

《哈啰！中产》

图书基本信息

书名：《哈啰！中产》

13位ISBN编号：9787531813347

10位ISBN编号：7531813343

出版时间：2005-5

出版社：黑龙江美术出版社

作者：王受之

页数：190

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《哈啰！中产》

内容概要

该书一共有十二章，采用了大量第一手翔实的图片，独特的笔法写中产阶层生活模式与行为方式，广东省房地产协会营销专业委员会副会长、深圳市房地产业协会副会长陈劲松先生为本书作了序。该书2005年5月正式在全国发行，但来自北京、上海、深圳、广州等城市的消息称，由于《哈啰！中产》印量有限，在很多地方上市一周即售完。在诤谈 阶层 的时代，该书打破了固有的论说模式，融贯中西，行云流水的笔触，读之倍感亲切，酣畅淋漓。有书评人士认为，《哈啰！中产》超越了它本来的意义指向，标志中产阶层正在被国人认知，而中产观念和生活方式也渐渐在一些城市流行。经历了25年的高速发展，深圳为作为一个群体的“中产”的出镜提供了丰厚的物质基础和观念条件。从“速度深圳”到“效益深圳”、“和谐深圳”的转变本身，看似是自上而下的推力，实际是自下而上的结果。正如一份权威的研究报告指出的，中产阶层已经成为深圳经济和社会发展的主导力量，深圳25年对中国社会形态最大的贡献之一，就是培养和造就了“中产”这个群体，不管是“速度深圳”还是“和谐深圳”、“效益深圳”甚至“文明深圳”，“中产”永远是这座城市的中流砥柱和最主要的参照系。

我们是我们这座城市的主人，当我们以主人的姿态爱护自己的家园、构建一种和谐之后，我们终究会在这座城市中，解读出一种独具魅力的内涵和品格。

本书的连载，得到深圳市丰泽湖山庄有限公司、深圳市星河房地产开发有限公司、世联地产顾问（中国）有限公司、深圳市风火广告有限公司的大力支持。他们的努力让我们强烈地感觉到，民间的商业行为本身有时是值得我们敬重的。他们关心这座城市的发展，关心深圳人生活方式的变化，关注深圳的城市品格，而对深圳居住文明的持续深入的关注，终于使“中产”话题点燃，成为新深圳的一个重要节点。

《哈啰！中产》

作者简介

王受之

美国加利福尼亚州帕萨迪纳艺术中心设计学院教授，主要讲授设计史和设计理论。出版过许多具有影响力的关于设计理论的重要著作，如《现代建筑史》、《现代设计史》、《平面设计史》（2001）、《流行时尚史》等。在中国多所著名艺术院校，如清华大学艺术学院、中央美术学院等任客座教授。他还在美国奥蒂斯艺术与设计学院，加州美术学院，南加州建筑学院和洛杉矶南加州大学教授设计类课程。

Wang Shouzhi has been a professor of design history and design theories in Art College of Design, Pasadena, California since 1988. He is the author of many important publications on design theories in Chinese, such as A History of Modern Architecture(1999), A History of Modern Design(2001), A History of Graphic Design(2001), A History of Fashion(2001), etc. He is also the guest professor of many well-known art schools in China, such as Qinhua University, the Central Academy of Fine Art*etc, he also teaches design classes in Otis Institute of Art & Design, California Institute of Architecture and University of Southern California in Los Angeles.

