

精品 20 年 时尚生活秀



生活家

精品購物指南 编著
LIFE STYLE

 华夏出版社
HUAXIA PUBLISHING HOUSE

精品 20 年 时尚生活秀



生活家

精品購物指南[®] 编著
LIFE STYLE

 华夏出版社
HUAXIA PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

生活家 / 精品购物指南报社编. —北京: 华夏出版社, 2013.1
(精品 20 年 时尚生活秀)

ISBN 978-7-5080-7370-5

I . ①生… II . ①精… III . ①生活 - 知识 IV . ① TS976.3
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 301597 号

生活家

作 者 精品购物指南报社
特约编辑 邱卉
责任编辑 杜潇伟
装帧设计 吕人捷

出版发行 华夏出版社
经 销 新华书店
印 刷 北京华宇信诺印刷有限公司
装 订 三河市万龙印装有限公司
版 次 2013 年 1 月北京第 1 版 2013 年 1 月北京第 1 次印刷
开 本 787 × 1092 1/16 开
印 张 12.5
字 数 300 千字
定 价 39.80 元

华夏出版社 网址: www.hxph.com.cn 地址: 北京市东直门外香河园北里 4 号 邮编: 100028
若发现本版图书有印装质量问题, 请与我社营销中心联系调换。电话: (010) 64663331 (转)

20周年

没有与生俱来的非凡

精品購物指南

(1993 - 2013)

精 致 生 活 品 味 时 尚

精品传媒

LIFE STYLE MEDIA GROUP



精品購物指南
LIFE STYLE

FASHION WEEKLY
风尚志

优品UP

世界
WORLD

BUSINESS TIMES
商业时代

OK! 时尚

CHINA MOTOR
中国汽车界

玩家长传播
PLAYERS TRAVEL GROUP

新客TRAVELER

lifestyle

SG 精品网
SG.COM.CN

精品微博矩阵

精品视频联盟

时尚生活导报
STYLE WEEKLY

精品生活
Style Weekly

精品消费报
LIFE TIME

新潮流
NEW TREND

地址:北京市海淀区中关村大街甲 28 号海淀文化艺术大厦 B 座 7-8 层

邮编:100086

总机电话:(010)52169000

网址:www.sg.com.cn

此为试读, 需要完整PDF请访问 www.ngbook.com



张书新

《精品购物指南》报社总编辑

里程碑

@张书新：久不作文，天天微博，已经不会写超过140字的文章了。此次受托写序，竟无从下笔，颇感困难，可见靠码字吃饭之不易，对编辑、记者特别是“精品奖”得主的敬佩之情油然而生！从2002年开始的《精品》逆市成长之路，留下的并不仅仅是一条好看的曲线，一串漂亮的数字，背后是全体精品人的智慧和汗水！

#《精品》是什么# 《精品》是什么？其实很难用几句话讲清楚。从创刊初期的购物指南，到都市读本、时尚圣经，它不仅仅是一张都市时尚生活报，它更是一个整合营销平台，一个时尚人的舞台；它不仅仅为读者提供生活时尚资讯，它更是时尚生活方式的传播者、倡导者和推手。

#读者是谁# 谁能找到目标读者，准确地描述读者状态，了解读者的阅读习惯，研究读者的生活形态，把握读者的消费行为，谁就占据了主动。

#读者需要什么# 每个人的需求是多方面、多层次的，百万读者更是众口难调。怎么在千变万化繁复庞杂的需求中提炼出有代表性、有价值的选题，是要下点功夫的！这就要求编辑有高度的市场感觉和时尚意识，走在读者之前，成为策划高手、行业专家，真正成为读者的时尚参考、生活顾问！

#文章有人看吗# 同样是做选题、做报道，有的栏目越做越好，对读者和品牌的影响越来越大，不断被引用，常常被转载；有的版块却了无新意，无关痛痒，抄网文编公关稿，远离时尚，脱离市场，读者越来越少，栏目被淘汰。你知道你的文章有人看吗？有多少人喜欢？为什么喜欢？要思考要总结啊！

