

WHITE COLLAR

2003

白领

《万科》周刊精选

学苑出版社

白领 2003

《万科》周刊精选

主 编
缪 川

编 委	
曾 恂 英	黄 芳
韦 业 宁	季 蕾
郑 少 玲	彭 涛
朱 雪 芬	

学苑出版社

图书在版编目(CIP)数据

白领--2003《万科》周刊精选/缪川主编. -北京:学苑出版社,2003. 5

ISBN 7-5077-2125-6

I. 白… II. 缪… III. 随笔-作品集-中国-当代
IV. I267

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 021128 号

书 名: 白领 2003

主 编: 缪川

责任编辑: 刘涟

标准书号: ISBN 7-5077-2125-6

出版发行: 学苑出版社

地 址: 北京市万寿路西街 11 号 邮政编码: 100036

印 刷: 深圳天之彩印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 889×1194 大 32 开本 13.75 印张 300 千字

版 次: 2003 年 7 月第 1 版 第一次印刷

印 数: 5000 册

定 价: 29.00 元

逃离白领群体的少数人

(代序)

钟 伟

白领有什么气质吗?赫尔曼·黑塞在其《荒原狼》中所描绘的“中产阶级气质”也许是一个好的替代词,这种气质,是指“作为人性的一种存在状态,不是别的,是一种均衡的尝试,是在人的行为中,在无数的极端与对立中谋取中庸之道。”那么,白领气质似乎就是在狂暴和谦卑、纵欲与禁欲、自我和从众之间微妙的游移不定和平衡,没有特别鲜明的个人气质,却有鲜明的群体归属气质,乃是白领气质。

那么这一白领群体,而不是个体,如何从滚滚红尘中被识别出来?如潘知常先生在《高雅的赝品:所谓“中产阶级趣味”》中所称,白领填补了中国社会中消费的开放性与社会分层的封闭性之间的巨大反差,这一群体得以辨识,是由于其消费特质。白领与与轿车、名表、名酒、化妆品、时装、保龄球、高尔夫球、酒吧、精品屋、舞厅、美容院、白领杂志为伴,他们刻意将群体特征和普通大众区别开来。百姓喝青岛啤酒,他们就喝 XO;百姓逛百货,他们就进精品店;百姓听卡带,他们就听 CD 等等。这是一种敏锐的捕捉,但似乎仅此还不够。

白领群体得以辨识,不仅在于消费“物品”,还在于其消费和生产“文化”。他们所消费的文化多半是速食的,白领所生产的文化大体也不是有厚重历史感的。在传统形态中,人们热爱文化,献身于文化,或诅咒文化,拒绝文化。但除了中世纪的僧侣阶层外,很少有某个群体消费文化,而白领群体竟然以自己的趣味消费起文化来了!不仅如此,他们还在生产文化。现在都市中流行的公众媒体,即便不全盘是白领所消费的,哪一种不由白领所生产呢?对于白领文化,两种截然

不同的看法对立着。

一种看法是，白领阶层其实并没有什么实际的文化，白领从不给社会创造什么文化，而是社会为其提供文化的碎片而已。时尚的白领文化是快餐式的，快餐文化就是消灭文化和思想，正像快餐食品就是消灭营养一样。白领群体为物质消费所征服，也为非文化的“白领文化”所征服。读一本时尚杂志对一个白领而言，其所花费的时间不会比对本漫画书更多。白领文化经不住品味，因为白领文化本身没有品位。

另一种看法截然相反，以为白领文化的速食性，就是文化本身。中国古代士大夫的琴棋书画盖莫能出于速食之外，秦观柳永当年的井水处，就是今天的经典时刻；现今养活了大批学人的所谓几大名著，在当时莫不是在酒肆茶馆中速食出来的。白领群体毫不掩饰他们对高尚孤傲的疏远，和对平庸浅薄的认知，仅仅因为他们深知，几十年来所浸淫的格式化的教育以及所拥有的各种学位，对生命本身而言一钱不值。所以白领们说，“如果只有金庸，没有古龙，汉语世界将如此寂寞。”

