

精品 20 年 时尚生活秀



都市客

精品購物指南[®] 编著
LIFE STYLE

 华夏出版社
HUAXIA PUBLISHING HOUSE

精品 20 年 时尚生活秀



都市客

精品購物指南[®] 编著
LIFE STYLE

 华夏出版社
HUAXIA PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

都市客 / 精品购物指南报社编. —北京: 华夏出版社, 2013.1
(精品 20 年 时尚生活秀)

ISBN 978-7-5080-7368-2

I. ①都… II. ①精… III. ①城市文化 IV. ①C912.81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 301606 号

都市客

作 者 精品购物指南报社

特约编辑 邱卉

责任编辑 杜潇伟

装帧设计 吕人捷

出版发行 华夏出版社

经 销 新华书店

印 刷 北京华宇信诺印刷有限公司

装 订 三河市万龙印装有限公司

版 次 2013 年 1 月北京第 1 版 2013 年 1 月北京第 1 次印刷

开 本 787 × 1092 1/16 开

印 张 13.25

字 数 300 千字

定 价 39.80 元

华夏出版社 网址: www.hxph.com.cn 地址: 北京市东直门外香河园北里 4 号 邮编: 100028

若发现本版图书有印装质量问题, 请与我社营销中心联系调换。电话: (010) 64663331 (转)

20周年

没有与生俱来的非凡

精品购物指南

(1993 - 2013)

精 致 生 活 品 味 时 尚

精品传媒

LIFE STYLE MEDIA GROUP



精品购物指南

FASHION WEEKLY
风尚志

优品UP

世界

BUSINESS TIMES
商业时代

OK!

中国汽车界

玩家传播
PLAYER MEDIA GROUP

TRAVELER

lifestyle

SG 精品网
SG.COM.CN

精品微博矩阵

精品视频联盟

时尚生活导报
STYLE WEEKLY

精品生活
Style Weekly

精品消费报

新朝

地址:北京市海淀区中关村大街甲 28 号海淀文化艺术大厦 B 座 7-8 层

邮编:100086

总机电话:(010)52169000

网址:www.sg.com.cn



张书新

《精品购物指南》报社总编辑

里程碑

@ 张书新：久不作文，天天微博，已经不会写超过 140 字的文章了。此次受托写序，竟无从下笔，颇感困难，可见靠码字吃饭之不易，对编辑、记者特别是“精品奖”得主的敬佩之情油然而生！从 2002 年开始的《精品》逆市成长之路，留下的并不仅仅是一条好看的曲线，一串漂亮的数字，背后是全体精品人的智慧和汗水！

《精品》是什么 # 《精品》是什么？其实很难用几句话说明清楚。从创刊初期的购物指南，到都市读本、时尚圣经，它不仅仅是一张都市时尚生活报，它更是一个整合营销平台，一个时尚人的舞台；它不仅仅为读者提供生活时尚资讯，它更是时尚生活方式的传播者、倡导者和推手。

读者是谁 # 谁能找到目标读者，准确地描述读者状态，了解读者的阅读习惯，研究读者的生活形态，把握读者的消费行为，谁就占据了主动。

读者需要什么 # 每个人的需求是多方面、多层次的，百万读者更是众口难调。怎么在千变万化繁复庞杂的需求中提炼出有代表性、有价值的选题，是要下点功夫的！这就要求编辑有高度的市场感觉和时尚意识，走在读者之前，成为策划高手、行业专家，真正成为读者的时尚参考、生活顾问！

文章有人看吗 # 同样是做选题、做报道，有的栏目越做越好，对读者和品牌的影响越来越大，不断被引用，常常被转载；有的版块却了无新意，无关痛痒，抄网文编公关稿，远离时尚，脱离市场，读者越来越少，栏目被淘汰。你知道你的文章有人看吗？有多少人喜欢？为什么喜欢？要思考要总结啊！

