

孙启军主编

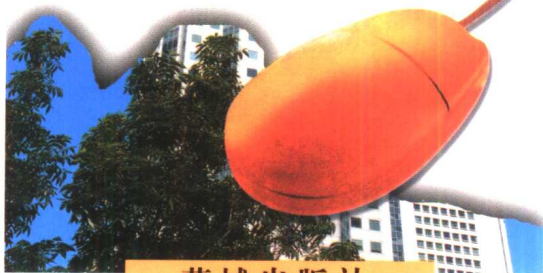
都市白领丛书



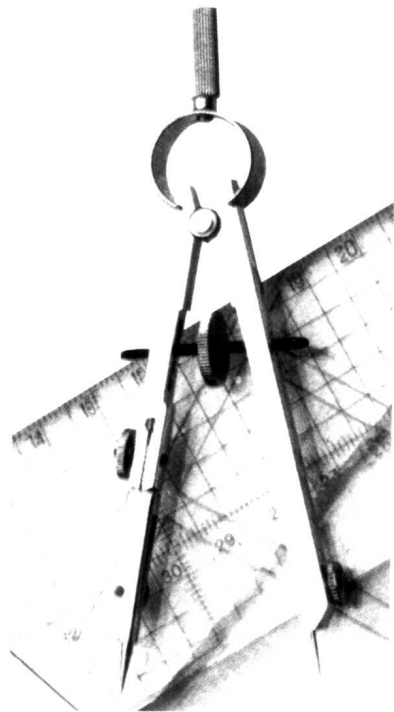
写字楼点击

Office Building Click

陈耀明著



花城出版社



写字楼点击

孙启军主编

陈耀明著

花城出版社

都市白领丛书

图书在版编目(CIP)数据

写字楼点击/陈耀明著. - 广州:花城出版社,2001.7

(都市白领丛书/孙启军主编)

ISBN 7-5360-3570-5

I. 写... II. 陈... III. 传记文学-作品集-中国-当代 IV. I25

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 044958 号

写字楼点击

陈耀明 著

*

花城出版社出版发行

(广州市环市东路水荫路 11 号)

广东新华发行集团股份有限公司经销

番禺官桥彩色印刷厂印刷

(番禺石楼官桥村)

850×1168 毫米 32 开本 7 印张 1 插页 160,000 字

2001 年 9 月第 1 版 2001 年 9 月第 1 次印刷

印数 1—6,000 册

ISBN 7-5360-3570-5

I·2953 定价:11.80 元

如发现印装质量问题,请直接与印刷厂联系调换

引领时尚 改变时尚

——都市白领丛书序

孙启军

很难为“白领”下一个准确的定义，但毫无疑问这是一群与当今最活跃的经济活动相关联的人。他们出没于各式写字楼、酒吧和展示会，从一座城市到另一座城市，匆匆穿行于机场和星级宾馆之间。他们紧张忙碌，在老板与工人、产品与顾客、公司与市场之间充当着粘合剂或减压阀；他们学历高薪水也高，但心气和野心更高，所以他们无法满足，无法停下匆忙的脚步；他们关注社会，强调生活品质，追求独特的品味和格调，拒绝大众趣味，也因此引领着或改变着时尚。

白领阶层正是一般意义上的流行文化的主要创造者和消费者。

他们对整个社会特别是都市生活的影响力越来越大。

这种影响力的表现之一，是近年的大众媒体和网站上，一批被称为“白领代言人”的撰稿人异常活跃。他们的文章短小轻松，泼辣幽默，坦诚率直，记录了当下的白领生存状态、生活态度和他们的时尚立场，占据着北京、上海、广州、深圳这样的大都市主流报纸副刊和时尚杂志的版面，在白领阶层有着广泛的读者群。这套丛书首先推出三本，三位作者凌晓棠、陈

耀明、梁二平都是当地风头正健的人物。

有意思的是，受到白领欢迎的“白领代言人”，说的当然是白领的生活，或白领们关注的话题，却并非都是好话。相反，他们对白领阶层所津津乐道身体力行的都市流行文化更多是持一种拒绝和调侃的态度，他们颇为机智幽默很是后现代的反讽和隐喻，常常是拿白领开涮。这体现着如今的阅读率法则——不在于你说谁，说什么，全看你怎么说。

