

与房子有个约会

对话：房子与人

房子不是简单的商品，是居住者选择的生活方式载体，印证居住者的地位品味价值。

■ 骆回 著



广东省出版集团
花城出版社

与房子有个约会

■ 骆回 著

广东省出版集团
花城出版社
中国·广州

图书在版编目 (C I P) 数据

与房子有个约会 / 骆回著. -- 广州 : 花城出版社,
2013.4

ISBN 978-7-5360-6675-5

I. ①与… II. ①骆… III. ①消费心理学—研究
IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第068705号

责任编辑: 文 珍
策划编辑: 张承良 娟 子
内文漫画: 邝 飏
封面摄影: 王京辉
装帧设计: 礼孩书衣坊

书 名	与房子有个约会 YU FANG ZI YOU GE YUE HUI
出版发行	花城出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号)
经 销	全国新华书店
印 刷	广州市官侨彩印有限公司 (广州市番禺区石楼)
开 本	787 毫米×1092 毫米 16 开
印 张	16.25 1 插页
字 数	200,000 字
版 次	2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷
定 价	38.00 元

如发现印装质量问题, 请直接与印刷厂联系调换。

购书热线: 020-37604658 37602954

花城出版社网站: <http://www.fcph.com.cn>

前 言

对房子有一种特殊的情感，不仅是因为它与我的事业有关，更因为它承载了人们对生命，对价值观的一些表达。

没有什么比房子更能包罗我们生活的万象，对于普通的阶层来说，房子是一生追求的归宿，对于成功人士来说，它是彰显身份的标志，对于投资者来说，它是即将升值的潜力股，而对于置身其中的建造者来说，房子是事业……

在消费者心目中，房子不仅具有物质的财产意义，它更代表了安全与稳定，代表了一种对根与源的认同。房子不仅是居所，还是社会文化结构中最重要元素之一，是社会文化的走向，是城市精神的文化载体。

房子是载体，在买房者和建房者的背后，更多是对于某种文化的憧憬、认同和追求。对于购房者来说，选择的房子，从某种意义上来说展示了其生活模式，一个商业项目的成功能推动一个区域产业的升级，一个具有文化特征的社区会让入住其中的人们浸染出一种文化和生活方式，因而有人为了子女教育，为稀缺的学区房一掷

千金，也有人因为和明星住在一起而沾沾自喜。如果说这只是一种表面心理需求的满足。那么，连夜排队只为选一间心水房，房价的涨跌对于人们神经的牵动，专业市场对产业资源整合的推动，则说明了房子已经制造出一种“价值竞争”，它让身处这个时代的我们不自觉的被牵动，被左右，它，到底有何魅力？得以让身处这个时代的人们为之痴迷？为之左右？它，到底是怎样变成了“房地产现象”的？什么样的房子才是好房子？在这些现象背后，又包含了多少房子的消费者和建设者的心理镜像？

抱着追溯这些问题的想法，以及工作上的需求和个人兴趣，我将自己以及研究对象在消费房子，建造房子过程中的种种体验记录分享，形成“与房子有个约会”，奉献给所有的房子建造者以及居住者。文中骆回、乐乐以及融融是三个常年浸润在“约会房子”情境中的房地产开发行业中人，每每于茶余饭后，畅论“与房子约会”的那些事。房子的各种镜像价值便在对话的逐层深入中渐渐呈现，犹如剥开一个石榴，裹着红宝石般的果粒，在阳光照射下，呈现出晶莹剔透的智慧光彩……长达数月的“三人行”对话，实际呈现的是经历者常年累月的职业思考和生命体验。思维的洞见聚沙成塔，涓涓细流汇聚成河，将散布的感悟汇而成篇，成就了这本《与房子有个约会》。

房子的文化，就是居住文化，由于对文化存在着多种理解，对居住文化也可以从不同的侧面进行把握。从社会学的角度看，可以把居住文化定义为人类关于居住的价值、风俗、规范、观念与符号的总体。再从经济学的角度看，经济工作者往往把文化与一定的经济行为联系起来，因此也把居住文化视作为满足人与居住方面的需要而对人的住宅所进行的加工与创新，目的是为了有效地增加房地产商品的价值含量，包括住宅的使用价值与经济价值。现代居住文化是伴随着现代物质文明和精神文明的发展而发展起来的。现代

