



世纪书系

新生活「 」风向标

「」life&feeling

沈颢◎主编



文匯出版社



新生活「
」风向标
life&feeling

沈颢◎主编

图书在版编目(CIP)数据

新生活风向标/沈颖主编. —上海:文汇出版社
2005.6
ISBN 7-80676-823-8

I. 新... II. 沈... III. 生活-知识-普及读物
IV. TS976.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 037682 号

21 世纪书系·新生活运动
新生活风向标

主编 ● 沈颖

责任编辑 ● 杨健英

出版发行/文匯出版社

上海市威海路 755 号(邮政编码 200041)

经销/全国新华书店

照排/南京理工出版信息技术有限公司

印刷/上海长阳印刷厂

版次/2005 年 6 月第 1 版

印次/2005 年 6 月第 1 次印刷

开本/890×1240 1/32

字数/190 千 印张/9.5(彩色插图 16 面) 印数/1—8000

ISBN 7-80676-823-8/G·427 定价:22.00 元

目录

新 / 生 / 活 / 风 / 向 / 标

第一辑

做梦,梦想的价格

(一) 奢 华

- 谁需要一辆劳斯莱斯? (003)
- 最昂贵邮轮上的7天6夜 (009)
- 想飞? (016)

(二) 运 动

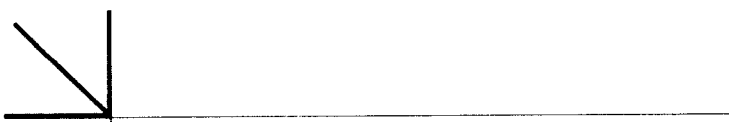
- 也来场高尔夫革命 (025)
- 有没有必要当一个马主 (030)
- 滑雪:享受白色速度 (037)
- 触摸环法之魂 (043)
- F1:在速度和金钱的边缘 (053)
- 山在那里,富翁也在那里 (059)

第二辑

我行我素

(一) 食 物

- 我吃素,喝冰水 (065)
- 素食主义的时尚逻辑 (071)



(二) 衣 饰

设计打造品牌 品牌打造生活 (078)

美钻之石头记 (083)

(三) 沐 浴

四脚朝天 与天同浴 (090)

一个民族的洗涤仪式 (096)

(四) 居 住

枫丹白露或巴比松 (106)

广州豪宅风情 (114)

第三辑

做派

(一) 作 息

我工作,远离老板的脸 (123)

行走有时,赚钱有时,快乐有时 (128)

(二) 两 性

两个人的两座围城 (138)

契约是契约,生活是生活 (145)

(三) 家业

富人啊,你的钱将来留给谁? (152)

私人管家的哲学 (161)

第四辑

自由自在

(一) 双城记

七万老外“战”上海 (173)

(二) 三国志

罗讷-阿尔卑斯的感官三重奏 (186)

约会波罗的海的女儿——走进芬兰 (196)

(三) 山海经

在最冷的季节,朝拜最美的雪山 (201)

一个人的海岛 (205)

在岛上,快乐没有终结 (210)

做爱做的事

(一) 动 漫

日本动漫的革命家史 (219)

FLASH:我们目前健康向上的小理想 (230)

(二) 网 络

垃圾电邮制造业 (237)

Google,上帝还是撒旦? (243)

(三) 展 藏

“我们陪艺术家试验,我们赚钱”

——中国当代艺术市场后10年镜像 (250)

上海画廊:一只笼子在等待一只鸟 (258)

私家博物馆 (267)

零度空间·百年影像 (272)

