

诚通

CT+

文化地产的领跑者
www.ctland.com.cn

CITY TONE
2015/12/28
内部资料 免费交流

第23期
诚通嘉业出品



最好的时代

世界舞台上的
中国梦



从拼地到拼能力
互联网+时代下的房地产

王嘉敏
以微转型应大时代

跨界
设计的可能

在东方意境中体悟
诗性的觉醒



好选择才能定义好时代

所谓的好时代，是在这个转型的时代找到新的方向，这是一个新的机遇，让企业可以选择一种朝阳的发展模式。现在，我们正在入口上，就看大家怎么去选择。

要么自我革新，要么被别人革新，在这个新的时代下面临的就是这样的一个十字路口。

有人说，2015 年是“住”的移动互联网元年。走下神坛的房地产行业，在“互联网+”与“大众创新、万众创业”的新时代背景下迎来了发展新机遇。

一方面创业大街、优客工场、“YOU+”青年公寓等项目的涌现为房地产行业呈现出新的空间形态；另一方面，中介型 O2O 平台、自营 O2O 平台、房地产众筹与微信营销等，则让地产从渠道到营销思维的互联网化呈现出星火燎原之势。

市场的痛点，永远需要人去捕捉。究竟是选择“互联网+”还是“+互联网”，又该“+”多少，怎么“+”，大家仍旧意见各异。然而，创新之路是永无止境的，创业精神也不会磨灭。

在这个时代下，真正应该成为地产商去追求的信仰一定是对优秀的建筑品质的坚守。在保证了这个坚守的前提下，企业才有资格去谈选择、谈发展、谈创新。

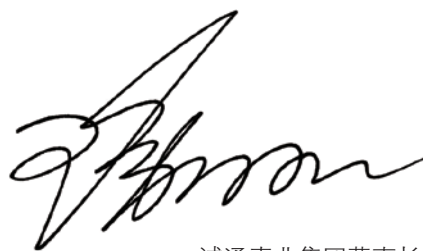
我始终相信，中国的房地产行业并没有走到尽头，相反，现在的房地产行业就像一个中年人，它可以有更好的发展。

对于已经在这个领域行走了十年的诚通嘉业来说，我们的确和其他同仁一样要面对选择和考验，但我们希望以更积极、更宏观的角度去看待即将迎来的微转型和轻资产时代。

一个新的趋势的产生，需要的一定是第一时间的解读和适应，对从业者来说，不仅仅要跟上，而且要能够利用这一趋势占领先机，这才是中小企业生存下去的秘诀。

我能明白挑战和难度肯定会越来越大，所以这个时候做出的选择和决策，就更关乎生死。

与其害怕裹足不前，还不如坦然心态去积极面对，只有适应时代的发展，才能拥抱最好的时代。



诚通嘉业集团董事长



诚通

CT+

论主题 COMMUNICATION THEME

- 08 **开局**
世界舞台上的中国梦
- 14 **试论**
从拼地到拼能力
- 22 **对话**
王嘉敏：以微转型应大时代
- 28 **评说**
新时代的选择题

观世界 VIEW WORLD

- 32 **设计**
跨界 设计的可能
- 36 **建筑**
沙漠庭院
- 42 **城市**
奈良 穿越时空的静地
- 48 **创客**
徐达内 他做什么火什么



九章别墅
CHINOISERIE
VILLA

『敬贺』首期业主入住

VIP
HOTLINE 8433 9999

地址：北京市朝阳区东苇路3号 WWW.JZVILLA.COM



官方资讯敬请关注



诚通
CT+

文艺录 LITERATURE & ART

- 56 **艺术**
在东方意境中体悟诗性的觉醒
画以衣始以情立
- 68 **风尚**
007 的腕上风情
- 76 **玩家**
骑马有一种失重的快感
- 82 **专栏**
艺术·人+音乐·人+手工艺·人+读书·人

诚通时间 CHINTONE TIME

- 87 **关注**
我们为什么需要计步器
- 90 **智库**
将知识转变成行动的 8 个原则
- 94 **达人**
孟繁章：我最爱计算的是健康和快乐
- 96 **图志**
九章别墅的醉人冬色