对于白领气质，有人这样评价：帕雷托曾有名言，“历史是贵族的坟墓”；阿德勒则说，“自卑导致超越”。白领气质的中庸，使得他们在强大的现实面前不肯承载太多太重的情感，也不肯付出太多太重的代价。他们愿意追求快活、轻松、潇洒、闲适、恬淡，这是致命的，历史将是白领的坟墓。而也许这种无奈的白领气质，仅仅是因为白领群体作为识文断句的群体，体会到青春的稍纵即逝，所以他们恣意地挥霍着青春；因为无法摆脱生存的无力感，所以他们在人口稠密的繁华之地享受孤独。

对于白领消费，克莱夫·贝尔严厉地批评说，“雅典人的思想和感情生活极其丰富而多样，但他们的物质生活连体面都顾不上……文艺复兴时期豪华富丽、宏伟壮观的东西有的是，但人们对生活的舒适从未用心。”因此在很多知识分子看来，白领群体才高于志，土木形骸的生存方式，实在是摧毁了作为西方社会道德基础的新教伦理，而东方白领群体在享乐主义方面，似乎已经走得比他们的西方前辈更

遥远了。蔡花花的老爹在《古金兵器谱》中引用了麦芒的诗句：

可怕的死亡教会我放纵欲望
二十岁是短命，一百岁也是夭折
上天不会再派同样的人
顶替我享受那份该得的恩典

对生命的体会因群体、个体的不同而不同，白领群体所具有的生何欢死何苦的局促，使得他们只能选择属于他们“该得的恩典”。

对于白领文化，相当多的知识分子以为它并非文化，文化要的是对生命的渴望、精神的郁结，以及对人类悲天悯人的终极关怀。而白领文化恰恰缺乏了这种“文化底蕴”，其实质无非是以文化认同平庸的生活。丹尼尔·贝尔甚至说，所谓白领文化或曰中产阶级文化，是文化“真正的敌人”、“最坏的赝品”、“时髦的娱乐”。我想如果海子还活着，他会不断地发问：你所说的人类的曙光，或者沉沦的夕阳，到底是什么意思？对于白领群体而言，生命是如此的幸运与不幸，所以对于我们即将死的必然有何胜利可言？挺住已经意味着一切。

作为白领群体，他们不是最有钱的，更不是最有权的，但却最了解自己“活着”，以及这种“活着”意义的真实和荒诞。白领群体赢得更年轻的不更事者艳羡的目光，但他们的生存方式远非他们的外表那样华彩照人。他们以出售生命和智力的片断而获得较高收入，但很难说他们在精神上比蓝领赢得更多。他们在证实自己对公司有用的同时，却往往发现作为个体的他们对社会的无用。他们提升了生命的质量，但面对提升生命的意义却仍然无能为力。白领群体中的大多数，生活已经成为一种纯粹的形式而不是内容。白领群体中的大多数，是乔治·奥威尔所描述的“盒子中的人”，盒子里的人是可怜的，他们除了酣睡之外没有自由。

对于白领群体及其生存方式，需要更多地从其气质、消费和文化中予以谴责吗？白领群体不会谴责其所存在的社会，当他们回首往事的时候，不会因为碌碌无为而羞耻。

不过已有逃离白领群体的少数人，乃是因为他们更深切地体会到生命的真实，而放弃了附加在其上的荒谬。白领群体拥有知识但不

是知识分子，而逃离出去的少数人更不是知识分子。萨特式的参与性知识分子衰落了，福柯所说的那种普遍知识分子消失了，白领群体仍然在平滑地向前移动并壮大，而逃离出去的只是少数人。