做梦，梦想的价格

奢华

谁需要一辆劳斯莱斯？

最昂贵邮轮上的「天」夜

想飞？

运动

也来场高尔夫革命

有没有必要当一个马主

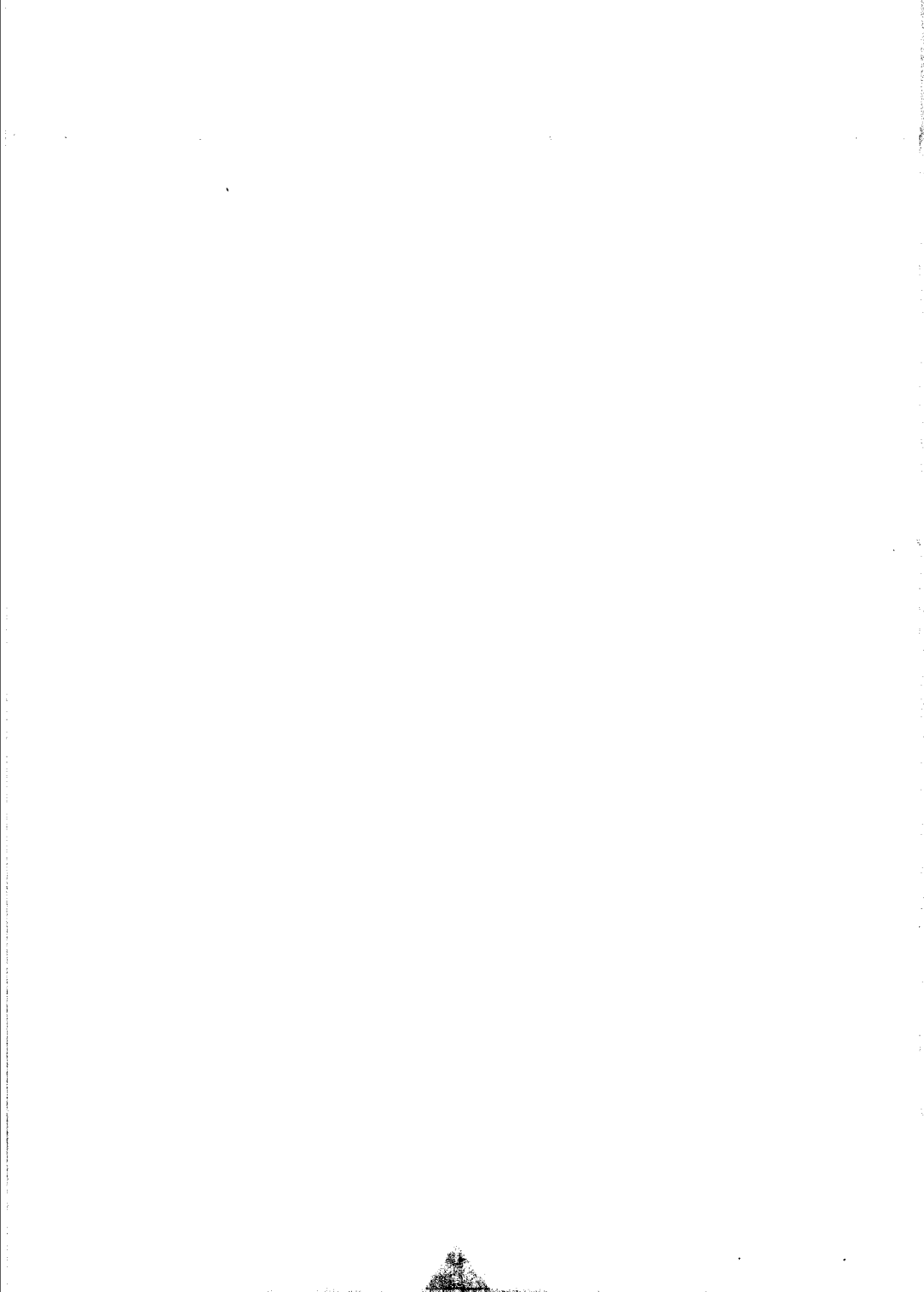
滑雪：享受白色速度

触摸环法之魂

⊥：在速度和金钱的边缘

山在那里，富翁也在那里





谁需要一辆劳斯莱斯？

赵 川

一般来讲，劳斯莱斯不会跟普通人发生什么关系。只是，如果不说得那么绝对，在媒体里，很多普通人也能从了解名贵奢侈品以及它们的来龙去脉中得到乐趣。比如，看一下新款劳斯莱斯出炉亮相的照片，或者知道某巨星给其太太送了一辆劳斯莱斯做生日礼物……诸如此类。

