



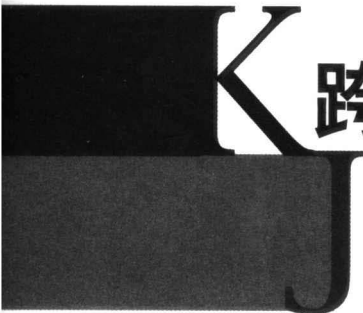
跨境

KUAJING

新文化地产
相关学科
研究

Xinwenhuadichanxiangguanyanxuekeyanjiu
江西人民出版社

江苏工业学院图书馆
藏书章

跨境

KUAJING

新文化地产相关学科研究

沈福煦 周晓虹 王建平 达良俊 / 著

江西人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

跨境——新文化地产相关学科研究/沈福煦,周晓虹,王建平,达良俊著. —南昌:江西人民出版社,2005.12

ISBN 7-210-03295-9

I. 跨... II. ①沈...②周...③王...④达... III. 文化 - 研究 IV. TU-0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 144254 号

跨境——新文化地产相关学科研究

沈福煦 周晓虹 王建平 达良俊著

江西人民出版社出版发行

江西科佳图书印装有限责任公司印刷 新华书店经销

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32 印张:10.5

字数:280 千 印数:1-3000 册

ISBN 7-210-03295-9/G·630 定价:36.00 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)

序

任何富有生命力的理念总是源于鲜活的实践之中,并在其中加以运用,得以延伸,接受检验,获得发展。近年来,在上海实业发展股份有限公司董事长陈伟恕教授和卢铿总裁的共同推进下,“新文化地产”这一理念受到社会各界越来越多的关注,最根本的原因是它反映了中国尤其是上海改革开放后社会经济发展的客观趋势,反映了人们对于居住文明的深层需求。在过去相当长一段时间里,由于种种原因,住宅建设发展相对缓慢,人均居住面积非常有限,人们对于居住的需求被滞留在一种最基本的、仅提供基本物质支持的层次。所谓文化需求乃至从中孕育出的现代居住文明,对于大多数居民来说,还只能是一种奢望。但近 20 多年来,伴随着中国房地产业的发展,一个个新兴社区的诞生,人们在物质方面的居住需求得到了相当程度的满足。这时候,人们在居住方面的精神需求开始逐渐地浮现,以住宅为主要组成部分的各种房地产,也日益承载起人们越来越多的希望、梦想与追求,日益演变并升华为一种植入了契约、伦理、心理、审美等各种文化元素,具有现代理念和精神内涵的文化载体。与此相对应,房地产开发也由一个单纯的物质资料的加工活动,延伸为一个由开发商、建筑师和艺术界、文化界、生产者、消费者等各

方面人士共同参与的一种复合型精神财富的生产活动。“新文化地产”理念正是在这样一种趋势下形成和发展起来的。在学术研究上,2004年,由华东师范大学东方房地产学院、江西人民出版社及上海实业发展股份有限公司合作策划和出版了《新文化地产丛书》,使得“新文化地产”理念在房地产界得到了广泛的传播,并产生了较大的影响;在实践推进中,这一理念在上实集团开发的“海上海”项目中进行了积极的探索和运用,并由此获得了很好的社会声誉。

经过数年来的孕育和成长,“新文化地产”理念已经跨越具体地产项目的运作,开始逐渐成为房地产项目设计开发过程中的共同诉求;跨越单纯的房地产开发领域,开始逐步达到城市设计和都市营造的高度;跨越地产单一学科的范畴,开始导入多种学科如建筑伦理、社会人文、城市环境等各方面的先进理念……正是在这种背景下,《跨境——新文化地产相关学科研究》一书编辑出版了。这一“跨境”的举措,不仅是为了标示一种传统意义上的学科与学科之间、学科与产业之间界限的跨越,更是旨在达到一种更现代、更丰富的文化与地产、理论与实践融合的境界。

综观本书,在较为系统地阐述了“新文化地产”理念源流的基础上,主要从建筑伦理、社会心理和环境科学三个学科的角度对地产文化展开了论述。其中的建筑伦理部分,就人与环境的关系、建筑的时空性、人的心理与建筑、建筑的超上位功能、建筑的象征、民俗文化与建筑等方面进行了较为详尽的分析;社会心理部分,相对集中地从中国中产阶级的历史与现状、中产阶级的消费及其社会逻辑两个方面作了深入的剖析;环境科学部分,则在城市森林建设的生态廊道、近自然型生态城市建设、上海城市的近自然森林建设等方面发表了颇为深刻的见解。上述三个部分既自成一体,又相互依托,并都与房地产领域保持着内在的有机联系,进而共同构成了地产文化系统整体的相关篇章。

