

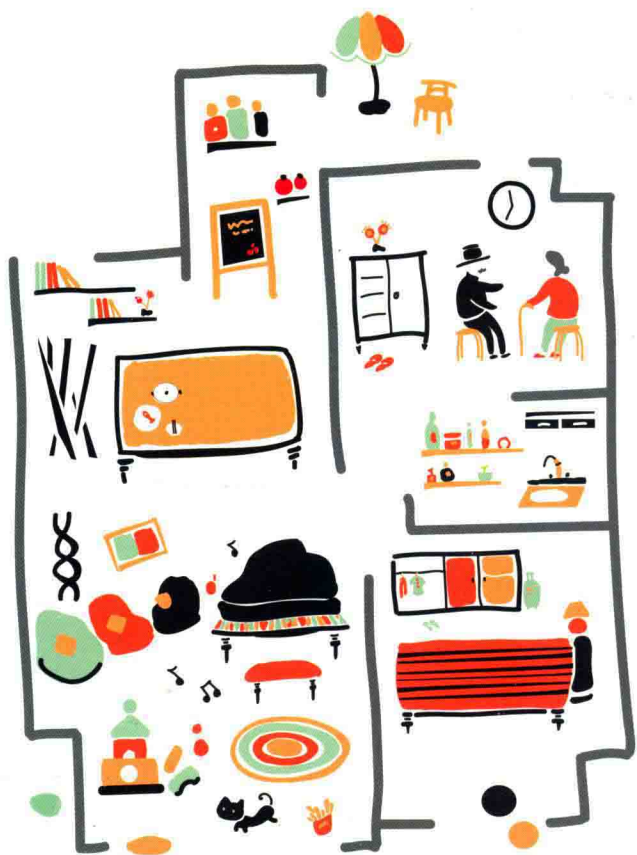
11种家庭元素的生活读本

小日子



COZY LIFE

许洋 / 中国居住生活方式研究·项目课题组
博洛尼精装研究院 编著
联合策划



中信出版社·CHINA CITIC PRESS

11种家庭元素的生活读本

小日子

COZY LIFE

许洋：中国居住生活方式研究：项目课题组 联合策划
博洛尼精装研究院 编著

图书在版编目 (CIP) 数据

小日子 / 博洛尼精装研究院著. - 北京: 中信出版社, 2014.7
ISBN 978-7-5086-4676-3

I. ①小… II. ①博… III. ①家庭生活—通俗读物 IV. ①TS976.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 140957 号

小日子

著 者: 博洛尼精装研究院

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承印者: 北京昊天国彩印刷有限公司

开 本: 880mm×1230mm 1/32

印 张: 7.5

字 数: 70 千字

版 次: 2014 年 7 月第 1 版

印 次: 2014 年 7 月第 1 次印刷

广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

书 号: ISBN 978-7-5086-4676-3/G·1143

定 价: 42.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849555

服务传真: 010-84849000

投稿邮箱: author@citicpub.com

推荐

房子是生活的载体，但房子绝非生活的全部，甚至只是很小的一部分。只是，当下对房子的过度追求，反而让生活的本质被忽略了。因此，我们很有必要不时地审视内心，看看自己对于生活真正的追求是什么。如果你需要一面镜子才能透视内心与生活，那么，这本书绝对是一面最好的镜子。此外，它更会时时提醒设计师们，怎样才能做出适合居住者的设计，那就是，洞悉他们的生活需求，除此之外，别无他法。

——聂梅生

全联房地产商会创会会长

清华校友总会房地产行业协会会长

本书基于“中国居住生活方式研究”项目而成，舒适的居家生活是幸福感的来源，也是生活素养的展现。刚刚兴起的中国中产阶级，值得我们为之努力。

——朱恒源

清华大学经济管理学院教授

创新创业与战略管理系副主任

这是一本有关生活形态的“鸡零狗碎”的书，体系还谈不上科学和完整，但却是一个大胆的尝试，这些闪光的点终有一天会牵成线、连成面的。

——傅 炯

副教授

上海交通大学媒体与设计学院设计系副主任

设计趋势研究所所长

中国流行色协会色彩创新中心主任

现在很多中国人的成功是用经常不在家换来的，感谢博洛尼的《小日子》，让我们重新检视家的含义。家，不仅仅是房子，而是相爱的家人。

——吴迪

著名心理咨询师，两性关系专家

《小日子》非常接地气，它从现代生活的细节中挖掘真实素材，进而提炼客户需求，为在设计中充分融入人文关怀元素打下了基础。中国房地产相关行业的暴利时代已经终结，只有把不断提升用户体验作为核心竞争力的企业才有可能基业长青。

