道教景观，堪为世界会馆文化发源地。于象湖风景区内，浩瀚湖光深处，楼阁对映，气象恢弘。

传奇的江右商帮辉煌近千年。时代演进中的赣籍商人，正在走向世界。他们需要一个像古代万寿宫一样通向世界的商业“名片”。

2018 年，南昌院子启动了泰禾书院与大宅专属服务系统“九礼五晏”，以顶级规格的平台空间和服务礼遇，汇聚塔尖圈层的赣鄱商业俊杰。传承上千年的会馆文化在这里再次复兴，当赣鄱俊杰走遍世界归来，将在这里拥有一个顶级圈层会客空间，同城市交流，与世界会谈。

1300 多年前，王勃在《滕王阁序》中定义了宴席的最高规格：“四美具，二难并”。良辰、美景、赏心、乐事皆备，贤主、嘉宾齐聚，即是古往今来难得的宴席佳话。千年前，滕王阁有之，而今南昌院子会客空间亦有之。“钟期既遇，奏流水以何惭？”最高规格的私宴平台，与泰禾书院一同成为“会天下”的理想之地。

九礼五晏

南昌院子启动了泰禾书院与大宅专属服务系统“九礼五晏”，以顶级规格的平台空间和服务礼遇，汇聚塔尖圈层的赣鄱商业俊杰。

“画栋朝飞南浦云” 一座南昌城，两处中国院

江南西道，唐已有之。自贞观时期以来，历经行政管辖变更，“江南西道”即为今江西境内，而“江西”之名更由此而来。

江南，自古富庶之地。2018 年，江南院子落笔南昌南，约 2000 亩文旅大盘的营造，就是取义“江南”几千年的富庶繁盛。不论是文旅、商业、文娱等诸多配套，或是百亩湖境、公园花海等绝美景观，都是集城市生活的美好于一身，再现南昌自古“富庶江南”的大美风范。同时江南院子的问世，更与南昌院子形成“南北双子”之势，可谓“一座南昌城，两处中国院”。

文化，是流动的，具象的，与时代息息相关。

一座南昌院子，梳理江西文化脉络，找到江西文化之魂，其意义就是以一种传统而新生的载体，将时代中的家国精神传承下去。

文化自信，往往建立在生活中。那些充满传统文化符号意义的门头、坊巷、庭院，以及合院、大宅等不同空间形态，都在创造安顿身心灵的一方天地，找到中国人精神的本源，让文化在日复一日的生活浸润中实现一场时代复兴。

（作者系泰禾集团福州区域南昌城市公司营销总监）



红树湾项目凭借四通八达的交通路网，15 分钟即可到达厦门岛内，更重要的是，地块独占这 6300 亩红树林。

红树湾院子： 静谧在左，繁华在右

泰禾独有的门头、坊巷、庭院三大造院体系，以及青石阶、柚木门、抱鼓石、影壁浮雕等传统建筑文化在这里全面复兴，购买者、参观者如潮。

文 = 潘秀林

因为白鹭众多，所以厦门又称“鹭岛”。据传，白天，白鹭三五成群飞翔在厦门的山野树林，田间海上，但到了晚上，数以万计的白鹭会飞回厦门西侧 6300 亩红树林，把那里当作休憩之地，并繁衍生息。还有 8 公里纯美海岸，白鹭或翻飞、或浮游，万千景致，美不胜收。

红树林每平方厘米释放的负氧离子超过一万个，是内陆城市的 30 余倍，有海上森林的美誉，也因此被称为“长寿之乡”。

2017 年，位于九龙江入海口的厦门西板块一宗宅地拍卖，凭借四通八达的交通路网，15 分钟即可到达厦门岛内，更重要的是，地块独占这 6300 亩红树林，因此受到多家开发商争抢。最终，泰禾杀出重围斩获这一地块。一年之后，红树湾院子应世而生，也成为继厦门院子之后，泰禾在厦门区域又一当红热盘。

厦漳同城化的桥头堡

“拿这块地之前我们做了很多可行性研究报告，董事长为了这块地亲自跑了两趟，然后坚决拍板”，泰禾厦门公司营销企划总经理助理薛理文说。

地块本身的独特价值、以及泰禾在区域内已经奠定的品牌地位，是红树湾院子一路飘红的重要因素。

泰禾“院子系”通常择址的标准是：非“水光山色”不选，非“人文地脉”不筑。红树湾院子项目南侧是九龙江入海口，拥一线湾景资源，同时拥有 6300 亩国家重点保护的稀缺资源——红树林，占福建全省红树林面积的 40%。

资源的稀缺性让红树林周边从来都布满豪宅或豪华酒店，房产价值随之上涨，比如深圳的红树湾沿线住宅群，就是深圳豪宅集中区。红树湾院子便位于这样一个滨水生态圈中，具有明显顶豪资源。

除了无与伦比的自然资源，红树湾院子所在的漳州龙池，隶属于厦门自贸国际滨海新城核心区，定位为自贸区的高端居住、服务和配套等功能，被称为厦漳同城化的“桥头堡”。

近年来，厦门城市利好不断，自贸片区、“一带一路”枢纽型城市、“海丝”战略支点城市、金砖厦门会晤举办地等重磅国家政策红利接踵而至，城市经济、城市实力和城市战略地位迎来巨大提升。直接接壤厦门市、同时又拥有九龙江入海口丰富景观的龙池，在漳州“沿江面海”城市战略下迅速崛起。红树湾院子是自贸区滨海新城的第一个高端住宅项目，发展前景不可限量。

项目周边交通四通八达，15 分钟左右车程即可到厦门岛内，目前项目南侧正在修建一条双向六车道的沿海观景大道——红树湾大道，向左连接厦漳同城大道，向右接驳海沧大道，建成通车后还将进一步缩短到厦门的时间，还有预计今年 8 月全线开工的厦门地铁六号线角美延长段，更是近在咫尺。

项目周边交通四通八达，15 分钟左右车程即可到厦门岛内，目前项目南侧正在修建一条双向六车道的沿海观景大道——红树湾大道，向左连接厦漳同城大道，向右接驳海沧大道，建成通车后还将进一步缩短到厦门的时间，还有预计今年 8 月全线开工的厦门地铁六号线角美延长段，更是近在咫尺。

伴随各项利好全面落地，一个快速发展的潜力板块，已经呈现出它未来的轮廓。



泰禾厦门公司营销企划总经理助理薛理文

未来不会再有的“极品”户型

在红树湾院子之前，厦门院子就曾凭借独一无二的产品优势，在大厦门区域一炮而红。

厦门院子位于厦门海沧区马銮湾，是厦门第一个新中式院落别墅，沿袭了汉唐建筑的精髓，体现了中式韵味，形成特有的“中而不古、新而不洋”建筑风格。

“示范区和样板房一经开放，便重新奠定了厦门住宅市场的豪宅新形象”，薛理文回忆说，泰禾独有的门头、庭院、坊巷三大造院体系以及青石阶、柚木门、抱鼓石、影壁浮雕等传统建筑文化全面复兴，购买者、参观者如潮，厦门首富柯希平、陈发树也均对项目给予极高评价。入市不到两年即售罄清盘，住宅单价从 1 万元上涨到 4 万元，叠拼别墅总价从 700 多万上涨到 2000 多万，溢价超 3 倍。

红树湾院子是厦门院子的升级之作。高层住宅按照“十字中轴对称”规划布局，彰显皇家风范，主入口是宏伟大气的中式院府大门，充满尊贵感和仪式感。入门后是一条水景御道，650m² 中式水景园林、890m² 厦漳区域最大的社区全龄化儿童游乐场、以及 1330m² 阳光草坪渐次映入眼帘，南北园林相融合，形成“移天缩地入君怀”的园林胜景。

“在泰禾之前厦门人对坊巷、对传统建筑文化并没有具体概念，只知道我们是源自三坊七巷，但并不知道会做到什么程度”，薛理文回忆，所以不管是厦门院子还是红树湾院子，所呈现出来的景观，都让购房者们非常震撼。

户型方面，高层涵盖 80-135m² 三至五房，罕见 5.8 米层高、3.7 米超大面宽南向客厅，不仅满足日常生活对光线的要求，还将九龙江一线海景和红树林美景尽收眼底。超



极具前瞻性的地段、独一无二的产品之外，丰富且高端的生活配套，也是让红树湾院子备受追捧的重要原因。

高使用率为业主解决了两代或者三代同堂的需求，更值得一提的是，区域内已不再批复 140m² 以下复式产品，该户型堪称绝版，未来不会再有。

丰盛配套，绝无仅有

极具前瞻性的地段、独一无二的产品之外，丰富且高端的生活配套，也是让红树湾院子备受追捧的重要原因。

项目东侧是泰禾斥资 20 亿修建的三级综合性国际医院，将依托泰禾收购的美国爱莱恩斯国际知名医疗服务机构，引入国际先进诊疗服务和管理体系，建设八大特色专科，带来世界级医疗服务和优质的就医体验，一期将于 2021 年投入使用。

高端医疗作为豪宅业主最迫切的需求，也是泰禾近年来全力发展的重要板块。24 小时全天候咨询热线、社区家庭医生服务站，让就医更便捷。

此外，北大培文学校日前已正式落地红树湾院子附近，北大培文是北京大学直属校企，充分依托北京大学优质教育资源，以“校园环境一流，学校管理一流，师资队伍一流，教育质量一流，北大特色优势突出”的学校为目标。与红树湾院子仅一街之隔的北大培文小学，选址已正式批复。

当别人还处在给业主造房子的初级阶段，“泰禾+”已先行一步，让业主享受“从好房子到好生活”的配套服务。数字证明一切。最新销售数据显示，2019 上半年红树湾院子共实现 28.3 亿销售业绩，问鼎厦漳泉区域住宅市场，在此之前，整个厦门西板块全年单盘销售额从未超过 10 亿，足见其领先优势。