诚通

CT+

“透视”房地产背后的文化现象

主办单位 SPONSOR

北京诚通嘉业投资管理有限公司

出品单位 PRODUCED BY

诚通嘉业集团

编委会 EDITORIAL BOARD

会长 PRESIDENT

王嘉敏 Wang Jiamin

副会长 VICE PRESIDENT

夏勇乔 Xia Yongqiao 刘红宇 Liu Hongyu

总策划 PLANNING DIRECTOR

颜瑾 Yan Jin

总顾问 GENERAL COUNSEL

张亚辉 Zhang Yahui

编辑部 EDITORIAL BOARD

主编 EDITOR IN CHIEF

李福特 Li Fute

执行主编 EXECUTIVE CHIEF EDITOR

邹蕴娟 Zou Yunjuan

视觉设计 VISUAL DESIGN

李芳玉 Li Fangyu

插图设计 ILLUSTRATION DESIGN

夏雪 Xia Xue 蒙德姣 Meng Dejiao

合作伙伴 EDITORIAL BOARD

网易科技有限公司

上海米文堂文化传播有限公司

克而瑞（中国）信息集团

中国房地产业杂志 碧虚网 正和岛

特约撰稿人 EDITORIAL BOARD

易介中 Yi Jiezhong

史建 Shi Jian

李雪崧 Li Xuesong

林少洲 Lin Shaozhou

金秋野 Jin Qiuye

萧秋水 Xiao Qiushui

王诤 Wang Zheng 王钊 Wang Zhao

桑吉东智 Sang Ji dongzhi

雷虎 Lei Hu 何泛泛 He Fanfan

葛瑶 Ge Yao 李斯特 Li Site

黄珊 Huang Shan 李忆琦 Li Yiqi

联系方式 CONTACT INFORMATION

地址 ADD

北京市朝阳区建国门外大街甲 8 号 IFC 大厦 B 座 28 层

Floor 28 , IFC Building B Block, Jianguomenwai Street No. 8,

Chaoyang District, Beijing

邮政编码 ZIP 100025

诚通嘉业集团热线 HOTLINE 010-56570088

传真 FAX 010-56570066

投稿邮箱 E-MAIL ctchentong@126.com

诚通嘉业网址 WEBSITE www.ctland.com.cn

微博 WEIBO weibo.com/chengtongct

取阅方式 READING WAY

登录官网索取 FREE OF CHARGE

www.ctland.com.cn

以下地点可取阅 READING LOCATION

诚通嘉业集团项目物业服务中心

北京高尔夫俱乐部

北京高端会所

北京二十二院街艺术区

北京 798 艺术区

北京草场地艺术区

电子刊在线阅读 READING ONLINE

碧虚网 www.bixu.me



诚通嘉业出品
www.ctland.com.cn



扫描二维码
发现更多精彩内容

版权声明 COPYRIGHT STATEMENT

★ 本刊所载文章及图片，已取得著作权人或相关权利人充分授权，未经本刊许可，不得转载、摘编前述文章及图片。
★ 本刊所转载文章及图片，请作者与本刊联系索取相应稿费。
★ 部分图片来源于网络，相关著作权均属原作者所有。
★ 凡向本刊投稿并被采用之作品，均视为作者同意由本刊通过其他渠道（包括但不限于网络、电子杂志等方式）传播该作品。
All Rights Reserved.

COMMUNICATION THEME

论主题



世界舞台上的中国梦

{ 文 / 吴相 编辑 / 邹蕴娟 }

从尼德兰的阿姆斯特丹崛起于北欧海洋贸易，再到英法两国主导的工业革命，继而到美国的崛起，现代世界总是在围着一个又一个中心在越来越快地旋转，中国和东亚世界在 1970 年代后的快速崛起究竟能否成为下一个中心一直是一个谜一样的问题。

一个属于中国的全球时代到来了么？这个问题似乎日益深刻地影响着全世界人民的思考。笔者在欧洲结识的几个朋友每当谈起类似的问题，都会不无感慨地说，“如今，你们中国已经是超级大国了！”他们所说的绝不是什么中国人在伦敦和巴黎街头横扫奢侈品这一类的事情，而是说，现在全世界都需要认真倾听中国的声音了。

当中国向世界喊出我们要以“中华民族的伟大复兴”为目标，并壮怀激烈地宣告这一时代马上就要到来了时，世界似乎也开始越来越关注中国。为了以量化的方式提醒自己到底这个复兴的过程已经完成了百分之多少，中国社会科学院甚至还编写出了一系列的指标系数。这在明眼人看来未免可笑，但不得不承认，这个可笑行为背后的心态是真实的。诸如中国过去一段时间经历的，而且正在经历的政治与经济困难并不能用来挑战这一心态，哪个崛起中的大国不曾经历这些呢？问题的关键是，我们是否有能力去应对这些危机，以及我们是否已经准备好在未来相当长的一段时间以全球时代的主导者或者主导者之一的姿态贡献于人类的总体史。

