



哈啰！中产

Hello! MiddleClass

中产阶层，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 著



黑龙江美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

哈啰! 中产/王受之著. —哈尔滨: 黑龙江美术出版社,
2005.5

ISBN 7-5318-1334-3

I. 哈… II. 王… III. 中等资产阶级—社会生活—研
究—中国 IV. D669

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第031777号

责任编辑: 赵立明 傅 弦

编 务: 黄 滢

设 计: 王绍强

制 作: 三度文化传媒设计部

策 划: 三度文化传媒

网 址: www.sandu168.com

发行热线: 020-84017952 13502410092

王 受 之 著

出版发行: 黑龙江美术出版社

地 址: 哈尔滨市道里区安定街225号

网 址: www.hljmss.com

邮 编: 150016

经 销: 全国新华书店

印 刷: 恒美印务(番禺南沙)有限公司

开 本: 889×1194 1/20

印 张: 6 $\frac{2}{5}$

字 数: 7.1千

版 次: 2005年5月第1版

印 次: 2005年5月第2次印刷

印 数: 7001-10000册

书 号: ISBN 7-5318-1334-3/J.1335

定 价: 35.00元

本书如有质量问题, 请与印刷厂联系调换



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), the 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 Arts, Southern California Institute of Architecture and University of Southern California in Los Angeles.

星河丹堤 *dante*



— 献给中产的礼物

哈喽！中产

Hello!MiddleClass

王受之 著

Foreword

流淌在中产阶层的意识流



深圳梅林关口还有一片被都市化包裹着的原始山湖，蜿蜒的原生山路上长满了狗尾巴草和蒲公英，像极了遥远记忆中的家的一部分。不久以后，这里将出现一个以捍卫自然、捍卫原生态为主题的中产社区，名字叫星河丹堤。

提起中产，其实在中国不光是在说某些群体的梦想，甚至是说一个国家的梦想，是一个贫富张力日益紧绷的哑铃型社会，对稳定而真正共同富裕的橄榄型社会的集体艳羡。

在西方，中产阶层不仅令社会生活有序，而且在社会协作分工，社会任务完成，社会需求满足上，扮演着举足轻重的角色；本书中所浓墨重彩的中产建筑模式与生活，亦表明中产文化一旦融入社区生活方式，顿成个人人生理想之所寄，环境、居所变得稳定，生活安适。可见，中产阶级崛起且成为庞大的社会集团，隔开了上下层的直接冲击，而成为社会秩序的磐石。

□ 上升阶层的代表

定义阶层首先要定义时代。财富，无疑是定义中产阶层的基本命题，但这并不意味着可以简单地、生硬地等同于收入，否则就会极其容易地令我们对急速工业化及城市化所释放出来的包工头、小商贩、城中村村民、贪官污吏是否属于中产阶层，陷入喋喋不休的争论中。

但即便是财富，评价的权重在刚刚过去的短短二十年间，也是经历了两次时代的“再分配”：第一次应肇始于改革开放之初，在“让一部分人先富起来”、“下海”等新政口号的驱使下，我们匆匆挥别了大锅饭、无差距的“均贫”社会，眼看着金钱在一些人周遭凝结地位，成为“有产者”。

第二次分配可谓际遇于信息革命、新经济的全球化浪潮——西方那种洛克菲勒家族式的，以冒险、资源占有为财富敛聚手段的黄金时代，正被微软、英特尔等“知本”的铂金时代所替代。中国可以说与之同步改变。

那些掌握着专业知识和管理知识的群体，开始在社会组织中，尤其是大型企业组织中，呼风唤雨，他们调动资产的能力，远远超出他们所拥有的个人财富。王石就是这群职业经理人的典型代表，年薪不过百万，但却掌控着一个年营业额过百亿的上市公司；而打工皇帝陈久霖也是因操纵中航油上亿美元的期货投机，而被媒体曝光。

不仅如此，这个群体成员对社会或行业所带来的影响力，以及他们的言行产生的示范效应，都使得中国的中产阶层相比欧美发达国家在既定的社会程序中按部就班地长大的中产阶级而言，有着天然的后发先至性。