入住红树湾院子，院内是亭台、拱桥、流水、花木，院子外是繁华都市的盛象，静谧在左，繁华在右，拥享快意人生。

(作者系泰禾集团品牌经理)



陈建萍： 只要有钱就想买泰禾的房子

泰禾在福州高速发展的这几年，其他一线房企也均加速布局，但是在陈建萍看来，泰禾的房子“总是最好的”。

文 = 潘秀林

从 2003 年以 6.9 万元首付购买泰禾花园第一套房，到 2014 年买下泰禾金尊府，十几年时间里，泰禾花园项目物业经理陈建萍在福州已买卖过 10 套房，在多次换房升级后，这位泰禾普通员工的身价已逾千万。

在泰禾 23 年的从业经历，让她对泰禾有着深厚的认同和信任，伴随公司一路成长并收获巨大财富，在她看来，买泰禾的房子就像一种“本能”——只要有钱了就想买泰禾的产品。

“一定要买套像样的房子让家人住”

“刚结婚的时候，我们住的是乡下的木头房子，既潮湿又阴暗，根本不能住，风吹一下都怕倒下去。”陈建萍说，那时候她就在心中暗暗发誓，一定要买套像样的房子让家人住。

怀揣着这一单纯朴素的想法，1996 年，陈建萍入职泰禾，成为泰禾在福州第一个住宅项目——泰禾花园的物业服务人员。在日常的工作中，作为楼管员的陈建萍每天都与业主打交道，业主哪一套房子要拿去卖、哪一套卖得便宜，她也会掌握到详细信息。

到了 2003 年，陈建萍以 6.9 万元首付购买了泰禾花园



泰禾花园项目物业经理陈建萍



在泰禾 23 年的从业经历，让陈建萍切身感受到泰禾对产品的精益求精、对业主的体贴周到、更有对员工的无微不至的照顾。

的第一套房，“买完半年之后我心里想，要等二十年之后按揭付完房子才真正是我的，我觉得这个太慢了，我不满足了，而且我发现房价一直在涨，于是决定要把它卖掉，这样赚钱更快。”

受益于小区房价的上涨，第一套房子的转手让陈建萍赚到了 10 多万元差价，也正是因为尝到了第一次投资带来的甜头，陈建萍用赚到的钱又在泰禾花园买了第二套、第三套，到第四套时已经没有按揭，“我终于拥有了真正属于我的房子”。

之所以一直在泰禾花园买房，陈建萍说，一个是因为对环境很熟悉，另一个则是因为房子的质量和服务很好，业主们的满意度都很高，二手房价的上涨速度也是区域内最快的。

近年来，泰禾开始对包括泰禾花园在内的所有已交付老小区进行整

改，包括楼栋、围墙、保安门岗以及排水、消防等软硬件都进行了翻新改造。这些举措让居住在此的业主们异常感动。

“黄董的一句话影响我一生”

从第五套房开始，陈建萍说“我也要像黄其森董事长一样，眼光往外面走，不能仅限于泰禾花园”，于是在 2014 年，她买了泰禾金尊府，并一直自住到今天，此外她还拥有另外 4 套房子和 1 个车位，“虽说还有一点小按揭，银行还欠 20 万，但一个月房租 1 万多，20 万对我来说，不算什么”。

泰禾在福州高速发展的这几年，包括保利、龙湖等一线房企也均加速布局，但是在陈建萍看来，泰禾的房子“总是最好的”，“泰禾建的房子既美观、质量又好，南北通透、得房

率高，地段也都很好，购物方便，升值很快”，她说，“泰禾金尊府买的时候才 113 万，现在这套房子已经有 300 多万”。

在自己买泰禾房子的同时，她还推荐亲戚朋友先后买了泰禾红树林、泰禾福州湾等多个项目，让他们也成为受益者。

提到最初买房的经历时，陈建萍说，黄其森董事长在一次年会上讲了一句话，对她触动非常大，他说“对于开发商来说，土地就是粮食”，“当时我心里想，我不会买土地，但是我可以买土地上的房子，我会借银行的钱来做自己的生意。”

在泰禾 23 年的从业经历，让陈建萍切身感受到泰禾对产品的精益求精、对业主的体贴周到、更有对员工的无微不至的照顾。

她讲了一个小故事：董事长非常关心已交付的老社区，当他知道泰禾花园物业楼要被拆掉，马上找到相关负责人，对他们说，这是我们保安住的地方，如果保安没地方住，怎么保卫业主家园？所以物业楼保住了，保安一直住在小区里，很多人兢兢业业一干就是十几年。

很多类似这样的小事，让她觉得泰禾是一家有社会责任感的大企业，董事长是一个有仁爱之心的好人，这让她非常崇拜和信任。也正是基于此，尽管泰禾总会陷于各种舆论漩涡，但陈建萍非常笃定地坚信“一定会走过来”。

“因为有仁爱之心，对员工这么好，我相信一定会得到好报，好人有好报嘛。”她说，“关心员工，员工其实也都看在眼里，我们会用更加努力的工作，回报公司。”

（作者系泰禾集团品牌经理）



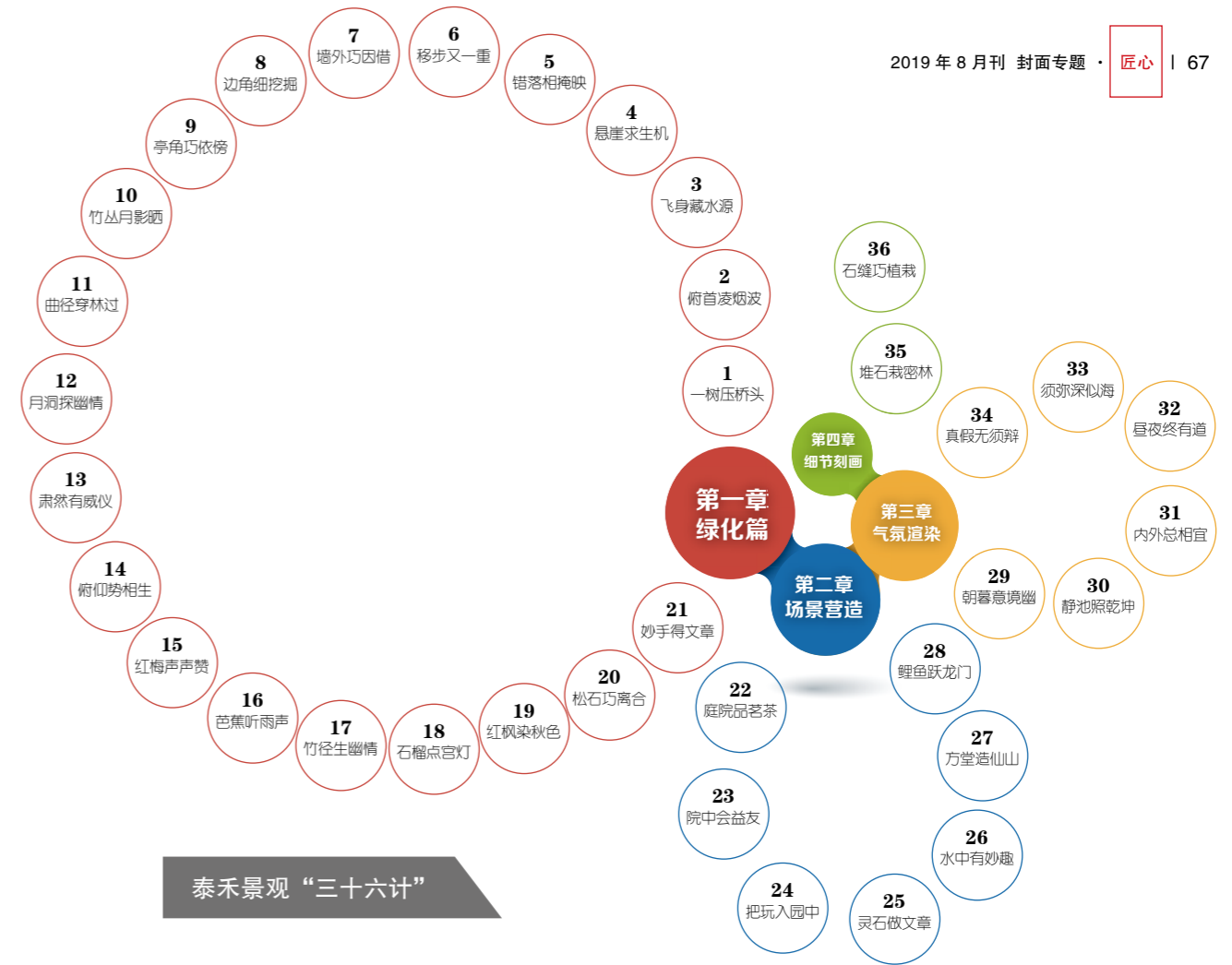
泰禾景观“三十六计”

泰禾的园林景观非常注重“场景营造”法，通过“庭院品茗茶”、“灵石做文章”、“水中有妙趣”、“方堂造仙山”等等，营造生活的意趣。

文 = 潘秀林



园林梦是一种血脉传承的梦想，在中国人的骨子里，回归园林永远是最深沉的精神追求。图为泰禾福州金府大院实景。



景观学是一门古老而年轻的学科，在不断推陈出新中发展演变，将建筑与环境融为一体，将居住空间和自然发挥到极致，通过细节注入企业理念并传达人文精神。

门头、庭院和坊巷，是泰禾造院的三大体系，园林景观是其中必不可少的元素。泰禾的园林景观讲究“奢、雅、平”，前场有皇家园林的威仪，后院有苏州园林的诗意，两相融合，“外王内圣”，有出世的情怀也有入世的达观。

