

海行

Haizhixing

新文化地产的实践探索

崔
裴

编著

新 文 化
地 产 ◆

张永岳/主编 ▲ 丛 书



海之行

新文化地产的实践探索

崔 裴 编著

江西人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

海之行/崔裴编著.—南昌:江西人民出版社,
2004.11

(新文化地产丛书/张永岳主编)

ISBN 7-210-03054-9

I.海... II.崔... III.房地产经济学

IV.F293.30

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 118269 号

海之行

崔裴 编著

江西人民出版社出版发行

江西新华印刷厂印刷 新华书店经销

2004 年 12 月第 1 版 2004 年 12 月第 1 次印刷

开本:787 毫米×960 毫米 1/20 印张:11.6

字数:190 千 印数:1-3000 册

ISBN 7-210-03054-9/F·477 定价:26.00 元

江西人民出版社 地址:南昌市三经路 47 号附 1 号

邮政编码:330006 传真:6898827 电话:6898893(发行部)

E-mail:jxp-ph@163.net web:jxp-ph.com

(赣人版图书凡属印刷、装订错误,请随时向承印厂调换)

陈伟恕教授

◆ 陈伟恕教授系上海学界和传媒公认的新文化地产理论的倡导者和先行的实践者。陈伟恕教授现任上海实业（集团）有限公司副董事长，兼任上海上实（集团）有限公司董事长、上海实业发展股份有限公司董事长、上海实业金融控股有限公司董事长，同时兼任复旦大学教授，上海市人民政府咨询专家、上海浦东发展银行董事、全国美国经济学会副会长、上海金融学会常任理事、上海对外文化交流协会常任理事，上海沪港经济协会常任理事、上海世界经济学会顾问。

◆ 陈伟恕教授曾先后任复旦大学经济研究中心秘书长、复旦大学世界经济系副系主任、国际金融系系主任、上海浦东发展银行副行长等职。1995年以后，还曾任上海实业集团执行董事、副总裁、常务副总裁，上海实业控股有限公司董事、总经理、行政总裁、副董事长。

◆ 陈伟恕教授积40年在银行管理、企业管理、经济与金融研究和大学教学方面的经验，参与领导和管理过十多个重大金融、经济和企业发展的经营项目和研究项目，发表过数十篇（本）论文和著作。



陈建勋

卢铿先生

◆ 卢铿先生被上海学界和传媒公认为是新文化地产理论的积极实践者。

◆ 卢铿先生现任上海实业发展股份有限公司董事、总裁。还兼任华新国际集团管理委员会主席和沈阳华新国际实业有限公司董事长等职。卢铿先生同时担任辽宁省政协常委、沈阳市政协常委、辽宁省及沈阳市工商联副会长暨总商会副会长、中国房地产协会理事、城市开发委副主任、中华全国工商联住宅产业商会副会长等社会职务。

◆ 卢铿先生系著名爱国思想家、教育家、实业家卢作孚先生的嫡孙。曾先后任武汉大通实业有限公司开发部经理、新加坡维信集团驻中国首席代表等职。自投身地产界以来，曾首倡“新住宅运动”，并两次获得“中国房地产十大风云人物”等殊荣。曾出版《博弈广厦》及《居而美则优》等文集。



卢铿

总 序

陈伟忠

这套丛书,看似在谈房地产,实际上更多的是讲城市文化和社会生活,甚至还触及人们对当前社会经济发展中一些深层次问题的思考。

过去20多年来,中国的经济取得了举世瞩目的持续高增长,世人在惊叹与佩服之余,也看到了高速发展带来的诸多严重问题,看到了初步成就背后的浮躁与肤浅。就房地产业来说,尽管大批城市的面貌有日新月异的变化,包括市民的居住条件也有了较大改善,其中开发商们的辛劳与贡献功不可没,但人们似乎更多地议论和记忆的是:暴富的新贵,官商的勾结,庸俗炫耀的广告,价高质次又不实用的建筑,被半强迫动迁的居民和遭遇销售承诺不予兑现的小区业主们的愤懑与怨恨……