这也成为我们编辑这套丛书时的选稿原则——有趣，有趣，还是有趣。

在以速食面和易拉罐为图腾的时代，期望“立言”来移风易俗，有些不自量力甚至可笑。但行文言之有物并能给读者一些认知的乐趣和阅读的快感，却能够做到。有个故事说，一位挑剔的读者在图书馆里找书看，翻得乱七八糟，却找不到一本合意的书。管理员问他究竟要看什么书，他说：“想找一本有味道的书。”管理员于是扔给他一本《风味菜谱》。

“都市白领”丛书不是菜谱，但每一本都有自己独特的味道。

是为序。

目 录

1 **序：引领时尚 改变时尚** …… 孙启军

第一辑 格调或者恶俗

- 3 半瓶子晃荡的小资们
15 中产阶级的幸福生活
29 你是 C 什么 O
34 浑身电子味的雅特士
39 睡眠骆驼：超级工作狂
46 office 小姐现在时

第二辑 时尚流感

- 53 矫揉造作的“老上海情结”
57 西餐的考验
59 I 服了 YOU
61 信息时代的数字话
64 像卡通那样快乐
72 恐怖文化：一种“心理蹦极跳”
77 抽烟的女人有点酷
84 雪茄：男人的第一高雅品味

第三辑 风情万种

- 89 有一种名牌叫“张曼玉”
94 迷你裙的诱惑
96 高跟鞋的沉浮
98 新经济时代的绅士风度
103 21世纪的新e服

第四辑 新人类的时髦表情

- 109 酷
114 后儿童时代
123 哇噻，你好惹
126 哈日族：卡哇伊！卡哇伊！
130 “韩流”来啦，你“感冒”了吗

第五辑 新款男女

- 135 对不起，坏女孩来了
145 第二眼美女
148 谁是女生
150 现在流行“大男孩”
156 新好男人：恰似你的温柔

第六辑 两性敏感地带

- 167 性感的膨胀
169 疯狂的“扩胸运动”

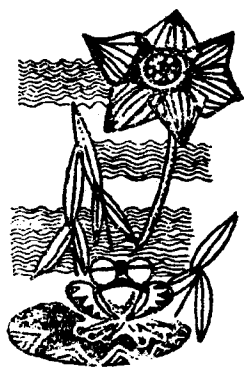
- 172 “太平公主”时代
182 尴尬的处女膜
184 男人何止“心太软”
186 伟哥：男人的图腾

第七辑 喧哗与骚动

- 191 谁在热线上撒娇
194 痛：流行音乐的流行病
195 明星们的自恋症
197 位于明星屁股后边的娱记们
198 广告的兴奋剂
199 以生存的名义作秀
201 一身鸡皮疙瘩
204 城市蒙太奇
209 爱情魔鬼辞典

第一辑

格调或者恶俗



半瓶子晃荡的小资们

谁是小资

正如衣服可以分为大码、中码、小码一样，人群也可以按照大中小的结构来划分，比如在目前的城市，就存在着这样三种社会群体：大款、中产阶级、小资。

那么，谁是小资？

首先让我们来欣赏一段马爹利 VSOP 的广告文案《那一夜的迷情》——

“我打赌，我们喝的是同一种酒。”他很有把握地说。

“为什么？”

“我闻得出味道，马爹利 VSOP 对不对？”

她略带惊讶地笑了。的确，她叫的正是自己最爱的马爹利 VSOP。一个人在家的时候，她喜欢将这种酒兑青柠汁，并且非常迷恋那份清爽微酸的口感。不过，今天她什么也没有加。

“这个牌子是我最喜欢的，所以比较熟悉。”似乎猜到了她的心思，他急忙解释道。

马爹利让他们消除了相识最初的些许尴尬，像两个老朋友般地聊起了天。他惊喜地发现，她和自己的共同点居然有那么多。他们都喜欢莫扎特、喜欢村上春树、喜欢野营、喜欢咖啡和法国电影。当然，他们也喜欢马爹利那特有的紫罗兰香味。

“闭上眼睛感受这香味时，我觉得自己好像在初夏的郊区。”喝了一口酒，她微微闭上了眼……

这里的她和他，就是典型的小资了。

小资有时候很容易和中产阶级混淆，比如：小资喜欢往马爹利兑点青柠汁，中产阶级也有这个习惯；小资向往“初夏的郊区”，中产阶级也不例外；小资爱去“阿尤的店”，中产阶级也去过；小资喜欢“食草堂”的皮具，中产阶级也爱不释手；小资喜欢在咖啡馆“雕刻时光”，中产阶级也精于此道；小资看过亨利·摩尔的雕塑展，中产阶级也没拉下；小资时常出现在使馆区的三里屯酒吧一条街，中产阶级此刻也正坐在这条街的某个酒吧里……