那么，是怎样的营造手法才能达到如此境界？在具体的景观打造过程中，又有哪些鲜为人知的故事和案例？在泰禾福州大本营，一部泰禾景观“三十六计”的内训手册引起了笔者的兴趣。

因地制宜是最高境界

西方造园手法表达率真、直白，讲求傲视自然，征服自然、信奉人定胜天，而中式景观技法表达含蓄、内敛，讲求意境，顺势而为，崇尚源于自然、融于自然，天人合一。

虽然中式建筑一度经受西方建筑的冲击，但对很多人来说，园林梦是一种血脉传承的梦想，在中国人的骨子里，

回归园林永远是最深沉的精神追求。

植被和地貌是中式园林景观的首要元素。在泰禾景观“三十六计”里，关于绿化的打造，就多达二十一计。“以造园中最普遍的置树为例，”泰禾福州区域景观工程总监林进文说，“这类‘造型树’如果随处摆放，不仅会破坏了整体效果，还会画蛇添足；因地制宜才是最高境界。有的可以‘绿荫蔽桥’，有的可以‘俯首凌烟波’，有的也可以‘飞身藏水源’，因场景和需求的不同，及时调整和变换，方能尽显风姿。”

在泰禾的很多项目里都可以看见这样的用心：造型别致的树木与桥头相配，树荫延伸至桥面流水间，树在桥面上方形成围合；远观，树与桥有了安定感，有所依附；近观，树和桥形成交流，相得益彰。再加上行人从桥上经过，或是凭栏驻足，或是穿越廊道，都更具有画面感，更有韵味。

天元花园是泰禾在1998年拿到的一块山地，“传统的开发商大概率会选择大改大建，把山弄平，然后再拔地而起，这是传统的做法”，林进文回忆说，但是董事长黄其森有自己的想法，他当时也请了很多国际国内知名建筑师，



其中有一个方案一下就进入他的眼帘，就是因地制宜，依山坡而建。

“这和他的开发理念非常吻合”，林进文说，董事长经常向员工灌输，不要去破坏一个天然景观再去造一个人造景观，所以天元花园就完全依山坡而建。消防的环形道路是通过牌楼架空的方法，车在底下走，人在上面住，通过这样一个形式把消防进行闭合，既能满足消防需求，还能很好地保留原始的山貌。

当然，这也投入了很多研发和资金成本，损失了很多容积率。但最终呈现出来的天元花园，到如今也依然非常前卫和时尚，在当时更是堪称豪宅中的豪宅，包括王石等行业内大佬都对这一设计表示认可。2009 年福州市政府更是将泰禾项目作为范例，倡导房企学习观摩。

“可以这样讲，天元花园是福州保值增值最高的住宅楼盘，没有之一”，林进文不无自豪。

在看不见的地方下功夫

不要去破坏自然，要源于自然、融于自然，这种开发理念随后也成功在全国多个项目里复制，包括青云小镇、福州湾、厦门湾等，凭借优秀的景观设计均被当地人誉为“网红打卡圣地”，吸引了各地的摄影和旅游爱好者们。

“泰禾会在很多看不见的地方下功夫”，林进文介绍，泰禾在岭南、福建分别有 600 亩和 300 亩苗木储备基地，从全国甚至国外挖掘回来的很多造型珍贵的苗木树种，会在这里统一收集养护，为下阶段的开发做好储备。

比如，泰禾在南方项目里也会引进很多北方树种。很多南方人见的最多的是一年四季常青、常绿，但看不到落叶和颜色的变化，因此，泰禾很早就把山东的银杏，移植到福州的园林里。“银杏到南方的存活率很低，我们会先把它们移到福州城郊进行本地驯化，慢慢适应福州气候。度过两年存活期以后，再移植到我们的院内”，林进文说。所以福州人也能在自家院子里，既看到春夏的枝繁叶茂、也能感受秋冬的银杏满枝和落英缤纷，感受到季节的变化。

为了打造最佳观赏效果，在泰禾的园林里还能经常看到很多名贵树种，数十万乃至上百万的罗汉松都较为常见。

中国人喜欢“围合”，因此围墙也是园林景观的重要元素之一，而围墙的高度往往起到“四两拨千斤”的作用。这是让林进文和团队记忆深刻的一件事：10 年前在打造福州红树林项目时，当时围墙已施工完成，绿地和草皮也已进行了处理。“但董事长到现场看完觉得这个（高度）不对，

他对尺度非常敏感，要求全部拆掉进行加高，最终‘深院’的感觉才得以完美呈现。另外，他还要求我们不能只单一追求红线内，不能只把自己内部做好而不管外部。当时刚刚城市化，很多市政配套还没有跟上，红线外还是待开发的。”

要把功夫做到红线之外，既要有里子还要有面子，这种做法无疑对城市推动有所贡献。项目建成后，当时的福州市副市长带领福州市园林局以及市政建设单位，参观了泰禾的景观配套，并以此为样本指责市政品质为何落后于开发商。

从南到北，都爱院子

泰禾的园林景观也非常注重“场景营造”法，通过“庭院品茗茶”、“灵石做文章”、“水中有妙趣”、“方堂造仙山”等等，营造生活的意趣。

景石之于园林的意义毋庸赘言，它不仅能提升景观的精致度与观赏价值，而且天然景石是独一无二的孤品，其价值感是其他元素无法比拟的。因此，在泰禾产品中，天然景石也是庭院造景不可或缺的元素，无奇石不成园。

在泰禾福州金府大院园林打造过程中，为了实现“移天缩地入君怀”的景观效果，产品在一进院落形成山林脉络，将“东鼓（鼓山）西旗（旗山）”的福州地貌，融入园林中。

为了模仿山峦的形式，景观组先后采用钢板、本地石材拼凑等方法，但结果始终不够理想。最终，团队在河北找到了雪浪石，“高达 4 米，重达 28 吨，从河北运过来，因为只能晚上走，所以在高速上就花费了 4 天多”，林进文记忆犹新，“2016 年农历二十八，我们用 300 多吨的吊机从墙外把这些石头吊进去进行更换，效果出奇的好，终于达到了我们的设计理念，在场所有人都鼓起了掌。”

这件事让林进文和景观团队再一次夯实了泰禾的开发理念——对产品的追求不遗余力、甚至不惜代价，“为了达到最好的效果，我们也更加愿意投入更多精力去挖掘，去实践。”

正是因为潜心打造，对园林景观并不陌生、对各类植被“见多不怪”的南方人，泰禾的景观依然足以让其叹为观止，“很多客户在第一次看到示范区的时候会发出‘哇’的惊叹”，泰禾厦门公司营销企划总经理助理薛理文说，从南到北，中国人对庭院、对园林的热爱都是一样的，对好的园林更是钟爱。👉

（作者系泰禾集团品牌经理）

泰禾健管师：仁心仁术七杯水

在福州的 20 个泰禾楼盘中，已经有 17 个派了健管师驻场，开始为小区每一户业主建立健康档案。

文 = 张文豪

今年 4 月 22 号开业的泰禾福州健管中心，就在福州东二环凯宾斯基和铂尔曼两大酒店隔壁，与福州第一豪宅金府大院近在咫尺。

泰禾同事说，“如果买了泰禾的房子，就会自动成为上述酒店和健管中心的会员”。很荣幸，我和朋友享受了一次泰禾业主的健康管理待遇。

检查完所有项目，我正准备去更衣室换衣服。突然看见与我同来的朋友还稳坐在彩超室门口，手里拿着空水杯。

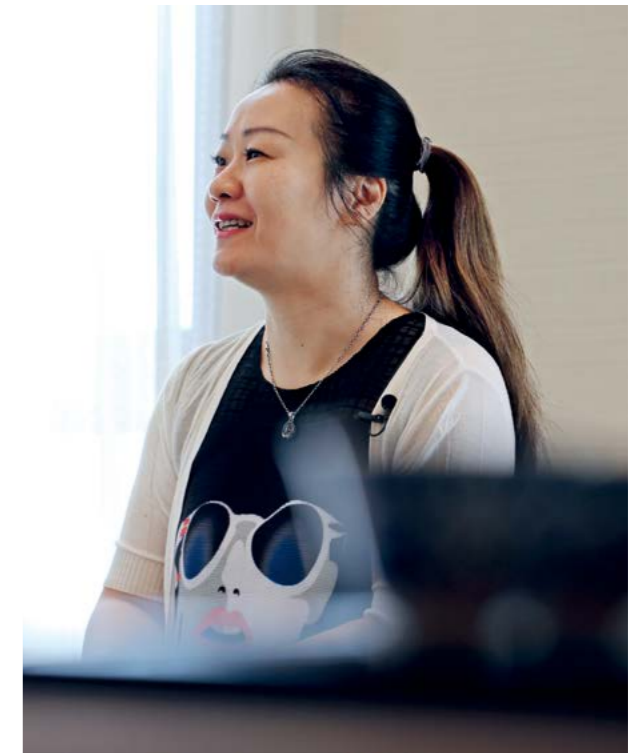
我有点奇怪：朋友比我年轻，检查的项目相同，怎么还没结束？朋友告诉我，医生说他的水不够多，或者喝进去的水没有及时转化成尿，不会达到最佳检查效果。

他笑着说，医生坚持让他喝足了水再复检，那样看得更清楚，“我已经喝到第四杯水，检了两次。”

等全部查完会合时，我问朋友最终喝了多少杯水才过关。他举起两只手说：七杯！我们同泰禾福州健管中心负责人苏郁棠谈起这件事时，这位来自台湾的女健管师笑着说，健管服务就应该尽量精细。