报道有用吗 # 实用是《精品》的灵魂，是《精品》的基因，是《精品》的核心竞争力。《精品》近 20 年发展创新之路，始终以实用为中心。实用并不是多么深奥的概念，实用就是指导性、可操作、可消费、可体验、可互动的程度。失去了实用，《精品》就失去了生命。

整合了吗 # 编辑方针和经营方针的统一是《精品》的运营模式和特色。整合营销是实现这种统一的最佳工具和手段。脱离品牌、脱离市场、脱离读者需求的文章或选题，对读者无用，对品牌无助，对经营无力，传播效果会大打折扣。《精品》的编辑、记者绝不能只有文字功夫，应该既是市场调查员、资讯传播者、时尚生活家，同时也应是报社整合营销组合中的第一销售。

@ 张书新：岁末年初，在探讨产品创新和发展转型的重要时机，以微博的形式，对媒体的一些基本问题做简单的思考。抛砖引玉，贻笑大方。权当为序！

张书新



王明亮

《精品购物指南》报社常务副总编辑

支点

献给为实现《精品购物指南》V型反转作出贡献的所有同仁

古希腊科学家阿基米德有这样一句流传千古的名言：“给我一个支点，我就能撬起地球！”

设立“精品奖”的初衷始于2003年。非典，萧条，迷茫，是这一年《精品购物指南》报社上上下下的心态。曾经创造报业辉煌成为全国报业十强的《精品购物指南》，由于种种原因2002年发行量、广告额、社会影响力都走到历史最低，非典的不期而至更是雪上加霜！报社邀请报业专家开了个研讨会，专家的结论是：生活服务类报纸已经完成它的历史使命了。

精品人不信邪，当然，我们也没法信邪，因为还要吃饭。所以报社的社领导与中层干部带领所有员工开始了艰难的二次创业！这其中，最重要的就是报纸的质量与影响力。《精品购物指南》是否还能成为引领北京乃至中国的时尚生活媒体，报纸的编辑方针至关重要，而能否在每一期报纸、每一个版面、每一篇文章中贯彻既定的编辑方针，这需要科学的方法与保障，“精品奖”出现了。

首先，“精品奖”强调落实既定的编辑方针。我们的编辑方针根据读者需求与市场需求每年进行调整，每次强调的都是编辑方针与经营方针的高度统一；其次，创新是“精品奖”不变的鼓励方向，无论是内容创新还是形式创新都值得表扬；第三，时尚与明星影响力是逐渐加强的主线；第四，专刊、别册从创新产品到常规运作成为报纸结构变化的主要形式，在拉动广告的同时也成为读者最为便捷的手册；第五，为进一步与市场结合，从2003年开始，报社在编辑部设立了以广告经营为目标的事业部，所以在奖励中还注重了版面报道质量与广告业绩的互动奖励。

春华秋实，《精品购物指南》在经营上实现了亿元平台上的翻两番增长。报纸影响力与社会知名度都极大提高。在今天这个多媒体时代，精品传媒（集团）已成为包括“五报、八刊、一网+移动数字终端产品群”在内的全媒体时尚传媒集团。但是《精品购物指南》依然是集团影响力最大、效益最好的报纸，同时为所有的子媒提供了人才等各方面的支持。

回顾20年的历程，精品人付出很多，很多同事把人生最美好的时光都贡献给了《精品购物指南》！即使，有同事离开了《精品购物指南》，相信在他们的记忆中，《精品购物指南》的经历是他们永远值得珍藏的！

“精品奖”记载了精品人二次创业的历程，值得我们珍藏，也希望能对精品传媒（集团）业务的发展有所借鉴。在一年多的编撰时间里，很多同事又为此作出了贡献，谢谢你们！

“精品奖”是《精品购物指南》及精品传媒（集团）发展的一个支点，而这个支点是全体精品人建立与把握的。在此向所有为《精品》作出贡献的同仁、朋友表示衷心感谢！表达崇高的敬意！

