

- 像中产阶级一样有钱
- 像贵族一样有闲
- 像艺术家一样有品位

bobos in china

布波家园

BUBOJIAYUAN

张平 编著



中国致公出版社

布波家园

编著 张平

中国致公出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

布波家园/张平编著. —北京: 中国致公出版社,
2003. 4

ISBN 7-80179-142-8

I. 布… II. 张… III. 生活方式-通俗读物

IV. C913. 3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 019238 号

布波家园

编 著 张 平

责任编辑 岳 珍

出版发行 中国致公出版社

地 址 北京市西城区太平桥大街 4 号

电 话 66168543

邮 编 100034

经 销 全国新华书店

印 刷 北京市白河印刷厂

开 本 880×1230 1/32

印 张 13

字 数 320 千字

印 数 001—10 000 册

版 次 2003 年 10 月第 1 版, 2003 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-80179-142-8/C·001

定 价 26.00 元

版权所有 侵权必究

生活在天堂里的幸福部落

►► 1

—

继嬉皮(hippies)、雅皮(yuppies)之后,一个“时髦”的城市族群正在迅速崛起,他们的名字就叫做“布波族”(BOBOS)。随着大卫·布鲁克斯的畅销书“Bobosin Paradise”即《天堂里的布波士》在全球的流行,布波文化正在全球蔓延。BOBOS,布波族,是“布”(布尔乔亚 Bourgeois)加“波”(波西米亚 Bohemia)的结合体。这族人没有嬉皮那么颓废,也没有雅皮那么一本正经。他们向往大自然,推广有机蔬菜、杂粮面包、喜欢追求乐趣、有机会就挑战极限乐趣运动。

在这个时代能够崛起的人就是那些可以把创意和情感转化成产品的人。他们这些高学历的人一脚踏在创意的波希米亚世界,另一脚在野心和追求成功的布尔乔亚领域当中。在“布波族”之前,“布尔乔亚”和“波西米亚”绝对属于源远流长、壁垒分明、相互仇视的两大阵营。布尔乔亚的资产阶级奉行彻头彻尾的物质主义,他们总

是在严肃、正统的大企业工作，穿着一成不变的职业装、礼拜天会上教堂、一门心思恪守和捍卫清教伦理；“波西米亚”则是从18世纪的浪漫主义那儿分泌出的“毒素”，他们自由、叛逆，崇尚漂泊和冒险，也多半是艺术家和纯粹的知识分子。即使是在最近的三四十年间，前者还迎来过“新保守主义”的强力回潮，后者也曾有过20世纪60年代激进理想的辉煌——但某种微妙的变化可能很早就已经开始发生了，当中产阶级越来越窘迫于自身的沉闷、呆板，也厌倦了枯燥乏味的保守风格；当20世纪60年代的愤青早已经“人到中年”，越来越无心抗拒“成功”的理念或物质的丰饶。他们都共同渴求着物质与精神的和谐丰富、自由与秩序的并行不悖。而对所有那些在20世纪中后期成长起来的年轻一代来说，“我们什么都要，而且马上就要”是他们最理直气壮的逻辑——从这个意义上来说，布波族式的中间道路也更像是一个对恒久以来完美梦想的表述。

二

在《布波族，一个社会新阶层的崛起》一书中，布鲁克斯给布波族画了这样一幅肖像：

他们的“资本”不是从上辈那里继承来的财富和头衔，而是自己考取名牌大学的身份；他们收入很高，但不一定是传统意义上的富豪，而更多是靠他们所从事的某种新兴的热门职业，是“信息时代的精英分子”。

他们“波西米亚”的气质主要在购物等消费行为上表现，比如说打破原本的奢华概念，以往维多利亚时代的豪宅为耻——尽管他们

花在一栋外表简单的房屋的钱,可能比买那样的豪宅还要多;此外,他们中很多人还擅长于把波西米亚的创意精神转换成实实在在的金钱,比如说开一家手工全麦面包店,并且“赞助”艺术活动——给每个送画到这里的孩子一块免费面包。

最重要的是:他们中的绝大部分人,对于赚取更多的金钱总是在某种意义上有一些放弃。当然,这些放弃是为了自由地享受生活,且放弃的那部分金钱,绝对影响不到他们改变自己的消费方式,比如说花几十块美元买一把剪刀或者铲子……