书籍目录

- 前言：透视中产
- 第一章：从“豪”讲起
- 第二章：慧眼识珠地中海
- 第三章：上东城的浪漫
- 第四章：中产梦宅
- 第五章：好莱坞的LOFT
- 第六章：向中产进发的波波们
- 第七章：波波全接触
- 第八章：中产居住观
- 第九章：耶鲁城——温哥华中产的梦
- 第十章：东西中产
- 第十一章：国际建筑师设计的中产住宅
- 第十二章：丹堤之梦

章节摘录

中产诤议 最近一个时期以来，好多人请我讲讲我心目中的“中产阶级”，他们住什么，他们看什么书，喜欢什么音乐和电影，他们在文化上如何定位，他们的艺术观。因为在中国，“中产阶级”是句褒语，说你棒，才叫你中产，很抬举的意思。这其实是给我出了道难题，因为中产阶级是个很不清晰的阶层概念。第一，它不是可以仅仅按照收入来界定的一个阶层。第二，它也不是一个仅仅可以按照职业来界定的阶层。这个阶层本身内部差异太大了。在国内，已经见有人又细分为“低中产”、“中中产”和“高中产”，还有人分得更细，细得我都弄不清楚了。低中产好像就是小资的高层，中中产是标准的中产，高中产好像已经在向富豪阶层迈进。

不久前，看见国内公布了一个收入标准，说中国中产阶级的标准是年收入6万到50万元人民币的阶层。我的天，差别那么大！我把这个标准讲给一位深圳开发公司的负责人听，该公司正在策划一个目标市场针对标准中产的大住宅区，他张大了嘴，半天才说出句话来：“我看在深圳，非得要50万才算中产吧？”

我前年去甘肃南部的夏河那边，到扎布楞寺去拜访过活佛。那个地方穷得不得了，晚上一起吃饭的有一位是当地的会计师，他自豪地告诉我说，他的月收入差不多4000元，应该是这里最标准的中产了。后来，我问了一下当地的人，大家说：那怎么算中产，那是高等收入了。你看，地方差距就有这么大！有钱未必是中产即使按照年收入10万来计算，在珠江三角洲、长江三角洲、北京四周随便走走，你就能遇到多少自称是新中产的人啊！或是原郊区农民，因为家里有块地被房地产商买了，或者政府征用了，一夜之间就有了一大笔钱；还有一批收入很暧昧的人士，不时总会有一些灰色收入落袋。这些人的收入绝对在这个50万年薪的数字之上。大凡这批人，样子都有相似之处：嘴上斜叼支烟，不让他在公共场所抽烟好像侵犯了他的最大的私人权益一样要命，辱骂服务员是他们最喜欢干的事情，因为这样才显示自己高人一等，不是平凡之辈；打手机绝对是不分场合、时间，对着那电话吆喝得越大声越得意；吃饭一定要拼酒，就是那些外国人拿来浅酌细品的洋酒也照拼不误；夏天穿件有Polo标志的横道道花纹条的翻领衫，冬天穿件黑色的阿玛尼，黑色皮鞋上还一定有个金扣扣；腰上挂着一大串钥匙、手机别在腰套里，一定是最新款的；开本田就觉得有点丢人了，再不济，也得设法弄辆宝马来开；开起车来绝对不讲交通规则，高速公路和城里的马路就像是他们自家的，别说乱换车道是天经地义，就是逆向行驶，有谁敢管……看着这批人，你怎么能把他们归纳到你心目中那个中产阶层中去？收入显然不是唯一的标准。难就难在这里，他们不是一个阶级，他们是一个群落，而这个群落又有其中很大的内部区别，要想总结他们，难得很。收入是一个相对的标准，还有就是这些人的工作形态、教育水准、文化修养，甚至工作类型也是粗略划分的一些标准，不确定性还是很大。

《哈啰！中产》

媒体关注与评论

中产阶级，一个不容易被定义的却绝不能忽略的群体。他们是城市的中坚力量，高消费的追逐目标，是品味和格调的坚守者，文化艺术的奉养者，时尚潮流的推动者。他们不在别处，就在我们身边。你，是他们中的一员吗？王受之先生著书，一如他的为人，充满气力，大胆地说话，畅快地行文。贯融中西，视野国际 深遂地思考，理性地推究。这是只有大家才能做到的，洒脱、痛快。