#报道有用吗# 实用是《精品》的灵魂，是《精品》的基因，是《精品》的核心竞争力。《精品》近20年发展创新之路，始终以实用为中心。实用并不是多么深奥的概念，实用就是指导性、可操作、可消费、可体验、可互动的程度。失去了实用，《精品》就失去了生命。

#整合了吗# 编辑方针和经营方针的统一是《精品》的运营模式和特色。整合营销是实现这种统一的最佳工具和手段。脱离品牌、脱离市场、脱离读者需求的文章或选题，对读者无用，对品牌无助，对经营无力，传播效果会大打折扣。《精品》的编辑、记者绝不能只有文字功夫，应该既是市场调查员、资讯传播者、时尚生活家，同时也应是报社整合营销组合中的第一销售。

@张书新：岁末年初，在探讨产品创新和发展转型的重要时机，以微博的形式，对媒体的一些基本问题做简单的思考。抛砖引玉，贻笑大方。权当为序！

张书新



王明亮

《精品购物指南》报社常务副总编辑

支点

献给为实现《精品购物指南》V型反转作出贡献的所有同仁

古希腊科学家阿基米德有这样一句流传千古的名言：“给我一个支点，我就能撬起地球！”

设立“精品奖”的初衷始于2003年。非典，萧条，迷茫，是这一年《精品购物指南》报社上上下下的心态。曾经创造报业辉煌成为全国报业十强的《精品购物指南》，由于种种原因2002年发行量、广告额、社会影响力都走到历史最低，非典的不期而至更是雪上加霜！报社邀请报业专家开了个研讨会，专家的结论是：生活服务类报纸已经完成它的历史使命了。

精品人不信邪，当然，我们也无法信邪，因为还要吃饭。所以报社的社领导与中层干部带领所有员工开始了艰难的二次创业！这其中，最重要的就是报纸的质量与影响力。《精品购物指南》是否还能成为引领北京乃至中国的时尚生活媒体，报纸的编辑方针至关重要，而能否在每一期报纸、每一个版面、每一篇文章中贯彻既定的编辑方针，这需要科学的方法与保障，“精品奖”出现了。

首先，“精品奖”强调落实既定的编辑方针。我们的编辑方针根据读者需求与市场需求每年进行调整，每次强调的都是编辑方针与经营方针的高度统一；其次，创新是“精品奖”不变的鼓励方向，无论是内容创新还是形式创新都值得表扬；第三，时尚与明星影响力是逐渐加强的主线；第四，专刊、别册从创新产品到常规运作成为报纸结构变化的主要形式，在拉动广告的同时也成为读者最为便捷的手册；第五，为进一步与市场结合，从2003年开始，报社在编辑部设立了以广告经营为目标的事业部，所以在奖励中还注重了版面报道质量与广告业绩的互动奖励。

春华秋实，《精品购物指南》在经营上实现了亿元平台上的翻两番增长。报纸影响力与社会知名度都极大提高。在今天这个多媒体时代，精品传媒（集团）已成为包括“五报、八刊、一网+移动数字终端产品群”在内的全媒体时尚传媒集团。但是《精品购物指南》依然是集团影响力最大、效益最好的报纸，同时为所有的子媒提供了人才等各方面的支持。

回顾20年的历程，精品人付出很多，很多同事把人生最美好的时光都贡献给了《精品购物指南》！即使，有同事离开了《精品购物指南》，相信在他们的记忆中，《精品购物指南》的经历是他们永远值得珍藏的！

“精品奖”记载了精品人二次创业的历程，值得我们珍藏，也希望能对精品传媒（集团）业务的发展有所借鉴。在一年多的编撰时间里，很多同事又为此作出了贡献，谢谢你们！

“精品奖”是《精品购物指南》及精品传媒（集团）发展的一个支点，而这个支点是全体精品人建立与把握的。在此向所有为《精品》作出贡献的同仁、朋友表示衷心感谢！表达崇高的敬意！

是为序。

王明亮



郭有祥

《精品购物指南》报社副总编辑

也是一种纪念

时值大暑,闷热的天气让人烦躁。然而,动笔时,却浮想联翩。此籍所录之文,时跨近十年,不禁感叹:又一个十年从指间溜走了,弹指一挥间。

旧文重赏,旧事重提,心中总是莫名地升起一丝淡淡的忧伤。是对逝去时光的留恋?抑或对未来岁月的惶恐?也许兼而有之吧。不过,把大家过去的一些文章集锦成册,也算是对大家共同走过的一段岁月的纪念,回望过去是为了更好地前行,从这个意义上说,是件好事,我当然乐见其成,于是,欣然受命下笔,是为一序。