面对如此窘况,我们到底要什么?我们到底还缺什么?人们不得不冷静下来,不得不更深沉地思考和反省。

“新文化地产”就是在这种反思之中,在房地产界日趋深化的实践探索之中,寻到的一面新的旗帜。它倡导用新文化的理念来开发房地产,并通过房地产的开发与经营,进一步弘扬新文化的时代精神。这绝不是某某个人或某某公司的发明专利和品牌权益,它反映的是千千万万真诚的、有责

任感的房地产投资人和开发商内心的呐喊和追求,它是时代的呼唤,是社会进步和人民大众利益的需求。

矗立在上海杨浦区的“海上海”社区,便是“新文化地产”的第一个目标意念十分强烈的“开山之作”。这原本是一块旧厂房的废址,周边地区仍遗有过去计划经济年代城市里工厂区和居民区混杂的痕迹。但是,上海的大规模改造,尤其是上海城市功能和产业结构的升级,在这里即将拉开新的一幕:一个科教兴市的战略宏图,一个优雅风貌的大学城,将在“知识杨浦”展现;知识经济的时代特征将会取代工业经济的时代特征。正是在这种大背景下,“海上海”项目找到了它作为一种“新文化地产”的塑造灵魂——创意。激发原创力,激励创意产业和创意生活,让社区成为洋溢着首创精神和创意文化的新颖鲜明的城市地标,便成了项目创作者们的共同心愿。他们决意要颠覆掉“杨浦下只角”在人们心里的印象,重塑起“文化上只角”的崭新形象。

当然,这种愿望能否如愿以偿,还有待实践的摸索,有待市场的考验和社会的评判。

可喜的是,人们已经满腔热忱地在为这个即将呱呱坠地的婴儿的接生与洗礼而忙碌张罗了。这里,有上海实业集团和上实发展股份有限公司全体干部员工坚定不移的支持和坚忍不拔的努力,有中央美术学院年轻教授的天才创作,有北京非常地产有限公司的杰出策划,有香港何显毅建筑师楼、上海中星志成建筑设计有限公司和意格环境设计有限公司的精湛设计,有江苏南通二建和苏中建设集团的精心施工……还要特别感谢的是东方房地产学院的教授们自始至终关注着、研究着新文化地产和“海上海”项目,他们在张永岳院长和金雨时先生的组织下写成了我们面前的这套丛书。

这是一套在实践推进和理论研究相交融的过程中形成的丛书,是一套将房地产、文化和社会结合起来诉述的丛书,是一套阐释和颂扬创新、探索和期待未来的丛书。

作为书中所叙事件的当事人之一,我衷心希望这套丛书连同“海上海”

项目能够“抛砖引玉”，引出更多、更新、更好的房地产开发和新都市营造中的璀璨丰碑，神州大地也一定会处处谱写出新文化地产的华美乐章。

2004年10月20日

第一章	在城市与人群中寻觅
	——居住文化与居住消费调查
	消费偏好与居住文化 /1
	海派居住文化与石库门情结 /5
	上海市民居住消费的基本价值观 /9
	上海市民居住消费倾向与偏好 /18
第二章	文化内涵冲击价值本源
	——房地产产品文化设计
	曹雪芹与住宅设计 /25
	市场细分与“双赢” /30
	住宅的“民性” /33
	另一种“方言” /35
	天人合一 /39
	上帝隐藏在细节之中 /44
	弟兄和睦同居 /47
第三章	面对“大盘”的理性抉择
	——房地产开发文化分析
	大型居住区与住宅开发“大盘” /52
	春蚕食桑式——开发模式之一 /55
	接力棒式——开发模式之二 /58
	联合舰队式——开发模式之三 /60
	政府的作用——英国和香港的经验 /63
	构建新文化地产的开发体系 /68
第四章	“体验”和“感觉”的倔强生长
	——房地产行销文化思考

	销售体验,而不是产品 /71
	楼如其名 /75
	沟通的秘诀 /78
	楼书,你的美丽我不懂! /81
	在咖啡馆里卖房子 /83
第五章	“原创歌手”你在哪里?
	——房地产创新文化研究
	原创、创新与新文化地产 /88
	揭开创新的面纱 /89
	房地产创新大舞台 /92
	创新从何入手? /97
	谁来当主角? /102
	怎样推动创新之轮? /105
第六章	“杏花楼”的启示
	——房地产品牌文化解读
	由“杏花楼”想到的 /111
	品牌、商标和企业竞争力 /112
	品牌价值与品牌战略 /115
	房地产业无品牌? /122
	解读“万科” /124
第七章	“一期一会”与CRM
	——房地产企业的客户关系文化
	一条短信卖一栋楼 /136
	“一期一会”与房地产CRM /138