《哈啰！中产》

编辑推荐

中产阶级，一个不容易被定义却绝不能被忽略的群体。他们是城市的中坚力量，高消费的追逐目标，是品位和格调的坚守者，文化艺术的奉养者，时尚潮流的推动者。他们不在别处，就在我们身边。你，是他们中的一员吗？ 本书浓墨重彩的阐释了中产的建筑模式与生活，贯融中西，视野国际，在深邃地思考基础上，进行理性的推究，读起来洒脱、痛快！

1、建筑不待说，王受之对国内中产和小资的分析颇为精辟，常常用的一个形容词是“摆姿态”，的确如此。不过除了个人天资、审美水平、喜好、成长环境不同之外，国内小资跟西方某些炉火纯青的中产比，也许还有阶段不同的问题，社会发展阶段（社会意识）不同，文化也不同。在中国的传统文文化尚未被很好地发扬、渗透的情况下，国内的许多“文学青/中年”也许或多或少仍处在面对西方各种文化（包括流行文化）冲击而兴奋躁动的阶段，了解不深却又急于尝试，老是想标榜是“敢为天下先”（不过其实也总得是这样东西被“引入”之后），何尝不是在“摆姿态”，也很难是骨子里的融合。。。。不过既是阶段问题，就始终会有炉火纯青的一天，姿态->态度->情结->个性->内涵，不是一个很合逻辑的发展顺序么？不过话说回来，“摆姿态”这个毛病，也一贯也是西方中产的通病，被Woody Allen狠狠挖苦的夸夸其谈的中产，现在应该也还是大有人在吧，不过肯定比国内要少就是啦。。。。

2、-脱离社会肌理、复杂联系去看一个阶层，有点太漂浮。对于中国的小资、中产何以会如此表现，没有太深刻的文化、心理、历史分析。竟然预言广大农民很快就会踏入中产，难道指的都是城中村村民么，又或者中国=北上广深？-我很怀疑依靠一个讲求享受、面子、消费、伪文化的小资和中产阶层，能否拯救中国千篇一律的建筑，甚至拯救这个人人自危的社会。-不知是王老师本来就缺乏更深刻的洞察力和批判力，还是因为与各大房地产走得太密切，要爱屋及乌地爱惜目标消费群体，字里行间对中产小资虽有些不屑，但更像是为了突出自己的不凡而急于撇清关系而已。-倒是有一点启发，不管现代建筑或民宅看上去样子怎么样，其实追溯到起源，还是因为有大师的创新和探索才出现了现代主义建筑，这与很多科学发现是类似的。但过快、过度的大众化，可以使一切艺术品变成赝品、伪劣品。在欧洲那样社会民主、文化多元连续的社会里还能保证部分品质，被中国特色化后就更惨不忍睹了。

3、美国新住宅开发战略——革新土地开发模式，提高土地使用效率这个原则要求必须革新社区土地开发模式，以促进混合型用地，并有利于步行区的发展；整个地区的开发要进行综合平衡，以便使一个区的密度高一些，而另一个区的预留空地多一些；地方当局应认识到，需要不断地改进现有的土地利用政策和标准，以促进良性发展。20世纪初期，柯布西耶提出的新规划思想，就是把城市不同的五个功能区，即居住、就业、商业、交通、娱乐分开来。美国是最彻底按照这个工业化时期的城市规划思想贯彻的国家，到了七八十年代，分得清清楚楚，在家里要买个苹果，都要开车到商业区去，上班更不用说了。全国人民开汽车，一个国家两亿部汽车，用了全世界四分之一的能源，长此下去如何得了。因此最近又提出新都市主义思想，其中内容之一，就是综合开发，混合用地。最近一个时期以来，美国中产阶级居住区中的商住混合、甚至商业、办公和居住混合的项目不断出现，有些甚至还与地下铁路系统、公共汽车系统联系起来，越来越方便。这种做法，其实在工业革命时期也就有了，只是后来发达了，认为这不行，抛弃了，大家去开车。现在知道不对了，又改回来。正是辩证法的“否定之否定”。写到这里，想起我们国内现在各地都在狂建的巨大的购物中心。我在郑州二七广场，看见一个街口有三个超大型的购物中心，简直吓人。也就联想到西方走过的弯路。他们在50年代开始大建大型购物中心，特别是在六、七八十年代，建得多了，旁边都有可以停几万部汽车的超大型停车场。记得我第一次到费城附近的“普鲁士皇帝”（King of Prussia）购物中心，站在那个巨大的停车场上，感觉比天安门广场还要大，实在觉得这样做对土地的耗费太严重了。后来知道不行了，90年代开始拆这些购物中心，改造为比较小型的商业街、步行街、现在去买东西，感觉就舒服多了。不也是“否定之否定”吗？