是为序。

王明亮



郭有祥

《精品购物指南》报社副总编辑

也是一种纪念

时值大暑,闷热的天气让人烦躁。然而,动笔时,却浮想联翩。此篇所录之文,时跨近十年,不禁感叹:又一个十年从指间溜走了,弹指一挥间。

旧文重赏,旧事重提,心中总是莫名地升起一丝淡淡的忧伤。是对逝去时光的留恋?抑或对未来岁月的惶恐?也许兼而有之吧。不过,把大家过去的一些文章集锦成册,也算是对大家共同走过的一段岁月的纪念,回望过去是为了更好地前行,从这个意义上说,是件好事,我当然乐见其成,于是,欣然受命下笔,是为一序。

“精品”,或者“精品人”能有今天的局面,我冒昧地认为,是源于精品人有一种信仰,那就是我们相信:只要我们坚守并实践《精品》的媒体价值,我们就能过上自己倡导的有品质的生活!我们的成功,来自于精品人乐此不疲。

对于一个媒体的核心产品,为文亦如此。刘勰的《文心雕龙》中说:“文场笔苑,有术有门……思无定契,理有恒存。”写文著章,没有一定的固定格式,但又规律可循,二者不可偏废。

特别是“精品之文”(在此专指《精品》的好文、美文),吾以为,必须符合如下几个逻辑:

首先,是对《精品》编辑方针的透彻理解和准确把握之文。也就是坚持我们独特的新闻价值观。《精品》的媒体哲学是:“我们倡导一种时尚的生活方式,然后,给定这种生活方式的物质实现手段。”通过这种完整价值链的构建和实现,我们完成《精品》作为媒体的从社会效益到经济效益的价值实现。从这个逻辑出发,我们要求的好选题、好策划、好文章,首先要考量的是对时尚生活方式的阐述和构建有用,同时对时尚生活的参与者有用,这是我们生产《精品》的首之要义,动摇不得。

其次,是对媒体传播规律的自觉尊重和有效执行。《精品》虽然是特例,仍是媒体。基本的传播规律,我们依然要遵循。诸如:新闻价值观“读者感兴趣的、新近发生的事实的报道”、符合读者阅读及审美偏好、抓住“意见领袖”、“重要、显著、及时、贴近”、有效消除“信息不对称性”、“信息是否具有直接使用价值”、“新闻性、实用性、读者立场”……我们的采编人员是否具备传媒人的专业素质,以及对传播规律的认知程度与执行水准,不仅决定了我们有没有好文章、好策划、好选题,更决定了我们媒体的品质和影响力。

第三,才是术的方面,即写作技巧,这是作为合格媒体人的基础和前提,正所谓“靠手中的笔吃饭”,所以无须赘述。这里,我要强调的是,我们有的人“好为小术,不识大体”。有基本技能,但大局观不强,前两项素质和意识不够,照样满足不了我们媒体的要求。文章写得文采飞扬,于读者无用,岂不可惜?我们应谨记,《精品》的报道是让读者拿去用的,而不是单纯的美文欣赏。能获得中国新闻一等奖的报道,对于《精品》来说,未必是好文章,没办法,价值取向不同。

作为参与者,我很幸运。

当然,由于文疏才浅,文中见解难免粗陋,引君思之,便已欣然;若诸君觉得有些思想能遵之循之,善莫大焉。

郭有祥

对话

杨澜 只有焦虑的人才能活下来	3
于丹 做一个有幸福感的女人	8
梁文道 我就是精英	12
蔡康永 为残酷世界披上糖衣	18
王中军 王中磊 兄弟情深 双王君临	21
范冰冰 豪门不重要 破门而入都行	30
徐克 邓超 大小武侠顽童	36

观点

潮流被爱情左右?	44
时尚谱写的绅士挽歌	50
晚礼服 男人的黑色礼赞	54
千年保暖男装史	59
贵, 怎么都得显出来!	63
天价龙井的文化经济学	69

生活

私享家的生活报告	76
三十年的变迁 北京微观地理投影	84
八零后 而立之年的奋斗与焦虑	119
高手再创业的职场样本	125
从《杜拉拉升职记》看职场价值观	131
情人节的主场秀	137
隐婚族——有后盾还有自由？	142
见不得人的那一位	145
谁是小三儿	149