她认为，精细分两方面，一是设备，二是服务。因为看病既是高度技术化与专业化的，也是高度经验化和人性化的。

首先，设备好不好，精准度差别较大，会影响到诊断的精确。所以，泰禾健管用的设备都是进口的高级设备。



泰禾福州健管中心总经理苏郁棠

苏郁棠提到，一位同业来到泰禾参观时很惊讶：你们真的不忽悠。全部设备都是进口的，都是最好的。

其次，是服务质量。其实，在苏郁棠看来，中国内地

最缺的不是好医生，而是肯用心的健康管理。

但现在大部分机构都做不到，一是医少病多，二是以盈利为目的，“不走心，也缺少人情味”。

“所以，黄老板说，我们的健管平台要以服务为导向。”

苏郁棠提到，不止是设备、人员等大事，就连从前台规划摆设到检后用餐这样的事情，黄老板都一一关注。”

在刚开业阶段，为了不失标准，泰禾健管的检后用餐都是从凯宾斯基酒店早餐引入的，直到后来确定了一家外资企业提供的多纤、健康产品。

所以，不管是设备还是人手，都需要有很强的针对性，甚至是一对一的。甚至可以这样说：不减成本或者说成本减不掉，才是信任的开始。

二

失之毫厘，差之千里。“不管是设备的落后，还是人员的粗心，都人命关天。”苏郁棠感慨地说。

今年春节前，泰禾健管接了一个科技公司的团单。初检发现其中一位 29 岁男生患有肝癌，多次复查确诊后，一个月内把癌变部分切掉了。后来，这位男生提着水果，来感谢苏郁棠，说“谢谢你们认真检查，及时帮到了我。之

前每年公司都会做体检，但都没有人发现。”

苏郁棠认为重要的工作目标是：我们希望能够重新去定义健康管理，建立更多高标全面的检测标准。

这也是为什么泰禾会引入美国爱莱恩斯。“因为其先进到位的服务理念、检查手法和病症解读，还能将国际医疗资源带到中国”。

关于到位的服务，苏郁棠举了两个例子。

一是富士康的郭台铭。在台湾做健管长达 15 年的苏郁棠曾是高管健管团队的顾问。

首先，郭台铭为所有副总裁以上的高管，都配备了一对一的健管师；其次，郭台铭到哪里，健管跟到哪里；第三，所有健管人员的一个盒子里全部都是备用眼镜，“因为他一发脾气就摔眼镜”。

第二个例子是泰禾福州健管自己的员工。

公司里有位年轻员工怀孕了，前三个月不稳定，上吐下泻。怎么处理？

她先去的当地医院。医生和患者本人都会认为这是小毛病，看了几分钟，大部分时间还是患者自己讲状况，开点药就打发了。然而，她吃完药继续上吐下泻。

苏郁棠把她的状况发给台湾医生，对方写了很多状况



在福州的 20 个泰禾楼盘中，已经有 17 个派了健管师驻场，开始为小区每一户业主建立健康档案。

和应对事项。患者都看呆了，说“你们也太慎重了吧？”

苏郁棠跟她解释说，这是因为台湾医生更在意的是你这个人，他们把你个人所有的情况都考虑在内了。

首先，你是孕妇，先要考虑与孕妇关联的用药问题；其次，孕妇上吐下泻的具体原因和影响，可能与常人不同；第三、处理时还要顾及你是第一胎。

苏郁棠从多年实践中得出这样的结论：作为医者，首先要抱有救人的心态，但生命和健康并不是人能够完全主导控制的，所以，在“救无可救”的情况下，也要能给患者以最后的关爱。

她又举例说，有一位晚期癌症病人，当时我们没有给他过多药量，而是告诉他，更重要的是他自己本身的抵抗能力。

我们陪了他整整三周，每天去八小时，从一开始帮他做治疗到后来就只是帮他按摩、陪他聊天，以减缓他不舒服的症状。那一阵他很开心，会唱歌给我们听，录视频和朋友分享。

临终前病人对苏郁棠她们说，谢谢你们在最后这段时间来帮我，让我觉得没那么痛苦。

苏郁棠认为，仁术（专业知识）的培养相对容易，但“仁心”很难，某种程度上，那是天生的，很难改变。

“所以我现在在意的，是你愿不愿意把客户当成你的亲人，主动帮他们发现和解决问题，并在他们需要的时候，尽心照顾、陪伴。”

三

据苏郁棠说，作为泰禾+核心业务之一的健管产业，已在全国六个城市设了七个点，还会继续在同一个城市接连开更多家。

对于泰禾健管的角色，苏郁棠觉得就好像是大家的健

康守门员。虽不直接治病，但却至关重要。作为落地最扎实的泰禾福州健管，从今年开业到现在，体检已破万例。

不检不知道，一检吓一跳。从开业到现在确诊的癌症已有 10 例，这个比例不低。根据已出数据，福州其它病症的重度阳性比率也比其它城市高，重度阳性就可以确定患病，需要就医治疗。

苏郁棠分析说，“并不是福州的病人多，而是福州筛查得更为精细。现在业务是初创阶段，检查的指标还不是太多，所以，实际情况可能更严重一些。”

她提到，因为开业时间短，最多的还是定期常规化体检，每套一千元。如果是做定制化，流程会更精细，会结合家族病史、既往病史以及当下不舒服症状，设计“套餐”，就会更加精准。

当然，未来泰禾的健管业务，会不断向深度、广度、精度推进。比如云平台诊所。“我们的客户今天可能会有妇科的需求，但这里可能没有妇科医生，但北京有，我就当场启动远程医疗，医生可以立即看病、开药。”

重线上，也重线下。在福州的 20 个泰禾楼盘中，已经有 17 个派了健管师驻场，开始为小区每一户建健康档案。

下一步是开社区诊所。感冒、发烧、拉肚子的基本医疗服务都能做。至于进阶需求，可以做转诊的绿通服务。

当下的苏郁棠，在内地工作已有七年。当听黄其森说要在这个行业五年投 500 个亿的时候，她经历了从惊讶到理解再到敬服的过程。

“因为老板在开始时只想为业主和员工提供增值服务，但随着业务的开展，看到健管行业对于社会大众的意义时，他又想，泰禾应该在这方面做得更多，引入更多更优质的资源，来为所有人服务。”

现在，苏郁棠最大的感觉是“蓄势待发”。

（作者系地产豪言出品人）



作为泰禾+核心业务之一的健管产业，已在全国六个城市设了七个点，还会继续在同一个城市开枝散叶。

酒店服务：用细节和品质传承匠心

聚沙成塔，用心和细节的积累，让泰禾酒店集团得到海内外客人的广泛好评。

文 = 李振兴

泰禾集团旗下酒店有一个很明确的目标定位，就是要成为酒店行业甚至是整个服务行业的标杆企业，做好宾客满意度工作。

对于这一目标，泰禾集团董事长黄其森始终坚持不变。

用心

从 2018 年底开始，福州东二环泰禾酒店群结合商场、医疗、剧场等泰禾旗下产业组合优势，打造福州新晋商旅会展目的地，2019 年上半年共同接待葛兰素史克 (GSK)、辉瑞制药 (Pfizer)、25 国驻华大使馆、泉州第十六届人大第四次会议、东盟银联体 2019 年高官会等一系列国内外公司机构会议住宿，其规模堪称海西国际品牌酒店群航母。

同时，受到泰禾“十大专利”的鼓舞，酒店也希望创造一些“专利”，那就是专属于泰禾的“泰禾玉饌”。第一批“泰禾玉饌”共有 6 道菜（酒），包括佛跳墙小笼包、青红鸡尾酒、泉州老汤牛三宝等，都是在福建传统菜上进行改良或创新。酒店集团希望这些创新的主意，也能成为泰禾新的 IP 之一。

泰禾酒店积极寻求与服务行业翘

楚的合作机会。如福州泰禾凯宾斯基酒店长期以来与厦门航空在服务礼仪、咖啡制作、厨师交流上的交叉培训；凯宾斯基更是为厦航 2019 年第二季度国际航线头等舱正餐设计餐谱。同时，厦航选中凯宾斯基酒店设立城市头等舱接待室，为福州第一家高规格 VIP 候机厅。双方都期待更长久的战略合作。

作为泰禾+ 诸多板块中的一员，酒店并不局限于自己的业务范畴之内，而是坚持大集团共享意识，与泰禾其他板块互相支持，优势互补。从基础的接待工作，到为泰禾业主提供专项礼遇，这是每个泰禾酒店开业后都在做的。

近期，泰禾还利用酒店资源，与国际米其林厨师协会达成合作，对接全球米其林星级厨师在泰禾全国地产项目客座主理至尊私宴，邀请泰禾（准）业主参加，助力营销。目前已完成北京公馆的私宴活动，8 月将开启福州院子的私宴活动。

和国内外知名企业及组织合作，可助力泰禾进一步与国际接轨。目前酒店集团下属公寓项目也在寻求相关机会，与北欧著名家居品牌签署合作协议，计划在多个即将开业的泰禾公寓项目引



泰禾旗下酒店看重服务行业一些恒定不变的“真理”——高品质的产品和服务。

入该品牌，这一合作模式与规模，在国内业界也属罕见。下一步，泰禾公寓还将寻求与国内知名电器企业的合作，以求强强联手。

酒店集团开办的“黄埔军校”实际上也是泰禾+ 的一部分，就是为泰禾培养服务业中坚管理人才，向泰禾各个板块输出。2017 年 2 月至今，超过 300 名的泰禾物业服务人员在凯宾斯基和铂尔曼酒店进行服务标准化课程培训。在进行基础入职培训后，他们被分配到酒店一线运营部门，学习酒店行业的客户服务礼仪和专业的岗位知识等。

同时，为适应酒店未来发展，培养新型服务管理人才也是一项重要工作。泰禾从 2018 年初开启对泰禾酒店管培生的培养。每一位应聘成功的应届毕业生成为管培生后，须在酒店各部门进行轮岗学习，进行优质个性化服务培训，通过切身的学习实践，将日常学习到理论知识转化为实际工作经验，将服务做到极致。