居住文化的概念，既应包含着上述居住文化的一般内涵，也要在传统居住文化的基础上得以进一步的发展，从而被赋予新的含义。

人类社会的经济，大致上可以分成脚的经济、脑的经济和心的经济。对于房地产的发展史，也无非是这种模式。从最早的手挑肩扛筑成的粗放式巢穴集合体，到融合设计，把生产技术和知识整合在一起的脑力生产结果，再到充满文化意味的艺术品。房子的价值，因为人类在满足基本生活需求后，“理想自我”的图像被放大，其意义也延伸出各种美好的寄托。这就是房子“心经济”的价值体现。住在 Town house，说明你是中产阶级，你的自信增加了，而拥有独栋别墅则证明你不凡的消费能力。借着房子的属性，区分了自己与他人的不同（或相同），证明自己的身份地位。相反，对于某些消费者来说，房子不是奢侈品，它是必需品。一生能买一套房子，已经是最圆满的追求，因此房子对他们来说意味着人生愿景的实现。对于已经满足了基本生活需求的人来说，被文化镶嵌的房子是生活品味和价值魅力的彰显，它是“生活方式”的竞争，在各种价值镜像下的房子拥有其独特的意义。

对于我来说，房子最重要的价值不是固定资产，而是右脑创意的产物，让我作为房子建造者的一分子，用感性的右脑将土地创造出让人愉快而乐意拥有的空间价值。

“约会房子”是一份充满神圣责任感的职业，同时，更是一项充满创意感和挑战感的工作。房地产开发、营销、服务、经营理念、人文、景观……包含了丰富的艺术探索，于我而言，这不仅是一种人文关怀的实践，更是一种精神价值的实现，一种细致生活的追求。通过对空间、人文、价值的思索，创造出具有文化价值的房产品。所以，对于房地产事业的钟爱归根结底来源于我对生命的热爱，奋斗的火焰不息，实现理想的激情也会因此澎湃不已。

人生价值的实现是我们生命精神的最高体现。作为房子的建造

者我认为对人，对自然，对生态越关怀，对人的需求理解的越透彻，建造的房产品将越完美，人们因此所享受到得生活也将越好。因此为了要让消费者过上理想生活，我们要在开发前期、工程建设、营销策划上表现出一定的价值指数，以满足消费者的美好寄托。对于所建造的房产品，我常有一种老父嫁女的心态，如果产品被消费者喜欢，社区被追捧，居住者生活愉快，则好似女儿觅得良婿一般让我欣慰不已，觉得自己的产品得到了认同，自己的价值得到了彰显。我常跟同事分享说，房子，是自己的儿女，要在过程中细心投入，在成长中极尽宠爱，在婚礼上尽力彰显，让它最终赢得良好的归宿。从而实现房子的价值，印证我们事业的价值。

多年来在园林与房地产领域的约会，让我常在城市华灯初上时，为自己能与其他从事这份事业的人们一起为城市所创造出万家灯火的风光而萌生无限感动……怀着这种感动写下这些记录和分享，其意义在于让更多的人通过交流找到房子对自己的那份感受，同时，窃盼阅读此书的朋友能够以轻松的姿势，与我生命体悟的意识流再度交汇。

在编写《与房子有个约会》过程中，匡贤链在收集、整理资料方面给予了大力帮助；尚娟娟、文珍在编辑策划、文字厘定、制作校对方面给予了巨大贡献；张承良博士在文体写作、章节的编排方面给予了不遗余力的指导帮助，在此，我衷心地感谢他们，可以说，正因为他（她）们的付出和支持才得以将这本书分享给大家。

马[四]

2013年2月于温哥华

自序

骆四

在我的人生中，那些与同事，与朋友，与合作伙伴同甘共苦、和衷共济的历程，以及所从事的事业所带来的各种际遇，常常会让我萌发出许多感想。

这些感想随着时光荏苒，岁月变迁而不断沉淀，焕发出独特的光芒。于我而言，看似平凡的小事，却蕴藏着人生的真谛，所谓人生境界无一不是从生活最细微处去发现、去感悟的。关键在于我们有没有美好的心灵，有没有智慧的眼睛，是不是用心从这些细节里面，真正获得需要的知识和感悟。