不过，如果仔细辨认，他们还是有着各自的阶级烙印。比如：中产阶级在斟上一杯马爹利的时候，可能会配以《上海老百乐门爵士乐》，而小资则可能会放一张《BALLADS》；中产阶级在喝咖啡的时候，一般会按部就班地加糖加奶，而小资则一定会提醒侍应“不加糖”；中产阶级从机场出来的时候，往往是拖着一只方方正正的滚轮拷克箱，而且脚步匆匆，而小资则一定是背着一只松松垮垮的旅行背囊，而且漫不经心地嚼着口香糖……

在美国，一位名叫 David Brooks 的记者给美国的小资们作了一个新的定义——“BOBO 族”。所谓“BOBO 族”，即 Bourgeois（中产阶级）和 Bohemian（波西米亚人）的混合体，他们既有中产阶级讲究品味、追求格调的一面，又有波西米亚人自由、不羁和极端的一面。比如：他们的上半身可能穿着昂贵的、优雅的、写字楼风格的开司米羊毛外套，下半身却搭配一条廉价的、野性的、街头风格的牛仔裤。就连古驰设计总监

Tom Ford 也说：“如果你一定要穿正式的套装，就一定得搭配一条皱巴巴的衬衫。”

小资就是中国特色的“BOBO 族”。

从教育背景来看，小资基本上是大学毕业，而且往往是文科专业。他们不一定读 MBA，但一定会说“英语 900 句”。

从职业分布来看，小资不外乎公司的行政系统白领、网站的内容编辑、广告人、策划人、平面设计、SOHO 工作者、自由撰稿人、独立摄影师、形形色色的自由职业者以及那些搞音乐的、办杂志的文化人。

小资不但具有一定的经济基础，而且还具备相当的艺术素养。所以，有人调侃说：小资现在泛滥成灾，差不多已经达到 80 年代的文学爱好者的规模。

小资们的小布尔乔亚之痒

△ 在“愆心小筑”读原版英文小说

愆心小筑，一个像日本寿司一样精致的名字。这是广州一家小资聚集的咖啡馆，坐落在一条沧桑的老街上。

有一段文字是这样介绍这家咖啡馆的——

“高得有点落寞的天顶，回转得有点忧伤的旋梯，细碎的叮叮咚咚的西洋老歌，恰好午后步过的温暖阳光，窗外繁俗的街道，窗下文艺的你……当然，还有很正点的咖啡，也有很正宗的长岛冰茶。不妨把那颗有点磨损的心，和进咖啡馆里细细端详……”

怎么样，知道什么叫小资情调了吧？

而那位“窗下文艺的你”，此刻也许正啜着一杯不加糖的咖啡，捧着一部原版的英文小说。

△ 在思南路听《童贞女的最后一夜》

同样是一个阳光温暖的下午，如果是在上海，那么，上海的小资们是如何度过的？上海一家时尚杂志提供的信息是——

“在上海最有法国味的思南路上，品饮美丽的 BORDEAUX 或者 BUGENDY 也许是人生一大乐事……这一张《童贞女的最后一夜》实在是适合法国酒吧的情调，THAIS 的冥想曲实在是让人忍不住 REPEAT 再三，而《如画的风景》片段则让你又抬起头，望望被金黄夕阳照射的冬日枯枝，长满绿苔的爱奥尼亚立柱，破败归破败，味道却是玻璃幕墙们几百年学不来的。唉，这张唱片还真配这条路，这些房，这些树，或许是上帝之手将这音乐带到此地：这条路的旧名，马斯南路，就是以这张 CD 的作曲家 JULESMASSENET 命名的，音乐和这条路的灵气，全碰在一块儿了。”

唉，这段文字还真配这些小资：缠绵的音乐、微酸的葡萄酒、感伤的法国梧桐树叶以及矫揉造作的怀旧、装腔作势的“洋泾浜语”，全碰在一块儿了。

△ 沉醉在多愁善感的爵士乐里

小资最讨厌愤青了，他们可不需要愤怒什么，不需要叛逆什么，因此在他们看来，摇滚简直是粗俗的、野蛮的、愚蠢的，他们可不喜欢像愤青那样“在雪地上撒点野”。他们喜欢

在一个雨后的黄昏，放上一张多愁善感的《BALLADS》，斟上一杯浅浅的苏格兰威士忌，沉迷于浅醉微醺的暧昧与惆怅之中，获得一点安慰、一点温情。

据说，“爵士乐可以是一杯香醇浓郁的蓝山咖啡，可以是一份轻松愉快的畅意心情，也可以是一段偷得浮生半日闲的优柔自在，抑或是一个缠绵悱恻、刻骨铭心的爱情故事……”