细节

相比于追逐潮流，泰禾旗下酒店更看重服务行业一些恒定不变的“真理”——高品质的产品和服务，即采用精细化管理，以用心和细节获得客人的认可。泰禾追求的宾客满意度绝非一两组数据可以全面概括，客人真实的反馈才是评判服务好坏的最高标准。

为了保证产品和服务输出，泰禾旗下酒店制定并严格遵循一系列标准化流程与培训计划。餐饮、房务、工程、保安，从对客服务的一线部门，到后勤支持的行政、人力、财务等部门，每个月都在开展各式各样的专业培训。从介绍酒店的企业文化与产品知识等基本信息入职培训开始，到部门中开展的岗位技能和质量监管培训，均旨在将服务细节与标准操作流程深刻烙印进每个员工心中。

除此之外，为了让宾客在下榻酒店时能够拥有满意加惊喜的体验，泰禾旗下酒店自 2017 年 8 月开始启动

客史档案项目，即培养员工主动观察宾客喜好的意识，建立宾客档案，以便提供个性化的服务，让宾客有“喜出望外”的感受。酒店每个员工都化身为客户的贴身管家，详实记录着客人的喜好并按名造册，据此在客人下次入住时提前做好准备。

例如有的客人对羽绒过敏，在他每次入住前，酒店就准备好乳胶枕，无需客人交代；再如有位客人因工作原因经常不能用早餐，酒店就提前打包好餐点，方便客人早起离店取用……这样的例子，不胜枚举，就是为了让客人情不自禁发出“Wow”的惊喜感叹。截止 2019 年 6 月，泰禾旗下酒店共收录 16118 条客史记录。

同时，泰禾还将本地特色融入酒店产品与服务中。以泉州泰禾洲际酒店为例，除了为客人准备完整的游览计划和咨询服务之外，泰禾还在大堂及各餐厅安排穿着当地惠安女特色服装的服务人员，以当地方言进行问候，并且准备当地特色小礼品，在客人入住时赠与客人。

餐饮部分，酒店在早晚自助餐推出了本地特色小食，将泉州本地独有的蒜蓉枝、麻薯、蛋黄饼、绿豆糕等小吃直接放到餐厅入口处，让客人走进餐厅的大门就能享受地道本地风味。早餐也提供泉州特色早餐美食，如面线糊、五香卷、猪血汤、花生汤等。

聚沙成塔，细节的积累，让泉州泰禾洲际酒店得到海内外客人的广泛好评。

回归服务业本源，用细节和品质传承匠心，这是泰禾酒店集团及旗下酒店正在进行的实践，也期待这份坚持，能够打造“泰禾式服务”，助力“泰禾+”大展宏图。📍

（作者系泰禾集团副总裁）

黄埔军校

酒店集团开办的黄埔军校实际上也是泰禾+ 的一部分，就是为泰禾培养服务业中坚管理人才，向泰禾各个板块输出。



从陈嘉庚到黄其森， 将公益慈善传承到底

从早期的陈嘉庚、胡文虎，到如今的黄其森、许荣茂、曹德旺……乐善好施像是已经凝聚成的一种地域性格，在八闽温润的土壤里，播下了生生不息的种子。

文 = 潘秀林

2019年7月24日，福布斯中国发布“2019中国慈善榜”，泰禾集团董事长黄其森以3.2亿元总捐赠额，位列慈善榜第15位。

凭借在慈善领域的突出贡献，2018年9月，泰禾集团被中华人民共和国民政部授予第十届“中华慈善奖”奖项，这是中国慈善领域最高政府奖，也是对泰禾多年践行公益成果的极大肯定。

谈及做公益的初衷，黄其森对国家和社会的感恩之情溢于言表，在他看来，感恩国家、回馈社会，是自己做公益最朴素的想法。在多年的身体力行中，黄其森将慈善公益目光精准投放到医疗、教育、古建筑保护等领域，并创下多个公益之最。

饮水思源，不忘家乡

“泰禾是从福建走出来的企业，我们的前辈像陈嘉庚先生捐资办学，捐建了厦门大学、集美大学，他是我们很好的学习榜样。”

在诸多中国慈善榜单中，有一个群体格外显眼，他们就是来自福建的企业家。第十五届（2018）中国慈善榜显示，从地域来看，企业家上榜数量排第二的是福建，共有19位慈善家，捐赠了11.3366亿元，更有多位闯进榜单TOP10，包括泰禾集团黄其森和世茂集团许荣茂，分别排名第2和



2017年5月，黄其森出资3亿元向福州一中捐建福建省内首个现代书院——福州一中·泰禾书院，创下国内基础教育领域最大单笔公益捐款纪录。

第10名。闽籍企业家的公益事迹，不少人都能如数家珍，从早期的陈嘉庚、胡文虎，到如今的黄其森、许荣茂、曹德旺……乐善好施像已经凝聚成的一种地域性格，在八闽温润的土壤里，播下了生生不息的种子。

作为从福建走出来的企业家，黄其森饮水思源，十分关心家乡的公益事业。2018年10月，福州大学迎来60周年校庆，泰禾向福州大学捐赠3亿元，其中2亿元用于捐建福州大学旗山校区艺术中心，1亿元用于设立福州大学泰禾基金。黄其森曾就读于福州大学建筑系，是中国地产界少有的科班出身的企业家，这次捐赠并非首次回馈母校，在此之前，泰禾多年来坚持设立“福州大学泰禾奖学金”，鼓励福大学子勤勉向学。

在此之前，2017年5月，黄其森出资3亿元向福州一中捐建福建省内首个现代书院——福州一中·泰禾书院，创下国内基础教育领域最大单笔公益捐款纪录；同年9月，黄其森捐资1000万元，帮扶宁德市民族中学教育事业。2016年11月，泰禾向福州市仓山区教育局捐赠3000万元，更早之前的2001年，刚创立不久的泰禾，向福州三中捐资3500万元兴建办公楼。

泰禾对家乡的关怀还不止教育领域。2016年7月，台风“尼伯特”肆虐福州，给闽清、永泰等地造成严重破坏，灾情发生后，黄其森出资5000万元全面修复在台风中受损严重的全国最大古民居宏琳厝，用实际行动推动传统文化的复兴。

教育医疗，造福民众

“我常常在想，有能力了以后，怎么能做一些对社会、对国家有意义的事情？医疗、教育是很好的回馈社会的一种方式。”

在黄其森的带领下，泰禾走出了一条聚焦医疗、帮扶教育事业的特色公益道路，使得公益更加精准细化。截至目前，泰禾各类捐款累计近14.8亿元。

中国的医改已取得巨大成就，但仍存在诸多难题，作为心系社会的企业家，医疗领域的慈善尤其为黄其森所看重。2017年8月，泰禾向中国器官移植发展基金会捐赠1亿元，创下了中国器官移植领域最大单笔公益捐款纪录。

2017年5月，泰禾向同济大学捐赠2亿元，设立“同济大学泰禾医学发展基金”，成为迄今为止同济医学教育史上的最大单笔现金捐赠；2016年10月，泰禾向清华大

学医学管理研究院捐赠2亿元，用于学院教学和研究的能力建设。

在清华泰禾医院管理基金第一次理事会上，黄其森的一番话吐露了他的心声：“希望通过与清华大学的合作，能在这些领域探索出一条创新且有特色的发展道路，同时也能为我国的医疗改革贡献一份力量，造福民众。”

除了在集团层面不断推动各项公益事业外，黄其森还调动企业员工也积极参与各项公益活动。2015年，泰禾成立了由高管、员工和业主组成的泰禾志愿者协会，持续开展“护苗行动”、“文化行动”、“暖冬行动”等一系列公益行动，受到了员工、业主、市民的密切关注。

2017年8月，泰禾集团正式成为中国慈善联合会会员，将联合更多力量，将公益事业进行到底。

长效机制，家国情怀

“企业不仅仅只是赚钱盈利，更应该关注社会公益事业，履行应尽的社会责任。”

聚焦医学教育领域，不只是普通的慈善，而是一份“家国情怀”。在黄其森看来，做公益绝不仅仅是一次次捐款，如何建立公益慈善事业的长效机制，是属于这个时代的重要命题，从这两年黄其森的做法来看，他认真思考了如何作答这道题，并不断将其付诸实践。

例如，黄其森向福州一中捐赠3亿元建设的泰禾书院，旨在汲取现代教育理念，培养德才兼备、学贯中西的现代精英；泰禾与清华大学、同济大学合作，分别成立清华泰禾医院管理基金和同济大学泰禾医学发展基金，这也正是将公益行为转化为长期、持续医学、医院管理人才培养工程。

这些做法，正是旨在改善当前中国发展面临的素质教育发展困境、医学人才匮乏的局面。“未来我们更多的投入还是在医疗和教育方面，医疗和教育能不能有一个大的提升，最重要的还是在于人才的培养”，黄其森这样说。他把过去人们认为“就是捐个款而已”的公益，做着做着，竟做成了一套系统工程。

“爱国爱乡、海纳百川、乐善好施、敢拼会赢”，这16个字的“福建精神”，其中就包含了“乐善好施”。这个理念在福建尤其是福建的企业家群体中，拥有了成长的土壤，也走出了像陈嘉庚、黄其森这样一批有理想的慈善企业家。👏

（作者系泰禾集团品牌部经理）

闽商素描

“盖地铺天万式装，有街无处不经商，客来四海皆惊异，货去神州尽道洋”，闽商精神，生生不息。

文 = 郑理

作为中国十大商帮之一，“闽商”因“开放、拓展”的精神闻名于世。

“盖地铺天万式装，有街无处不经商，客来四海皆惊异，货去神州尽道洋”，就是对闽商勇于开拓精神的生动写照。

自宋元以来，闽商已经在中国商界活跃了几百年。曾经落户福建泉州等地的阿拉伯商人、欧洲意大利人、犹太人，以及南印度商人，对闽商的经商意识影响极大，使其很早便对远航贸易兴趣浓厚，经商足迹遍布四海。