劳斯莱斯当然是好车、名车。这是一种从来没有，也不打算大批量生产，而且许多工序是由手工完成的现代汽车中的奢侈品。

对于汽车工业来讲，劳斯莱斯的生产，表现出它服务那些有钱有势的主顾们的极好耐心。它保守地坚持，得让他们以进入马车的方式进入汽车。

劳斯莱斯的车门至今还是马车式的，主人可以通过直角的门框走进车内，而不是扭着身子坐进去。

这样，那些体面的人们就保持了优雅的仪态。他们坐下来以后，后排的座椅要比前座高出18毫米。

劳斯莱斯的主人,很少会自己坐在前排开车认路。

你只需坐在后面,作“高”人一等状。

讲劳斯莱斯的好处,当然要讲它的材料。世界都高科技了,都大批量生产了,都环保了,还有谁这么注重用皮革、用金贵的木材?这或许就是贵族与暴发户的不同。据说装饰一辆劳斯莱斯要用16张皮革,甚至每张又是从每500张里挑出的。另外,6种可供选择的木料是来自西非的桃花心木,美的伯尔胡桃木、枫木和黑鹅掌楸木,以及欧洲的橡木和榆木。其实多少张皮和多少种木头本身不是这里最重要的信息,最重要的是为了装饰你的车子,牺牲了那么多的牛,还有这些不远万里挑来的木头和工匠们如此之多的心血。这听来不像现代社会吗?但它的贵族感恰恰由此而来,等级的遐想也是由此获得的。

还有作为车子的驾驶功能,现在这似乎已不是拥有劳斯莱斯的主要意义所在。1929年的《劳斯莱斯幻影II宣传手册》云:“除非你需要它,否则你根本感觉不到发动机的力量。而在你需要时,它会汹涌而至,不费吹灰之力但却出奇地流畅。”贵族身份者对车子舒适平稳的极高要求,如同安徒生童话里可以感觉到七层床垫下一颗豌豆的公主。

据称新劳斯莱斯开发的发动机,是世界上最先进的发动机之一,不仅动力强大,而且不管路面状况如何,或发动机转得多快,都能保证其动力流畅输出。它可以在瞬间高速起跑,而你坐在里面则是既安静又安稳。当然,劳斯莱斯喝起油来也是毫不客气的。

劳斯莱斯之所以有今天这样的品牌甚至标签意义,乃因它确

曾有过一段追求世上最完美汽车的传奇。有人把劳斯莱斯的创始人之一亨利·莱斯的名言翻译得古色古香,像一位先贤,他说:“圣之道,至善至美,不为至善至美者,创之造之!”

劳斯莱斯是姓氏当头字母都是R的劳斯先生和莱斯先生两个名字的叠加。查理斯·劳斯,贵族出身,名校毕业,爱好运动与冒险,年纪轻轻就在英国社交界长袖善舞。而亨利·莱斯则出身底层。1904年,莱斯在他41岁上下时认识了26岁的劳斯,两人一拍即合。莱斯生产的汽车,由劳斯包销,车子就定名为“劳斯莱斯”。那年,劳斯莱斯在英国曼切斯特出厂,由劳斯驾去伦敦。这种最早生产出的劳斯莱斯汽车,绝少机器嘈杂声,很快便在伦敦获得声誉。之后,它飙升为世界一流汽车,多次赢得国际大奖。虽然后来劳斯不幸英年早逝,但莱斯却一直努力继续完善劳斯莱斯的设计和品质,直到他70岁去世。而在莱斯以后的劳斯莱斯汽车,逐步离开了始创者追求完美的激情理想,成为了一种生活方式的标签,炫耀财富地位的奢侈品。到上世纪80年代尾声,劳斯莱斯在汽车界如日中天,享有超然地位。据有关资料,劳斯莱斯的拥有者平均年龄为50岁,大多拥有500万美元以上的财产。