作为逃离者的少数人的生存方式有屈指可数的两种。一种是如同赫尔曼·黑塞所描绘的“荒原狼”，“我跟我以往的世界和故乡别了，……我无法再忍受这种温文尔雅、虚伪、欺骗、彬彬有礼的生活。”“少数离去的人成了极端分子，并以令人敬佩的方式毁灭，他们是悲剧人物，其数目是很少的。”我不清楚黑塞所说的逃离出去的少数人是毁灭还是被毁灭。与此相当的是20世纪50年代哥伦比亚大学的怀特·米尔斯，他在《白领》中追溯了独立群体的衰退，他痛心疾首地认为，他自己的家庭从牧场主上升为推销员带来了沉痛的损失。因为自他10岁那年起，就看着作为白领的父亲为每一次推销的旅程做准备。后来米尔斯在纽约这个大都市中，成为一个彻底的局外人，一个得克萨斯人，一个独立存在超越一切的人，米尔斯的第一部著作《权力新人》中的生存就这么摇摆不定：

当那些摇摆不定的人乘船
来到埃弗雷特，当地官员说道
你们再过来一点
反正你们的头儿要下地狱
谁是你们的头儿？
那些摇摆不定的人在后面嚷嚷——
我们不是没头儿
我们都是头儿
他们正不停地走来

而逃离出去的另一一些人，并没有这样有意义地独立，他们被无意义地淹没了。蔡花花的老爹在《古金兵器谱》中说到了他北大的同学，一生最远大的志向就是在企业的收发室做一个报纸信件的收发员；说到了毛姆笔下的莱德，他最终成了一个出租车司机。也许生命本身是渺小而不是庞大的，因此这些人更清楚，作为庞大的陪衬品的冲动是何等的无聊。所以他们不告别，也不疏远，更不对抗，他们只是

随时可能蒸发的一滴水,其生存状态和意义是蔡花花的老爹的两句
厌倦十四行:

到了这种地步

我深信活着就是为了吃饭

我就是这样理解生活

我也将这样对待自己

2003年5月15日

企业视角

【万科为什么】……………创立至今,遵循市场化的原则一直是万科最基本的管理

哲学。万科也始终保持着对市场的敏感

- | | | |
|----|------------------|---------|
| 9 | 客户是万科永远的伙伴 | 王永飏 整理 |
| 16 | 建筑无限生活,从懂得你的生活开始 | 小曾 |
| 23 | 万科未来的西点模式:斯巴达+雅典 | “周刊”编辑部 |
| 32 | 我们的工作 70 年有效 | 莫军 |
| 36 | 走出门去交流,关起门来思考 | 王永飏 |
| 39 | 关注市场变化 警惕结构失衡 | “周刊”编辑部 |
| 43 | 市场是立足的根本 | “周刊”编辑部 |

【在路上】……………王石的魅力,百分之八十五点五来自那张现在大家已经很熟

悉了的脸上,一小段机智的话锋后,突然一个微笑,然后一句“是吧?”——靠,这么多年我都没忘。没法忘

- | | | |
|----|---------------|------|
| 49 | 总部搬迁话家常 | 王石 |
| 69 | 初吻万科 | 途经此地 |
| 75 | 2002 美国琐记 | 王石 |
| 80 | 献给我那叫“万科”的情人 | 田北 |
| 83 | 嘎子哥,进了城你想做什么? | 王石 |
| 89 | 鞍山:“上甘岭”之役 | 周卫军 |
| 99 | 挠了一下王石 | 程鸿蔚 |

【地平线】……………房地产开发浓厚的人文氛围,体现于四大城市的开发特征中,表现为丰富的城市文脉,并已经构成竞争优势的重要元素

105	房地产的甲方与乙方	陈劲松
110	南国奥园:成本的秘密	郑少玲
116	地产前沿的四个流派	喻颖正
121	城市住宅预测与实证差距	王石
126	警惕房地产业的十大误区	卢铿
130	如果信任可以没有	魏君贤
135	裁判使命与弱势关怀	大诗

【建筑视野】.....著名的城市评论家L.芒福德这样评论说:“许多看起来似乎很现代化的规划,仍然只是些充满巴洛克时代精神的思想”