据传，出洋到海外的闽商，起初多数以“三把刀”（剪刀、菜刀、剃头刀）起家，而后从事实业开发、零售、中介和批发业。从现在看，闽商在国内主要是房地产、物业管理、食品加工、机械制造、建材、餐饮、娱乐等 20 多个行业；海外主要是餐饮、地产、服装等。在闽商商帮中，泉州、莆田、福州三大商帮从古至今干得最为出色。

与中国其他商帮相比，闽商历史悠久，地域广阔，具有涉海性，而且人数众多。据统计，福建现有海外华侨 1100 多万人，分布在世界 160 多个国家和地区；闽籍的港澳同胞约 120 多万人，闽籍台胞几百万人。形象的说法是：世界上凡有华人的地方，就有闽商。

闽商常以血缘为核心，以家族为凝聚力，家庭经营较为普遍，据说主要是为了商业机密不外泄。此外，不同区域商人特点不同。民间曾流传：“闽北商人安贫乐道；闽东商人求稳怕乱；闽西商人重宗内聚；闽南商人过‘番’出’

洋’。”

闽商推崇“商能致富”，以商为荣。“妈祖”崇拜成为最典型的文化标记。凡有闽商到过的地方，都有这位海神的歌身之处，世界范围内的“妈祖”庙据统计有 5000 多座。

每一个时代的闽商中都能找出大量的代表人物，如宋代的泉州海商王元懋，精通中外语言，被当地国王招为驸马，侨居越南 10 年，后归泉州，遂成为大海商。

清代的许泗漳，他是泰国华裔商人，因开发麟郎之功，被暹王封为郎郡侯。其子许心美，出任泰南普吉府长官，并成为橡胶业、锡矿业大企业家。

从 19 世纪末至今，这 100 多年间，较突出的海外闽商代表有：“锡矿大王”胡国廉，他是著名的办矿巨商，他率先提出回国投资、创兴海南的动议。

橡胶大王陈嘉庚，他是伟大的爱国主义者、教育家、爱国华侨领袖、华侨实业家，第一次世界大战期间，经营航运业和

房地产业，到 1925 年已成为拥有橡胶园和黄梨园 9000 亩，各种工厂 30 余所，国内外分店 100 余家的大企业家。

在不同时期、闽商都有不少令人称奇称道的地方。宋元时期，中国的“海上丝绸之路”，就是由闽商开创的；明清之际，海商郑芝龙建起了纵横东亚、东南亚的海上商业王国；民国时期，福建籍侨商弘扬中华精神，为辛亥革命抛头颅、洒热血；抗日战争中，许多闽商深明民族大义，急难同仇，倾家捐钱捐物。闽商的这些精神，可谓繁衍不息，代代相传。📍

商能致富

与中国其他商帮相比，闽商历史悠久，地域广阔，具有涉海性，而且人数众多。形象的说法是：世界上凡有华人的地方，就有闽商。

Tahoe 泰禾

泰禾 西府大院
CATHAY MANSION

世界恒产的 中国作品

西三环 [建面约] 197m² 新中式大宅 全球争藏

T A H O E C A T H A Y
M A N S I O N



品鉴专线
+010 5607 8888

开发商：北京中维房地产开发有限公司 项目地址：西三环玉璞公园东侧 京房售证字(2018)137号



一院江南怀江山

万岭千山百里云，十花九树八成荫。七家六五四双燕，三李二桃一片春。院子里，是一派江南景色，院子外，是无限江山如画。人生当有此一院，入则“悦”尽江南景色，出则“悦”尽千里江山。

文 = 陶朱公



南京乌衣巷是中国历史上最悠久、最著名的古巷，没有之一。

01

公元 229 年，孙权称帝，国号“吴”。孙权取“建功立业之意”，将“秣陵县”改称“建业”，定都南京。

秣陵县，别称石头城。孙权建都后，在朱雀桥设警卫军戍守都城。因为吴军都着乌衣，驻地因此得名“乌衣营”。

280 年，孙皓投降归晋，吴亡。晋武帝司马炎改建业为“建邺”。“乌衣营”也“军”改“族”，称“乌衣巷”。

这个乌衣巷，是中国历史上最悠久、最著名的古巷了，没有之一。“军”改“族”后，乌衣巷迎来了晋代王、谢两大豪门士族，成为当时世家大族的宅第。

富贵者，总是衣锦而入，风度翩翩。两族子弟都喜欢穿乌衣，以显其尊贵的身份。整个晋代，乌衣巷成天门庭若市，冠盖华服。

除了住有王导、谢玄这些东晋政权的奠基人，更是产生了王羲之、谢灵运这样的艺、文宗师。

是他们的“魏晋风度”承传了周易、楚辞、先秦诸子、汉赋，丰富和开拓了中华文化。也让唐诗、宋词、元曲、明清小说，有了新的“胎盘”和“胎动”。

所以，有晋一代，是贵族、士族地主阶层的高光时节。他们拿得起、放得下、个性强、放得开。于是，才产生了魏晋风度。它的文化内核，是魏晋风骨。

除了陈群的九品中正制外，王羲之的书法、谢灵运的山水诗赋，无不深刻影响着后世，延绵千年。甚至中国第一部文艺批评理论、美学专著，《文心雕龙》的作者刘勰，也是从乌衣巷走出来的。

“巷”这种城市文化，也从“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”了。

02

南宋陆游说：小楼一夜听春雨，深巷明朝卖杏花。乌衣巷的“巷”，到底是什么呢？

《说文解字》说，巷，从“共”从“邑”，是城市的公共区域。直者为街，曲者为巷；大者为街，小者为巷。北京人叫“胡同”，上海人叫“弄堂”。

“巷”这种形态，出现得比较早，应该是有城市（邑）后，就伴随着有了的。孔子在表扬颜回安贫乐道时，说“贤哉回也，一簞食，一瓢饮，在陋巷……”由此可见，巷，至少在东周时期就有明确形态了，而且已有贫与富、豪华与简陋之分。

萧何在主持修建未央宫时，重点只考究了宫城之内的布局与功能。几乎没有考虑宫城之外，士农工商的“拱卫”与宫外万民的生活需用。

距萧何建成未央宫 800 多年后，北周覆亡，隋朝诞生。隋文帝杨坚开国，定都西安。但是，原汉三宫都已破败不堪。隋文帝嫌其制度“狭小，又宫内多妖异”，决定另址建宫。

于是，一代城市规划和建筑工程专家宇文恺，闪亮登场了。

宇文恺，本是武将世家，到了他这一代，海宴河清。其主要任务，就是做个太平官。做城市规划和搞建筑工程，不过就是“玩玩票”而已。

宇文恺将新都的地址，选在了长安北侧龙首原。这里川原秀丽，地势开阔，居高临下，自然条件优越。



泰禾是中国首家拥有自主知识产权的房地产开发商，外界说泰禾是独立 IP，是有其真正内涵的。

然后，他以《周易》“六爻”为灵感，依托龙首原南北有六条高坡的天然地势，从北向南，按“初九、九二、九三、九四、九五、上九”为礼序，法天象地，布局各类建筑和划分功能。

宇文恺在这“六爻”之上，分别布置了皇宫、皇城和民居。以 25 条纵横交错的大街，将全城划分为 110 坊和东、西两集市。坊的四周，筑墙、开四门。坊内，或曲或直，设十字巷。

北宋时期的宰辅吕大防，见多识广。他是这样表扬宇文恺的：……然畦分棋布，闾巷皆中绳墨。坊有墉，墉有门，逃亡奸伪无所容足。而朝廷官寺，公私有辨，风俗齐整，居民市区不复相参，此一代之精制也。

宇文恺主持的隋都大兴城，比汉长安城大 2.4 倍。唐取代隋后，叫长安城。中国宫殿建筑的巅峰之作大明宫，就是其中三座宫殿之一。

宇文恺除了主持修建了大兴城之外，还主持修建了东都洛阳皇宫。武则天登位后，称为神都。

与萧何相比，宇文恺对建筑事业的重大贡献，一是他将玄象入地，将天、地、人，协调到一宫一院“过日子”中了。

二是他将坊、巷的礼序功能，向宫内外延拓，将人类的居住理念提升到新的境界。

自隋以后，无论宫庭，还是民居，坊、巷始终是中式建筑骨肉。而其中的园林、小品、物业服务等，才是中式建筑的灵魂和气韵。

泰禾集团董事长黄其森说：泰禾，文化筑居中国。郑州泰禾大城小院的布局上，是一谷、两街、三园、六巷、十八坊。这种规划和布局，的确是承传了中式建筑的营造法式，也复兴了中式建筑的骨肉和气韵。

03

中式建筑的气韵，又是什么呢？

对帝王来说，宫里是江南，宫外是江山，这是帝王的气象。对老百姓来说，院里是江南，院外怀江山。一院江南怀江山，这是世家望族的气度。无论是帝王或是百姓，有官院，就有江山、就有江南，一世枯荣，百代荫护，总见气韵生动。所以，白居易曾写诗赞叹大兴城：百千家，似围棋局；十二街，如种菜畦。

郑州泰禾城市营销总监告诉陶公：在泰禾的体系里，并不是每个项目都可以叫“大城小院”的。郑州泰禾大城小院的选址，是在登封路西、五云路北与连天线南的半山处。太低，夏天会有“潮湿”难当。太高，冬天则寒风难消。半山居中，按玄象，与紫薇宫相印。在总格局上，是遵循儒家“匠人营国”的礼序、道家“因地制宜”的无为，以及尊重自然“亦曲亦直”的坊巷风貌。

公元 696 年，武则天登嵩山，封中岳，大功告成。颁布诏书，改嵩阳县为登封县，改阳城县为告成县。这就是“登封”的由来。

生活中，人们常说，好的开头，就是成功的一半。对于大城小院来说，选址，就是开头。这个“头”开好了，另一半对泰禾来说是驾轻就熟的事。只要在管理中把控好细节，就大功告成，可以“登封”了。