——刘挺军

泰康人寿副总裁兼泰康之家首席执行官

作为长期专注于领导力方向的商界人士，越来越发现真正的领导力是 lead yourself and lead your life（引领内心，指引生活）。《小日子》这部厚重有趣的书，很好地帮助我学会如何 lead my life and lead myself（引领内心，指引生活）。

——沈拓

北京智信创元咨询有限公司创始人

1000 户家庭，归纳出 11 个生活元素，汇集成 1 本关于当下中国精英家庭的关于“生活素养”的书。这个提炼，实在难得。从《打造一个井井有条的家》到《小日子》，博洛尼和中国最有意思的一群“居住生活方式”专家在为我们描述一个日渐平复的社会。在这里，理想和逻辑与家里的鞋帽箱包、瓶瓶罐罐形成了对应；在这里，人们得以重新审视未来生活的加减乘除。

——孙群

北京国际设计周筹备办公室副主任

北京歌华科意设计文化传播有限公司总经理

生活是一种感受,也是一种技能。感谢本书作者在“高技术”与“高情感”这两个现代生活的支点之间为大家精心搭建的快乐的桥梁。

——刘西戈

北京中天元工程设计有限责任公司执行董事

很高兴在当今中国,有人能对“生活”这件事做如此深入的调研和探讨,并用这般贴近人心的方式将研究成果呈现在读者面前。《小日子》背后体现的生活智慧,家庭经历中蕴含的设计启发,对我们为居住者提供“好房子”提供极大借鉴。

——林超

清华大学福建校友会副会长兼秘书长
融汇(福建)集团有限公司执行董事

每个人都有自己局限的视角,这样的书可以让人从生活的方方面面去看待生活,很生动,仿佛体会了不同的生命过程。活生生的不同人生才是我现在更青睐的东西。我们来体会别人的幸福吧,这本书就是窗口。

——李久太

唐恩科技创始人首席执行官

细节,让生活更美好!精致考究的家庭才是践行理想人生的关键。从小处着眼,让数据说话,这样的分享才有价值。有料有爱的书,有情有趣的人,希望你我都会因此而更加幸福!

——黄章林

地产自媒体联盟发起人

PREFACE

关注“小日子”

2012年，中国台湾人创刊了一本杂志《小日子》，主办人黄威融在表达办刊初衷时说，“当越来越多的人热衷去过属于自己的小日子，我们的社会就真的会变成拥有生活风格的地方”。

在很多人的印象里，小日子的惬意确实属于中国台湾地区这种世外桃源。我们从来自中国台湾的电影、小说、期刊乃至游客归来的描述里都不难获得这种印象。当然，和很多内地人对中国台湾平静细腻的小日子投去羡慕目光不同，不少中国台湾本地人在怀着焦虑心情批评说，相比中国大陆的经济崛起，中国台湾人沉迷于小日子是一种落寞、颓废的象征。

的确，和中国台湾当下的“小日子”相比，中国大陆正呈现一种“大时代”特征，但其实细究起来，无论我们从史书上读到的还是亲历的那些“大时代”固然轰轰烈烈、波澜壮阔、英雄辈出，受益者却往往只属于那些为数不多的“弄潮儿”。对于普通百姓来说，不仅关系不大，反而可能带来更多灾难。这种大时代除了物质社会呈现分化与波动外，舆论和大众在心理上也常常处于剧烈失衡和动荡之中。因为时代之大，宏观叙事盛行，人生导师辈出，普通百姓只是处在被指引、被裹挟的地位。相反，历史上的太平盛世大多乏善可陈，不过是老百姓关起门来安心过自己的小日子，用政治学术语叫作私人领域发达，公共领域衰落的年月。