“精品”,或者“精品人”能有今天的局面,我冒昧地认为,是源于精品人有一种信仰,那就是我们相信:只要我们坚守并实践《精品》的媒体价值,我们就能过上自己倡导的有品质的生活!我们的成功,来自于精品人乐此不疲。

对于一个媒体的核心产品,为文亦如此。刘勰的《文心雕龙》中说:“文场笔苑,有术有门……思无定契,理有恒存。”写文著章,没有一定的固定格式,但又有规律可循,二者不可偏废。

特别是“精品之文”(在此专指《精品》的好文、美文),吾以为,必须符合如下几个逻辑:

首先,是对《精品》编辑方针的透彻理解和准确把握之文。也就是坚持我们独特的新闻价值观。《精品》的媒体哲学是:“我们倡导一种时尚的生活方式,然后,给定这种生活方式的物质实现手段。”通过这种完整价值链的构建和实现,我们完成《精品》作为媒体的从社会效益到经济效益的价值实现。从这个逻辑出发,我们要求的好选题、好策划、好文章,首先要考量的是对时尚生活方式的阐述和构建有用,同时对时尚生活的参与者有用,这是我们生产《精品》的首之要义,动摇不得。

其次,是对媒体传播规律的自觉尊重和有效执行。《精品》虽然是特例,仍是媒体。基本的传播规律,我们依然要遵循。诸如:新闻价值观“读者感兴趣的、新近发生的事实的报道”、符合读者阅读及审美偏好、抓住“意见领袖”、“重要、显著、及时、贴近”、有效消除“信息不对称性”、“信息是否具有直接使用价值”、“新闻性、实用性、读者立场”……我们的采编人员是否具备传媒人的专业素质,以及对传播规律的认知程度与执行水准,不仅决定了我们有没有好文章、好策划、好选题,更决定了我们媒体的品质和影响力。

第三,才是术的方面,即写作技巧,这是作为合格媒体人的基础和前提,正所谓“靠手中的笔吃饭”,所以无须赘述。这里,我要强调的是,我们有的人“好为小术,不识大体”。有基本技能,但大局观不强,前两项素质和意识不够,照样满足不了我们媒体的要求。文章写得文采飞扬,于读者无用,岂不可惜?我们应谨记,《精品》的报道是让读者拿去用的,而不是单纯的美文欣赏。能获得中国新闻一等奖的报道,对于《精品》来说,未必是好文章,没办法,价值取向不同。

作为参与者,我很幸运。

当然,由于文疏才浅,文中见解难免粗陋,引君思之,便已欣然;若诸君觉得有些思想能遵之循之,善莫大焉。

郭有祥

名人·家

翁虹 家,还原女人本色	3
申雪 赵宏博 别墅是人生的一种犒赏	5
刘欣欣 顽皮波普的“拾荒”人生	8
康如松 远渡重洋来租房	11
杨干 低调物质 高调精神	14

生活·家

环球旅行“家”	19
完全别墅生活营造大赏	37
买房 我有我态度	46
二手房购房手册权威版	51
完美居家四宗罪	54
冬日装修全企划	60
四大主材决定装修成败	65

创意·家

潮牛生活报告	72
后十年 时尚家	77
十二属相最适合的创意家居	84

低碳婚礼	97
白领之家的舒适升级	112

健康 · 派

许你一个更健康的未来	117
当压力成瘾	133
宠爱自己 从“心”开始	138
七日慢生活	142
早春穿越 破解古代美人计	149
成为 100% 比基尼女郎	156
关爱我们的乳房	165