他们不是西方社会那些模仿主流生活的、避世的、谨小慎微的、埋头苦干的、在舆论和意识形态领域左右尴尬的中间阶层，而是具备了如下特征的上升阶层：

1. 社会责任

在靠不断自律换取高收入和成功的基础上，中国的中产阶级表现出了前所未有的参与社会进步的积极姿态，对天下为公、企业公民意识有着强烈的期许；

2. 建功立业

在财富和政治尚泾渭分明的时下，中产阶级对社会前进的推动力，依然多地还是体现在企业经营的成功。他们看中工作的成就，尤其是创新性和突破性的成就；

3. 知识精英

与依赖政策机会而致富的第一代富豪不同，知识之于财富，已不只是体现着对财富的创造力，更多的是意味着在国际竞争舞台上的发言权和决策的能动性；

4. 优雅生活

中产阶层对享乐主义价值观有着截然不同的现代版本的诠释，那就是追求丰盛人生。他们对文化、对生活格调、对社区、对原生态的自我主张，都成为极欲晋升为这一阶层的人的旗帜。

中国中产阶层这种强劲的上升势头，也可以在房地产开发中找到佐证。比如对那些舶来的Soho、Loft、Townhouse、Condo等等没有条条框框的、不分青红皂白的兼收并蓄，不正体现了上升阶层的一种张扬吗？在某种程度上，也促使着中国的建筑水平在向着香港乃至国际的超越。

□ 消费主义符号

中国中产阶层的另外一个诞生背景，就是消费主义风行的时代，即活着是为了消费，而非消费是为了活着；“消费固我在”，“消费什么”在定义“我是什么”。

改革开放后，各种消费主义符号蜂拥中国，拥有经济实力的中产阶层成为这些符号的主要追随者，他们不需要创新，只是吸收还来不及呢：路虎(Land Rover)是越野运动的符号；宜家(IKEA)是家居装饰的符号；星巴克(Starbucks)是圈子约会的符号；Gucci是休闲的符号；芭比娃娃(Barbie)是育儿的符号……符号定义了格调，进而定义了“我是谁”。

什么样的物质符号决定什么样的精神符号，因此符号的意义比财富更具有先进性，成为上升中的中产阶层追求的主题。因此，我们必须在“财富——中产”这一基本命题之外，提出一个非常关键的次位命题即“消费——中产”。

符号的力量逐渐大到像一张无形之网，使中产阶层们无法挣脱。本来他们为了逃离世俗而去登山，但很快登山就成为一种时尚的符号；他们希望在互联网上寻找到可以寄托的虚拟社区，但QQ却以惊人的速度进了村。

在千姿百态的消费主义符号中，选择居住符号恐怕是中产阶层的首当其冲。套用亚历山大的说法，就是他们一直是在寻找回家的路上。但事实上，传统的田园牧歌式的家园已经回不去了，今天需要打造的是基于这种精神内核的新居所，来满足上升期的中产阶层的

潜在需求。星河丹堤，对“原”的追求，强调建筑与生态的协调，正是代表着中产阶层对居住环境的更高要求。

□ 星河阶层

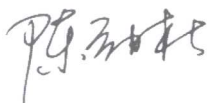
至此，如果我们单单得出星河丹堤就是要吸引一批知识中产，来完成对消费主义符号的追捧，那么无论如何中国中产阶层要想成为构筑和谐社会的中坚力量，都是太难了。

因此，我更欣赏和倡导的是它的内驱力——“星河阶层”。这就不只是简单的一种居住沿革，一种生活方式的诉求，而且还是一种社区自治、话语权、世界观以及立场，这是中产阶层潜在的自由意志的躁动。中国中产阶层的上升性并不意味着其成熟性，一如当年的法国大革命，同样处在上升期的新贵族，冀望以乌托邦理想、以急风骤雨式的革命暴力革封建贵族的命，结果是革了自己的命一样。之后发达国家几乎都经历了百年动荡，中产阶级才终于得以依靠自由意志来奠定他们所要的自由社会。

因此，我们就这样通过消化一批消费主义符号来速成中国的中产阶级，看来是相当的幼稚了。20世纪80年代，随着以东西方对抗为主体的冷战的结束和国内阶级斗争的退潮，使得一向代表着先进力量、信奉制度的无限创新的左派们，变得非常虚弱，时代的真空在急切地寻找新的阶层代言人。那么并非完全对立，且具有非暴力、更健全潜质的中产阶级是否能成为他们的继任者呢？“星河阶层”让我依稀地感觉到了，就如大学革命一直是新左派的制造机器，中国中产阶级的意识形态，极有可能萌芽在中产社区的自治中。