	通则不痛 /142
	由“中凯事件”谈诚信 /145
	构建“诚信”的社会基础 /152
第八章	重提“整合营销”
	——房地产业整合文化之一
	一份“尘封”的研究报告 /157
	从全过程营销到整合营销 /158
	原则、机制和体系 /163
	整合之主体 /169
	整合之管理 /170
第九章	从合纵到连横
	——房地产整合文化之二
	合纵与连横 /173
	一个敏感的话题——包销 /175
	一种创新的业务模式——定制服务 /182
	一个必须关注的现象——联盟 /187
附录	新文化地产的执行
	住宅造人——如何执行新文化地产/沈浦阳 /193
	创新行为方式——新文化地产的执行点之一/沈浦阳 /203
	“新文化地产执行手册”课题纲要/沈浦阳 /205
	因为亚洲论坛,所以博鳌/沈浦阳 /211

后记

张永岳/216

第一章

在 城 市 与 人 群 中 寻 觅

——居住文化与居住消费调查

让我看看你的城市,我就能说出这个城市的居民在文化上追求的是什么。

——伊利尔·沙里宁

新文化地产完全是一种以人为本的地产,一种旨在满足人类的精神需要,体现人类更高一层的文化品位、文明程度的地产,一种更适合于人类提升自身内在价值的生命过程的地产。

——陈伟恕

在当今这个市场高度发展的时代,市场需求是企业家人日夜牵挂的

消费偏好与居住文化

问题。经济学告诉我们:需求量是买者愿意而且能够购买的物品量,它不仅受收入、价格等等有关支付能力的因素影响,而且受消费偏好、预期等有关购买意愿的因素影响。但是,经济学家们放弃了对消费偏好的解释,因为“消费偏好^①基于超越了经济学范围的历史与心理因素”。

影响住宅消费偏好的“历史与心理因素”是居住文化!

与“饮食文化”相比,“居住文化”是一个与人们日常生活更密切,对人的影响更深远的概念。但

与“酒文化”、“茶文化”等汗牛充栋的文化成果和文化活动相比,“居住文化”一词还显得相当陌生!抑或它被另一个名词“建筑文化”所替代了?

雨果说:“人民的思想就像宗教的一切法则一样,也有它们自己的纪念碑,人类没有任何一种重要的思想不被建筑艺术写在石头上。人类的全部思想,在这本大书和它的纪念碑上都有其光辉的一页。”

罗丹说:“我们整个法兰西就包含在(哥特式)大教堂里。”

是的,建筑的文化价值一再被肯定,一直被称为“凝固的音乐”、“石头的史书”。但是人类最早的建筑是什么?是住宅!世界上最大量的建筑是什么?是住宅!

《易》:“上古穴居而野处。”

《礼记》:“昔者先王未有宫室,冬则居营窟,夏则居增巢。”

《韩非》:“上古之世,人民少而禽兽多,人民不胜禽兽虫蛇。有圣人作,为构木为巢以避群害,而民悦之使王天下。号之曰有巢氏。”

《宅经》:“宅者人之本,人者以宅为家。居若安,即家代昌盛。”认为“夫宅者乃阴阳之枢纽,人伦之规模……人因宅而立,宅因人而存,人室相扶感通天地”。

以上这些文献记载反映了住宅建筑形式和内含于其中的文化思想逐渐发展的过程:住宅建筑物的构件最早都是自然需求的结果,而且几乎就是一种本能的反应,但人类居住行为不断发展,从最低层次的赖以生存的生理和安全的要求向更进一步的要求爱、美、情感等高的精神层次进步。因此,住宅建筑是人类最重要的文化现象之一。

住宅建筑如凝固的音乐一样表达了其所承载的居住文化内涵,但正如语言不能完全表达人们的思想一样,居住文化还包含了更多超越于物质形态的内容。

自1999年底以来,东方房地产学院先后组织了多个有关居住文化研究的课题组,通过反复研究,研究者们归纳了居住文化的内涵和构成:

居住文化是指一定社会群体在长期的居住实践中，由体现在人的思维方式、行为方式及其精神产品和物质产品上的文化特质所形成的相对稳定的有机组合系统，它反映的是某一社会群体在居住这一人类行为上的状况和面貌，这种与人类生活息息相关的社会现象，是该群体在社会长期发展中积淀下来的较为稳定的、为社会共享的，而非专属于个人的文化特征。

居住文化包含了物质和精神多方面的内容，其构成要素可划分为三大类别或三大层面：

1.物质要素，即物化层面，如住宅的建筑形式、内部装饰，住宅区的规划格局、景观与绿化等，建造住宅的材料、技术等，是居住文化的物质的、有形的、静态的外在表现。这是居住文化最表象的层面。

2.行为要素，即行为方式层面，包括与居住关联的行为以及对这些行为的规范，如习俗、规范、制度等，前者是居住文化动态的外在表现，后者则常常通过语言、文字表现出来。这是居住文化较深的层面。

3.心理要素，即居住文化的精神层面，包括价值观念、情感倾向、思维模式等，这是居住文化的思想内核，是最深的层面。

居住文化具有民族性和区域性。居住文化是某一文化环境中的群体心态，因此不同的居住文化昭示着不同的人群。不同的民族由于处于不同的地理环境，经历了迥异的历史演进过程，产生了不同于别的民族的文化特征、文化心理和思维方式，所以任何民族的居住文化都呈现出独特性和特殊性。傣家竹楼、白族的石头城、哈尼族的蘑菇房、羌族的碉楼、苗族的吊脚楼、黎族的船形屋等等，莫不如此。

民族性是与区域性相关联的。居住文化的区域性差异由两个因素造成：自然的和文化的。在这两个因素的共同影响下，形成了各具地方特色的区域性居住文化。

一方面，同一民族内部，不同地域的居住文化还存在着差异。如我国北方地区气候干燥酷热，山雄而壮，地平而阔，北方人比较质朴、粗犷。北方的

民居造型简单,空间实用,少加色彩,几乎没有什么装饰,建筑给人的感觉是沉稳、浓重和端庄。而江浙一带,气候温和湿润,山秀而奇,水曲而幽,当地人的性格文静、细腻,这一带的民居造型变化多样,空间利用奇巧,雕饰丰富绚丽,色彩淡雅、素净,当地建筑以清秀为基本风格,空间尺度小巧。

另一方面,如果自然环境和经济发展水平相似,区域相邻的不同民族,在居住文化上也会表现出不少相似的特征,例如中国与日本、韩国位置相近,毗邻接壤,又都受儒家文化的影响,从而形成了相近的居住理念、建筑风格。

居住文化具有时代性和稳定性。不同时代的文化特性也决定着居住的时代特色。随着时代的更迭,人的价值观念、情感倾向和思维模式都在演化、变异,它们与人们的生活习惯和社会形态是一个互动的过程,当某种习惯与形态稳定下来,就自然而然地作用于居住行为和建筑模式,使居住文化从思想内核到外在表现均呈现出鲜明的时代性。但是,作为居住文化相互区别的深层结构中的某些东西,在一定程度上是可以超越时代和时间限制而形成该民族和地区较为稳定的居住文化内核的,从而表现出稳定性。

居住文化具有继承性和创新性。任何民族居住文化的产生、发展和创新,都有其内在的继承性,都经历了对传统的居住文化的选择和取舍,离开了继承性就谈不上发展创新。有远见的民族都很重视自己民族性的居住文化传统,并积极继承其优秀的成分。继承使有特色的居住文化得以延续,这种延续是代序传承而不同于生物遗传禀性。继承也离不开创新,居住文化必须随着时代的发展而推陈出新,完全继承不讲创新就会使之走向没落,直至湮灭。

居住文化具有整体性和独特性。居住文化是由其社会成员所共同拥有的,不是个人独享的,我们可以说中华民族的居住文化如何,但是说某个人的居住文化如何则是不合适的。但是整体是一个非确定的概念,一个国家有国家的居住文化,一个村落也可以有一个村落的居住文化,整体总是相对于