因此，小日子兴旺恰是一个社会从稚嫩走向成熟，从躁动走向平稳的标志。小日子本身就意味着差异和多元，进而意味着包容、尊重和借鉴。小日子有滋有味，就是表明生活里还有着比是非和立场要丰富得多，也有意思得多的东西。满足于小日子的殷实和平稳，就是要放弃那些充满野心的成功学白日梦，让普通人获得一种脚踏实地的尊严。今天大陆大部分已经实现温饱的人群对中国台湾小日子的羡慕，从一个侧面表现了他们对这种快速增长“大时代”的厌倦和躲避。一个社会逐渐步入成熟，首要标志就是先摒弃举国上下对成功和致富的盲目追求，人们的生活目标更加现实和多元；社会形态、生活方式、价值体系都呈现分散化和平均化；整个社会趋于平稳、安宁，没有那么多的躁动不安和一惊一乍。所有这些都会在普通百姓小日子的乐趣中逐渐实现。

《小日子》这本书所表现和倡导的就是对普通百姓日常生活乐趣的一种关注，它表达了一群寻常百姓在日常生活里的独到见解，在平淡、细致乃至琐碎、庸常的叙述中展现了百姓生活的趣味和经验。也许，促进一个社会的成熟，就是从这里开始。

许洋
出版人

PREFACE

住居价值考·面向多元化多样性生活方式的未来

——《小日子》出版感言

住居的本质是“物质和精神的生活”，不仅是最基本的空间问题、相关的经济问题、社会问题，甚至是政治问题，住居的生活方式成为划分社会家庭生活阶层类型的一个重要标志。伴随着城市化的进程，城市和城市化的生活方式在我国正在发生着一场巨变。当前全社会逐步形成了关注生活空间多样性与个性化需求的共识，“价值观·生活方式·居住模式”也成为舆论关注的焦点之一。以居住的生活方式为视点，宏观把握城市高品质生活空间多样性与个性化需求问题，是我们每个人最基本生活上所面临的亟待解决的理念与现实课题。

从2012年底2013年初开始，由博洛尼精装研究院牵头组织，会同国内外多行业专家主持，实施了“中国居住生活方式研究”项目。本次研究由起初可称作“硬件”为主的专业性的“住宅空间及其设施需求实态调查”的设想，逐渐演进为我国首次以“软件”为主的生活性的“居住生活方式与空间的综合性调查”。本次调查是以居住者的生活方式为中心，着力于居住空间的生活方式和居住模式的多姿多彩的意象把握，为我们呈现出现阶段中国住居的生活方式，一个包罗万象的广义生活景象的断面。

在居住的生活方式理论研究与空间实践的初创时期，与以往以“硬件”为主，且大多忽略又缺乏相关“软件”研究的生活性专业调查相比，本次调查解析了我国家庭生活意识变化，深入研究了影响生活需求的主要因素，并分析了目前中国人在生活方式等方面的主要状况与问题，不仅具有很高的基础性研究价值，而且还有重大的现实意义。来自中国21个城市的数千个鲜活的典型家庭案例及其11个生活方式意象的“写生和素描”，奉献了丰富多彩的中国社会居住生活方式的宏观样本，既为中国社会在急剧变化的多元化价值观中，更好地应对高品质生活空间多样性与个性化需求所带来的一系列问题和挑战提供了极有价值的重要资料和建议，也探求了通过对生活方式的研究，寻求多元化价值矛盾的有效解决路径。

刘东卫

博士，住居学者

中国建筑标准设计研究院总建筑师

PREFACE

有素有养

生活方式作为一个常用语，每个时代都会被重新解读一番，因为每个时代都有它的主流诉求和美学原则。一个时代对历史的贡献是某些方式沉淀为这个族群共同恪守的文化素养。

对于中国人来说，原本我们可以继承的文化素养是丰富而广大的，但因为历史变迁，如今传承下来的素和养都非常有限。缺少素养的后果，会使人际互动中缺少足够多的规范与方式，以至于相互合作和相互妥协的难度非常之高。大家无法在一个共同遵守的原则下规范自身和包容他人，对同一事物的理解达成共识的语境和方式也都非常有限，导致误解丛生。这是今天一些社会冲突引发的深层原因，也是我们在解决温饱问题后试图提高生活品质的障碍。

很多有识之士在关注今天中国的价值重建，希望能在提高国民生活素养方面做一些力所能及的推动工作。不过，正如古训所言：天下乃天下人之天下。这是一个需要全民共同努力的事情，只有大家都参与其中，我们才能逐步挖掘和完善很多生活细节。生活的品质最终是由细节决定的。

本书试图呈现的是各种生活态度的人对生活素养的理解和与之相关的努力。当多元化被作为正面价值受到肯定时，我们会毫不意外地发现，本书受访的多个对象对生活素养有着不同的理解，他们