布鲁克斯在书中对于“布尔乔亚”的定义“颠覆”了我们对“小资”的习惯理解。在布波族的概念里,布尔乔亚所代表的,不是“恣肆”的消费方式,而是“有野心且追求成功”。

►► 3

按照这幅画像对号入座,我们发现“小资”与“布波族”是如此地相像——那些月收入人民币1万元以下的“小资”除外。他们都是打破了传统的无论财富还是社会地位沿袭后,以著名学府的高等学历和从事时髦职业而获得成功的人。他们大多在从事信息时代的时髦职业,比如IT或者金融,虽然我们的IT业尚未有一个比尔·盖茨;也有一些人擅长于把波西米亚的创意行为转变成金钱,比如说收藏古董的人卖火了旧家具,比如说画油画的画家转行做时装、电影和时尚媒体……而他们的消费行为,虽然不像遍布媒体的“小资标签”所描述的那样,但毫无疑问,个性和自由是受到广泛肯定和推崇的。

三

布波族一个最显著的特征是:他们今天所取得的财富和社会地



位,并非从父辈那里承袭来的,而是通过大学入学或毕业考试,进入信息时代时髦的行业领域等“自由竞争”获得的,这也是布波族身上波西米亚特征的一个体现。但这种方式也使得稳定的布波族群面临着无法像父辈们那样,在自己的子女身上延续自己命运的尴尬——在传统世界里,无论是财富还是社会地位,都有着某种稳固的沿袭方式,比如说贵族的封号,比如说家族背景本身给人的社会地位造成的影响,但布波族下一代面临的,则仍是他们父辈所走过的“自由竞争”之路。而当布波族最终找到一种延续他们地位和身份的稳定方式时,布波族的一重意义就多少有些受损甚至消失了——财富可以继承,贵族的头衔可以继承,但如果名牌大学毕业的身份和波西米亚的精神特质也可以通过某种物化的方式继承时,这两种东西,也就失去了他们原本所代表的“公平竞争”和“自由创意的生活”本质——即便他们的“自由创意”从来都是局限在某一特定的领域里,从未像真正的波西米亚人那样,敢于将自己的全部生活创意放逐。

这是自由时代的任何一个精英阶层都面临过的问题。当你晋身或者自认为有资格晋身精英阶层时,你必须获得社会的认可,并想把这种认可延续下去。但当自由打破固有的阶层延续制度时,打破者本身,却想方设法把这种已经获得认可的精英身份延续下去——而这本身就违背了自由和公平竞争的法则。

四

有关布波族描叙的十大原则基本可以概括这一族群的全貌:

1. 产生原则:基本由名牌大学制造。如果不是沃顿的 MBA,也

起码是国内十大名校优等生。在谈起自己的母校时，要低声细语地：“哦，是在北京的那所学校——清华大学。”

2. 享乐原则：奉行“只要我喜欢，有什么不可以。”BOBO 们用实用主义的观点来看待享乐。酒精已经不再流行，抽烟更被视为大逆不道，危险的不利于身心的娱乐是有罪的。咖啡能够刺激心智的敏锐度，而户外活动——越野、滑雪、攀岩则不仅体验了新感觉，而且对身体也有所帮助。健身、上博物馆、看话剧是令人愉悦的休闲方式。

3. 消费原则：必须与大众消费严格区分。不论价格如何，一定要保持长期使用的一个品牌，以昭显独特的品位。不开俗气的 BENZ，只开充满动力、多功能性的可以飞驰在山林里和野地上，有宽敞置物空间和体质音响的“美洲豹”。他们并不节省，只是把钱花在有品位和个性的东西上。

4. 居住原则：坚决不和 NEWRICH 做邻居。一部分人喜欢住在类似于尚贤坊、思南路的旧式公寓内，期待擦肩而过的邻家女子有着王家卫电影中的别样风韵；另一部分人则购置了沪青公路边的独立别墅，假日的午后，在自家的花园里烘蛋糕，或在搭建玻璃房里侍养花草。在他们的客厅里，无一例外地放置着一两件从民间淘来的明清桌椅和真正质朴的手工艺品。

5. 阅读原则：晚上的时间基本不浪费在电视机前，但偶尔看一看财经频道和《对话》栏目。看英文版的《君子》杂志和《COS MO》，对畅销书有些感冒。《格调》和渡边淳一已经过时，很多人正在看 David Brooks 的《Bobos in paradise》，至少是村上春树的《舞！舞！舞！》。

6. 旅游原则：为了获得精神和情绪上的新鲜体验，他们决不和那些上车睡觉、下车拍照的旅行团搅和在一起，也决不做在一个景点和另一个景点之间移动，听任导游的小黄旗摆布的可笑傻子。他