4、看这本书，只了解中产。毕竟涉入地产广告行业还不算很久，经常会做到一些“伪豪”的项目。没当过中产，没住过豪宅，当然只有从这位当过中产，也住过豪宅的人写出来的东西里细细品味一下了。况且，这星河丹堤，是多么的“豪”啊。看了几篇，便大失所望。整本书，就觉得是一个小学生，从网上down下1mol多的资料，拼凑完成。这文字水平，简直让人汗颜。口气里全是显摆，却又收放得极不恰当，让人每看一页，都想给他两个耳光。书店里还满满都是他的书，全是那些开发商邀请他来为项目做广告的。这种方式，俗气之极，低级要命。

5、中产是什么？最近做一个定位为中产的项目便第一时间阅读了这本书书中简单的罗列了美国中产阶级的生活状态全书似乎都是一个介绍性的文章虽然没有说教，但感觉就像是在网上一搜出来的文字虽然让我了解了一些中产的基本情况，但是似乎作用不大！

《哈啰！中产》

章节试读

1、《哈啰！中产》的笔记-第36页

许多国家在高速发展期间，都有财气逼人的情况，一旦钱多了，历史就无所谓了，好多传统建筑就是在经济发展期被破坏的。

2、《哈啰！中产》的笔记-第59页

几年前，回国办事儿，遇到一帮年轻朋友，每天晚上都非得去泡到半夜方才罢休，问他们为何如此，答曰：买醉、勾女、解闷。出于客气，他们也偶尔拉我去玩，其实是难为了他们，也难为了我自己。我第一不喝酒，第二不抽烟，第三和那里自称波波一族的女孩子好像没有什么共同语言，无法发展感情。这么个人坐在那个烟雾缭绕、摇滚惊天动地的地方，不是基本废人一个吗？

不过，泡上几泡，我也学会了如何和那些小资聊天，对小资也有一点了解了。原先我把小资当做时尚大众，现在才明白他们最讨厌就是被当成大众。你看他们绝对不穿大众流行的Nike或者Addidas，自然也还没有到穿阿玛尼的程度。因此穿随意的衣服，或扮潇洒，或故作颓废，脱俗的欲望非常强烈，且急于表现出来。和他们聊聊，发现.....

广州区庄算个市中心区，原来有个很怪异（这个“怪异”，在英语中是说很funky，中文不知道有没有比较更对应的字）的酒吧，开酒吧的是在摇滚方面颇有名气的一个小伙子，叫王磊，成都人，十分有音乐感，对人也很有义气。我每次去，都要过来陪我喝杯啤酒，但从来不灌我，一个好人。不知道怎么得罪了木子美，在网上把他们俩的性事完全兜出来了，好像还是唯一被指名道姓的，一下颜面全无。后来，国内摇滚界的哥们儿为了帮他，齐聚广州开了场摇滚音乐会，崔健都上台挺王磊。本来以为可以重振旗鼓，没想那酒吧就悄悄地关了门，一大群人好失落，骂了一阵木子美不仗义，也叹王磊太不会看人了，之后就流落到其他新兴的酒吧去了。