文化

国人读书报告 30 年阅读变迁史	154
孔子驾到 2049 的中国史诗	161
三国 寻宝图	172
Michael Jackson 一代巨星 传奇永生	176
“魔头”狂欢 谁来买单	184
走过一年 疯狂的微博 庶民的狂欢	189
后记	195

对话

CONVERSATION





杨澜

杨澜

只有焦虑的人才能活下来

撰文 / 韩莹

她是杨澜，普通百姓眼里中国最知名的主持人之一，而作为阳光媒体集团主席，她是商界最知名的花木兰。自1999年与丈夫吴征创办以来，阳光集团已成为中国民营媒体文化公司的代表之一。她的身上有太多的光环，会议室摆满了大大小小各种各样奖杯，她淡淡一笑，“怎么说呢，这些对我来说真是……”她顿了顿，“受宠若惊，我觉得自己成了万金油了。我还是更看重作为一个传媒人的角色。”

她说自己是个“俗人”，她也会开始为孩子的青春期操心，会从书中找到和老公吵架的类型，会喜欢漂亮的珠宝首饰，面对社会和家庭，会有责任感带来的压力。当逐渐开始卸下盔甲，杨澜将自己对慈善、对成功、对家庭的想法娓娓道来，聊到高兴处，爽朗大笑。

角色： 慈善家

慈善不仅是爱心，也是一种能力

记者：杨澜作为一个名女人在慈善领域做了很多事情。

杨澜：慈善和名不名没什么关系。

记者：你曾说，做慈善光有爱心是不够的？

杨澜：我因为和各种慈善组织合作，包括我自己做一些独立的慈善项目，深深地感觉到中国的慈善热情是越来越高涨，但还可以进一步挖掘潜力，最主要的是慈善和公益机构执行力问题。就是说——你有了这么多钱，这钱能交给谁去执行？一个是身份问题，还有一个是干部问题，干部问题其实就是能力问题，缺乏足够的有经验的管理人才，也做不成慈善。所以我就提出来慈善不仅仅是爱心，慈善是一种能力。所以我们阳光文化基金会从过去到现在，以至于在未来更长的时间里，要致力于中国公益机构的管理能力培训和相应的学术研究，这一点是目前的空白。大家往往是通过电视晚会筹款的形式把钱筹下来，但钱怎么用下去才是影响捐款人下一次捐款的最主要原因。怎样从一时冲动、流泪感动的捐款方式变成一个长期的生

活方式型的、可以执行、可以反馈、可以监督的长效机制？这是一个慈善机制的建立，我希望在这方面能做些事情。

角色： 传媒人

到现在对话筒还有热情，有时候说是很廉价的

记者：你有各种身份，自己更看重哪个角色？

杨澜：我还是更看重作为一个传媒人的角色。1990年我大学毕业做《正大综艺》，到2010年，我正好从业二十周年，我觉得二十年我能够在第一线做主持，采访过数千人物，做过很多的纪录片，也在媒体的商业化文化民营媒体公司经营和生存上跌过很多跟头，做过很多尝试，这是让我最感到骄傲的。

记者：让你始终处于话筒最高端的原因是什么？

杨澜：因为我喜欢这个行业，如果没有足够的热情就不能做，我还有热情，你说这多奇怪！我觉得我还是对第一线做主持有热情。

记者：你还有时间做采访的功课吗？

杨澜：就是这点我还比较骄傲，做《杨澜访谈录》做了



九年了,到现在每一个人物的所有功课、每一个字都是自己看过的,提纲我们有策划团队给我底稿,但我有时会重新写,所以要相信这些笨功夫。灯一亮摄像机一开就拿着提纲问下去,观众可能一次两次看不出来,但是一年两年就看出来了。

记者:你不允许自己这样?