们自己驾车出游,去人迹罕至的浙北小村;或者独自背包,去川西的不知名的雪山逗留数日;或者骑自行车从江西的乐平老街一路行至美丽的婺源农村。他们不是去观玩名胜古迹,而是深入到当地的文化和生活中。

7. 生活原则:一辆车、两条狗、三个私人顾问——理财、健康、法律。重视健康和性,重视家庭生活和伦理道德。

8. 财务原则:在花钱的过程中,体现他们的睿智,而不必担心看上去像暴发户那样粗俗不堪。这些原则通常是:花钱买必需品,花钱买专业品质的物件;在小事上和细节上力求完美;把钱花在本应该很低廉的物品上;在大投资时摆出具有教养的低调姿态。

9. 穿着原则:选择感觉舒适而自然的天然材质,例如棉、麻、羊毛等,在衣着配饰方面,他们会选择一些简洁而精致,看起来格调很高,价钱也不菲的首饰等,而且看重它们的收藏价值。他们更多时候是混穿 CD 蛇皮纹夹克配低腰牛仔裤;或刻意以洗涤或褪色处理过的宽大牛仔裤搭配斜扣的新款 GUCCI 皮带;不会花钱买一双公认的大牌鞋子,但绝对舍得花多出好几倍的价钱买一双登山鞋。

10. 婚礼原则:传统的婚礼,已经展现不出他们的智慧和个性了。他们的喜帖可能用最古典的手工印刷方式,而肖邦的音乐始终贯穿整个婚礼现场。新人们互相交换的不再是钻石戒指,而是具有深刻意义的信物——第一次约会的话剧说明书或者新郎喜爱的滑雪板。他们用点蜡烛代替了一桌桌永无休止的敬酒。婚礼结束的时候,没有令人胆战心惊的洞房游戏,草坪上燃起的焰火是最有意义的祝福。

在经济生活中,尽管他们为自己也为社会创造了大量财富,但他们不是财富的主导者——那些超级大富豪。基本上来说,他们也没有成长为超级大富豪的可能,因为他们宁愿放弃数字化的财富而

过自己波西米亚式的消费生活。他们可以在微软这样的公司创造价值千万甚至上亿美元的财富,但他们永远无法决定这个行业的发展方向。

在政治生活中,他们的声音也很微弱,美国是否攻打伊拉克这类的决定不是他们做出的。因为在某种程度上具有波西米亚气质,他们天然就疏离政治。他们可以影响社会对同性恋的态度,但无法决定自己缴纳的高额税金是否用于建造核武器。

他们所能做的,似乎只有主导消费的流行。因为他们是最大的消费者,他们可以决定厂商生产什么样的汽车,建筑商盖什么样的房子,甚至重新确定奢侈品的定义。他们还是财富新闻和话题的主要谈话对象,因为电视台能够请到的超级富豪不够每天播出的数量要求;他们还使得社会学家不得不关注他们,写出像《布波族,一个社会新阶层的崛起》这样的畅销书——自然,作者本身也可能就是这样一个布波族;此外,他们给时尚媒体又一个可以连篇累牍讨论上一年半载的话题,而在讨论过程中,很多布波族以标签的方式闪亮登场——喜欢在媒体上公布自己生活的部分“隐私”,也是布波族的特性之一。

►► 7

五

早在1915年,美国批评家范·沃克·布鲁克斯就在《美国的成熟》一书中感叹:“我们在美国有两种群众,有教养的群众和铜臭味的群众……但如何才能找到妥适的中庸之道让良善行为和生产货品的



思维彼此相容?”无疑,在一个工业时代,世界是尚未准备好如此的。只有在新的资讯时代,创意世界和商业世界可相互交换的价值才第一次带来了从各自向度上思维融合的可能。或许,“混合”也是新时代精英的本能之一,对于这些整日在观念和电脑影像之间游走、整日在现实生活和虚拟空间之间游走的电脑玩家来说,工作就是游戏,游戏就是工作,所有的界限似乎也就从这里开始一点点地被逐一突破……