每个人的经历不同，禀赋各异，但如果遇事反观内心，去思考，去明白，日积月累，即使默默无闻的情节，也能使人触目生情，在瞬间感受到生命历程中的欢欣和磅礴。

悟的来源取自于人类的社会知识及自身的经验积累，一个人积累的知识阅历越丰富，其觉悟程度就应当越高。但是，由于人的个体经验积累途径和认识活动等等方面存在差异，这种觉悟程度的高低也并非一如既往地能够得到正确的或充分的体现，所以才会出现

具有相似知识层次结构但世界观却迥然不同的人的个性差异。而善于观察和思索，可以让人获得更高悟的能力。

有什么样的眼睛，就有什么样的生活，年轻时追逐成功，渴望辉煌，这说明我们需要种种外界的辉煌来印证自己的人生。但是等到生命的历程愈行愈远，我们是否会想，除了这些物化的东西，我们还能身边的朋友，为那些爱我们，陪伴我们的人留下什么？

黎巴嫩著名诗人纪伯伦曾经感叹：“我们已经走的太远，以至于忘记了为什么而出发。”

于我而言：思想上的光华，人生哲学才是最丰盛的财富，分享知识和分享食物是最大的善良。

因此，在工作中，生活中，我常常把知识作为最珍贵的礼物，送给这些爱我的人和我爱的人。我认为，我的学生，同事，朋友他们可能只是在人生的某一段与我同行，但通过这一段，他们的价值提升了，这才是我真正的快乐和成就感所在，这是我理解的真正的成功。

编写《与植物有个约会》、《与房子有个约会》、《与客户有个约会》、《与同事有个约会》、《与 60 个三角形有个约会》、《与加拿大有个约会》是我生命旅程里的偶然中的必然。因为所从事的工作，专注的事业，相处的人和事跟书中的内容息息相关。人生的工作岗位也许有偶然成分，但在岗位上的认识和思考就是必然了。

我从事园林绿化、盆景艺术、赏石研究十多年，跟植物发生了太多的感人故事，2000 年 5 月，我在种植一棵樟树时，摆弄来拉扯去，还是不能让客人满意。李工说，这棵樟树的脸，应向主人。经调整后，客人顿时喜形于色。这件事让我明白了，植物是有脸面的。

2001 年 3 月，我在苗圃场里巡查，发现一棵红继木不像别的植物争奇斗艳，已经一个多月没精打采了，没有生机，没有光泽。叶

子背面原有舒展挺拔的容貌平平然了，没有点儿张牙舞爪的架势。无论怎样施肥浇水、呵护也不见起色。我叫工人搬到一处开阔地上。一个星期后，发现它生机盎然了，焕发出勃勃生机。两个星期后，花蕊特别饱满，开苞后尤为鲜艳。

事后我在饭桌上跟老园林刘工谈起这段经历，他说，树不高兴了，也会给你脸色看……因为你把这棵红继木放在大树下，这棵大树欺负它……

哦，植物也有情绪，也有情感，太神奇了！

我从此开始留意起植物的形态和情感世界。十多年来，我保持着把与植物的对话记录下来的习惯。后来又做了房地产开发商，房子从居住享用到研究开发供应给千家万户。在这个工作里发现，无情的钢筋水泥经工程师和工人們的浇筑后变成了具有无限生命力和精神世界的艺术品，供人们享用和欣赏。我发现房子与人的关系不仅仅是单纯的交易、居住，而是有千丝万缕的情感纠葛。

2005年7月，我带一位客人去看一座房子，客人看的时候，上下打量，手轻柔地摸墙推门，情形好似抚摸拥抱爱人。成交后我问客人，你急用这房子吗？

客人说，我不急用，在我没想好怎样侍弄它之前，我不能搬进去，她太可爱了。交易前你就是要多加十万元钱，我也会跟你成交的。

我在想，这房子真就似情人，彼此是有说不清，道不明的机缘在融合。

后来我在朋友聚会中跟在银行工作的朋友说起，他说：

“你这人太浪漫了。房子就是房子，你想钱了，它是投资品。你思念人了，它是情人。你想得到身份了，它是宝座的载体。”

