



走向新住宅

—— 明天我们住在哪里？

单小海 贺承军 主编
王永飏 黄芳 编
李蕾 许玮青

中国建筑工业出版社

走向新住宅

——明天我们住在哪里？

单小海	贺承军	主编
王永飏	黄芳	编
季蕾	许玮青	



A0962842

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

走向新住宅：明天我们住在哪里？/单小海，贺承军主编．

北京：中国建筑工业出版社，2001

ISBN 7-112-04855-9

I. 走... II. ①单...②贺... III. 房地产业-研究-中国-文集 IV. F299.233-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 069788 号

责任编辑：李东

走向新住宅

——明天我们住在哪里？

单小海 贺承军 主编

王永飏 黄芳 编

季蕾 许玮青

中国建筑工业出版社 出版、发行 (北京西郊百万庄)

新华书店经销

北京市铁成印刷厂印刷

开本：787×1092 毫米 1/16 印张：17¼ 字数：308 千字

2001 年 11 月第一版 2002 年 3 月第二次印刷

印数：3,001—4,500 册 定价：35.00 元

ISBN 7-112-04855-9

TU·4332 (10334)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题，可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本社网址：http://www.china-abp.com.cn

网上书店：http://www.china-building.com.cn

目

录

“新住宅运动”上海宣言	单小海	1
-------------	-----	---

居住改变中国

住得像个人样	肖 锋	7
中国住宅十批判书	何树青	12
房地产界“流俗”种种	贺承军	17
住房或者住人	高 昱	21
要好房子更要好生活 ——33个流行语，22年居住史	朱 坤	26

走近新住宅

中国呼唤“新住宅运动”	卢 铿	37
走近“新住宅运动”	贺承军	40
面向新经济，关注普通人	王 石	49

建筑的困惑

走向新住宅	崔 恺	61
城市的忧伤	贺承军	63
“新住宅运动”与建筑文化创新	吴焕加	67
吴焕加的八字真言	曾帼英	70
低能耗，并非遥远的风景	曾帼英	72
作为建筑师，我们的责任	罗小未	75

人,诗意地栖居……	单小海	79
长官意志:建筑师的厄运和幸运	贺承军	84
零度建筑	贺承军	87
许安之和他的“后小康住宅”	单小海	王永飏 90
刘太格:安得广厦千万	单小海	94
现实的建筑	单小海	99
崔恺:市场推动着的建筑师和他的住宅	《三联生活周刊》友情供稿	103
张永和:住宅的漫游之城	《三联生活周刊》友情供稿	107
新住宅运动:中国建筑新的地平	张永和 方振宁	113

住与思

信誉机制与政府管制	张维迎	123
居住的“零度意识”	张志扬	126
重建新的公共性	李少君	130
新住宅运动:城市十字路口的烛光	杨东平	133
里弄和公寓里的新邻里	舒可文	138
“新住宅”与发展商的双重角色	李 陀	143
“新住宅运动”与网络何干?	单小海	146
我们曾经忽视了什么?	叶廷芳	148
我们没有改变什么	尹昌龙	151
新住宅运动,我们共同的主张	王永飏	155
新住宅运动:多维视野中的演进方向	贺承军	159

倾听市场的声音

从微观层面看现在地价的高低	王 石	169
家园:梦想与现实之间	林少洲	172
盖茨一思考,“大康”就发笑	潘石屹	178
北京房地产市场:一条没有航标的河流	王 远	181
四城记	茅 巍	185
新经济与城市化及再城市化	郭 钧	190
聆听来自市场的声音	单小海	195

直击新住宅论坛

“全中国开发商联合起来!”	陈大阳	205
解读新住宅运动	阚天泽	209
“新住宅论坛”不是鸿门宴	赵 红 谢红玲	213
假如我是开发商	陈祖芬	217

批评与反思

“新住宅运动”断想	左 令	225
新住宅运动	吴晓东 高昱 王琤	229
谁的“新住宅运动”?	钟健夫	238
“新住宅运动”一场什么运动?	陈劲松	243
论立意于一场文化创新的“新住宅运动”	贺承军	246
——兼答陈劲松先生		
谁的住宅,新在何处?	单正平	249
对“新住宅运动”的隔山之见	赵 晓	255