有一件事极为重要,可以说它促进了劳斯莱斯品牌的形成。1925年劳斯莱斯幻影PHANTOM超长车型几经改进,被英国皇室选为御用专车,并用来作为接待外国元首的开道车,劳斯莱斯因此名声大振。

后来英女王到世界各国访问,都携带那辆劳斯莱斯专车,以至各国元首和各地贵族富豪竞相效仿,以拥有劳斯莱斯为荣。所谓“身份象征”也由此而来。

关于劳斯莱斯的车主,多有神秘色彩的传言。比如传说劳斯莱斯公司会对购买者的出身、学历、职业、品格等进行全面了解,以确定是否售车云云。劳斯莱斯还真能捉坏人不成?2003年初有一条新闻就颇有趣,说温岭市拍卖被绳之以法的某黑社会老大的非法资产,二十几辆车里就有一辆劳斯莱斯,底价人民币400万,结果流标。

虽然劳斯莱斯堪称顶级奢侈品,不过如果以为它是世上最贵的汽车则是误会。新款劳斯莱斯幻影在中国的市场价近600万人民币,但宾利雅致728的报价要上千万,美洲豹和法拉利等一些跑车名牌车型也要比劳斯莱斯昂贵。沉寂了60多年的德国名车迈巴赫在近年重返市场,再次成为与劳斯莱斯一争高低的强劲对手,它的始创者,正是有汽车设计之父美誉的威廉·迈巴赫。从气质上来讲,劳斯莱斯是贵族气派的典范,但却不免有些暮气沉沉,它不是供车主享受驾驶的汽车,倒是更适合坐在后座里听歌剧。甚至它也终于在皇室中“失宠”——趁近年劳斯莱斯公司频频更手之际,英国皇室在2002年正式启用宾利为皇室御驾。

2003年7月底,劳斯莱斯公司在香港中环开了首个展销大厅,展示新款劳斯莱斯,随后也展开了它在国内大城市的巡回路演。劳斯莱斯的亚太区总裁表示,目前劳斯莱斯每年的全球销售近1000辆,亚太地区约占20%,但市场发展潜力很大。劳斯莱斯公司特别看好中国内地市场,还将陆续在北京、上海和广州等大城市建立展示中心。事隔不久,劳斯莱斯中国区总经理透露,劳斯莱斯北京展示中心和劳斯莱斯新款幻影在东方广场同期亮相。

新款幻影售价在人民币560万元左右,内地买主多为上市公

司老总,也有少量民营企业家。这位总经理说:劳斯莱斯是财富、成功和身份的最好象征。

另有一个媒体报道的数据,中国大陆地区目前大约有120辆劳斯莱斯。这样一个小数目,足见它可以说是汽车奢侈品中的奢侈品。那么谁拥有这一顶级奢侈品呢?这可未必是一层容易揭开的谜底。劳斯莱斯的车主似乎从来就带有某种神秘色彩,除了他们一定掌控着可观财富是毋庸置疑的事实之外。

如果说劳斯莱斯还象征着某种身份,那这样的人物有什么身份呢?当然,这身份不是身份证的身份。劳斯莱斯再好,再是身份象征,也不可以买来当身份证用。“身份”在这里听起来总觉得有点遮掩和含糊。