杨澜:我不允许。我觉得做功课其实是有乐趣的,你做主持,很多时候你都在梳理,你没有好好静下来看文字,最后就变成只是在那儿说,有时候,说是很廉价的,还是一些沉淀下来的东西比较有价值。做功课看似挺累,其实长久了就都变成你的积累,我挺受益。

角色: 商人

商业伙伴没有收益,我反而忐忑不安

记者:你曾说过年轻的时候追求自由,现在更多的是追求爱,为什么会有这种转变?

杨澜:我现在也挺追求自由的,但是我想说的是,可能慢慢的责任感会越来越多了,无论是家庭带来的责任——父母年纪大了开始有各种病痛了,你的孩子开始要进入青

春期了;还是公司带来的责任——公司发展的越来越规模了,公司的前景和员工个人职业前途,包括慈善的这些事情……一种责任感会越来越强,有时候也觉得挺有压力的。

记者:这个压力可能跟什么有关?

杨澜:你已经做了这件事了,你总是想把它做好,总是要对别人负责任,所以现在压力比过去多了。二十多岁的时候,就觉得要自由要实现个人价值,那时候感觉要突出个人价值、实现个人诉求、实现个人梦想,常常就和自己的环境有很多的冲突。二十多岁三十岁初的时候,我这种冲劲挺大的,就想看看自己到底能够长多高,中间也跌过很多的跟头。到了四十岁的时候,我觉得就责任感会更强一点,不仅仅是追求一种个人满足感,也希望带给别人一种满足感。

记者:什么方面的经历让你最有收益?

杨澜:经商给我的教育最大,别人可能觉得经商是追求利润和商业利益,但是我恰恰觉得,你经商了你就知道,你必须双赢这个生意才能够谈得成功,你必须长远考虑合作伙伴的利益,才可能建立一个长期的战略合作。如果他没



群体,你自己的满足感和快乐是不是真的有这么大?

角色: 女人

■ 十年没做饭了,经常有一种自责和内疚

记者:这么忙,工作和私人生活比重怎么协调?

杨澜:现在越来越难以安排,手上有很多的球在不断地扔,原来三个,现在已经五个了,有点快接不住了。

记者:时间怎么分配给家人?

杨澜:一年中有不同的阶段,有时可能一个月有两个星期在出差,就很难顾及家里。但其他一些时间,比如说夏天或者冬天放假,比如这次十一,我就有完整的时间跟孩子在一起、跟家人在一起,我觉得挺不容易的,经常有一种自责和内疚,你永远不可能做完了。

记者:刚才你接电话说要给儿子过生日,会不会自己下厨?记得多年前你说最爱吃的一道菜是梅干菜扣肉。

杨澜:没有,不能要求我这样,我大概十年没做饭了,这个方面我可能不能像其他的母亲那样让孩子觉得,这是

妈妈的菜的味道,真的,这点实在是不能再做到了。但是我有时候会抱着游戏的心情和孩子们一块儿做一顿饭,我们一块儿去超市,各人准备一道菜的原料,回到家做,做完后让其他家庭成员评,看谁的菜做的好吃,我通常都是最后一名。做饭这点我很惭愧,我不行。

角色: 人

■ 我的焦虑和不安永远都在

记者:到了这个阶段,你有过焦虑和不安吗?

杨澜:我觉得焦虑和不安永远都在,我好像不是一个能够非常轻松、非常随意就能够把事情干好的人,从来不是。我做学生的时候也是需要很用功才能把书读好,我现在反而相信笨的力量。有时候一个人笨点好,就知道下功夫,下了足够的功夫,你就有一些别人轻易拿不走的东西。焦虑和压力我每天都有,我不觉得这是一个不正常的现象。只有焦虑的人才能够活下来,我觉得这是人的生物本能。我到机场就买几本自我帮助的书,怎么样面对压力?

