

十年精选

新周刊
NEW WEEKLY
SINCE 1996

《新周刊》杂志社 编著

写给城市的情书

《新周刊》城市观

SPM

南方出版传媒
广东人民出版社

新周刊

NEW WEEKLY
《新周刊》杂志社/编著

写给城市的情书

《新周刊》城市观

SPM

南方出版传媒
广东人民出版社
· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

写给城市的情书：《新周刊》城市观 / 《新周刊》
杂志社编著. — 广州：广东人民出版社，2018.10
ISBN 978-7-218-12629-6

I. ①写… II. ①新… III. ①城市文化—中国—文集
IV. ①C912.81-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 175156 号

Xie Gei Chengshi De Qingshu: 《Xinzhoukan》Chengshiguan

写给城市的情书：《新周刊》城市观

《新周刊》杂志社 编著

版权所有 翻印必究

出 版 人：肖风华

责任编辑：严耀峰 马妮璐

责任技编：周 杰 易志华

装帧设计：刘志涛

出版发行：广东人民出版社

地 址：广州市大沙头四马路 10 号（邮政编码：510102）

电 话：(020) 83798714（总编室）

传 真：(020) 83780199

网 址：<http://www.gdpph.com>

印 刷：北京旭丰源印刷技术有限公司

开 本：880mm×1230mm 1/32

印 张：12.25 字 数：273 千

版 次：2018 年 10 月第 1 版 2018 年 10 月第 1 次印刷

定 价：45.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与出版社（020-83795749）联系调换。

售书热线：(020) 83795240

前言

《新周刊》显然是一本很特别的杂志,但它的特别之处到底在哪里呢?下面两个说法,有助于我们理解这个问题。

一个就是1998年5月的时候,创刊还不到两周年的《新周刊》给自己所做的一个定位——“中国最新锐的时事生活周刊”。虽然一直都有人觉得这个说法有点狂,虽然到了2014年,“中国最新锐的时事生活周刊”的提法变成了“中国最新锐的生活方式周刊”,但其中的关键词却保留了下来,那就是“新锐”。

说到“新锐”这个定位,《新周刊》创办人、执行总编封新城有一句比较权威的话可做诠释,他说:“新锐构成了《新周刊》杂志品牌基因的源代码。它准确地抓住了这个时代的社会心态,也准确地表达了以《新周刊》为代表的这样一些媒体所做的突破性举动与特性,所以马上就成了流行词汇。这个概念迅速地扩大开去,形成对一种新生的成长中的力量的通行表述,这是一种非常符合跳跃式发展的社会所渴望和提倡的力量。”

另一个与此相关的说法也是封新城提出来的。2001年《新周刊》创刊5周年之际,封新城觉得“新锐”这个说法更多的还是偏向于世

界观,还有必要在方法论的层面对这个“新锐”做一个可操作性的延伸。于是他提出了所谓四个“商”的经典概念:观点供应商、资讯整合商、视觉开发商和传媒运营商。这个说法刚出来的时候,业界不少人觉得难以理解,仿佛一个传媒人把自己定位为商人有点不靠谱。但封新城这四个“商”内含的诉求其实很清楚,就是“新锐”的《新周刊》不应该仅仅是一本传统意义上的做新闻的杂志,而应该像一个商人一样去打造和经营《新周刊》这个品牌,用合乎传播规律和市场规律的创新方法,去创造价值——新锐的价值观。

时至今日,当年《新周刊》在资讯整合以及视觉开发上所开创的一系列新方法和新路数——如它乐此不疲地造出的五花八门的各色榜项,如年终大盘点中的感性而性感的十大条目,如篇幅巨大且细节丰富的图片报道等,在传媒界已经成了常规套路,而其在传媒运营方面的诸多尝试,也融入到互联网时代媒体融合的创新浪潮之中。但是,唯有观点供应商这一定位,始终是《新周刊》独树一帜的标签,也是《新周刊》这一期刊品牌20年来所形成的核心竞争力之所在。