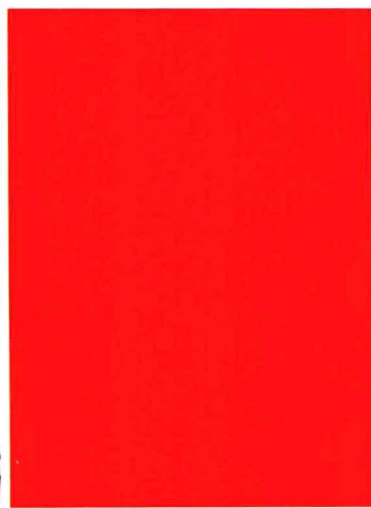
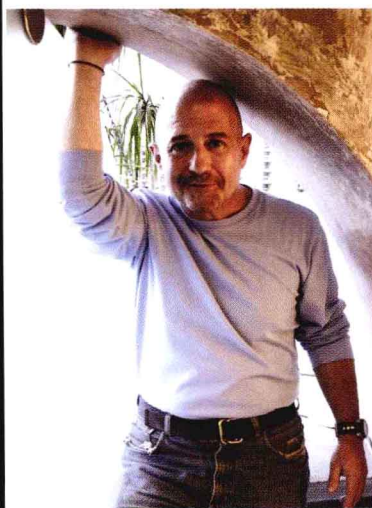
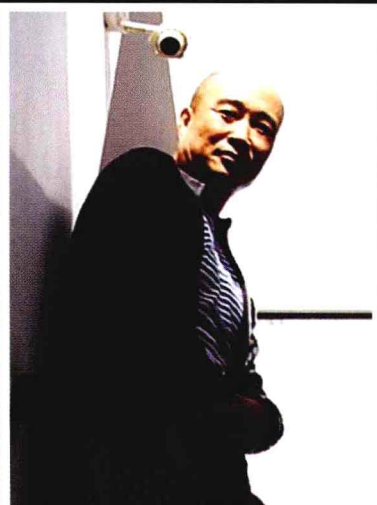
智趣 · 派

明星照速成训练班	170
跟娱记学拍演唱会 四大难点逐个破解	174
极客年代 壹零年代的潮流设计与生活	177
游冰戏雪谁最能	182

后记	185
----	-----

名人·家

CELEBRITY



翁虹

家,还原女人本色

撰文 / 杜娟

许多做了母亲的女人都希望在照顾好家庭的同时,还能拥有自己的一份事业,而翁虹就是这样一位接近完美的楷模。一方面看到她认真而严谨的工作态度,另一方面,也了解到了她乐在其中的居家生活。她轻松地转换于家庭与事业两种场景之中,展示着她的双重魅力,同时传递着她的快乐与幸福。



名人写真

翁虹是个很有韧性的女子,不管是演艺道路上的曲折历程,还是生命中许多不尽如人意的遭遇,都让她历尽了世事的浮沉。这些坎坷的人生历练丰富了她生命的厚度,使她今日才能散发出如陈酿美酒般味甘而醇香的女人魅力。

这个为了理想而勤恳、拼搏的女子,最终得到了上天的回馈,同时拥有了令人羡慕的美满家庭与值得骄傲的成功事业。可爱女儿“小水晶”的到来,让她的美丽更添了一层母爱的光辉。这个幸福的家不仅给她带来了更多的幸福感与归属感,也还原了她最真实的女人本色,让她感受到了更多为人妻与为人母的快乐。

居室写真

这是一栋具有典型西班牙风格的独栋别墅,建筑面积407平方米,共分三层:

地下室设置了客厅、SPA房,工人房与保姆卧室;

一层进门处左右分别安置了茶室与小客厅,靠里的大客厅与室外阳台相连,旁边的餐厅连接了厨房与观景台;二层作为完全的居住空间,大气的主卧配备了独立的书房与大面积主卫,另一侧的两间独立卧室可做儿童房与客房。

翁虹的女人本色不仅仅体现在恋家、顾家上,从她注重生活品质、享受居家乐趣等方面也充分展现出来,更明显的

还表现在她对丈夫的信赖与依靠上。她用行动告诉我们,成为一个拥有事业的幸福小女人是完全可以实现的。

把工作的地方变成家

翁虹是个非常恋家的人,在家庭与事业中,她把家庭摆在首位。但是工作使她必须四处奔波,于是她练就了把工作的地方变成家的本事。只要拍戏期间的个人居所,不论是酒店,还是牛棚样的木板房,她都会花心思布置一番,让临时的居所具有自己家的味道。她说:“家的感觉是推动我事业前进的动力,只要我把这种居家的理念与工作的心态调整好,就能开心地去工作,哪怕是在多恶劣的环境下。”

