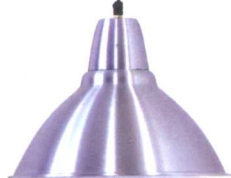
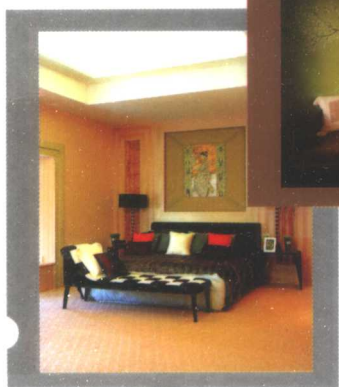


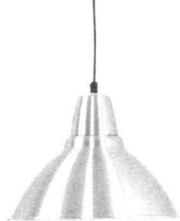
第一本全面呈现及解读 当代中产居住的读本



混搭 中产家

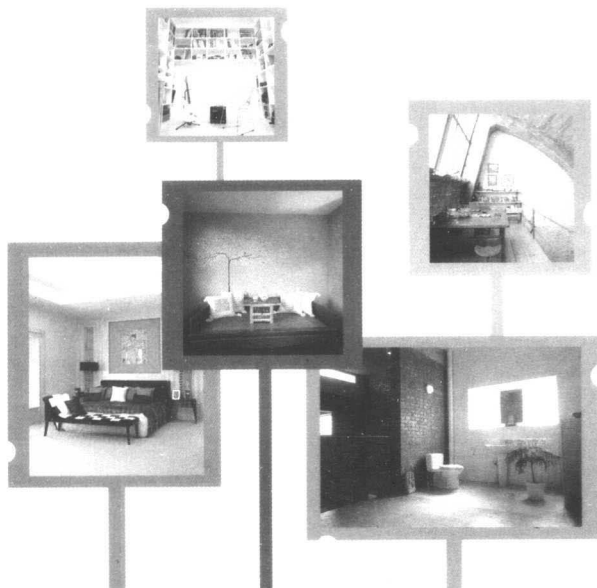
殷智贤 著





混搭 中产家

殷智贤 著



图书在版编目(CIP)数据

混搭中产家/殷智贤著.

北京:中国人民大学出版社,2005

ISBN 7-300-06554-6

I.混…

II.殷…

III.居住—消费生活—研究—中国

IV.D669.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 056063 号



混搭中产家

殷智贤 著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 发行热线:010-82503022

编辑热线:010-82503013

网 址 <http://www.longlongbook.com>(朗朗书房网)

<http://www.crup.com.cn>(人大出版社网)

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京恒智彩印有限公司

开 本 787 × 1092 毫米 1/16

版 次 2005 年 7 月第 1 版

印 张 18 插页 2

印 次 2005 年 9 月第 2 次印刷

字 数 156 000

定 价 29.80 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

《混搭中产家》是一本用细节解构中产居住生活的书。

本书在“文化混血，目标混杂，趣味混乱，风格混搭”的时尚文化状态中，用格调、色彩与质地描绘出一个“中产”的家居形象。

由于作者身兼《时尚家居》与《时尚家居·置业》两本时尚杂志的主编，使得本书每一个“时尚细节”皆出自第一手的资料，所选插图也是历年来《时尚家居》杂志中极具代表性的图片。

殷智贤

1990年7月毕业于中山大学社会学系，

1992年涉足新闻界，

1993年自《时尚》杂志创刊起任编辑记者，

历任《时尚先生》、

《时尚家居》、

《时尚家居·置业》主编，

出版了《高级灰——中国城市中产阶层写真》、

《爱情也流行——二十年中国人情感回放》等。

YZX@TRENDSMAG.COM



long-long Book House

网址: www.longlongbook.com

发行热线: 010-8250 3022

策划编辑/呼延华

责任编辑/颜 桥

封面设计/SDD工作室

版式设计/杜 敏

sddoffice@yahoo.com.cn

Preface

by Yin Zhixian

自序

文化混血，目标混杂，趣味混乱，风格混搭。

今日中国的中产阶层在家居领域呈现出的丰富性与其意识中的混乱性是成正比的。

基于整个阶层的不成熟及社会整体的不确定性，当代中国中产阶层在勾画自己的居住蓝图时，尚无法将想像的碎片拼贴成一个完整的画面。所以，寻找属于今日中国中产阶层的居住特征是困难的。