王受之先生著书，依我所见，一如他的为人，充满气力，自由地说话。贯融中西，视野国际，深邃地思考，理性地推究。这是只有大家才能做到的，洒脱、痛快。

是为序。



Preface: Interpretation of Middle Class

Chapter 1 Grand Villas

Chapter 2 Mediterranean Style

Chapter 3 Romance of Upper East Side of Manhattan

Chapter 4 Ideal Residence of Middle Class

LOFT Chapter 5 Hollywood LOFT

Chapter 6 BOBOs—on Their Way to Middle Class

Chapter 7 "BOBOS"

Chapter 8 Middle Class Outlook on Residence

Chapter 9 Yale --- Dream of Vancouver Middle Class

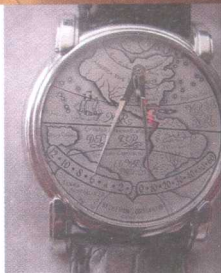
Chapter 10 East & West Middle Class

Chapter 11 Middle Class Residence by International Architects

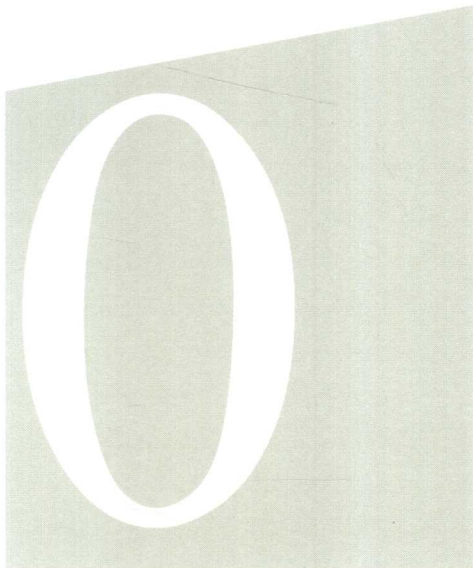
Chapter 12 Dream of Danti



- 0 1 0 前言：透视中产
- 0 2 1 第一章：从“豪”讲起
- 0 3 3 第二章：慧眼识珠地中海
- 0 4 1 第三章：上东城的浪漫
- 0 4 7 第四章：中产梦宅
- 0 5 3 第五章：好莱坞的LOFT
- 0 5 9 第六章：向中产进发的波波们
- 0 6 5 第七章：波波全接触
- 0 7 1 第八章：中产居住观
- 0 8 3 第九章：耶鲁城——温哥华中产的梦
- 0 9 1 第十章：东西中产
- 0 9 9 第十一章：国际建筑师设计的中产住宅
- 1 1 5 第十二章：丹堤之梦

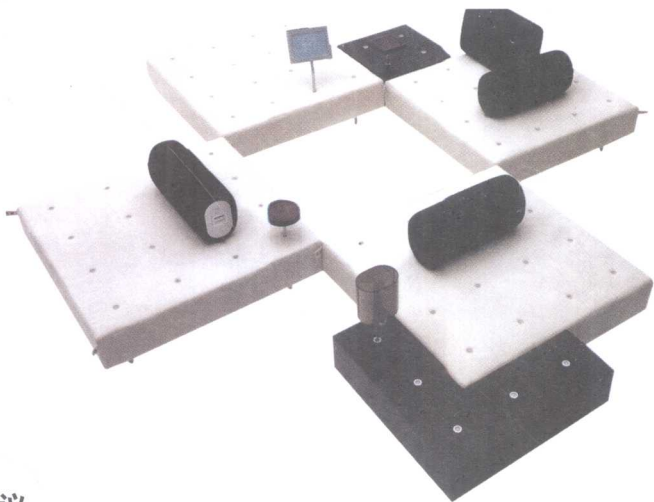


前言



透视中产 Interpretation of Middle Class





□ 中产谏议

最近一个时期以来，好多人请我讲讲我心目中的“中产阶层”，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，“中产阶层”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，因为中产阶层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50万来计算，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，不让他人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的那个中产阶层中去？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。