一段关于经典爵士《The Way You Look Tonight》的碟评写道——

“寂寞的夜里是需要来点爵士乐的，要那种慵懒的、迷离的、恍惚的，最好里面还夹着浓浓的感性。这样，你就可以在咖啡的浓香与雪茄的烟雾中点燃起那份早就隐藏在心中的无奈与惆怅，思绪随之拉长，慢慢地与飘忽不定的音符相溶……”

正如每一位女小资都说自己喜欢杜拉斯一样，几乎每一位男小资都会说自己喜欢村上春树。对于“百分百”小资来说，喜欢爵士乐与热爱村上春树是一回事，所以，广州几个搞音乐的人最近搞出一套《村上春树的爵士印象》（小册子+CD），摆放在广州小资的集散地某酒吧，供大家购买、鉴赏。

△ 枕着薰衣草的紫色香氛入梦

小资的心事比较多，容易失眠。所以小资们流行到“素素的木屋”买上一些薰衣草，美名曰“枕着薰衣草的紫色香氛入梦……”

于是，继《咖啡日记》、《薄荷物语》之后，明天又该来一篇《薰衣草笔记》了。

△ 与毕加索喝咖啡

怎样才能有格调呢？很有格调的几个上海人及时地推出一套“艺术与生活”丛书，即：《与毕加索喝咖啡》、《与莫奈赏花》、《与凡·高共品葡萄酒》、《与雷诺阿共进下午茶》，硬是把平凡的生活与高雅的艺术扯在一起。

以此类推，没准儿哪一天他们还会“与罗丹喝啤酒”、“与塞尚泡酒吧”、“与米开朗琪罗共洗桑拿浴”……

毕加索喜欢喝咖啡，所以“与毕加索喝咖啡”就很有格调。众所周知，毕加索还喜欢画和平鸽，那么，“与毕加索吃烧乳鸽”，格调如何呢？反正广州某酒楼已经打出了这样的广告词。

△ DIY 一件“绵纸花衣”

做了一件陶艺，叫做 DIY；串了一条字母项链，叫做 DIY；煮了一壶咖啡，叫做 DIY；一道纽扣掉了，自己缝了一下，也叫做 DIY……

据说，DIY 的来头还不小，是“DO It Yourself”的英文缩写，意思是：自己动手做。

不管什么事儿，一到了小资这儿，立马就成了时尚。而农民自己亲手耕地、播种、灌溉、收割、劈柴、磨面……却不知道自己也赶了一回时髦——DIY。

甚至，就连一个废弃的四川泡菜瓶子，到了小资手里也会变成一件品味不凡的艺术品。在某时尚杂志最近提供的一套“DIY 方案”里，其中之一就是教你把泡菜瓶 DIY 成一件名叫“绵纸花衣”的花瓶，请看——

“怎么看怎么老土的泡菜瓶子，其实也是很好的花瓶。有

了染色绵纸的层层包裹，原本粗糙的造型被恰到好处地隐藏，在你眼前的只是凹凸毕现的玲珑曲线。纸上的花纹则任你选择，挑剔的你可选用礼品店的包装纸，精致大方；随意的你就用一张英文报纸，也能做出很 POP 的味道。你要是不说，又有谁会记得它先前的样子呢？”

前几天看凤凰卫视一档关于青春期性困惑的专题节目，才知道原来“手淫”也叫 DIY。

△ 喜欢望着星星发呆

如果说大款总是兴高采烈的、中产阶级总是理性的、沉稳的，那么，小资的时髦表情则总是多愁善感的。

一位网名叫“朱砂痣”的小资写道——

我喜欢望着星星发呆，一个人独自在家中享受孤独。在我的房间里，我只要 Nat King Cole 的《也许、也许、也许》……

一位笔名叫“小资”的小资写道——

守着空旷的卧室和空旷的枕头，沉浸在空旷的音符之中，握着手中半空的杯，望着每一首曲名都会浮想翩翩，回想起许多早已消失得无影无踪的感情事件，多愁善感得像个再也寻不回青春的中产阶级。于是，只好在温柔乡里慢慢死掉……

小资喜欢“为赋新词强说愁”，所以，这两段小资文字不但有病句，而且还流露出一种自虐倾向的病态。

△ 101 个快乐的理由