与此同时，我们这个社会无论出于什么动机，一直也没有将推动中产阶层的发展作为从思想到行动的努力方向。到今天，中国的贫富差别已经到了危险的边缘，成为世界上贫富差别最大的国家之一。而作为社会稳定力量之一的中产阶层则如碎片一般散落在中国的城市里，至今没能成为社会的主角。

我一直关注着这个人群的变化，收集关于中国这一代中产阶层的各种碎片，试图拼贴出中国改革开放后第一代中产阶层正在努力铺展出的时代长卷。

在这个画面里，居住无疑是一个生动而又有极强代表性的主题。中产阶层在此处的表现折射出他们的种种价值观，也对整个社会的文化和市场的潮流具有相当的影响力。

本书试图对当代中产阶层在居住消费方面的种种表现做出尽可能详尽而全面的呈现。权且当做一家之言，作为了解这个阶层的一个参考吧。

我所期待的是我们对当代中产阶层的认识和态度能有一个理性而积极的取向，识别他们的走向是为了掌握中国城市乃至中国的未来。

40 Questions You Should Answer by Yourself

四十个你应该回答的问题

01. 如果你决定买房，你是否因为要与人同住？
02. 如果是，会是谁？
03. 为什么？
04. 你们彼此了解对方的生活习惯吗？
05. 你们能彼此适应吗？如果需要协调，你们会怎么安排这个共同的生活空间？
06. 决定买哪里的房子，你希望谁和你共同决策，还是只是你自己？
07. 如果有同住者，装修时怎么分工？
08. 你清楚地知道他们的需要吗？
09. 他们清楚地知道你的需要吗？
10. 谁会为哪些事情妥协？
11. 为什么？
12. 谁不会为哪些事情妥协？
13. 为什么？
14. 你不能满足自己的哪些需要？
15. 为什么？
16. 你不能满足同住者的哪些需要？
17. 为什么？
18. 你决定住在哪里是为了获得什么？
19. 你确定这个“什么”对你的生活确实非常重要吗？这种重要性能持续多久？
20. 为了这个“什么”，你所支付的是你所能承担的吗？你是否不得不支