每个临时的家,她一定会配备这三样东西:音乐、相框与植物。“音乐给我提供了好愉快的气氛,亲人的照片让我感觉到他们的陪伴,而植物能净化空气,所以这三样东西分别带给了我朝气、活力与健康,使我拥有更加积极、饱满的工作状态。”女人都是离不开家的,翁虹也不例外,所以她选择像蜗牛一样,把自己的家随身背在壳里,走到哪,哪就是家。



把家变成一件设计作品

说起自己喜欢的居室风格,翁虹表示最爱的还是现代、简约的风格,一切舒适、温馨就好。而让她骄傲的是,她曾经住过的数套房子的装修全是她自己亲手设计的,最难忘的就是她设计的第一套房子。

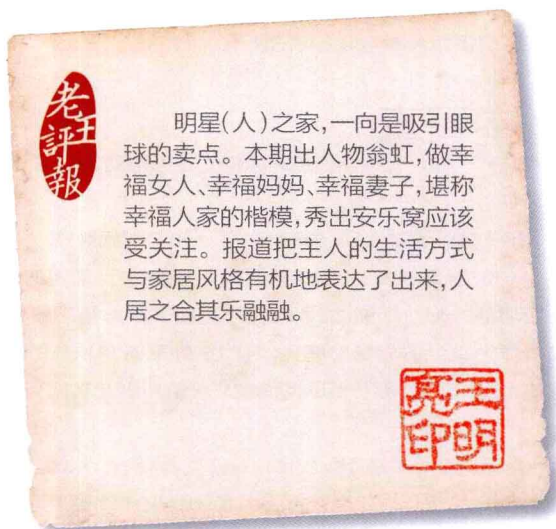
“第一套房子是一个全开放式的小户型,卧室与其他空间用了一层阶梯来区分。我没有买床架,而是直接把床垫放在地上,做了一个榻榻米式的卧室。另外,为了保障收纳空间,我定做了很多大柜子,用来储物。我还在卫生间的门上用玻璃镜面做了一层装饰,把卫生间巧妙地藏了起来,只有推开镜子才知道里面别有洞天。浴室的浴缸也被我拆掉了,在地面上铺满了鹅卵石,这样可以一边淋浴一边按摩脚底。厨房做成了开放式的,还搭配了一个小吧台。”以她积累的这些装修经验来看,估计去拿个室内设计的学位应该都没什么问题了吧。

翁虹独白: 家,开发了我的小女人潜质

最近虽然工作非常繁忙,但却让翁虹感觉十分地开心与充实,“因为现在做什么事,身边都有先生陪伴,会觉得很踏实,而且先生都会帮我所有的事情做分析,判断后选择,我可以轻松很多。自己一个人承担太久了,肩膀有

些疲劳过度,有些劳损了。”她爽朗地跟大家开着玩笑。因为有了老公的依赖,现在的她更喜欢以小女人的姿态站在媒体面前,享受被保护的感觉。

一看到女儿,翁虹总会作出可爱的表情来逗她笑,而当母女俩开心地玩闹在一团时,翁虹身上那股幸福小女人的气场又会传递开来,感染身边的所有人。她认真又谨慎地说,现在的幸福来之不易,她非常的感恩与珍惜,因而不论是家庭还是事业,她都会兢兢业业、加倍努力地去守护与保卫。



申雪 赵宏博

别墅是人生的一种犒赏

撰文 / 家居事业部 产经编辑部

中国的新精英阶层正在形成自己的生活方式和生活态度,这一点,围绕着别墅这种终极居住形态,可以清晰洞见。进入奥运冠军申雪、赵宏博的别墅家中,不难看出,中国式的别墅生活,并不仅仅只是财富和身份的表征,更多时候,它承载了一个阶层的梦想和价值观。

名人写真

冬奥运上,两个相互依偎的身影行云流水般划过,一曲《G小调柔板》奏罢,观众席爆发出经久不息的掌声,申雪、赵宏博,这对亲密爱人终于以臻于化境的表演,完成了最终的谢幕。