在某种意义上,这本书策划出版,本身就是在新文化地产推进过程

中一次“跨境”的尝试,这是一个非常好的开始,也会给予人们众多的启示:其一,欲“跨境”者,要讲究融合,只有博采众家之长,吸取各相关学科中的成分,方能保持营养的丰富,防止关键元素的缺失;其二,要注重集成,要在融合的基础上,充分地加以消化吸收,有意识地花精力融各种学科及思想、实践为一体,并以研究成果形式使之在一定程度上得到较为充分的“固化”体现;其三,要推进应用,在房地产领域中,要积极创造条件,把融合、集成出的先进理念和理论创造性地运用到实践中去,用正确的理论指导实践,在实践中接受检验,并在实践中展现其生动的活力;其四,重在提高,要不断进行理论创新和实践创新,既要促进理论的丰富和升华,又要能够在实践中获得其应有的社会效益乃至经济效益方面的提高。由此,我衷心期望《跨境——新文化地产相关学科研究》一书的出版,能在进行“跨境”尝试的同时,真正做到融合、集成、应用、提高,进而有力地推进新文化地产的健康发展。

最后,作为一个涉猎房地产领域的著名作家,从20世纪90年代初担任《房地产世界》主编到现在主持新文化地产研究中心工作的十余年来,金雨时先生一直非常关注地产文化的研究,并以推进地产文化的发展为己任。特别是近几年,他与上海实业发展股份有限公司、华东师范大学东方房地产学院等单位密切合作,更是在新文化地产的推进方面作了大量的工作。今天,在他和万叶集新文化地产研究中心的策划下,有关新文化地产的又一本新作《跨境——新文化地产相关学科研究》正式出版,这是一件非常值得庆贺的事情。我衷心希望如他们自己所追求的,一年一年地把这套研究丛书的出版坚持下去,这也是我们产业界的一件大事。

是为序。

张永岳

2005年11月10日

张永岳简介

张永岳教授是著名房地产经济学家,华东师范大学东方房地产学院院长、上海易居房地产研究院院长、博士生导师,中国房地产估价师与房地产经纪人学会副会长、中国房地产业协会理事、上海市经济学会副会长、上海房地产经济学会副会长等。张永岳教授还曾担任上海房屋置换股份有限公司副董事长,上海金丰投资股份有限公司(上市公司 600606)总经理、副董事长,上海房屋销售(集团)有限公司董事长等职。

张永岳教授是房地产业产、学、研一体化的主要推动者之一。曾先后主持“房地产二、三级市场联动”研究、“住宅服务市场体系”研究等课题 30 余个,撰写或主编出版过《新编房地产经济学》《国际房地产概述》《诗意地栖居:现代居住文化思考》等著作 10 余部,发表论文 100 余篇,并多次荣获过上海市科学技术进步奖、上海市哲学社会科学优秀成果奖、国家建设部和上海房地局科技进步奖、全国房地产优秀课题和优秀论文奖。

目录

序	张永岳 1
寄语新文化地产	陈伟恕 1
新文化地产导言	陈伟恕 4
时运交移 质文代变	卢 铿 22
第一章 关于建筑伦理	沈福煦 38
第一节 人与环境	42
第二节 建筑的时空性	55
第三节 人的心理与建筑	71
第四节 建筑的超上位功能	86
第五节 建筑的象征	99
第六节 民俗文化 with 建筑	117
第二章 关于社会心理	周晓虹 王建平 135
第一节 中国中产阶级的历史与现状	135
第二节 中产阶级的消费及其社会逻辑	165
第三章 关于环境科学	达良俊 232
第一节 近自然型生态城市建设	232

第二节 近自然型森林建设技术	263
----------------------	-----

第三节 城市森林建设的生态廊道	289
-----------------------	-----

后记 心灵的跨境

——关于新文化地产的记录和传播	金雨时 324
-----------------------	---------

寄语新文化地产

陈伟恕

地产与文化,有着不解的姻缘。

从本质上讲,房地产开发是地域上的空间重塑,它受制却又规限着人们的生活方式和居住环境,它构成了都市营造中的一幕幕场景,它展示的是一定时空下的文化。文化,不只是它的躯壳,更是它的灵魂。

文化总是旧的,是历史的传统的继承;文化又是新的,是对未来的创新的探拓。从野蛮、愚昧向着文明、睿智渐渐地演化,在难以预知、不以人的意志为转移的无穷尽跌宕起伏中不懈进步,这就是人类文化生生不息的生命力所在。

遥远年代的东方文化,曾经光彩夺目;近现代的西方文化,继而傲然天下。当下,虽说和平与发展是多数人的追求,但霸权、恐怖、腐败、贫困、污染时时笼罩全球。人类企盼新文化,企盼灵魂重新得以拯救。黑格尔“正题—反题—合题”的辩证逻辑将会得到验