是吗？

真的是这样……

我开始迈上了对房子的研究之路……

在学校，在公司里一直当干部，免不了跟人打交道的机会多。面对同学、同事千奇百怪的问题，有的看似简单，但分析起来处理过程可复杂了，让你不能自拔，走不了，躲不开。简单的事情揉进了感情因素就不是事情本身了，而是要以感情的手段才能解析和解决。

1992年5月，我自国营单位下海个人闯江湖。为了应急帮补家庭开支，我在广州驾驶摩托车搭客赚钱。记得是7月的一天晚上11点多了，我在广州火车站搭一位客人去石井水泥厂。半夜三更的又下雨，把客人拉到广州市石井水泥厂大牌坊下，我对客人说：“到了”。客人放眼一看，名字没错呀，但漆黑一片，哪有什么人呀。不对！他开始跟我理论起来……说好的10元钱不给了，我哪能放过，把捏在他手里的10元钱拿起走了。事后想起，这个事怪谁呢？客人说“广州市石井水泥厂”，我带到了大牌坊下，字写得一清二楚，我也没错。问题是客人不满意，这完全是因为沟通不到位。客人没有精确的告诉他要去的具体位置。石井水泥厂是大型国有企业，占地面积很大，厂区、办公区、生活区都不在一个地方，三者之间就不是按米来算，而是要按公里来算，10元钱到厂区，15元到办公区，20元到生活区。到达牌坊下双方又没有很好地进行协商，说不给钱，我就上火。他说不出到底是什么地方，我又没有耐心搭着他到处跑，他又老是说我的不是。在沟通不到位的基础上，我们彼此没有换位思考，互为妥协。

因此给我自己留下了终身自责，给客人因此留下痛苦。

自此以后，我很重视细节的沟通和交流，当沟通不成，注意换位思考和妥协。这些都给我日后的商务行为，客户沟通，同事相处中带来了良好的回报。

我们和客户、同事的交往，绝不是交易关系，是因彼此情感需求、诉求的发现过程，是一股看不见摸不着的力量来牵扯着双方。

这种约会可能不是预谋式的，但肯定是有方向认同的。情感上的体验因人而异，但道理必然是彼此相通的，我把这些体验进行升华和提炼，理性地把这些情感上的东西转变成有理有据的文字，就编成了这些书籍。

在这些书里，我没有太多的情感活动变化的描述，因为我感性的情感体验必须通过简单普世的理论逻辑去表述才会让更多人以此为思考路线。去体验客户和同事的想法，得到共鸣，因此而共生，共荣，共赢。

为了这套丛书的写作，十年如一日，我经常闻鸡起舞，继晷焚膏。

这些生命历程中的故事，因记录而升华，最终成为我人生哲学的写照，更是我思想精华的记录。

这套丛书的编印成功，最终要感激的是我的祖母，在我童年里她教会了我细心观察事物、认真待人处世的习惯。父亲骆水祥是位教育工作者，他著书立说丰厚，言传身教使我做生活的有心人，在他熏陶下我有了将自己所见所想所悟书写成文的习惯。

母亲和妻子给予了我生活的照顾和鼓励。当我气馁时她们总是以微笑和甜蜜的言语感召和支持我，让我十多年来没有因生活而放下笔。还有家里的其他亲人，哥哥姐姐弟弟，在我艰难的日子里他们给予了我无私的牺牲和付出，女儿 Jacqueline、儿子 Terry 为我的工作或写作奉献了丰盛人生的体验。

本丛书的编写既是艰苦和漫长的耕耘过程，更是精神高度集中和思想释放的过程。没有身边亲人和同事、朋友默默地付出和支持，这是件很难办到的事。

这套丛书编印成功、离不开我事业的导师刘有桂、岑炳辉、岑松辉、蔡昊达的帮助和扶持。他们也是我的一股精神力量。创作的激情来源于工作和生活，是他们时常的关注、欣赏而让我坚持不懈地努力，最终得以完成。感谢他们给予我自由的思考空间和充分发