一路行来,有《蝴蝶夫人》《图兰朵》的抒情,也有《胡桃夹子》《宋氏王朝》的华丽磅礴,更有《沉思》这样的内敛深沉,申雪、赵宏博的人生,就是这般荡气回肠。当与赛场渐行渐远,回归生活,他们的另一段乐章才刚刚奏响。

居室写真

对于这对体坛金童玉女来说,尽管恋情是在2006年冬季奥运会上才正式为人所知,他们共同的置业却是从2000年就萌芽了。一次偶然在飞机上的杂志中,亦庄的某精装叠拼项目吸引了他们的注意,200多平方米100余万元,现在看来如此低价颇有些不可思议。不过,后来由于迟迟无法交房,宏博的直觉让他选择了退房。事后证明,此举非常有前瞻性,该项目在很长一段时期中仍处在烂尾阶段,但这次的置业未遂却让他们认识了亦庄这个当时的新兴区域,并且在2003年,将家安在了这里——一栋亦庄核心区的小联排,不算很大,却无比温馨。

随着成绩的不断出彩,经济实力也不断增强,对家的眷恋,让他们开始寻求更好的居住方式,直到最终购下北京郊区的某别墅。从最初的集体宿舍,到有天有地的花园别墅,他们的奋斗经历,或许也正昭示着别墅对中国精英阶层的终极意义。

名人访谈:

Q:跟我们说说你置业的历程吧。

赵宏博:我们运动员一直是住宿舍,每个人可能自己的空间只有3平方米。所以自己能买房,就对空间特别在意。我第一次买的房子是复式结构的,那时候房价才5000多一平方米,总价不到200万。后来因为房子不是很可心,换了一个联排别墅,有前后花园,一共三层,但是平时活动区域其实都都在一层。房子的空间很大,我的朋友很多,经常在花园烧烤。

随着经济实力增强,对环境、安全等等的要求也高了,尤其是很多别墅和板楼在一个社区,这种情况下,再好的物业服务,也很难保证别墅社区的纯正品质。

Q:身为公众人物和运动员,需要到处旅行、比赛,有很多社会活动,有必要买别墅吗?有那么多时间居住吗?

赵宏博:我在国外时间比较多,有很多国外的朋友,他们将工作和生活区分得特别清楚,即使要开车一个多小时,也要住在这种HOUSE里。城市太喧闹,空气也不好,太不适合居住;开车虽然麻烦一点,但一旦形成生活规律,其实也无所谓了。所以我宁愿选择住在郊区,尤其是现在交通都很便利,路上时间都能控制在一个小时以内,也不算很辛苦的一件事。

Q:您喜欢什么风格的装修?

赵宏博:我不喜欢中式风格,比如苏州园林这样很漂亮的,有很多水系,对我来说太复杂了;也不喜欢欧式古典风格的,太端着。我喜欢那种有粗犷的线条、大量运用不

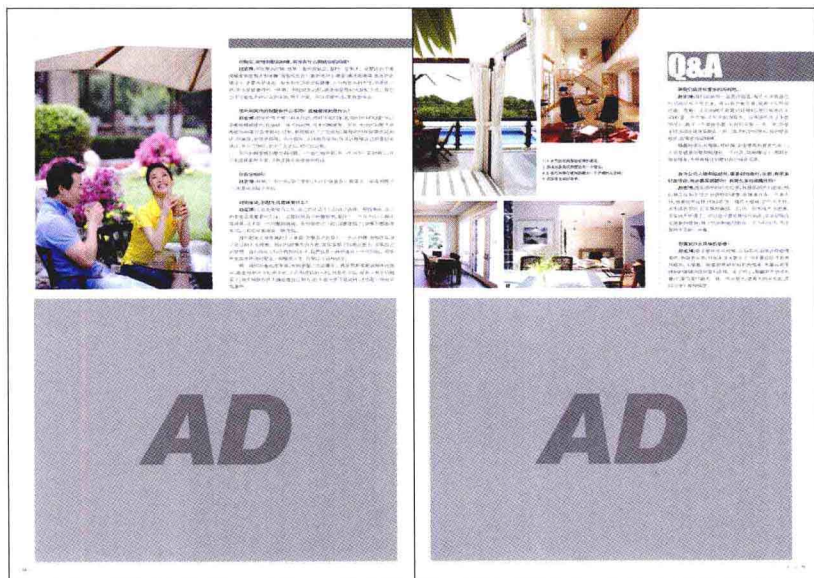


金石音

中雪 赵宏博
别墅是人生的一种犒赏

AD





锈钢和玻璃的现代简约风格。在空间上,我偏好开放式的餐厅,要与客厅融为一体。开间要大,要有大的采光面,类似 LOFT 那种感觉。

Q :在购买、装修别墅的时候,有没有什么困扰你的问题?