王磊开的酒吧有很好的DJ，拥趸（<http://baike.baidu.com/link?url=ZJEVNIKmfF4Sni4mXGLNM0w9k6->）也多，经常爆满。因为是他的吧，

大家就简称那里为“王吧”，好听也容易记。记得王吧中经常有好多文化、艺术、设计方面的人，我经常和朋友坐在角落聊天——音乐太闹了，基本是“喊天”。不时有写作界的、广告界的、平面界的、艺术界的、时装界的、出版界的、杂志和报纸界的、玩越野车的、搞摇滚乐的、跳舞的人过来打招呼，还有好些在中学教英语的小老外也来“咳”一声，全小资类，热闹的不得了。看见那些年轻人眉来眼去的，有些很快就勾搭上，悄然无声地提前离开，我总是坐观风雨，之后回家睡觉。

和小资们“侃”什么呢？他们不是大知识分子，却是流行时尚的推波助澜者，谈的内容总是与时尚有关，他们极不愿意被视为一般民众，因此要讲点高于民众水平的东西。讲动画片就别讲百姓都讲的宫崎骏，倒是可以谈谈Animatrix；讲吃的，虽然也讲新开张的餐馆，但别讲粤菜，本帮菜也俗，杭帮菜也普通，是不是讲绍兴菜啊？

.....
他们的衣食住行是我很感兴趣的，特别是居住条件，因此往往会借机会问问他们，住得怎么样。

小资，是刚刚出道的工薪阶层，大多数从大学出来才几年，绝大多数没有成家，一个月几千块钱，日复一日上班下班，许多都还是租房住。他们的开销比较简单：千把块租房，吃个七八百块，车马费三四百，一个月余下的“可以支配的开支”也就几千大元，存到几万块的时候，看机会作为头款买房子，入门级的，对房子也就没有多高的要求。

我在王吧中遇到的很多人就属于这个阶层。下班一起去找个中学的场子踢场足球，之后找个湘菜馆吃饭，再到王吧泡妞，或者聚众看足球。偶尔谈谈生意的事情，但是绝不是重要的，酒吧就是酒吧，开心就好。喝百威、科罗娜之类的啤酒，如果第二天不用上班，也会买个醉。在那里，常听他们交流住房的经验，也会打听有没有比较划算的房子可以买。

.....
几年之后，如果在公司干得出色，升级了，或者跳槽跳到个不错的单位，每个月工资达到万元以上，再娶个同样高收入的配偶，一个月两个人有个三四万收入，年收入达到四五十万，就可以考虑买大房子了。100、200平方米大小，要有好的社区，装修也得讲究情调和风格，还得买台车，经常出去吃

饭，也就少去酒吧了。摇滚减少，爵士渐多，弄不好开始听古典。

这就是中产阶层了。中产阶层是市内流行楼盘的主要购买力量，交通要比较方便，社区要比较成熟，离开学校不要太远，周边要有比较完善的服务设施。楼盘风格最好有点说法，什么说法倒不重要，你说是“欧陆风格”的，也没有谁会跑来问究竟。吃完饭，两口子卿卿我我看电视连续剧，什么《中国式的离婚》，日子就显得甜蜜蜜的了。

再过几年，收入继续增高，工资固然重要，但是工资绝对有顶，要想更高，或者自己开业，或者学会投资，比如有新楼盘上市。先买他几个单位，拿出来租，股票则碰不得，毫无保障。或者学会打几份工，或者学会做生意，需要的话还可以雇人，再雇刚刚入门的小资。自己当了老板了，再住在这样的“欧陆风格”的楼盘里丢人，何况也不想自己的隔壁住了家因为卖海鲜而发了的所谓中产，因此开始考虑要搬到更讲究的社区去。有了车，可以迁远点，有自然，更讲究的社区，有自己的停车位，最好有车库。那些赚得多点的，住城市屋（Townhouse），少点的也住“康斗”，顶级的那些中产阶层，住独立洋房。等你回家时有保姆给你拿拖鞋，院子里有条俗艳的哈巴狗的时候，你的感觉就不是中产阶层了，而是接近富豪，外面人也视你为准富豪。到那时候，这些上中产就开始神经兮兮的注意电视中坏人穿堂入室、劫财劫色的大案，研究改装怎样的防盗门才保险了。