挥的舞台。

在这里我不能不提及中山大学 EMBA 18 班的同学，在这个组织里我感到非常温暖，同学间的交流和互动中常常令我茅塞顿开，他们是在各个领域身经百战的精英，有相当丰富的人生体验和管理公司的感悟，展示出鲜活的生命力，我在后期整理文章中常常会引用他们说过的话和他们的工作案例，非常感恩他们给予我的帮助和支持。

2012 年 8 月于中山

目 录

Contents

引 子	001
-----------	-----

第一章 房子的哲学观

第 1 节 有形商品是无形需求的载体	007
第 2 节 彰显身份的标签	014
第 3 节 阶层区隔和差异化消费	018
第 4 节 房子的价值需要印证	023
第 5 节 消费物质性和消费差异性	036
第 6 节 房子，身心栖居的港湾	046

第二章 房子的建筑语境

第 1 节 地段，从选一座城到造一座城	055
第 2 节 建筑，“少就是多”的哲学语境 ...	062
第 3 节 风格，西风化与传统维度	067
第 4 节 空间，大还是小的问题	071

第三章 房子的文化镜像

第1节	人居文化的哲学解读	079
第2节	房子带来的感官盛宴	084
第3节	客厅的场景文化	111
第4节	女主人的厨房	115
第5节	孩子的时光机器	121
第6节	风水园林·人与自然	126

第四章 房子的营销价值

第1节	文化创造价值——购买预期	145
第2节	约会房子的品牌化策略	151
第3节	梦里不知身是客——体验式营销	169
第4节	品牌从何而来——楼盘文化	178
第5节	运营决定价值——商业地产	187

第五章 房子的思想延伸

第1节	服务决定价值	199
第2节	社交需求的满足	211
第3节	千金买邻的现实意义	228
第4节	情感和口碑	233
后 记		239
参考文献		241

引 子



融融：每个人心目中都有一座房子，从小孩子过家家时就懂得用积木去搭造属于自己的梦幻屋，可见房子对于人的影响终其一生有多么大。



乐乐：房子对于大众的本质意义是什么呢？



骆回：你的社区内最便宜的那套房子将决定这个社区居住者的社会身份。这就是房地产行业对于那个著名的“木桶短板理论”的真实演绎。

以房子的基本存在形式建筑来说，开发商如果要迅速将房子作为产品卖出就必须建造“迎合”市场的房子。但是房子这个建筑，是否仅仅是“商品”？作为“商品”的建筑是否是“建筑”？“建筑”是否仅仅只能作为商品而存在？房地产开发是否仅仅是一种“商业

行为”？这些都是具有无意识形态的形而上理论，似乎是理不清楚的问题。记得马克思曾经说过这样的话：“作家必须挣钱才能写作，但他决不是为了挣钱而写作。”我们建房子的作为是否真的就如马克思所言，如果这样做能适应市场吗？这似乎也已经不是一个房子的问题了，而更像是一个“哲学问题”。看似简单的“方盒子”实际上包含了太多的思想，不是仅以其建筑语言就能定义这一产物的。

作为开发商来说，房子盖好了，并不意味着有“市场”。大众心目中的家千差万别，种种令人费解的局面让人引发思考，家是什么？房子的本质是什么？建造房子的目的又是什么？

关于房子所体现出的“哲学问题”的对话就这样展开。

（绿谷山庄，一个初秋的早晨，早茶时间）

乐乐：好舒服的天气啊！很久没有和空气中的负离子这么零距离地接触了。我们新的楼盘下个月就要动工了。我们啊，也无非是房屋生产流水线上的一颗小小的螺丝钉。盖楼，卖楼，再盖楼，再卖楼……循环往复，如此而已，生命的激情也就在这日复一日的旋转中耗尽喽！

融融：盖房子可是一桩艺术的活啊！一家好的房地产开发公司，它是把房子作为一个艺术品，从最初的项目定位、产品定位到整体规划设计方案，到房子的建造，再到楼盘的销售，哪个环节不是冒着创意的泡泡？工作的无聊或有趣，我看还是跟你的心态有关。

骆回：融融，这话在理！房地产公司貌似一架冷酷的机器，日复一日地重复盖房子和卖房子，但这背后却是有着深层次的道理和享受无穷的趣味。我宁愿以一个万物有灵论者的眼光，来看待我们正在从事的这份事业：为了帮助大众实现