赵宏博:买别墅的时候,我第一看的是庭院,面积一定要大。别墅区别于楼房最重要是有天有地嘛,我喜欢在自己家的草坪上喝茶、晒太阳等等;有条件的情况下,还要有游泳池。有水的生活会比较健康,人也有亲水的天性,但是在北京,亲水是挺奢侈的一件事。平时训练之后,游泳也是很好的放松方式。我们也不可能去大的公众游泳池,很不方便。所以可能的话,要有游泳池。

Q :国外和国内的别墅有什么不同? 感触最深的是什么?

赵宏博:国外的房子很少有毛坯的,相对于咱们来说,他们的 HOUSE 可以说都是精装修的,比如说一体式的厨房、洗手间啊等等。另外,中国的别墅不会根据你的喜好改变格局、结构,都是做好了户型给你,装修的时候你要改动的话,很麻烦,有很多局限。而在国外,这块地是你的,你可以根据自己的喜好来设计,多少个房间,多少个卫生间,都可以定制。

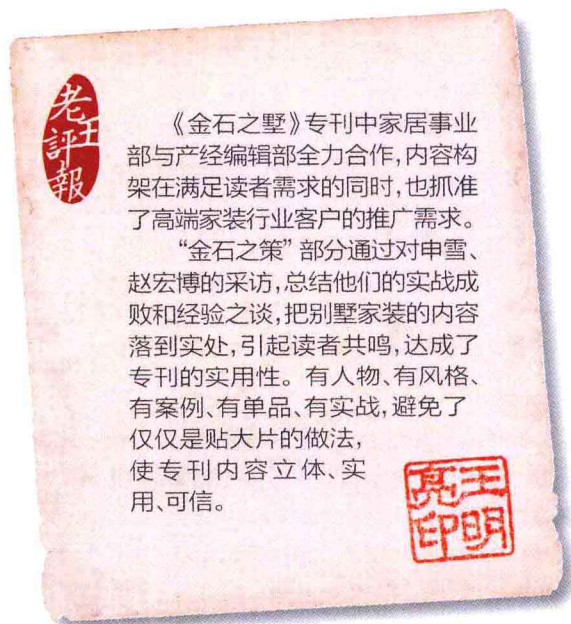
国内的精装修别墅也有问题,一个是价格昂贵,另一个也不一定对胃口,你只能选择要和不要,没有选择此或者彼的自由。

Q :对你来说,别墅生活意味着什么?

赵宏博:人首先要努力工作,自己的生活才可以自己选择。对我来说,自己的家是非常重要的空间,一定要按

照自己的喜好来,要住上一个月不出门,都不觉得累,这才是一个别墅的真谛。有时候忙完一段,说要度假了,如果别墅能非常舒心,其实在家就是一种度假。

我们都是出身普通的工人家庭,凭着自己的努力,一点点拼搏,到现在实现了自己的人生理想。我们的故事告诉大家,其实谁都可以通过努力,实现自己的梦想。我们现在可以住很好的房子,我想这是一种对奋斗人生的回报。很多开发商宣传说别墅是一种犒赏人生,我很认可这种说法。



《金石之墅》专刊中家居事业部与产经编辑部全力合作,内容构架在满足读者需求的同时,也抓住了高端家装行业客户的推广需求。

“金石之策”部分通过对申雪、赵宏博的采访,总结他们的实战成败和经验之谈,把别墅家装的内容落到实处,引起读者共鸣,达成了专刊的实用性。有人物、有风格、有案例、有单品、有实战,避免了仅仅是贴大片的做法,使专刊内容立体、实用、可信。