那么,什么是观点供应商呢?一言以蔽之,就是贩卖观点而不是传播资讯,就是某种基于新锐理念而形成的观察世界的角度,就是某种包含着既无畏向前又批判调侃精神气质的社会洞见,就是某种概念加趋势观察所形成的价值观念的表达。这些观点未必一概准确、一概正确,也未必都很权威,但它一定是新锐的,是真诚的,是发自内心的,是带着置身于社会浪潮中的我们每个人的思考、困惑、不满、愤怒和感动的情绪的,是透着这个时代体温的——《新周刊》后来的那句著名的广告语“一本杂志和一个时代的体温”就是从这里来的。

秉承着这样的理念,走过20年的《新周刊》,为读者提供了473

期有温度、有态度和有一定深度的杂志，100多本图书，40多场各类颁奖活动，更为我们这个纷繁多变的时代提供了一系列可以作为社会学样本留存的话题、观点和概念。从早期的“她世纪”“第四城”“飘一代”“弱智的中国电视”“回到常识”“向知识分子致敬”等，到后来的“有一种毒药叫成功”“民国范儿”“急之国”“悲观是我们共同的信仰”“我的故乡在八十年代”“台湾最美的风景是人”等，这些《新周刊》所制造的话题，提出的原创概念和观点，涉及这20年来中国社会之城市、财经、文化、艺术及生活方式等诸多方面，某种意义上都早已成了当代中国社会变迁的缩影，它们是我们几代人集体记忆的重要标签，铭刻着时代前行的印记。

对此，著名策划专家王志纲曾评价道：“自20世纪90年代中期开始，《新周刊》捉住了中国媒体的一个空白点，以比较另类的方式捉住了时代文化的脉搏和刺激点，并用让人意想不到的方式来表达自己的观点，这是它能成功的原因。”

《新周刊》执行总编 周可

目录

前言 I

城市魅力排行榜

《新周刊》：发现城市之美	003
城市魅力排行榜	007
城市异化排行榜	043
15 年中国城市折腾史	044
封面是北京，封底是上海	072
30 年中国城市变迁史	073
有趣的人在哪里，哪里就会兴旺发达	076
上海人为什么迷恋 30 年代？	082
外滩和它倡导的生活	083
广东方式	084
第四城	086
热爱成都的 22 个理由	091
云南：一个体验经济的中国版本	094
在云南应体验的 20 件事	096
大理：让人变小	099
西南双城记：身在丽江，心在大理	100
学习大理好榜样	102
第 N 城：重庆和它的可能性	106
台湾：最美的风景是人	108
爱恨台湾的 101 个理由	109
蔡康永：台北是可以随心所欲行走的城市	129
在台湾找中国味儿	131
内心城市榜	139
陈冠中：好城市允许“怪人”存在	140
张蓝：放弃城市比登天还难	144

“榜爷”发榜	152
中国城市代言榜	152
宜游城市榜	157
街头活力榜	160
城市玩乐榜	163
城市睡眠榜	167
最懒 / 忙城市排行榜	169

城市败笔

中国城市十大败笔	173
专家痛说城市败笔	185
城市杀手排行榜	208
绝版中国	210
上海不是榜样	216
很南北，却不是东西	217
拿什么建设 660 个文化强市？	222
“大裤衩”与“小蛮腰”	226
人民为什么幽地标的默？	227
建筑试验场的北京想象力	232
还有多少广州味儿？	237
时尚是上海的地标	241
为什么香港会叫香港？	246
台北地标的私人史	254
吐槽北京	262

八卦城市

Uber 攻城记	270
怎样才能在中国跑得更快？	276
爱恨高架桥	280
如何辨别一个人的“城籍”？	286
外省青年为何没有归属感？	292
跨省上班族：去北京上班，回河北睡觉	296
比特流爆棚城市	304
备胎城市	309