在硅谷的帕罗阿尔托和康涅狄格州的市区,知识经济的领袖们把黑T恤当作了上班服,他们也爱戴上金属和细边的小眼镜以引动和20世纪中期存在主义大师卡夫卡相似的联想;他们讨厌受到束缚,他们没有严格的时间概念,咖啡馆儿成了他们谈论公事当仁不让的集散地;微软的主管可以头戴有玩具螺旋桨的帽子登上《财富》杂志,其他人就更会穿得像平易近人的摇滚歌星;至于滑板、滑雪橇和全套登山装备的不离身,则直接意图表达和彰显所有这些“心胸开放的创造者”在骨子里不羁、狂野的个性就像《SHAP E》中文版的总编辑李茶所说我们都是布波族。表面上极尽布尔乔亚小资产阶级优渥之能事,私底下却渴望如同波西米亚一样过漂泊冒险的浪漫生活。规范与叛逆,自律与自由,两种矛盾同时作用于我们的身体与心理。还有另一个形象的描述:那些现代企业主管从过去的嬉皮士变成了企业的执行长,仅仅只是把着迷的事物从迷幻药变成了股票原始股挣钱从来都不是最重要的,心灵体验或者说某种“全方位的自我表现、自我提升”才是价值的核心。一个布波式的判断也由此而来:你到底有没有过——至少一次放弃赚钱的机会,以便能过更丰富的生活?从某一个意义上来说,布波族几乎也就是和新知识经济的领袖们同步成长和诞生。

什么时候,生活方式、生活态度也被加注了标签,而这种标签也

成为流行文化的一部分。就像任何一个新的精英阶层的形成,它们都必须着力寻求属于自己这个阶层的身份标识,也会试图建立只属于自己这个圈层的“优越感”和“特权”,眼下这个新的知识精英阶层也不例外。但有趣的是:奉实力和创造力为第一准则的知识精英们从来、从根本上就反对任何圈层地位的僵化和特权。于是,这个阶层的纯粹“身份标识”也就自然而然地扩大为对整个阶层的凝聚和表达。当小资还在和伪小资争辩时,已经有人喊出:“小资快跑,BOBO来了!”当小资的矫情滥了大街之后,布波族的出现似乎正是时候。但是,较之于小资,代表小众精英的布波族显然没有小资那么广泛的群众基础。

►► 9

这一“身份标识”里最关键的部分也是对物质的态度。马克思曾经写道:“布尔乔亚阶级把所有神圣的事物变得亵渎。”布波族则是把所有亵渎的事物变得神圣。他们把最典型的布尔乔亚阶级的活动——购物,变成最典型的波西米亚活动——艺术、哲学和社会行动。购物从此也和其他事情一样,已经上升为“自我探索”和“自我表达”的方式之一。布鲁克斯甚至戏称:布波族掌握了一种“点金成石”的能力,他们所碰触到的任何东西和行为都可以化为形而上的东西。正因为如此,作为一个典型的“点石成金”式的布波族,他们口袋里有的是钱,却不想和物质主义沾上边;他们在高价商品面前毫不吝啬,但一定要买“有用”和“有意义”的东西;他们是热情的消费者,但消费的时候从不张扬。需要特别指出的是,布波族的消费理念直接推动了一系列“布波士标签”的演化,这些标签包括:整个近10年来“休闲”概念的不断翻新、刺激但是同样要求安全的极限运动的风行、情趣和健康在饮食上的绝对权威、mix&match在服装上“混搭风格”、对所有象征自然平静之物充满迷恋的疯狂聚敛、对所有富有哲学涵意和有助于推动社会良性发展的产品不惜代价地青睐有加

……就像所有的问题被推衍到“品味”和“格调”的范畴一样。

六

10



在近年来愈渐严厉起来的社会学批判里,布波族式的中间道路也被指责为“妥协过多而失去了真正的倾向”,但布波族们其实是不以为然的,毕竟,他们只对如下的事实心知肚明:作为一个新兴的凭实力取胜的精英阶层,他们的力量只会越来越稳固和强大,而“布波族”的理念、精神也无疑将愈渐上升为整个主流社会的行为习惯和准则。大卫·布鲁克斯把自己的书名定为“天堂里的布波士”由此显得十分恰切,毕竟,在人类历史上也还从来没有哪一个人群能如此坦然、轻松地接近完美之境。

有人说,布波族人所做的最伟大的创举就是他们成功的实践了一种新型的生活理念,用数学等式就表示为:幸福生活=财富+自由+经过思考的生活。

新一代的社会精英们不仅热衷于赚钱,同时也学会了享受资本所带来的自由。既可以获得物质财富的成功积累,同时又能够保持精神的独立、自由和反抗。他们走进了自己的天堂:不再为金钱奴役,不再相信权威。年轻的知识分子也不会再抱怨他们寒酸的薪水已经对他们的专业成就构成一种讽刺,布波族人视自己的工作作为一种精神创造,他们努力赚钱,但从从不认为钱比天还大,钱永远不会占据他们生活的全部。像《天堂里的布波士》的作者大卫·布鲁克斯所