□ 美国中产

在美国叫人家为中产，虽然不算无礼，但是在知识分子心中，还是有些类似骂人。因为中产是那种对一切都满意、希望一成不变的生活，每个礼拜天早上9点一定全家衣冠楚楚去教堂、投票铁定给保守派别、坚决反对移民宽松政策、听见同性恋就皱眉头、每晚看汤姆·布洛克、彼得·詹宁斯或者不久前下台的丹·拉瑟的半小时新闻节目的那些人。收入大约是每年在四万美元到二十万美元之间，住自己的房子，工作稳定，只希望能够不断升级，退休可以到加州过，偶然出出国，尽量去少事的地方，法国佬不友好，德国人太刻板，墨西哥太落后，斯堪迪纳维亚太冷，亚洲搞不清楚怎么回事，选来选去，还是去加拿大吧！好像自己家后院一样方便，美加边境上的美国移民局都放在加拿大的机场里，那还不是自己的地方？这样描述一通，再说你是个中产，不是在骂你吗？

按美国人的收入标准，我也应该算个很标准的中产阶层了。但是，在美国，中产阶层的形象是很俗气和保守的，因此，大凡有人说我是中产的时候，我也会努力抗争，说收入虽如是，不过我有点例外，云云。

美国中产日子是很沉闷的，他们是早出晚归一族，生活缺乏变化：早上牛奶加谷片(Cereals)，或者英国面圈(English Muffin)，打领带上班，比下层阶级只用那种在廉价连锁店，好像“目标”(Target)、沃尔玛买的最便宜那种拉链的领带好一点点，还是要自己打，领带的扣节打得大点，也不是为了派头，而是不要太与众不同。西装一定是在连锁店买的，最常见的是在Man's Wear House 邮购的，看来不过于廉价，比富有到麦迪逊大道量身裁剪自然是便宜多了。



一天工作八小时，中午无需像底层那类人那样带个饭盒，或者不得不吃美式快餐，可以与同事外出吃。千万不要去麦当劳、肯德鸡、Burger King之类，那会把自己降到和克林顿一个档次，可以去Subway 吃个素的三明治，喝Diet 可乐，或者去一家叫Souplantation的素食自助餐馆，开怀吃菜。上班注意上司脸色，争取出差机会，那样可以一方面坐商务仓，还可以把飞行的里程数积存起来，好在放假的时候一家人用来免费旅行。

晚上早早回家，晚饭自己动手，喝小杯红酒，据说对心脏有好处。之后看NBC,ABC或者CBS 的7:00新闻。比尔·莫耶斯不做以后，巴巴拉·华特斯的节目也一定看，60分钟是好节目，礼拜二晚上一定看公众电视网(PBS)的“头条”(Frontline)，睡觉前吃堆药，总是复合维生素、降血压之类的。

中产们很喜欢放假，假期短，就在院子里烧烤，孩子们吃牛肉鸡腿，自己吃烤柿子椒和烤玉米。礼拜天早上一定去教堂，中午在连锁的Coco's 吃顿午餐，乐也融融。每年有几个大假期，好像感恩节、圣诞节，要出远门就得用这个时候了。开台大车，去拉斯维加斯或者大西洋城，倒不在于赌博，而在于可以休息一下。出国是不多的，其实，美国中产阶层中，据说有60%的人还没有领过护照呢！前年我有个同事，他在大学教书教了30多年了，在上海有个会要开，请他参加，他忽然想起，上次领护照还是在1974年！

他们喜欢看杂志，《时代》、《新闻周刊》之类，也一定会订《电视周报》。教育水平高一点的，《纽约客》是要看的，主妇会看《众生像》(People)，八卦则不是他们的读物，那是下层的東西。上网会浏览股市表现，也会在Ebay上搜索一下，看看有什么好买或者好卖的。收入一定有相当一部分买了共同基金(Mutual Fund)。

中产住自己的房子。年轻的住集合公寓，收入高一点的就有自己的独立洋房了，200到300平方米，两个到三个车位的车库，后院有个从来不用游泳池，男的假日工作之一就是清洗游泳池。有线电视虽然可以收到一百多个频道，其实节目内容大同小异，要关心国际大事就得等到晚上11:00，看转播的BBC新闻，因为美国电视新闻中，国际新闻只是一笔