你有压力第一你就得承认,第二你得学会和别人分担,你有焦虑你就说出来,比如我就会跟我的老公说我这段时间怎么怎么样,你得帮我想想这个事想的对不对,公司的战略对不对,我觉得这是一个缓解。如果焦虑处于一个相对比较健康和可管理的层面,它是一个前进的动力,跟每天喝了咖啡似的,你每天早上起来就觉得我要开始做事情了,这个挺好。

记者:你有信仰吗?你的安全感来自哪里?

杨澜:我有信仰,我的安全感来自于我觉得我走的一步一步还是比较踏实的,一步一步自己做还是最有安全感。信仰我觉得有两个层面,一个是宗教层面的信仰,一个是你所相信的理念和信念,这两个层面我都有,我曾经做《杨澜访谈录》国庆特别系列,采访了七位国际政要、国家元首,其中采访李光耀时谈到这个问题,他说当人均GDP达到两万、三万美金左右以后,社会就出现巨大价值真空,中国人经过一个世纪的战乱后安定生存养育子女,先知温饱后通礼仪后,就会产生对价值和信仰的巨大的需求。李光耀提到日本、韩国九十年代就出现大量的宗教团体,信仰宗教的人数急剧地扩张,其实在中国慢慢就会进入这样一个阶段,你可能从某一种世俗的角度来说,比如大家对于丹讲《论语》如饥似渴,想去学习自己的历史、自己的文化和价值,其实就是这样一个价值需求的一种很自然的社会转变。我同意你刚才说的,最深的、稳定焦虑的途径是有所信仰。

记者:最近在看什么书?

杨澜:最近我看的几本书都挺好的,有一本是龙应台写的《大江大海 1949 年》,她给了我们一个更广阔、更底层的图卷。另外,我有时候会看可能有些人觉得挺俗气的书,挺有帮助的,最近看了一本英文的很小的书,叫《HOW TO LOVE》(怎么样去爱),机场买的,我拿来一看觉得挺好的,比如说夫妻吵架最常出现的逻辑和方式,我发现还真是那样,原来我和我老公吵架和全世界的夫妻都一样,书里讲到爱是具有很大的能量,但爱不是全能的,爱不是很自然地会永久的。这种方面的小书也挺好的,调节调节,坐在机场里翻翻,很快,一个钟头看完了,也挺有意思。

角色:

名人

■ 我干吗要做完美的人

记者:随着知名度和财富的增加,你也不可避免出现

过一些负面报道,你怎么看待这个问题?

杨澜:一开始挺难受的,觉得被误解了,这和我们这一代人成长经历有关系,特别是女孩子,包括我现在发现我女儿也是这样,女孩子特别希望得到别人认可。这恰恰是一个特别大的误区,会在某些时候限制你的一些发展。对于我来说这就是一个过程,我越来越相信如果是误解的话,时间是可以解决的。所以当误解发生的时候,你不要就此躺下不干,你还是应该按照自己的方式一直做下去,时间会解释很多事情,这是最有效的一个方法。

记者:误解是不是成名必须付出的代价?

杨澜:也不是,任何人,不管你有没有名都会有被误解的时候,很多烦恼是从这个方面产生的。要接受自己不可能是完美的,我干吗要做完美的人?我就是有缺点的,我觉得还是做一个俗人,挺好的。

记者:见过无数名人,你觉得成功的要素是什么?

杨澜:我觉得其实我们对“成功”的定义是非常狭窄的,应该再宽泛一点,不要从知名度或者企业大小去评判一个人,从这个意义上来说我挺不愿意被归入这种行列的,因为我觉得很多人能够按照自己的意愿自由地生活,按照自己的生活方式去生活就很了不起。我觉得最终的成功应该是心灵感到相对来说比较快乐,能够把心灵快乐作为成功的标准,我们这个社会上就会少点焦虑,是吧?



专访谈及杨澜的生活、事业、经历及人生观,立体呈现了杨澜作为商人、女人、慈善家、传媒人等各个角色的侧面,使这个新闻界女强人的形象呼之欲出,也描述了她目前的生活状态,颇具深度和新闻价值。





于丹