2017 年 11 月，泰禾在上海发布了院子系十大专利。包括：主入口门头、合院双门头、合院单门头、楼王门头、院门壁灯、楼王壁灯、楼王横梁、横梁、抱鼓石、门钹。

所以，泰禾是中国首家拥有自主知识产权的房地产开发商。外界说泰禾是独立 IP，是有其真正内涵的。

如果说一谷、两街、三园、六巷、十八坊是大城小院的“骨肉”的话，把这些骨肉建得有力、饱满，有 20 多年建设经验的泰禾，当然毫无疑问。

不过，“泰禾+”，才是大城小院的灵魂。比如，泰禾物业是世界“金钥匙”物业联盟成员。如果你的小区是“金钥匙”物业服务，那么服务质量和水平，就可以放心。比如泰禾医疗，是泰禾全资收购了美国排名第一的爱莱恩斯，郑州的爱莱恩斯健康管理中心，已经在郑东新区落地。2018 年的 11 月 1 日，泰禾正式开通了 400-0613-590 电话，这是国内首家地产行业开通的健康热线，完全由泰禾医疗独立运营管理，为业主提供专属的服务。

04

陶公第一次去大城小院时，曾问：道路两旁，怎么没

见银杏？你们栽的是什么树？

答曰：所谓“建邦设都，必稽玄象”。看来，陶公你也是有知识盲点的。我们所有的仪仗树阵，全是槐树。这是非常有讲究的，所谓“面三槐，三公位焉”。意思是，院子里有槐树，子孙非富宝贵。

从周代开始，就有在宫、院中种槐树的讲究。所以，槐树又有宫槐、国槐之称。



泰禾要文化筑居中国，一点一滴都要传承到位。

泰禾要文化筑居中国，一点一滴都要传承到位。槐树不仅管富贵，还管婚姻。槐荫树一开口作媒，穷小子董永，就娶到了七仙女。

玄象师古，工法精进；望族门第，涵养风骨。这是泰禾院子的最佳打开方式。

陶公查了查《旧唐书·列传》，宇文恺在建大兴城时，为了让街道经纬分明，曾在两旁种植成行成列的槐树。到了唐朝，这些槐树绿荫如织、礼序如仪。李白感叹：长安大道横九天，峨眉山下照秦川。

郑州大城小院的三园，是谐趣园、静妙园和童真园。六巷是景福巷、祥瑞巷、玉华巷、清晖巷、丽正巷和涵远巷。十八坊，则以不同的花主题，比如以梅花为主题，是疏影坊；以海棠为主题，是玉堂坊；以栀子花为主题，是水华坊；以山茶花为主题，是玉茗坊；以紫薇花为主题，是堂红坊……总之，景色各异，韵致万千。

陶公来到营销中心水景平台的中庭，五云山尽收眼底。远眺近观，云蓬蓬，人翩翩，心旷神怡。

于是问：传说泰禾是独立 IP，那么简而言之，郑州的这个大城小院总体上呈现什么特点？

答：一院江南怀江山。

陶公说，愿闻其详。

答：万岭千山百里云，十花九树八成荫。七家六五四双燕，三李二桃一片春。院子里，是一派江南景色，院子外，是无限江山如画。人生当有此一院，入则“悦”尽江南景色，出则“悦”尽千里江山。

（作者系郑汴楼市出品人）



漫步故宫中，随处可见汉白玉的身影。

济南院子：旧时王谢堂前燕

《考工记》中曾提到建筑美学的标准：“天有时，地有气，材有美，工有巧，合此四者，然后可以为良”。在现代，建筑要做到“良”，从建筑设计到景观把控，都要做到恰到好处，选材的考究更是中式建筑的精粹所在。

文 = 张晋涵

作为中国古代皇家建筑、雕刻使用的名贵石料——汉白玉，是中式建筑选材中不得不提的珍贵材质。

汉白玉通体洁白无瑕、质地莹润

细腻，石体中泛出淡淡的水印，在我国历史发展中已有 2000 多年的历史，因其灵动优雅的特性，备受中国名门望族尊崇。

古玩界的“清风”

汉白玉不仅是中国古代皇家建筑、雕刻使用的名贵石料，同时也是价值不菲的古董玉器。

清三代时期的玉石文化盛行，使这时期汉白玉玉器制造雕刻技术也达到炉火纯青的地步。雍正、乾隆时期汉白玉堪称玉器市场上的一大霸主，其中以雍正为最。而相对于其他时代的而言，雍正时期，由汉白玉雕琢而出的艺术品“天价”频出。比如 2013 年澳门中信拍卖行拍卖的乾隆汉白玉碗，180 万元起拍，最后 220 万元成交，第一次出现在市场上便引起很大的轰动，可见在收藏家心目中有着不可替代的地位。

宫殿级的“风采”

汉白玉不仅在收藏家的心目中有着不可替代的地位，在建筑家的眼里，

亦是不可多得的艺术品。所谓“玉砌朱栏”，华丽如玉，故称作汉白玉。在故宫中，汉白玉是不可忽略的建筑语言。

漫步故宫中，随处可见汉白玉的身影，宫内的宫殿基座，石阶，护栏均由汉白玉制作而成，而这其中最令古今中外称奇的要数那一块“云龙石雕”。

清朝乾隆时期又重新雕刻的“云龙石雕”，是故宫保和殿后面的一块“灵樨”。石雕中间雕刻着流云衬托着九条蟠龙和州龙，云龙形象生动，雕刻精细，一丝不苟。几百年间，故宫以精雕细琢的汉白玉，演绎着皇室威严。

由此可见古代皇室对于汉白玉的推崇程度，也可以说，汉白玉撑起了半个北京城的辉煌。

汉白玉质地坚实而细腻，是很多收藏家的稀世珍宝；易于雕刻，古往今来也均为名贵建筑的原料，成为千百年来皇宫王府庭院雕刻石材的首选。汉白玉以传统纹饰元素，完美表达了中式审美富于流动感的气韵，以独有的魅力触动了世人的神经，以优雅细致的特性，承载中国古代建筑文

化。

泰禾集团把中国院落美学推向世界，布局“23城45院”引领地产界“新中式”风潮。目光所及，极尽匠著。泰禾·济南院子传承故宫与恭亲王府的院落格局与格调，除了在传统形制上加以优化善进外，在选材上也是以比肩故宫皇室的规格，让建筑更显尊贵气度与不可复制。

豪宅不缺，汉白玉渐缺，泰禾·济南院子里却随处可见汉白玉，抱鼓石、

门肩、墙雕……贵重之气氛氤而来，匠心尊宠可见一斑。

归家之时，院门的两侧，便是通体洁白无瑕的汉白玉抱鼓石，是由“雕刻之乡”的曲阳雕刻大家之手精雕细琢而成。当代的天安门广场、人民大会堂石雕也均是由曲阳工匠雕刻而成，称得上御用石雕大家。经大师匠心巧手，特殊定制而成的汉白玉抱鼓石，辉映家族荣光，可谓独一无二。

古人言“乾坤开阖，门第有别。”门是身份地位的象征，代表家门庭威望所在。而门肩，在整个门的结构上来说，上可“顶天”，下可“立地”，承载着一座门的荣光。由汉白玉所制，以柔和而大气的纹理，完美地勾勒出牡丹的华丽而优雅，装饰在大门上方的左右两侧，形成对称之美。牡丹为百花之后，门肩之上进行镌刻，寓意主人雍容华贵的身份。深宅大院中，一般外人进院，必先仰望门肩，领略皇家建筑的雄伟与庄严，于简洁中见精神。

而在济南院子中，属一面“风穿牡丹”的汉白玉墙雕，最为惊艳。凤为百鸟之王，牡丹为百花之后，将汉白玉良材为画布，在其上雕琢出一派祥和景象。以凤穿牡丹的吉祥图案比喻主人一家的富贵身份。正如故宫中的“云龙石雕”一般，映托了主人的富贵之气与尊贵前程，开门纳福。

精雕细琢的建筑本身，方能体现生活的尊贵。汉白玉的良才美质，点缀着院子里的尊崇气度，宣告着这座院子的赤诚与品质的酝酿。泰禾·济南院子，沿袭泰禾的工匠精神，将中式礼序文化融入院落，以匠心精材，筑就每一个院落生活的细节。

（作者系泰禾集团济南城市公司策划主管）



门是身份地位的象征，代表家门庭威望所在。而门肩，在整个门的结构上来说，上可“顶天”，下可“立地”，承载着一座门的荣光。图为济南院子实景。



牡丹为百花之后，将汉白玉良材为画布，在其上雕琢出一派祥和景象。图为济南院子实景。

似水流年，人生如戏

二十二年前的高考之夏可谓跌宕起伏，还好有惊无险，当时以为只不过是人生的一个新起点，没想到人到中年才发现，其实多数人的生都是平凡的人生。

文 = 长弓不二

2019年高考成绩揭晓了，隔壁办公室老李家孩子理科考了618分，眉飞色舞，见一个逮一个的“商量”报什么志愿好；同处室老关家的却发挥失常了，黑着脸半天没吱声，下班后偷偷的赶过来，问我复读怎么样。

高考之夏，又是几家欢乐几家愁。

时光如白驹过隙，我的高考之夏已经过去二十二年了。

回想起来，记得的全是一些很小的事情，但那种焦灼到喉咙干裂的感觉却历经数十年而挥之不去。

我高中就读的是一所福州郊区的中学。母校以“低进高出”闻名全市甚至全省，相应的代价就是无处不在的压力和没日没夜崩弦般的紧张。直到高考前一天下午，老李也就是我班主任还在讲台上讲解着一张不知哪里弄来的卷子，我和一干同学则在焦灼和酷热下听得浑浑噩噩。也许气氛过于压抑，他突然半途抬起头来笑笑说：“再过十年，你们一定会怀念现在的幸福时光”。所有人都用诧异的眼神看着他——这不是在咒我们复读十年吗？没想到一语成谶，二十多年过去，高中同学聚会，无论富贵贫穷、高官布衣，大家最怀念的还真是那段拼到极点也甘心的日子。