付其他你不愿意支付的？

21. 你买多大的房子理由、来自谁？家人？朋友？媒体？客户？自己？谁是真正的主导？

22. 你希望你的家里最主要的气质和氛围是什么？

23. 为什么？

24. 你认为什么能成全你的想法？

25. 在这件事上，你的家人和你的想法一致吗？

26. 你有你喜欢的某种风格／色彩／材料吗？

27. 如果有，会是什么？为什么？

28. 你确定你会将你喜欢的风格／色彩／材料用于你的家吗？

29. 如果有一天你不喜欢了，你愿意并且能够承担改变的成本吗？

30. 在这件事上，你的家人和你的想法一致吗？

32. 你知道你回家的时间有多长吗？会是哪个时段？

33. 你了解这些时段的家庭生活有些什么特点吗？

34. 你选的房子和装修方案适合你的作息需要吗？

35. 你的家人呢？

36. 你和家人交流的方式是什么？

37. 为了很好的交流，你安排了哪些空间和家具摆放方式？合适吗？

38. 你和每一个同住者（一定要包括孩子）都有属于自己的不会被旁人打扰的空间吗？

39. 你的房子会让你们彼此更相爱吗？

40. 你的房子带给你的孩子最宝贵的是什么？





细节，若干细节拼贴出来的画面呈现了今日中产关于居住的复杂心情和焦急匆忙的造梦过程。

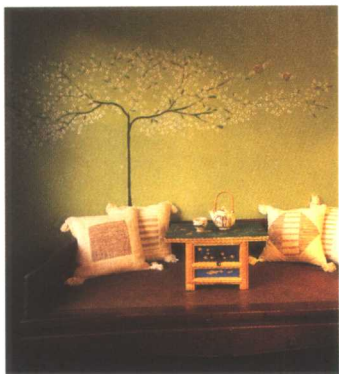
Contents

目录

- 001 自序
- 002 四十个你应该回答的问题

第一篇：具体生活

- 002 中产阶层买多大的房子
- 012 中产之家需要几个房间
- 020 客厅——中产身份的名片
- 030 卧室，谁的领地？
- 036 厨房，烹饪只是一个节目
- 044 卫浴间，为什么投入如此之多？
- 050 儿童间成全的首先是父母
- 058 中产之家要书房做什么？
- 064 中产居所尚欠缺礼仪系统
- 070 景观，中产居住菜单上的甜品
- 076 中产阶层需要什么样的第二居所
- 082 中产们需要什么样的社区？
- 086 健康家居离中产有多远



Contents

目录

文化上渴望混血的中产们并不真的想变成一个美国人或法国人，但他们也不甘心自己只是个中国人，所以一些能让他们看起来有些洋范的符号很能成全这一代中产的希望。

第二篇：符号化姿势

- 096 哦，时尚！
- 106 中产之家的识别符号
- 116 风格的追逐：有情尚无调
- 126 色彩——约定于是俗成
- 140 混搭，中产阶层的材料感觉
- 150 中产居住在意什么隐私？
- 158 情感设计空间
- 174 移民中产，城市新风景线
- 180 我们需要 CBD！



如果是和钱有关的梦想，富裕阶层的梦想边界是广大的，中产阶层的则有鲜明的界限，而这种界限竟然难以逾越。

Contents

目录

第三篇：存在于想像中的价值

- 192 城市还是郊区？
居住欲求的价值摇摆
- 208 给中产一个埋单的理由
- 218 中产阶层买多贵的房子
- 226 中产，居住的依据是什么？

第四篇：花今天的钱， 买明天的梦？

- 240 家居梦的阶层分化
- 252 城市与中产，谁改变谁的命运？
- 258 什么是限制中产居住消费的力量？
- 264 移民潮里的危与机
- 270 结束语：
现代中产阶层因何而产生？
- 278 后 记

Chapter I

Concrete Life

第一篇：具体生活

中产们在今天为营造其家所做的种种努力，都使我们看到了这一代中产青少年时期未能实现的梦想，以及他们对于自己未来的种种憧憬。只是在这些画面里，我们也清晰地看到了一些无法掩饰的破绽，而这些竟不是用细心或金钱能够弥补的。

具体的生活将原本被隐藏起来的幻想具象化并且放大了，这一点甚至连中产们自己都没有察觉。

中产阶级买多大的房子

收入水平只决定一个人买房子的上限及下限，以同等消费力，中产阶级买多大的房子却不是个定论。

我目前对中产阶级的界定是家庭月收入8000元~4万元，即家庭年收入10万元~50万元。那么对于一个月收入8000元的中产之家而言，他能够承受的住宅消费上限是月供2600元，首付8万元~10万元。以这样一个经济实力，在北京、上海这样的城市他可以买100平方米大、每平方米3000多元的房子，也可以买50平方米、每平方米7000多元的市区公寓，于是中产阶级在其可控的经济实力范围内买多大的房子就不是一个经济问题，它正越来越显示出是一个社会学问题。