后记:重说新住宅运动

附录一:新住宅运动大事记	260
--------------	-----

附录二:中城房网名录	261
------------	-----

“新住宅运动”上海宣言

新住宅运动将实现一个伟大而平凡梦想：美丽而有浓郁文化氛围的城市，广大市民能享用的舒适的社区、网络化的居住，以及自由和尊严的生活。

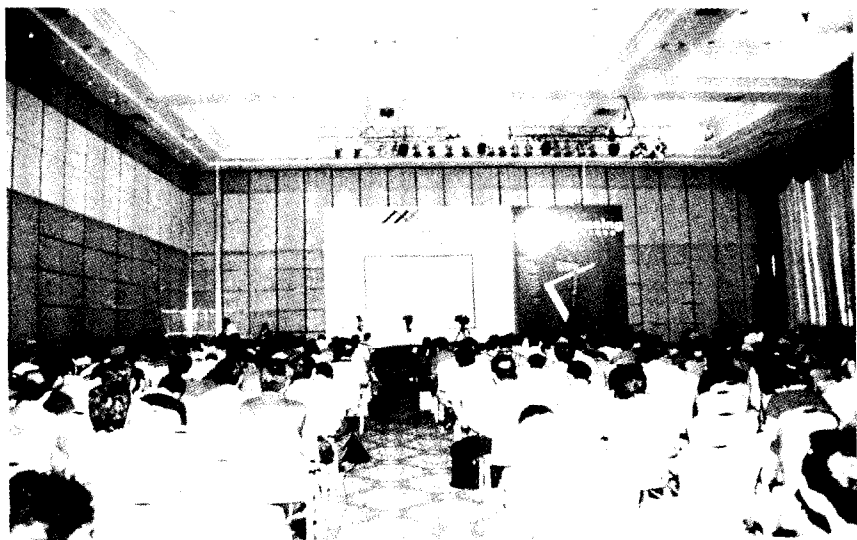
□ 单小海执笔 大会通过

“新住宅运动”是由中国城市房地产开发商协作网络（中城房网）和一批建筑师、社会学家、经济学家和 IT 界人士共同发起的一次住宅观念和实践的创造性运动。

住宅是人类生存和发展的重要载体。进入 21 世纪，中国人的意志、情感日益从波澜起伏的社会政治变革，转向了日常生活领域，转向了重构居住文明的努力。随着工业化和城市化的迅速推进，生态与环境日益成为我们这个传统的农业国迈上困难重重的现代化进程的重要主题。而网络和新经济则让我们无可避免地面临构筑新的生活方式的全新视野。

我们深感于中国住宅市场的巨大矛盾：一方面是世界上最大的市场需求，是老百姓对康居的渴求。而另一方面，中国的住宅产业却缺乏活力、欠奉精品，甚至无法满足人们当下的基本居住需求，更谈不上前瞻性的创造！

中国的住宅建设已经走到了新的十字路口！



新住宅上海论坛

“中城房网”是一个由万科、华远、中国海外等中国大陆比较具备市场影响的房地产企业发起的开放性的实体网络，目标是建设一个市场化的平台，通过开展共同培训、联合采购、集体融资和联合开发等深层次的合作，引导并规范中国的房地产市场。

作为中国百万人口以上城市的主流发展商、建筑设计师和知识界人士，我们希望能够为推进中国住宅产业的创新尽绵薄之力。这种创新，既包括居住理论的革新，也包括住宅观念的刷新，更包括住宅建设的创新。

“新住宅运动”是一场住宅开发实践的创新活动

今天，在中国的许多城市，越来越多的新建住宅区在开发商和建筑师的共同努力下，正在有力地推动住宅实践的不断创新。

在此基础上，“新住宅论坛”主张住宅开发要关注普通人，面向普通人，更多地考虑为普通的人群设计和建造住宅，以满足中国城市化进程中的广大人群对居住的需求，而不仅仅是面向某些特殊的社会阶层。

“新住宅运动”呼吁业者深入研究住宅市场，拒绝急功近利的商业炒作。消费者是住宅开发的最终受众，因而也是“新住宅运动”的最终评判者。“新住宅运动”呼吁所有的从业者认真研究市场和消费者的心理、行为，以满足消费者不断增长不断变化的居住需求。

“新住宅运动”是一场住宅技术和材料的创新活动

正如建设部住宅产业化的号召所指出的，创新的住宅需要新型的住

宅材料和技术,中国的住宅业必须告别前工业化时期的作坊式生产。

上个世纪之交的欧洲工业化进程,催生了著名的“包豪斯运动”。一个世纪之后的中国,同样处在工业化迅猛发展的阶段,建筑新材料、新技术的不断发明和广泛应用,为“新住宅”的建设提供了物质和技术支持。