B 牌城市	316
不会玩地下空间的不是好城市	321
对儿童最不友好的中国城市设计	327
伤心城市地名	333
你的城市有海绵体吗?	338

写给城市的情书

像墨尔本那样，给你生活的城市写一封情书吧!	344
爱上香港的奇怪理由	350
我的前任城市是极品	356
自行车定义我和城市	360
全世界爱跑步，中国人爱遛弯	366
比旅行本身更有趣的城市指南	370
不完美的城市才性感	374

城市魅力排行榜



《新周刊》：发现城市之美

文 封新城

《新周刊》初创刊还是四开大版的时候，已有城市报道栏目，但是不像后来那样是一个主要的卖点。改版后，我们第一次在城市专题上的尝试就是做了《上海人为什么迷恋30年代？》，不过真正确立城市报道的方向还是靠1998年的《城市魅力排行榜》。这个排行榜影响非常大，直到现在还被人经常引用。当时广州被定义为“最说不清的城市”，不知道谁把这期杂志送给了广州市市长林树森，那时正是广州“小变”之前，对市长的震动很大，表示一定要把广州说清楚，不知道这是否也是令他痛下决心要通过“小变”“中变”“大变”来彻底改变广州形象的原因之一。广州“中变”以后，我们专门为广州做了一期专题《就这样爱上广州》，算是对我们生活的这座城市有一个好的交代吧。总的来说，排行榜正面的反馈比较大，包括政府部门大部分很赞同，当时只有南京市政府对我们把南京命名为“最伤感的城市”有些看法，他们还向我们提供了很多证据来证明南京不是最伤感的城市。

《城市魅力排行榜》为我们观察城市以及让城市自己看自己开启了一个角度，一个发现城市个性之美的角度。从历史的角度看，社会经济的发展过程也就是城市化的过程，城市化是目前中国进行的最为轰

轰烈烈的运动。排行榜实际上开启了《新周刊》的一个历史,那就是从人文的角度关注在这场城市化运动中城市与我们的关系。

如果说《城市魅力排行榜》还是书斋内浪漫主义的关注的话,那么《城市败笔》就有着更为现实主义的意义,它在关注城市发展的时候也关注城市在发展中做错了什么。对现实生活的观察和对专家意见的倾听使得这个专题受到了广泛的注意,它的批判性与战斗性使得这个专题成为城市专题中的经典。

然后就是《第四城》。这个创造性的专题带着强烈的戏剧效果,使得成都拥有了京沪穗三大城市外的“第四城”的别称。争议非常大,主要是成渝之争,因为重庆人认为它比成都更有资格被称为“第四城”。当时我们的论坛上简直就炸了锅,后来干脆就把这一块内容从网上拿了下来。“第四城”这个词的戏剧效果实际上远比它正确与否重要,当然,不同历史背景的城市对此的反应不同,我们能够理解。

至此,三大专题已经使我们奠定了在城市报道上的地位,同时也带来了更多城市与我们进行更深层次合作的机遇。比如昆明和丽江就希望我们能够对它们的发展有所推动,以实现资源最大化利用,这是我们既自然又意外的收获。越来越多的城市能够关注到自身的形象问题令我们非常高兴,但是,我依然认为,中国人目前还是太不懂城市的人群。我想,越往前走,能看到的好东西就会越多。

城市的魅力包含多方面因素,首先是这里的人,其次是这里的文化特征、地理特征,城市的新方向,城市的卖点(也即特点)。这些综合起来构成了一个城市在居住者或游客心中的特殊的情感反应。

西方人已经发展到把没有特点的城市创造性地变成很有特点的城市。比如瑞士,原本是非常缺乏特点的地方,但是他们慢慢为自己

加入新的理念,引进各种国际论坛、国际型组织,结果就成了自己的特色。这对于城市管理者的眼光和运作能力的要求更高。中国大部分城市需要的是先看清自己,发现自己的特色、卖点,知道什么是自己最好的最具自信的地方,这就已经很不错了。

有些弯路是必定要走的。城市化与后城市化并存的一大好处是,或许可以让我们避免一些弯路,但是也只是或许而已,有些弯路,明知道是弯路,也还是躲不开,一定要走下去。这就是悲哀了。