也在自己认可的道路上走了相当长的一段路。如果您读到这些故事，对其中的哪个观点或细节产生共鸣，这可能是我们这个社会重建公序良俗的社会基础，而对某些观点或方式的批判则可能是我们这个社会培养反省力量的起步。

素养的“素”是生活的道、DNA*、底色、根基、本来面目、元素，素养的“养”是将这种道贯彻的德行，将这种 DNA 植入生活多个层面的过程，是在此底色上铺就生活画卷的创作，是以此为根基培育生命之树的耕耘，是任时代如何变迁，不改本来面目的定力，是以此元素对生活做无限延展的容量。

本书所呈现的各种生活方式在这个时代泛起的一些浪花，而托起这些浪花的海洋是中国处于社会转型期所必然具备的社会环境。所谓时代风云变幻，其实是成就某种生活方式的各种因缘变迁。生活方式就像那些随时生灭的浪花，而生活素养则像海洋，越深邃，越稳定，越坚实，沉淀下来的就是一个族群的文化。

我们需要创造中国人新的家居文化。

经历过追求生活样式的时期，现在我们需要逐渐沉静下来，去关注生活素养。就像浪花的根基是海水，生活样式的根基还是要回归到素养。

殷智贤

《时尚家居》执行出版人兼主编

* DNA, Desoxynribose Nucleic Acid 的缩写，脱氧核糖核酸、基因。

PREFACE

那些与生活有关的美好

我们过去常说为普通人盖好房子，盖有人住的房子。为人们盖房子，是件责任异常重大的事情。中国人讲究“居有定所”，对国人来说，房子不仅仅是一个简简单单的栖身之所，而是很多人梦想的载体，因此，我们现在只改了一个字——“盖有人用的房子”，因为有人用比有人住内容更丰富。这个“用”字，其实是从住宅衍生到我们日常的生活方式中。而一说到生活、生活方式，范畴就大了。吃喝玩乐、衣食住行、常去哪家餐馆、开什么车、去哪儿旅行、看什么电影、偏爱哪个服装品牌，各种人的各种喜好，无不代表着某种生活方式。

只是，知易行难，要转换成设计的语言，画出让住在里面的人满意的图纸，并把图纸变为现实，这中间的过程又是何其难。

此“难”，一，难在众口难调；二，坦白说，在过去的一段时间里，设计在一定程度上已经跳脱了生活，不是更多地拘泥于标准、规范的条条框框之中，就是飘散于设计师的天马行空之中，没有了附着点。

这几年，让设计回归生活原点的呼声渐起，也让我们开始认真反思：当我们自诩要为人们提供生活的服务时，是否真的了解人们的生活所需？是否倾听过他们在居家生活中的困惑？又是否从他们

在生活里所展现出的智慧中汲取过养分？

调研，我们当然是做过的，但往往限于时间，限于行业，限于地域。经过归纳总结提炼的报告，大都难以让我们还原被访者的生活图景。相比之下，“中国居住生活方式研究”因为其跨行业、跨专业的合作——涉及房地产、建筑设计、室内设计、咨询、工商管理、社会学、心理学等专业和机构，调研遍及全国 21 个城市，调研时长预计达 5 年等因素，将有望成为全方位透视当下中国中产家庭居住现状和生活方式的样本。

而更让我感兴趣和惊讶的是这项研究“产出”的方式。在大量翔实的数据之外，它用了白描式的手法去记录单个被访者在生活中的所思所想、所感所悟、快乐与困惑、经验与技能，让我们在看到调研报告的时候不至于停留于客观的结论之上，而依然能深入到被访者的生活之中，从他们真实、鲜活的生活里不断提取到与他们的需求相契的设计原动力。

这本书，正是这样一个记录美好历程的呈现。巧妙的是，从一项浩大、严谨的研究中，它仅仅提取了 11 个与我们的生活密切相关的元素。从这些点切入，去呈现生活的百态，有的连我们都会忽略的元素，如此精益，读起来真是心有戚戚焉。

几年前，我曾将记忆中童年时北京的人与事记录下来，成为“童梦京华”系列，并得以出版。有读者反馈说，我写出了他们记忆中的北京，让我深有感触。个人经历交集的部分，就是历史。