与此同时,网络科技的突飞猛进又为“新住宅”的实现带来了新的契机。

“新住宅运动”响应建设部积极推进住宅产业化的号召,扎扎实实地促进建筑材料、设备及建造技术的发展和进步。

“新住宅运动”是一场居住观念和居住文化的创新活动

今天,已经有越来越多的人认识到,好的住宅不仅仅是一套漂亮的房子,而且应该提供和引导一种新的生活方式。在这一共识的前提下,社会学界、经济学界和文化研究者们都在为推动居住观念和文化的创新而努力。

“新住宅运动”呼吁在住宅开发中更重视人的价值,使我们建造的新住宅更符合人的基本尺度,更好地满足现代人个性化的需求。

“新住宅运动”提倡合理利用宝贵资源,呼吁建筑师、开发商和所有的人都来关注城市环境和自然生态,使人的安居与自然和睦共处。

“新住宅运动”主张住宅开发要尊重并努力延续地方文脉,使今天的新住宅也有机的融入城市的传统之中。

“新住宅运动”是一场重建行业新秩序的创新活动

“新住宅运动”呼吁开发商和消费者尊重建筑师的设计成果,并通过市场价格体现建筑师的劳动价值,切实保护和激发建筑师的创造欲。

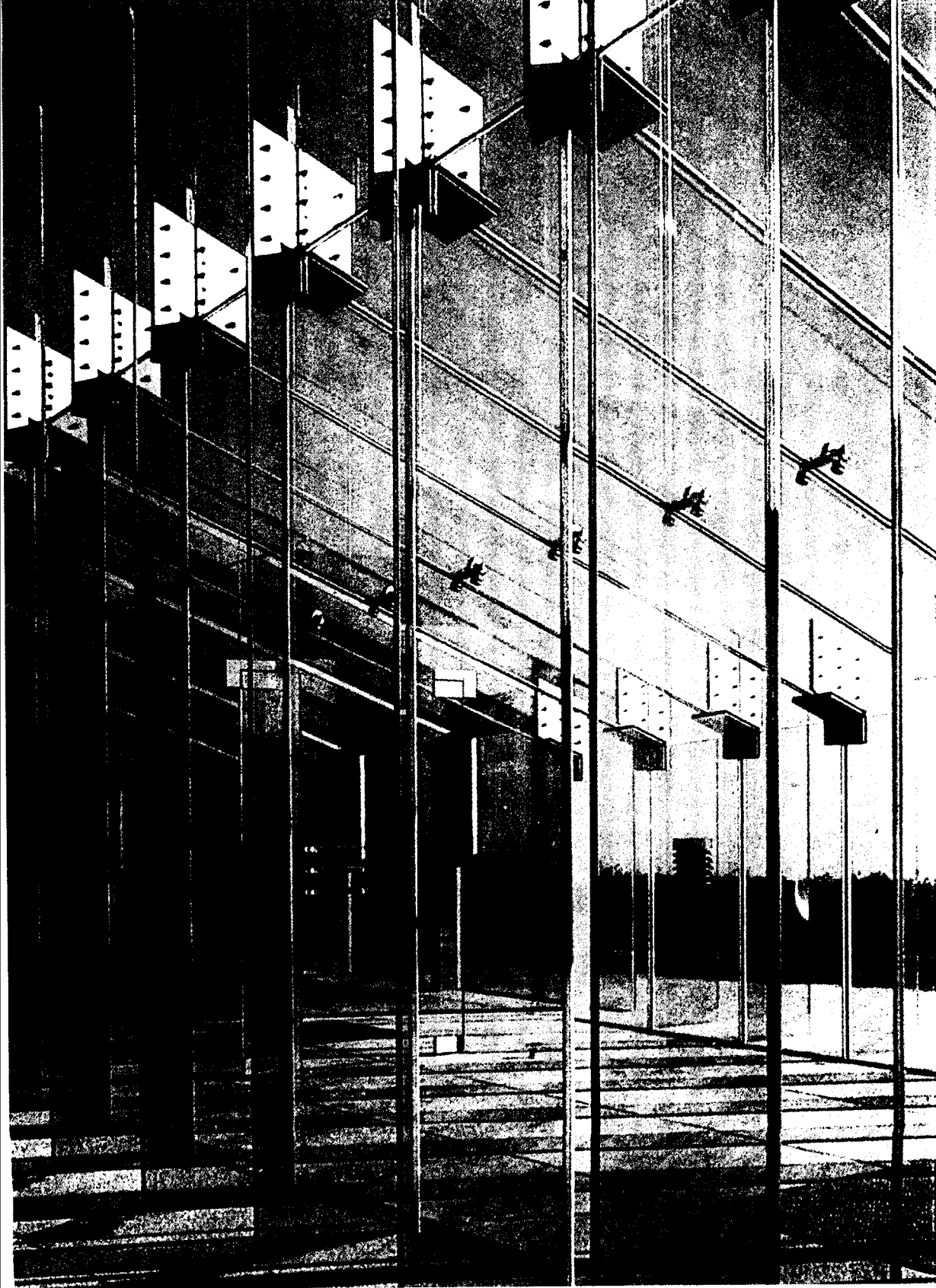
“新住宅运动”呼吁业者尤其是开发商,尊重承建商的意见和利益,为“新住宅”的实现创造更和谐的合作关系。