这幅居住阶梯图，其实就是我们房地产开发商产品的主要布局图。很少开发商会集中开发最低端的出租屋，也不多见开发商仅仅开发最高端的那些千万、上亿元一套的豪宅，主要开发的量都集中在小资的入门级公寓、初级中产的小户型住宅、中等中产的标准公寓和城市屋，上等中产的大户型城市屋和独立洋房别墅。

3、《哈啰！中产》的笔记-第65页

小资的边缘品味

而收入比较稳定的小资们就有讲究了，他们讲究品位，还相当讲究文化感，《恶俗》那本书刚出来的时候，好像成了他们的生活手册一样，可注意了。他们一般都会有些固定的喜好与习惯，比如喜欢咖啡，喜欢鸡尾酒，但是必须与众不同，因为一旦“同流合污”，就不是小资了。指定要香草茶，说喝了睡觉好；指定要Cappuccino，因为口感不一样；喝Tequila一定要片柠檬放在口里再喝，说是口感更加纯正，诸如之类，其实不是讲究，是形式。我在丽江的一个酒吧中见过几位小资，就那么喝Tequila，我问他们是否有什么讲究，他们说：“这可是墨西哥的酒，你懂吗？墨西哥人就是这样喝的！”后来我告诉他们：我有段时间平均三个礼拜去一次墨西哥，在墨西哥的酒吧中也看见有其他喝法的，我自己觉得Tequila勾兑了仙人掌汁和碎冰块的Margarita（就是杯口上还要摸圈盐的那种）好像更好喝些。听说我真到墨西哥见过墨西哥人的喝法，那几位竟有点恨我的样子了，其实我一点恶意都没有。我说的都是大实话，1993年，我请中央美术学院当时的副院长侯一民和画家周令钊先生在洛杉矶的墨西哥街（叫Olivera）喝Margarita，差点把他们搞醉了，就是因为太容易进口了。

小资要地方“泡”，我看是有个地方既可以打发时间，又可以发泄自己的压力，还可以认识朋友（异性和同性的），这是物理层面的需求；而心理层次，则是个形式了。据说：“典型的小资要么对星巴克、三里屯酒吧街喜爱的依恋与沉溺，要么厌恶到不屑与不齿。都是固执与狂热的心态，不过是两个极端而已。”其实也就是个形式问题。

讲在外面“泡”，我自己真的没有什么一定要去和一定不能去的地方。其实，到了我们这个份儿上，就不太会走极端了，因为去哪里都无所谓，主要在于享受的内容，在于你喜欢不喜欢而已。至于我自己的个人形象，早已铸定，改不了啦！去哪都是我自己。这大约是与小资最不同的地方。

从我见过的众多小资来看，一般都喜欢点艺术，但少有很懂的，这也包括美术学院毕业的那些小资。参加欧洲旅游团，或者逮着公干的美差，在罗马、巴黎狂走博物馆，回来不绝口的讲感受，也就是个感受而已了，说有多懂，还早呢！在北京，见面就拉我去“798”工厂看前卫艺术，指手画脚，高谈阔论，我这个写现代艺术史的人还不太敢吭气了。就差告诉他们：我在洛杉矶帕萨迪纳的学院中那个艺术展览的工作室，比这个“798”厂还大，原来是第二次世界大战时期战斗机的风洞实验室，你想里面原来是吊轰炸机做实验的，有多高多大！现在天天有艺术家在那里搞这些玩意，见多了，没什么好牛的！