尽管我们把广州命名为“最说不清的城市”,我还是最喜欢生活在这里。广州的魅力是你可以随时在这里消失掉,你可以把你的工作和生活完全分开。当然,最理想的生活是白天在广州工作,晚上到云南的丽江生活。但是,那实在太奢侈了。

中国十大城市评论家之《新周刊》

《新周刊》是应中国城市热潮兴起之始而生的。

《新周刊》报道过的中国城市不下两三百个,几乎所有有独到见解的城市评论家,包括杨东平、余秋雨、易中天、王鲁湘、王志纲、龙应台、陈逸飞、阮仪三,都在《新周刊》上发表过文章、接受过采访、展示过城市观点。而国内自发的、民间的城市研究者,不同城市的城市Fans和城市论坛,都被《新周刊》网罗报道,以令《新周刊》成为更宽广、更多元的城市话语平台。

“发现城市之美”只是《新周刊》的一面,它还是中国城市最热情的拥趸、最贴身的监测者、最有创见的品牌营造者和最严厉的批评者。《新周刊》是中国城市评论家中最有影响力的“传媒派”。

(文/何树青)



插图/小万

城市魅力排行榜

一座城市就像一个人,虽然不可能十全十美,但有着自己特殊文化品格和精神气质的城市肯定是最让人喜欢的城市,也是最让人难忘的城市。

城市的个性是一种历史的产物和文化的凝结,一旦形成便永难更改,岁月的变迁只会磨损她的容颜而不会销蚀她的魅力。人们常常通过一条小小的街道和别致的建筑物就能识别一座城市的性格特征,但只有当人与城市处于一种水乳交融的状态的时候,城市的个性魅力才会真正放射出光彩。

中国城市的个性是中国人文化气质和心理特征的最为鲜明直接的表现形式,用感性的眼光打量中国的城市、从文化的视角来感悟中国的城市,就如同走进了中国人多姿多彩的精神世界,意味深长而又妙趣横生。

尽管这里评点的城市还只是中国666座城市中极少的一部分,尽管这极少的一部分之外还有许多个性鲜明的城市,但这17座城市肯定是中国城市中最具性格魅力的城市,她们真的值得我们细细品味。

最大气的城市：北京

外地人到北京，往往第一个印象就是出租车司机真能侃，而且越是那些辛辛苦苦拉着客人跑上10公里才能挣上10元钱的面的司机越能侃。

因为城市大，你并不会特别觉得哪座建筑哪个立交桥大，但是如果坐出租车，一个立交桥绕下来肯定跳表，北京的立交桥似乎只有上海深圳能媲美。走在街上，碰见一个个子高挑、单眼皮、杏仁眼的姑娘，一问，祖上是正红旗的——这种机会是越来越少了。那些说着流利北京话的年轻人往往不过是父母迁居北京的新移民的后代，甚至是考上北京的大学留在北京工作的外地人。

早在20世纪80年代末经济性的大规模移民潮之前，北京早有了政治性的移民，这就造成了北京人的成分特别复杂。谁敢说自己是爱新觉罗的后代呢？只好“英雄不问出处”。

基本上，会说北京话就能被认同是北京人。北京话特有的腔调节奏让北京女孩子说起来也显得特别落落大方。所以有人说在北京出头难，因为人才太多了，个个都是精英。所谓“居长安大不易”。

一说起北京人，人们立刻想到提笼架鸟、不事生产的八旗子弟形象。这些住着四合院、喝着大碗茶、一包饺子必定给邻居送上一碗的老北京人还有，但已经偏居南城一隅，那些在消费力、环境清洁上都较差的地方，不再能代表社会主流。关于清真寺、爆肚儿满和瑞蚨祥绸缎庄的故事越来越成为外地人猎奇的兴趣所在。

从前的三教九流各路人马，汉满蒙回藏、儒道释景回似乎已经成为传说，而从新一代北京人身上依然能看出某种传承。