总之,“新住宅运动”致力于通过市场化的运作,反对住宅行业在低水平上的不正当竞争,重建行业价值规范和行业信誉,创建一个有序、高效、多元的行业新秩序。

住宅是社会生活的载体,影响面非常广泛,“住”,与每一个个体息息相关。因此,“新住宅运动”呼吁每一个相关行业和每一个个人的关注和参与,使之成为一个开放的、可持续发展的产业创新和文化创新运动。

新住宅运动将实现一个伟大而平凡梦想:美丽而有浓郁文化氛围的城市,广大市民能享用的舒适的社区、网络化的居住,以及自由和尊严的生活。

(单小海:中城房网执行秘书 2000~2001)





居住改变中国

人这只可怜的“裸猿”在现代和原始之间痛苦地徘徊，他被不情愿地拖进喧嚣的都市中，被犬牙交错的水泥迷宫弄得晕头转向。要么进城，要么归真返朴。最后，他选择弃城。将城市的废都留给老鼠和蟑螂。

- 住得像个人样
- 中国住宅十批判书
- 房地产界“流俗”种种
- 住房或者住人
- 要好房子更要好生活

——33个流行语,22年居住史

住得像个人样

人这只可怜的“裸猿”在现代和原始之间痛苦地徘徊，他被不情愿地拖进喧嚣的都市中，被犬牙交错的水泥迷宫弄得晕头转向。

□ 肖 锋

当我们的住宅以每年 15 亿 m^2 的量增长，中国住房市场的年销售额已达数万亿元的时候，房子已不再是我们生活中的稀缺商品。

但是，有了好房子，就一定有好生活吗？

在欧陆风情、现代化与传统民居的三岔口，国人很有些无所适从，住得晕头转向。并非单纯的经济因素限制了我们的选择，更多时候是我们的选择出了问题。模仿、抄袭、复制本不适合我们个性需求的居住方式，结果住得没有文化、没有尊严甚至没有安全感。中国人的财富与日俱增，“人人有其居”不再是梦想，此时很有必要反躬自问：我们住得像个人样吗？

当德国汉堡市长对朱镕基说“这里没有上海那么多高楼大厦”时，我们总理的心里并未感到荣耀。作为全欧洲第一大工业城，汉堡的环保是一流的。在宽阔的视野中你见不到高楼和烟囱，全城更多的是绿地和湖泊。当然，我们有理由说，那些污染工业都淘汰到我们发展中国家来了。但必须承认，同样的地理条件、同样的人口密度，我们现

在造出的人居环境真不敢让祖先和外人恭维。

有家没园的中国人

中国人多地少，表现在人均住房面积上，尽管从二十年前的 3 m^2 多增加到现在的 9 m^2 多，但还是只相当于俄罗斯人的一半，美国人的 $1/5$ 。如果有人现在我们的人居环境还不如明代，你肯定不信。信不信本文无法给出确切的数据，但你不妨参考一下过去发行的 2 分、8 分钱邮票，上面的民居（大多是明清式）肯定比你家的外观耐看。你现在的家只是巨无霸石屎森林上的一个小点儿，一个大批量、标准化的粗制滥造的 COPY 制品。