证,东西方文化融合,弘扬真善美、摒弃假恶丑的人类新文化将会诞生。这是包容全人类而有别于其他生命体的新文化,是寻求全球生态和谐的新文化,也是熏焙和焕发每个人内在价值的新文化。

新文化,首先得靠先知先觉的先进人群去开掘、去表达、去倡导;新文化,又始终是通过一系列大胆变革的事件来赋义,来彰扬。

新文化地产,意味着在房地产的开发中,探索新文化,内敛新文化,弘扬新文化;意味着在新文化的引领下,塑造新生活,陶冶新人性。它拒绝附庸风雅,它避开追逐时尚,它不屑那种以天花乱坠的文化炒作来诱骗钱财的假文化运动。

新文化地产的内涵,应在定位策划、建造营销和运行服务三个方面予以延伸。

在定位策划时,须有——

面向未来的地缘人文拓掘;

崇尚进步的时代脉搏把握;

提升文明的生活方式塑造;

关爱生命的人类文化创新。

策划务求定位要准、凿掘要深、立意要高、表达要新。

在建造营销中,应是——

开发商、文化人、建筑师、消费者的四位一体互动共创;

聚焦功能内核,力展生活美学,体验人生需求;

普享资源效益,立体形象传播,历久经典价值。

在运行服务上,要能——

借房产经营,展开源源不断、推陈出新的文化行为与文化

活动,演绎文化事件,创造文明故事;

借物业管理,展开体贴入微、尊重个性的人文关怀与文化引导,提高生活品质,优化社会生态。

新文化地产,首先要求房地产项目具备高尚的文化品位,所蕴含的新文化内涵,定位要准,凿掘要深,立意要高,表达要新。其次,要求房地产项目的硬件设施和软体服务,能够展现新文化的某些特定标识和特定功能,以利烘托出新文化在此哺育滋长的氛围。

新文化地产,具备四类相对立元素的最佳统一:它既包含了现代社会物质文明与精神文明共有的新成果,又体现出特殊地域民俗人文传统所提供的内在价值;它既符合了主流人群的具有社会导向性的共同价值取向和幸福体验,又适合特殊用户个性化的合理需求和偏好;它既通过理念创新、文化创新达到了预先理想的境地,又通过技术创新、管理创新取得了超越预期的效益;它既突破了旧有文化罗织而成的樊篱,具有震撼世俗的效果,又持续保持着新文化内在的珍贵价值,宁静、久远而弥新。

创造新文化地产,需要畅想,更需要胆略气魄;需要抱负,更需要艰苦奋斗;需要实干,更需要精益求精;需要拼搏,更需要百折不挠。

让一颗颗绚丽的新文化地产明珠,镶嵌在我们的城市里,镶嵌在我们生活的一个个时空,镶嵌在我们永不萎衰的一颗颗心上。

新文化地产导言

陈伟恕

经历了十多年的市场发育和培植，
面对着全国范围内一场更为波澜壮阔的城市化
运动，
“新文化地产”的理念诉求应运而生。
这是一种产品与服务创新的探索，
这是一场行业革命的先兆，
它标志着房地产业日趋成熟的客观必然，代表了
当代中国城市化进程新的时代要求。

概念实质

新文化地产，是用新文化的开拓和弘扬来开发和
经营房地产，并在房地产的营运中，展示新文化的灵
魂，实现新都市的营造。

所谓新文化,是历史的传统的继承、东西方文明交融和时代精神创新的三位一体的产物,她是人类历史演进中最具珍贵价值的内核,是人类对大自然最积极的、最理性的适应和反应。

所谓新文化,是在人类渐次加速度地经历了狩猎文明、农耕文明、工业文明之后,并在工业文明尚处进一步普及与深化时刻却又面临接踵而至的信息文明和生态文明的挑战时所作出的抗衡与探索。

所谓新文化,又是在不可逆转的全球化趋势中,各种文明各种文化短兵相接相互碰撞所经历的涤荡与磨合、固执与扬弃,一种更包容地域文化,更超越历史文明的生命普适文化正在孕育律动。

旧文化,总是在下意识中左右人们的行为,总在人们的习惯行为中自然而然地承袭下去;新文化,却更多地依靠少数先知先觉的人去发掘、去创设、去彰扬,并在新文化诱导下局部生活方式的突破中去造就自己成长的基地。

新文化地产,就是用新文化理念来发展房地产,它并不是少数文化人强加于市场的行为,而是新文化适应了市场更本质的、更具长远影响力的内在需要,它绝不追随市场的“尾巴”,而执市场之牛耳。