英国女王的身份当然是清楚的。从概念上来讲,英联邦之内,除私有土地,其余的都是“皇土”。

英语里有个词语,称这种人为“蓝色血液”,意即血统比常人高贵的上等人。只是,劳斯莱斯出道时,欧洲贵族已经渐入式微。而它在北美一直获得巨大市场,或许正因为那里需要买来证明身份的富商多。我们也可以说,钱多到一定程度也就有了有钱的身份。这时讲的身份也可以理解为财富的等级。

拥有劳斯莱斯是你有了财富和成功并因此高人一等的象征,当然劳斯莱斯从来不会用“可以高人一等”来标榜自己。不论在国内还是海外西方,严肃教育中都会把自认高人一等视作某种程度的人格缺陷,把等级社会认为是不健全的社会——起码理念上如此。现代社会中,总不至于把等级这种事弄得赤裸裸。

我们处在一个私有财产逐步得到肯定、合理消费不断受到鼓

励的时代。豪车或许真的可以见证繁荣,只是高价奢侈品并不能成为经济发展的坐标,不留神还会有加深社会阶层之间沟壑的危险。劳斯莱斯是好车,怀旧款式和精细做工符合某些个人偏好,拥有劳斯莱斯或许有助提升公司形象,或作为保值资产,但千万别把它当成一张身份证,那未免有腐朽之嫌了。

最昂貴郵輪上的7天6夜

邓若予 曾 婕

“未来属于能承受15万吨载重、35海里/小时速度产生的海水摩擦的钢铁巨物。”

2004年4月16日，“历史性”这个词语在有线广播里频频回响，英国春季的天空灰蒙蒙的，目前世界上所建造的最大的和最昂貴的郵輪瑪麗女王2號緩緩由南安普敦港駛向索倫特海峽時，一度靜謐的北大西洋出海口，已是人山人海——它將完成它的首次跨大西洋旅程，首航美國，1310個船艙全部訂購一空，最昂貴的船艙甚至還有專門的管家服務……

4月22日，紐約的92號碼頭人聲鼎沸，熱鬧非凡。瑪麗女王2號駛過自由女神像，進入了紐約港，結束了它的首次跨大西洋旅程。當船經過宏偉的韋拉察諾大橋時，船上2600名乘客紛紛擁到甲板上，目睹這一盛況。直升飛機在空中護航，美國海岸警衛隊的快艇在一旁噴射出紅、白、藍3色水柱，對它的到來給予了皇家式的歡迎。



未来属于钢铁巨物

这是一个被速度主宰的世界,快餐、高速下载、移动通讯无所不在……在高速的魅力下,人们挣更多的钱,有更多的娱乐。1909年,意大利作家马里内蒂在他的《未来主义宣言》中已提出,世界已洋溢出一种美:速度之美。

从某种程度上来看,生产玛丽女王2号的库纳德邮轮公司是这种高速文化的狂热分子。1907年,它的旗舰,Mauretania号,速度终于超过Blue Riband号,成为当时横穿大西洋最快的游轮。这个纪录一直保持了22年之久。是争强好胜还是命中注定的竞争?泰坦尼克号失事有人分析罪魁祸首还是速度。当时,明知冰山四伏,船长却依然要求全速前进,这是因为顺应了白星航运公司为了挽回其Blue Riband号与库纳德邮轮公司在较量中失败而好胜的需求。

19世纪早期,以桨轮推进的蒸汽船在美英两国的沿海以及内河水域一直被广泛使用。以蒸汽助动的有桅帆船也于1819年横穿了大西洋。但直到1838年,第一只全蒸汽动力船才被制造出来。圣乔治蒸汽航海公司的天狼星号,旅程立即被缩短到了两周。紧随天狼星之后,是速度更加强化的Sambard Kingdom Brunel公司的大西部号。它同时拥有128间特等舱、乘务员召唤铃、女侍应和75英尺镶嵌板装饰、显示着艺术与科学完美结合的大厅……

从纽约港的空中俯瞰到来的玛丽女王2号,它犹如一只精疲力竭的白鸟。这忽然让人联想到了渡渡鸟——一种勇往无惧,却