今年一月，知名人士侯仁之、吴良镛、梁从诫、舒乙上书北京市政府，力陈保护某幢明清四合院的重要性。尽管把祖宗八代的道理说尽，也还是躲不了旧城改造的大规模清洗。一个城市的城市个性、人文价值、历史传统就这样一点点让位于“经济建设”（地方政府报告常用关键词）。

常言道“家园、家园”，可我们有家没园，只有几百万人共享一个园——城市里小得可怜的街心公园。逝去了，家园的感觉。

家的图腾

家，按《说文解字》是一间房子加一只猪，这是远古农业社会的理想。近代农业社会的理想是“三十亩地一头牛，老婆孩子热炕头”。20 世纪 30 年代海派人士的理想是“娶日本老婆，用中国管家，住西洋房”。现代新富一族的理想则是名车加豪宅。对我们普通人来讲，闹市旺宅是新的理想目标。

假如你有一处闹市宅，进门脱鞋，偌大个家恨不得一天打扫三回，也无法清除无孔不入的汽车尾气和灰尘。出门就塞车，令住在中心区的优越感大打折扣。谁把我们的家居变成这样？搞规划和搞房地产的。他们把闹市旺宅塑造成现代家居的图腾，让人趋之若鹜。可从远处望去，闹市旺宅们像一堆石屎，一堆花大钱造出来的石屎。

于是以深圳万科为首的房地产商提出“住宅郊区化”的口号。去郊区吧，那里有青山绿水，那里有鸟语花香。郊区住宅正成为新兴中产阶级对家的新图腾。

人——能制造建筑垃圾的动物

现在人一有钱就无法抑制制造垃圾的冲动。有钱，有钱就装修，原装修一概砸掉。原装修如果按每平方米 100 元算，全国每年被砸掉的钱估计在上百亿之多。通通变成垃圾，高兴的只有建材商。那些

“高尚住宅”送的“豪华装修”也照砸不误。抡大锤帮城里人砸装修的农民工开砸时心里肯定有一种说不出的快感。市场价是，砸一套屋收三五百块，还图个痛快。

内装修全部欧洲进料，广州的一处豪宅广告号称“创装修每平米吉尼斯纪录”，铺的不是地砖，可能是美元。即使这样也还是垃圾。因为你享受不到它，只有它享受你。地不是地，墙不是墙。地上一根头发都要马上捡起，墙上有一只蚊子也不敢打（怕弄脏）。

一位老派人士叹道，现代人越来越不会生活了。装修越豪华离我们的本性越远，越接不上大自然的地气，所以断了地气的都市人经常得怪病。

只有画家黄永玉这样有钱的老头才会在城郊置几亩地，盖一座叫什么“万荷塘”的全木结构建筑，除木头和砖瓦，什么装修也没有。

房地产商是迄今为止最大的造梦者

社会学家称，每个社会都有一个基本梦想，这种被他们称为“社会事实”的东西独立于个人愿望，它强迫每个人扮演着自己的角色。如果你不推崇这个基本梦想，你就是傻子，遭社会排斥。这个社会基本梦想可以是成功梦、发财梦、榜上有名梦、娶得美人归梦……精明的房地产商都深谙造梦之道。

由房地产广告传达的这些梦都具有强烈的暗示性和强迫性。如果你不买“××名人居”你就不配做名人；如果你不买“××数码大厦”你不是IT人士；如果你不买“××学府花园”你不重视孩子的教育；如果你不买……你就去死吧。

还有伪欧陆梦、伪宫殿梦，不是有一种牌子开关的广告宣称“如果要我再重新装修中国故宫和法国的卢浮宫，我一定用××牌开关”吗？眼下全国各地都有比华利山庄、蒙地卡罗山庄、罗马花园。

一栋鼓吹“e生活”的住宅，等一打听才知道只不过在购买某牌子电脑时可以打折。在某数码城的招商书中，对所谓“高科技含量物业”的数字生活作了如下描述：每天早上起床，“招呼”一声，电视、空调就听命开启；在家中敲敲键盘，想买什么就买什么，出门在外通过便携式电脑便可通过家中的微型摄像机观察家中情况；回到家里，在指纹识别系统上按拇指，家门就自动开启……中国已经这样发达了吗？怪不得WTO谈判时人家西方不再把我们当发展中国家了。