回到家，翻了两小时的书，我九点就在老母的威逼下上床睡觉，这几乎是高三那年第一次在九点前就寝。才躺下不到半小时，楼下值班室不知哪个家伙把电视音量拧到震耳欲聋的程度。本着息事宁人的心态，本想把耳朵塞上就算了，没想到那厮把声音越弄越大，还夹杂着“嘿哈”

的武打声。是可忍孰不可忍？我一骨碌爬起来，对着值班室大嚷：“谁啊？电视这么大声，还让不让人睡了？”老母闻声而起，穿着拖鞋就冲了下去。不到五分钟，电视声戛然而止，取而代之的居然是老母的破口大骂。细听之下，发现在下面值班室看电视看得兴高采烈的居然是我亲爹！那一瞬间的绝望和无语，让我眼睛一黑，倒头就睡。

第二天起床，看到的是老母焦虑到有点扭曲的和老爹无所谓到几乎肌肉松弛的两张面孔。生活总是那么各走极端，我有点哭笑不得地上了考场。

那年的高考一共考五科，历时两天半。时隔二十余年，那生命中最长的两天半只给我留下一些支离破碎，甚至有点无厘头的记忆碎片：

老师交代，高考期间饮食要既清淡又有营养，老母绞尽脑汁地想了半天，最后让我连吃了两天半的苦瓜排骨汤。

考第一科语文时，老母认为钢笔写字比圆珠笔端正，硬让我用钢笔答题，结果钢笔漏水把考卷污了一块。回家后，报告老母。老母问，会怎样？我有点浑不吝的回答：“可能会被认为做标记，零分处理”。结果老母被吓得脸色煞白，却一声不敢吭。后来听老爹说，她在考场外面就开始追着老师问复读的事。

最后一门考的是历史。也许是最后一门了，老李再三交代的严禁考后对答案没必要遵守了，老高就缠着我对答案。从历史一直对到政治，对到最后老高脸都白了——他



时光如白驹过隙，我的高考之夏已经过去二十二年了。

多数答案居然和我都不一样。他没有信心认为我错他对——平时的成绩摆在那里，脚一软一屁股坐在地上大哭起来。记得那天天气特别热，泪水和汗水混合着从老高的脸上滚滚而下。我有点茫然地看着那个在地上痛哭的少年，也忘记了那时对他说了些什么，就记得最后我和他都被汹涌的人群冲出了考场。

我有点恍惚地回了家。书桌上还摊着堆积如山的模拟卷、教辅和课本，夏日午后的热风吹过，木窗如昨日般吱呀作响，我呆若木鸡，觉得身体里有某样东西已经离我而去，又有点不信高考已经考完，于是一个个同学打电话过去，不是问是不是只考五科？就是问下午还有没有考试？神经兮兮地连打了五六个电话后，终于如愿以偿的被一个死党大骂了一通，这才心满意足的躺在床上，仔细回忆自己填读卡名字有没有写。

上世纪九十年代高三狗们民风淳朴，既没有现在各种花样的毕业典礼，也囊中羞涩没法各种“作”。所以高考

结束到成绩揭晓的那段时间里，既没有现在时髦的毕业旅行，也没有像《匆匆那年》那样各种 KTV 纵酒，至于什么告白、分手之类的幺蛾子更是闻所未闻。但是没有作的风气，却也有放松（放纵）的需要。或许被我要么歇斯底里到处打电话问高考结束了没有，要么躺床上反复琢磨到底试卷有无写名字的后高考综合症吓住了，老母破天荒地给了我两百块，让我去放松一下。作为一个饱经风霜的书呆子，咋放松（放纵）呢？想了半天，我拿着这两百元到学校旁的租书店办了张借书卡，狂看了两周的武侠小说。

十多年后，每当我深夜写材料写到心如死灰、如丧考妣的时候，就忍不住回想起那年那段的幸福时光：晚上通宵读完全套《天龙八部》后蒙头大睡，第二天早上十点醒来，全屋寂静无声，饭桌上一大碗绿豆粥、一小碟酱瓜、一个白煮蛋静静地等着我。后来我在福州买房，第一件事就是置办了个实木书柜，买了全套金庸和古龙全集整整齐齐的摆了进去。可惜翻了几页就索然无味，躺下去又总是睡不

任把成绩单给了我。

再后来？再后来就只记得报了 X 大法学院，然后收到录取通知书，再后来就是络绎不绝的饭局，谢师宴、鹿鸣席、高三散伙饭等等。从没喝过酒的我，被老爹或同学带着穿梭于各种酒局，从浅尝辄止到推杯换盏再到主动出击、大杀四方。那时候的我，真没想到二十多年后我会变成一个滴酒不沾、基本足不出户的中年宅男。

其实没想到的多了去。那个高考之夏后，每个人的命运之轮都开始转动，或自觉或不自觉走上了各种各样的人生道路。

那时候的我没有想到：在 X 大，我会遇到一个特立独行的 L 老师。他彻底改变了我的三观，以致进了职场，腰也始终弯不下来。

那时候的我没有想到：我会遇到一个半生思念的师姐。毕业时我鼓起所有的勇气向她表白，她盈盈不语。最后我自己把自己灌倒，她温柔地给我洗脸、喂水、换衣，然后留下一张纸条，翩然而去，半生不见。

那时候的我没有想到：我还会遇见一个满嘴京片子的小师妹，来和我这“南蛮”认老乡。我陪着她在万石植物园赏朝霞，在白城沙滩上看落日，最后却因为一场考试弄丢了。往后二十多年，我暗戳戳地到处打听她的消息，中年邂逅却胆怯得落荒而逃。

那时候的我没有想到：老高虽然不出意外的考了一个烂分，最后居然也进了 X 大（虽然是一个烂专业的专科）。他比我早一年毕业，回了老家被分配去做有线电视的维护员。不甘心天天爬电线杆，仅仅混了一年，他就以陪读的名义和女友去了美国。后来，在美国杀猪、开饭馆、搞装修、卖厨具、学做日本料理，奋斗了二十多年后在华盛顿买了个超大的 house，开了个三千多平米的酒楼，前两年回国还作为华侨杰出代表，和老家的父母官亲切合影。

那时候的我更没有想到：那个备受惊吓的夏天，会成为我这个中年大叔四十多年生命中最高光的时刻。那时周围的每个人包括我自己，都觉得那个夏天不过是我人生的一个新起点，未来“将从一个胜利走向另一个更大的胜利（我老爹的口述原文）”。在职场沉浮了二十多年后，我最后才不得不承认其实无论高考如何，多数人过的都是娶妻、生子、买房，还各种贷，应付各种鸡飞狗跳的平常（狗血）人生。

经不住的似水流年，逃不过的人生如戏。🔥

（作者系泰禾天元花园业主）

到七小时就醒，醒来也没有静静等着我的绿豆粥。十八岁少年的简单幸福终究是一去不复返了，人生七苦之“求不得”大抵如此。

基督教里有“审判日”这一说，大意是指世界将要结束，决定人类命运的一天。对高三狗来说，高考成绩揭晓那天就是正儿八经的“审判日”，管你是大罗金仙还是妖魔鬼怪，成绩单面前都众生平等、无所遁形。那一天，我亲爱的老爹再一次表现出他老人家悠久的二哈传统，说是要找关系提前两小时弄到成绩。结果他老人家打了半天电话后，告诉我和老母，就考了 463 分。刹那间我和老母如遭雷击——整整比估分少了七八十分！就在我被雷得外焦里嫩，头脑一片空白的时候，又一遭电话打来，五分钟后老爹转过头来，一脸歉意地说：“那家伙看错了，你考了 563，超过重点线五十多分”。

作为被无厘头恐吓的受害者，我后面三天的后遗症就是不停的拨打查分电话，三天打了几十个电话，直到班主

《泰客会》
内部通讯，免费赠阅



走进中国院子
读懂真实泰禾



索赠请联系泰禾集团品牌部
联系人：韩盛伟 手机号：13911472403 微信号：hanshengwei003

院子·温泉 20分钟归繁华

T A H O E
T O W N

115m²合院 | 108m²独墅 | 53m²空中墅
「火热预约中」

中国山水文化小镇

- 大美山水
- 国宅院墅
- 全系配套
- 5+2位假
- 私汤私院
- 优享泰禾+

Vip line 0591 8820 0888
中国·福州·大樟溪





华盛顿 · 纽约 · 伦敦 · 苏州 · 香港 · 三亚 · 北京 · 泉州 · 太原 · 巴黎 · 迪拜

夏日户外烧烤

源社全日制餐厅自助晚餐时段新增户外特色烧烤，同时提供户外烧烤零点菜单供您选择。品本地海鲜，饮新增进口原浆精酿啤酒——青龙黄啤和朱雀IPA，带您感受夏日独有的惬意。

时间：即日起至2019年09月30日（17:30-21:30）

@五楼源社全日制餐厅

咨询及预订热线：+86 (0) 595 6521 8672



No.1005 Fenghai Road, Fengze District,
Quanzhou 362000, Fujian Province, P. R. China
Tel: +86 (0) 595 6521 8672 Fax: +86 (0) 595 6521 8000
中国福建省泉州市丰泽区丰海路1005号
电话: +86 (0) 595 6521 8672
传真: +86 (0) 595 6521 8000
www.intercontinental.com/quanzhou



INTERCONTINENTAL
QUANZHOU
泉州洲际酒店

Live the InterContinental life.
洲际人生 知行天下