决定中产阶级买多大房子的一个重要原因是中产阶级收入增长的速度。

进入21世纪以来，中国经济仍然以不低于8%的速度持续增长着，至今这种堪称奇迹的现象还没有消失的征兆。对前途的信心，以及持续增加的收入，都使中产阶级的整体消费力在逐年上升，这种上升不仅来自于中产阶级整体规模的扩大，也来自于中产阶级消费需求的强劲增长。

1998年取消福利分房后，中产阶级在住宅上的消费还处在试探阶段，那时他们还不肯倾其实力在房产上有较大投入，但随着房地产市场的规范程度逐年提高，新建商品房流通方便，回报高，而央产房、旧时福利分房上市交易艰难，中产阶级便逐年开始加大其在新建住宅上的投入，以便使“不动产”成为“动产”。而且由于投资失败的比例在相应降低，中产阶层们备受鼓舞地

将房子越换越大。很多中产阶层在初次置业时都会考虑到三五年后出手是否容易这个问题，一个关于越大的房子越好出手的投资传说使一些中产阶层开始了“以房养房”的投资方式，而150平方米以上的高档公寓、300平方米以上的TOWNHOUSE或别墅房子回报率相对较高的事实，也使中产阶层在投资房产时有更为大胆的举措。

中产阶层买多大的房子受各种社会风尚的影响也很突出。

自从中产阶层进入房地产消费市场以来，整个时尚界和社会舆论提供给中产阶层的家居梦想已经经过了几轮变迁。

先是大厅小卧。在一套150平方米~180平方米的公寓里，客厅从20世纪90年代初的十几平方米变成了90年代末的30平方米甚至50平方米。而所谓的小卧也不过是从二十多平方米减到十七八平方米，所以居室的面积在这一轮风潮中便已扩大了几十平方米。大厅小卧示范的空间布置和家居风格一时间成了中产之家的典型梦想，在这一场逐梦过程中，中产阶层们将居住面积扩大视为提升生活品质的一个重要标志。

经历过大厅小卧之后，开放式厨房又给中产阶层提供了一个新的梦想模板，开放式厨房使中产阶层既实现了新生活的梦想又无须扩大面积。

消费经验的匮乏也使中产们对自己需要多大的房子拿捏不当。

户型即不同空间在一套住宅中的位置、比例，是中产阶层们构筑新生活的內容。中产阶层对空间与人的比例关系的判断和处理还有某些不到位的地方，这就使他们对多大的房子才能使自己的需求得到恰当的满足判断失准。

比如：一个餐厅长宽多少才是舒适的？摆新古典餐桌椅如果恰好，那么摆进极简风格的餐桌椅在视觉上是否显得空洞？抑或餐厅就显大了？

又比如：一个客厅多宽多长适宜观看多大的电视，一个喜欢美式田园风格家居的人如果想在家庭中摆放美式沙发，客厅要多大才会不显局促？

一个设计师为自己重新构造的空间，多功能交错叠加的游戏显然令人其乐无穷，改造空间是迄今为止中产们一直热中的家居活动。





种种比例的判断失准，使中产阶层忍受着由空间比例失调带来的并不那么舒适的生活。

当然对于刚刚买了新居的中产来说，对于空间还没能体会得十分细致，由此导致的不舒适还没有那么严重。

中产之家对不同需求排序变化也对他们买多大房子构成影响。伴随着社区形象与名声成为划分阶层的一个符号，一些试图借此描述自身形象的中产阶层也会为进入这样的社区付出一定的代价。例如为了提高身份，他们会为进入高档社区而在住宅面积上做出较大的让步。

社交方式的改变也影响着中产阶层选购住宅时对面积的需要。经常在家请客的人将在交通便利、宜于同事朋友抵达、社区形象良好和居室面积大小几个指标间做一个平衡。

2001年起，在郊区购置居所成为了中产阶层新的置业方向，其直接后果使中产们既无须大幅度增加置业成本，又享受到了崭新的生活品质，例如面积增大、自然环境改善等。

随着有车一族的增多，中产阶层便敢于