新文化地产本质上是一种引导市场、创造市场的经营理念,是一种挖掘潜在市场、提升现有市场的行为模式。

新文化地产的根本意义,是善用新文化的探索实现土地的增值,并最终表现为同一土地空间内人类的生命价值获得更加完善的体现。

理论含义

新文化地产的理论含义,可从五个方面加以阐释:

一、新文化地产,是房地产业中一种新的产品与服务系列的观念体系

地产和文化,从来是密不可分的。具有一定价值的地产的形成,包含着人们的规划、设计、施工、营销和管理等一系列劳动,其中蕴含着人们的各种愿望、意念、经验、偏好和心态;这一切,又都深深痕印着一定的地域文化、民俗文化和阶层文化,文化无处不在地渗透在一切地产之中。地产是硬件,文化是软体;地产是躯壳,文化是灵魂;地产是物质舞台,文化是精神表演;地产是价值形态,文化是价值源泉。

从这一意义上说,一切地产,都是文化地产;但几乎绝大多数文化地产的文化含义,是在人们劳动过程中不自觉地打印上去的,真正自觉地以刻意提炼过的文化精髓去打造建筑,或曰真正意义上的文化地产,是凤毛麟角。

提倡新文化地产,首先是提倡自觉地肩负历史责任,用凝练而成的文化灵魂去开发地产,而不是用平庸的、世俗的、狭隘的、轻率的、私利的、不经意的或无所作为的态度去翻炒地皮、兜售楼盘。

提倡新文化地产,关键是要着力开掘与时俱进的、更具价值的新文化,并以此贯穿地产开发与运营的全过程,而不是沿

袭陈旧的、腐朽的、颓废的、无生气的、生搬硬套的文化糟踏宝贵的土地资源。

提倡新文化,最终要通过地产的营造和使用,来彰显与弘扬新文化,使居住或历经其间的人们,使所在社区,使整个社会由此而洋溢着健康有益的精神氛围,而不是徒有漂亮的建筑外观,缺乏生动的人生脉搏和丰富的文化演绎。

二、新文化地产,又是社会经济生活中一种新的都市发展的文明阶梯

未来三五十年间,中国将有数亿农村人口涌进城市。城市化进程,是解决中国城乡差别和东西部差异的关键所在,是提高城乡居民收入、扩大投资需求和消费需求的根本举措,也是全面提升人口素质、有效控制人口数量的必由之路。城市化运动,必将成为中国经济成长和社会进步的主轴。但是,在大规模的城市新建、改造和扩容的过程中特别要小心的是:城市布局一旦形成,城市建筑一旦矗起,总会有几十上百年的稳固期,再轻易变更是不可能的,机会成本是巨大的,房地产开发举措的得当与否,影响深远。新文化地产,就是要用历史的视野,用审美的眼光,用高的品位,用严格的标准,来营造符合人类长期需要的都市环境。

与城市化相伴的工业化,既是历史的陈规又是现实的需要,但当今主流社会突现重要性的信息化和生态化,更是现代城市化中不可或缺的伴侣。人和自然的和谐相处,信息、知识、文化、精神等虚拟要素和资源、产业、地域、财富等实物要素之间的互动,工业、农业、服务业之间以及城乡之间的融合,已成

为世界性城市发展的趋势。新文化地产,就是要催生这种文明的进步,就是要营建生产、生活和环境相互协调的城市,就是要缔造崭新的,且可持续发展的人类社会活动模式。

当代的城市化,不可避免地受到了全球化的冲击和渗透。各种种族、民族、国籍,各种信仰、习俗和文化的人们将在城市中更加频繁地交往,更加密切地杂居,更加广泛地流动,城市尤其大都市必将承受更多文化冲击的重负,也必将品尝更多文化杂交的苦果、甜果、酸果。新文化地产,就是要为各种文化和善相容创造物态的精神空间,就是要在地产的开发中为各种现有文化寻找共同栖居的新文化爱巢。

新文化地产,乃是借助地产谋求文明的进步,谋求人类共同需要的、共同享用的、共同赖以持久地同大自然和谐相处的新的精神价值。

三、新文化地产,还是房地产行业经营和发展中一种新的资源运用的系统工程

土地的选址、丈量、评价、整理和七通一平,建筑物的设计、选材、建造、装饰和营销服务,这些都是传统的房地产开发经营必备的工作配套。然而,对于新文化地产来论,它所涉及的资源要素,远远超出了这些范围。

新文化地产,意味着对待特定的地产,从它的现状,看到它的过去和未来;从它的自身,看到它的周边和环境;从它的经济效益,看到它的政治因素和文化价值;从它的有形物态,看到他的无形神韵;从它的本土特色,看到它的世界感受。

新文化地产,意味着一以贯之地从信息、知识、智慧集成的