小资喜欢看电影，特别喜欢看DVD是几乎一致的。有些人还喜欢收藏经典的片子，只看英文原声的，

绝不看中文配音的，我和好几位一起看过，看得出来他们的英文水平最多也就能听懂个六七成吧，但他们说听原声片“感觉好”。如果你不先把电影史好好看看，与其中一些所谓的“资深小资”去谈电影，绝对惨遭滑铁卢。他们谈“新浪潮”、楚浮、哥达、帕索里尼，把法国导演吕贝松跑到美国拍《第五元素》视为堕落，其实他们在家还是看得很来劲，他们不屑好莱坞，但是却还是会不吭气的去看里德利·斯各特（Ridley Scott）的《银翼杀手》（Blade Runner，1982年），喜欢西德米德的设计。他们对畅销书和大众艺术也一般是不屑一顾的，他们只谈村上春树、村上龙、马尔克斯、波依赫斯，如果这个时候旁边冒出个妹妹说喜欢金仁河的《菊花香》，就死定了，一定会被他们踢出局去。不过要讲萨义德的新东方主义，他们会觉得不是自己要看的一类，也会不屑一顾的。小资标榜非主流，非大众，其实他们自己也是一个人数量相当多的大众群。

非主流的小资

小资不屑与主流为伍，在流行到来的前夜，他们是着力追捧者，在流行的巅峰到来之时，他们又成为流行的唾弃者。心态其实是想标榜自己走在时尚的前面，不随波逐流罢了，标新立异虽然有风险，总比大众化好得多。

.....

我知道好多中国小资其实不容易，广东人说的“搵食难”（搵食艰难_百度百科

http://baike.baidu.com/link?url=idE6FSGpYyruVeVARaH5pEFV88Lv3DTfCBQmrkdMpvpiTYZrD47EVPJiPw4cft_W3IXuOh8WEFkOn8sVyg6G-a）说得很形象，但他们绝不会把艰苦的工作和生活挂在嘴边。我们这代人，有难的时候，只要有机会就大讲特讲，所谓找朋友就是为了倒苦水。小资们不这样，即便很难，也还要潇洒。我想这是他们比我们这代人强的地方。心里压抑，表面却要潇洒，不容易，所以小资们大多是忧郁和含蓄的。他们本质上向往稳定的生活，但又经常把自己装扮成漂泊者和流浪者。从心里来讲，小资都想当中产，只是还没有熬到而已。

从杂志上看到一段对小资的描述：“概括起来所谓的小资情调其实就是一种固执与狂热，边缘与非主流，忧郁与含蓄，并以此来标榜他们的与众不同。这就是小资，他可能是月光下一个忧郁的诗人，可能是酒吧里一个狂放的歌者，也可能是写字楼里一边品咖啡一边整理文件的职业女性。”写得挺贴切的。网上关于小资的帖子太多了，比较起来，中产阶级真是可怜，没什么人注意他们。好像他们的文化品位，他们的生活情趣都不值得一谈，劲拣他们的收入、住房、汽车来涮，挺没劲的。

小资习性面面观

小资比较喜欢以相对固定的团伙形式存在，孤家寡人，是当不了小资的。我是一个比较独立行走的人，对于自己闲云野鹤的生活很中意。但观那些小资朋友，一旦有天没有电话、没有信息发到手机上，就有点魂不附体似的。我看见总说他们“至于吗？”，他们总说我不懂，群体生活是小资一个很必然的生活形态。

小资大都爱读书。马尔克斯的《百年孤独》，略萨的《绿房子》、萨瓦托的《英雄与坟墓》、帕索的《帝国轶闻》、因方特的《三只忧伤的老虎》大受欢迎。还有东欧作家的，法国作家的，无需读得很深，好像我们当年读让·吉奥尔的《屋顶上的轻骑兵》，读了一次又一次，总想读出作者的弦外之音来，他们不会这么费力，读感觉就行了。小说不就是要个感觉吗？