指出的那样：在今天的消失了民族边界的社会文化中，布波族人把布尔乔亚和波希米亚搅合在了一起。你很难将一个习惯于啜饮咖啡的大学教授和一个牛饮 XO 的银行家区分开来。当你谈论起信息时代的那些新贵们，你会万分惊讶于他们的道德观念，他们对于性、工作和生活风格的态度，更会惊讶于这些新一代的社会精英如何把六十年代反传统的精神和八十年代“成功人士”的成就感捆在一起。他的享受文明带来的便利，但是在消闲及心灵生活的追求上，布波族却非常向往嬉皮士的自由和超脱，特爱古朴的自然，晚上在 Bar 里饮酒狂欢，白天却谨慎而专业地在个人工作空间里努力着。

►► 11

布波族人，结合了反叛的 60 年代嬉皮文化和努力进取的 80 年代雅皮族群两种完全不同的价值观，拥有高学历高收入，是现代新经济社会的精英分子。在时尚媒体的眼中，他们是消费享乐的一族人。他们不仅热衷于赚钱，同时也学会了享受资本所带来的自由。在个人的消费享乐方面，他们非常重视物质的“质感”，而这个“质感”通常是用金钱换取的。3000 元意大利制造牛仔裤与 30 元平价牛仔裤，眼光锐利得一眼就能看出质感不同。在经济能力范围内，他们有“千金散尽还复来”的潇洒。虽然“能力范围内”是大前提，但是稍微盲目的潮流追随者会把重点放在挥霍地潇洒。他们倡导一种“不在乎名牌，只在乎好看又中用”的生活消费哲学，如手工打造的运动装，样子很酷的跑鞋，用特殊材料制作的皮茄克。他们看重细节，可以花好多天的时间在大街小巷里，就为找到一双带毛边的休闲品。

布波族并非以财富来衡量，财富给他们带来自由，同时他们并不过分追求财富。所以，你也许并非有钱人，但你一样可以拥有布波族的生活理念。

BOBOS

布波

第一章 新时代的浪花——BOBOS

有钱,有闲,有品位;

有自己的宣言,有自己的法则,有自己的特质;

特立独行,追求高远。不是另类,绝不愤世嫉俗,怨天尤人;

摇曳于理想王国与严酷现实中;

雾霭中一族高贵绚丽的鲜花。

BOBOS —— 一个新阶层的崛起	(5)
BOBOS 健康生活	(10)
BOBOS 特征	(15)
网友酷评	(21)

第二章 衣食住行

鸡尾酒、花草茶……BOBOS 畅饮着情调与品味,享受着天然与健康;

亲近自然的 Townhouse,幽静宽敞,无拘无束;

“现代=简约”。舒适不失个性,现代却不前卫,简单却又精致……属于自 1

BOBOS

布波

己的空间,随心所欲;

品牌我要,自然我也要。只要自由自在,什么都可以来;

香车宝马,唤作诗侣。行者无疆,行出自己的风格。

"葡萄美酒夜光杯"—BOBOS 饮食.....	(29)
"室雅何需大,花香不在多"—BOBOS 住房与家居.....	(58)
动感时尚—BOBOS 服饰.....	(81)
唤他酒朋诗侣—BOBOS 汽车物语.....	(116)

第三章 休闲与运动

绿色橄榄 SPA,雪茄情人,与鸵鸟赛跑.....时尚需要引领。我爱自然与健康的浪漫,同时也把自己完全交给浪漫;

动起来,动起来! 驾驰卡丁车或者把生命拴在一根富有弹性的绳子上;征服天空,征服大海,征服田野与沙漠.....或者在瑜伽中寻找哲学与安宁。

漂浮的绿色—BOBOS 休闲.....	(131)
节奏在我—BOBOS 运动.....	(148)
自由生命—BOBOS 旅游.....	(179)

BOBOS

布·波

第四章 艺术的天空

自然创造了人，人创造了艺术。

在一片纯净天地里与大师们对话，听《裸者与死者》讲战争故事，与莫扎特、肖邦、贝多芬同奏生命之音，让毕加索与梵高告诉你什么是激情……

文学不是使命，音乐不是声音，影视不是表现，美术不是色彩……艺术是生命的升华，艺术是生命的花香……

纯净的世界——BOBOS 文学	(199)
生命的回归——BOBOS 音乐	(215)
神爱世人——BOBOS 影视	(238)
旋转的激情——BOBOS 美术	(252)

第五章 多彩生活

把生命装扮得靓丽一点，让金色物质远离精神家园。