事实证明，许多用“梦想”精心包装的房子内核还是粗制滥造的复制品。

“中心地带住宅能升值”是最大的谎言

“买中心地带住宅能升值”，住房的投资价值大于它的居住价值，

这是无比荒唐的谎言。

这里，密度是个很关键的概念。比如北欧国家人口密度低，开车200km见不到一个人，人口的稀少使人易患孤独症，人一孤独就不想活。所以北欧的自杀率远较其他地区高。北欧人只能靠现代通讯工具维持沟通。这或许能解释为什么世界顶尖手机（像诺基亚、爱立信）生产商大都出在芬兰、瑞典这样的人口稀少国。与此形成强烈对比的是像广州这样的高密度区，荔湾、越秀这样的中心区人口密度高达每平方公里五六万人。心理学上有个霍恩实验，说当老鼠的密度高到一定程度时就会发生攻击性行为。所以城里人关系特紧张，动不动就吵架。而且密度越大越有提防心理，不信你就去敲一家陌生人的门。

看来太疏和太密都不好。城市中心地带无一例外都太密了。密到连溜弯儿都没地方去只好到网上漫游。密到总有一天人们弃城而去。有专家预言，住宅郊区化将在三年内形成风潮。

所以“中心地带升值论”可能是房地产商吹出的最大的一个泡泡。

求求你了，房地产商！

中国古代传说中有个“有巢氏”，此氏是造房子的鼻祖。他的这一发明为后来的房地产商造了财路。房地产商们应像餐馆供关公一样在办公室里将有巢氏像供起来，每日烧香磕头，保佑房子能卖得出去。前些年是房地产商大赚特赚的时候，号称低于20%的利润不做。即使是扶贫性质的安居小区利润也达15%。

中国的城市化率是30%，而世界平均是40%，要提高10个百分点达到世界平均水平，我们将有1.3亿人从乡村涌入城市。平均每年新增15亿m²住宅，销售值可达数千亿至数万亿元，中国是世界上规模最大的住宅市场，也就是说，大批量低品质的COPY住宅不愁没市场。就像歌里唱的：土豆进城啦，快去准备筐。

跟着房地产商发财的还有搞设计的。设计系的学生们几乎每人都炒更，前些年人人都配BP机，课堂上BP机一响，老师和同学同时低头看腰间。炒更挣钱，顺便就把你家的美好未来给设计了。

最近一次调查表明，人们对商品房的不满意率为54%，其中非常不满意的占23%。在公众不满意的问题中，质量问题占了47.7%。有些商品房刚建好就成了“伤病房”。设计不合理、承重墙龟裂、墙皮剥落、屋面渗漏、管道淤塞……

2000年6月24日，三百多家房地产商及165家中介公司签署了“放心房”与“放心中介”联合宣言。建设部部长亲自到人民大会堂嘉许此举。我们的美好家居建立在房地产商们的良心发现上。一套房子几十万，那可是普通百姓的老本儿。

新住宅运动

由万科等地产商提出的“新住宅运动”似乎意在改变房地产商一贯给人造成的不良形象。究竟什么是新住宅运动？首倡者这样概括：“营造网络时代的居住空间，实现传统精神的当代程式升华，建设人文关怀的精神家园，关注环保，崇尚自然。”就是人们可以自主地选择一种符合人性的生活方式，就是可以“像人一样住着”。判别一栋房的标准不再是丈量尺、水平仪，而是人性。

但这个运动由以赢利为目的的房地产商来倡导，能起多大作用颇值得怀疑。

像人一样住着

人不能住在一个像防毒面具一样的笼子里，应该跟天地树木花草联通。接不到“地气”，任何生物都将毁灭。我们看到一些人在狭小的空间里极力地抗争着，即使桌面上的一盆花也表明人性未泯。我们还看到，人这只可怜的“裸猿”在现代和原始之间痛苦地徘徊，他被不情愿地拖进喧嚣的都市中，被犬牙交错的水泥迷宫弄得晕头转向。要么进城，要么归真返朴。最后，他选择弃城。将城市的废都留给老鼠和蟑螂。

R·布朗的可持续发展观是：“一个满足当前需求时不牺牲后代利益的社会，它要求每代人都保证其后代能继承一份自然资源不曾匮乏、经济活力不曾削弱的遗产。”希望那些搞规划和房地产的能读读这句话，停止或少制造建筑垃圾吧。

（《新周刊》友情供稿）