我们这些人读了书，放在心上，好像揣了包话梅一样，以后慢慢拿出来品味。小资没有这个耐性，看了好书，他们准要约朋友吃饭，借机聊聊感想，或者交流信息。他们好在不太随所谓主流的文艺评论家的指点走，更多凭自己的感觉走。听他们谈小说感想，就很舒服，因为的确是他们自己的真实感觉。在我的圈子里，权威太多，定论太多，倒将瞎说的自由给弄没了。

小资里头大概没有人敢说他不爱听音乐，我切想，或许有些人压根就讨厌音乐，不过要当小资，怎么能够不听音乐呢？何况他们喜欢聚会的地方，无论是酒吧还是餐厅，总有点背景音乐，久而久之，总会受点感染的。古典、布鲁斯、爵士、艺术摇滚或者主流摇滚，饶舌、民族，非洲、拉美，总得来点什么吧。他们这帮人是不同类型音乐的拥趸，好像刀郎刚刚出道，还没成名的时候，就有好几个小资向我推荐，到刀郎成了流行，他们却弃之如敝履，沾边都怕人说恶俗了。

注意到他们的这种习性，我在美国就很注意他们喜欢的音乐类型。发现有几个FM电台频道，转对付他

《哈啰！中产》

们的，所谓新浪潮音乐（New Wave），尽是那些介乎流行和试验之间的东西，在大学一问，好多学生在开车来上课时就听那频道。

网上有段话说：“莫扎特·巴赫也好，柏辽兹·瓦格纳也好，鲍勃·迪伦披头士也好，蔡琴罗大佑也好，现在的张楚或者鲍家街43号都可以，反正你一定要宣称自己是某一类音乐的拥趸。关于音乐，我们的古圣先贤也说过：独乐乐不如同乐乐，所以更离不开交流。于是，酒吧或者某个音乐发烧友的试音室就成了酷爱音乐的小资们最喜欢的交流场所。”可是太像了。

小资们是旅游的主力之一，但是和中产阶级只跟家人出游不同（那多俗啊！），他们出门是要呼朋唤友的。装备要时尚，这与在城里上班不同，玩就要玩得像。前年，我在云南丽江住了几天，每天都在老城的一家法国人开的小馆子叫杯柠檬茶，拿手提电脑狂赶文章。我的那些小资朋友，每天精神抖擞，装备精良，去虎跳峡、去中甸、去泸沽湖，梦想可以“走婚”一次。其中一个做设计的，居然在新年晚上在金沙江峡谷某段走丢了，第二天才精疲力竭的回来，还乐得不行。看见我还牢牢地钉在那里打电脑，吃披萨，喝柠檬茶，都骂我“那点武功全废了”。

后来在丽江举办过一次中国摇滚节，要与美国的伍德斯托克相比。大雨倾盆，冻得发木，全是小资。回来之后给我绘声绘色地讲述整个过程，看照片，开心的不得了。我想这就是他们性情的总宣泄了。知道有这样的背景和渊源，开发商就好对付他们了。房子不需大，但要有概念。北京就先炒“索霍”，你想建国门外能够闹出什么索霍来？去纽约索霍走走，不就是休斯顿路南边一段，英语叫Southern Houston，美国人挑简单的叫，就成了SoHo。那原是破败的一个区，只有穷艺术家贪房子便宜、够高够宽，才往里头迁。到90年代，被开发商看中了，保持那颓败外表，里面则造得讲究得很，迎合那些要感觉又有钱的白领（所谓有点文化感的美国中产）的需求，卖出大价钱，就成了时尚了。见外索霍那种一点历史底蕴都没有，但却也硬生生给炒热了，成了城里小资的梦想家园。之后炒到那么贵，小资都住不起了，只能聚在三里屯酒吧里开骂。不过，就这件事你也可以想想：小资的力量有多大啊！

《哈啰！中产》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com