对于这本书而言，同样如此。虽然不管是名人手笔还是普通家

庭的故事，大抵都是从个人的体验出发来讲述，但看起来却常有共鸣，不得不说这俨然已是中国家庭生活的当代史和变迁史。更何况，相关的数据更是科学、严谨地做了佐证。

我会将这本书推荐给我的同事和同行们，因为它为我们提供了一个独特的视角，让我们更理解生活，理解潜在客群的需求。当然，它所囊括的范畴并不仅限于建筑设计和室内设计领域，无论是鞋子、箱包、化妆品、小家电抑或是玩具等快消品的商家，这本书都可以让他们找到些许设计和营销的灵感。此外，我认为它可以在社会学的研究中占据一席之地，因为它如实地呈现了当今社会最为庞大的一个群体的生活。而即使是作为打发时光翻翻的读物，这本书也是不错的选择，它既提供了对生活“高大上”的思索，也有身边你我他的故事，还向我们提供了一些实用的生活小贴士，相信大家都能从书中各取所需。

很多时候，当我们为了生活而去追逐某个目标时，常常会忘了生活本身。读这本书，让我重新看到那些关于生活的美好！

毛大庆

博士

万科集团执行副总裁

PREFACE

读书心得一二三

拿到书稿，是刚到北京的一个中午，在博洛尼副总裁徐勇刚的办公室里。每次见面，我们都有聊不完的技术话题。那天，我们一如既往地相谈甚欢，于是，顺手便把厚厚的一沓稿子塞进了旅行包里，想着抓紧交流，书嘛——空闲时再看也不迟。

这一搁置就是大半个月，整天飞来飞去，彻底把写序的事儿给忘了。直到有一天，勇刚给我打电话催稿，我才猛然想起。考虑到要读这么厚一本学术论文，可不是闹着玩儿的，赶紧推掉出差和应酬，整理好心情，静下心来，准备花上几天时间一点点啃嚼。

然而，自从翻开第一页，“一千双高跟鞋”跳入眼里，这本稿子我就再没放下来，一口气从头读到了尾。直觉上的第一个感受是惊讶——My God！*这到底是散文还是专业技术论文？为什么这么赏心悦目？能够把一个技术话题讲得像情景剧一样引人入胜，让我爱不释手？

在我眼里，博洛尼不仅仅是家居产品供应商，更是一家非常出色的研究机构，其在家居设计、居住需求及生活方式上都有很深厚的研究。多年的积淀，使其掌握了大量的中国家庭居住现状的相关数据，并在中国居住发展趋势和技术革新方面有很多领先性的成果。

* My God，天呐。

调研报告以数据说话，专业研究很有权威性——这是我对博洛尼的一贯印象。这次，这个“学术控”却演绎出别样的腔调，确实让我刮目相看！

一番惊讶之余，引发的则是两点深刻的感慨：

第一，专业技术话题，除了枯燥的数据、表格和柱状图之外，原来可以如此生动！正如“舌尖上的中国”，每一种味觉的背后，都有一个巨变中国下聚散离合的动人故事。而“一千双高跟鞋”里隐秘的，则是一个个鲜活的情感和质朴的生活。

第二，为什么所有的问题，无论鞋子、锅碗、零食还是箱包，都说到了我的心坎里？每个故事的细节，都切切实实揭开了我生活空间里的角角落落。

从一名菜鸟设计师到成为掌管上百亿年销售额的地区负责人，我已在房地产行业浸淫了二十多年。这期间，亲身经历了这个行业几乎所有的大起大落。然而，没有哪个时期像当下这般，行业发展如此艰难。除了供求关系转变，导致市场下行的不利因素之外，客户需求的细分和提升、开发成本的不断增加、土地价格的高居不下、住房政策的变幻莫测、融资平台及资金面的压力、新兴产业对传统行业带来的冲击，等等，如同大浪淘沙一般，正一步步掏空这个行业的盈利空间。不过，这样的市场化洗礼，也正在让这个行业越来越成熟，并健康发展。作为一名职业经理人，从微观操盘层面看问题，无论市场如何变化，核心的问题只有三个：客户需求在哪里？市场需要怎样的产品？在信息化时代里，传统行业如何创新？感慨过后，我也从这本书里认真地思考着这三个问题的答案。

思考一：体验经济时代的所谓体验营销，就是要学会讲故事——引导每个人讲出自己的故事，并让身边参与者相互感受共鸣。