143	营造万科未来的“梦工厂”	肖楠
147	当简单不再只是简单	北北 北人南下
152	宛如乌托邦一般虚幻	邓慧
156	北京,还拆吗?	灏流
163	柏林犹太博物馆	王石
167	站在十字路口的城市更新	实建
173	英伦之旅	肖莉 丁健
183	女人的身体,男人的目光	贺承军

【经济人俱乐部】.....经济学的知识是否可以帮助人们赚更多的钱,似乎是个疑问

189	学术研究的世故与天真	巴曙松
194	诺贝尔奖与自由市场原则	秋风
197	有地图就一定找到家吗?	赵晓
201	约翰·纳什的“抠女”博弈	费戈
205	经济学人的“飘一代”	钟伟
214	谁比张五常更厉害?	阿K 四妻
221	与失业约会	张田勤
227	淹没在城市中的拾荒者	钟伟

233	财经舆论:无法避开的“必要之恶”	陆新之
237	咱们走上前,鲜花送“模范”	朱伟一

【商务仓】.....品牌正在接受审判,罪名包括威胁消费者的健康、破坏环境、
引诱青少年堕落等等

243	一段眼花缭乱的财路	牛文文
247	品牌:JUST DO IT	小曾 编译
253	生命中不能承受之“非”	牛文文
259	摊开你的手心 睁开你的眼睛	童牧野
263	高建华:三进惠普	彭涛
268	撇开利润,即入误区	郭梓林
272	从仰融和祝剑秋看 MBO	黄湘源
275	监管者的烦恼	缪缈
280	“就好这一口”吗?	单正平

人文情怀

【雕刻时光】……时至今日,我仍记得第一次听到《洪湖水,浪打浪》这首歌时的情景。它像一道被打开的陈旧布景,散露出三月末 空旷的乡间田野

285	似曾相识的精灵	格非
290	根本不存在的年月	丁宗皓
304	在悬铃木的浓荫下	孙甘露
307	最后 102 分钟	小曾
318	人在江湖飘	缥缈
323	拜罗伊特十大规矩	刘雪枫
334	断翅三章	WonderC

【物质生活】……“You wanna go to Rochefort! For the beer?”像是由《丁丁历险记》漫画中走出的列车长,推推小圆帽,眼睛里有着“孺子可教,吾道不孤”的赞赏

343	小资生涯的浪漫与危机	陆新之
348	墨尔本的苏珊	黄铁鹰
355	谁要去比利时喝啤酒?	黄建和
360	苏州观前街	文哥
365	星巴克	宁高宁
368	北京小资为什么怀老上海的旧	陈耀明
374	浮城之恋	胡蓉
379	以酱成名	刘齐

【灯下文字】……你所要去的目的地,可能不如过程之中你不经意挥霍的风景;而当你完全明白这一切时,你的旅行已接近终点

385	记住小波,忘掉有趣	傻青
389	时代镜像之“双城”中国	蔡哲远
395	尘土荣华 昔晦今明	王怜花
400	他们曾使我空虚	林黑
403	后校园时代的白领民谣	缪川
405	远在东方的沙漠	简直
411	编辑角度看《良友》	杨早
414	深圳乐与怒	胡蓉
420	十年的酒旗还能打多久	王安

【跋】

423	白领,需要一根坚硬的腰椎	缥缈
-----	--------------	----

万科为什么



创立至今，遵循市场化的原则一直是万科最基本的管理哲学。万科也始终保持着对市场的敏感。

客户是万科永远的伙伴

□ 王永飏 整理



9

在万科迎春联欢晚会上,深圳四季花城业主合唱团这样咏唱:感谢万科,为我们提供了温馨的家园,与我们一同营造着美好的生活,在这样的家园中,我们演绎了无数的爱情与友谊……

就这么由衷地被感动——

没有客户的支持和敲打,又怎会有万科成长的今天?