从美国一战之后崛起以来，世界体系便采取了一种全新的模式，而且这种模式是必须的，却远远没有被中国所认识。从尼德兰时代到英法时代，主导世界最重要的是科学技术的进步和对贸易体系的控制，国家的意识形态和武装能力都是服务于这一总体目的，但从美国开始，

要主导世界，或者退一步说，获得一种全球化的生存模式，这个次序却颠倒了过来，一个国家必须首先具备在思想和意识形态上号召或感染整个世界的能力，科技和控制贸易体系仍旧是必须的，但是跟随着无限扩张的思想能力而来的，单纯的经济和武力扩张是再也行不通的了。这也就是为什么美国会那么热衷于在世界各地推广他的美国式民主。

而从康有为以来的中国思想家自然早就意识到，德先生和赛先生是形影不离的，中国不可能在制度变革没有基础的情况下实现科学技术和产业的突破，但中国从来都没有像今天这样清醒地意识到，我们必须以全世界为舞台才能够生存，即使在狂热的 1968，中国式的理想主义热情狂飙一样席卷西方的街头和思想中心，我们也未曾真正设想一个世界规模的市场对我们来说是必须的。所以，我们今天面临的很多问题全新的。中国要想成为新时代的世界体系的核心或其中之一，首先要考虑自身的理想在全世界的说服力以及意识形态的感染力，然后还要考虑用什么样的产品和技术来兑现上述理想。

“中国梦”这一说法，是中国希望能够以新的理想来替代“美国梦”中所包含的开拓精神和自由力量。中国作为世界上最大的社会主义国家和最古老的文明体，自然不会受限于美国的教派思想，而是要主张更根本性的平等主义和作为自然法的位育思想。



超越经济的中国意识形态魅力

在经济方面，中国过去三十年积累的基础建设的经验如今已经成了巨大的财富，在美国最新的一份排行榜上，北京清华大学登上了世界工科排行榜的首位，超过了美国的斯坦福、伯克利等名校，浙江大学的排行也非常高。这不得不说是受惠于中国的大规模工业建设和基础建设累积的经验。

现今，中国的基础建设行业在世界市场上享有盛誉，竞争力也是世界一流的。时下的全民创业大概也主要是在这个方向上，即不断在有限的科学成果上，通过附加易用性的外围设施或服务来博得市场的认可。而悖谬的是，中国城市社会目前正在经历极速的变化，市场需求自然也是瞬息万变，结果就导致一个新企业要么在客户琢磨不定的需求面前顾此失彼，要么就是短暂的辉煌之后销声匿迹。只有少数真正从一开始就留心基础研发的企业可以最终成长为健康有力的市场竞争者。

当然，这不能简单归咎于中国从业者的短视，从 1970 年代崛起的亚洲四小龙时代，情况就差不多是这样的，只能说，在一个国家或者经济体还处于世界体系的边缘的时候，带头大哥有无数办法威逼利诱你放弃基础研发，这就是弗兰克所说的“依附性积累”，如果对这一困局没有清醒的认识，不能在有限的利润当中分配出用于基础研发的基金，所有的市场收入都可能在短时间内被耗尽，甚至连市场机会都要丢掉。

双创无疑将带来一个百花齐放的世界，但这是否能够带来一个中国的全球化时代，仍旧是未知之数，关键问题还是在于，要给予人文与社会思想足够的空间，以锤炼中国的意识形态魅力，并逐渐将其在全世界推广，以及，在巨大的市场和利润的诱惑面前，保持对基础研发的投入与热情，唯有如此，我们才能够走出让弗兰克纠结一生的南美洲困境。

所谓双创，即创新与创业。二者尽管紧密相关，但并非一回事，创新是要有新技术、新想法、新制度，而创业则要宽泛得多，未必需要那么多新东西。

从温州模式到互联网 +

说起今天的双创，人们很容易以为这是今天国家倡导与数字技术发达的结果，似乎生于今日的人赶上了好时代。其实历史要复杂得多。首先，创新与创业尽管紧密相关，但并非一回事，创新是要有新技术、新想法、新制度，而创业则要宽泛得多，未必需要那么多新东西。

中国过去三十多年的经验首先是从备受争议的创业模式开始的，比如“温州模式”、“苏北模式”是起步较早的民间实业，这种创业模式里面几乎没有什么创新，就是单纯模仿，行话叫做“打版”，如今早起温州模式的创业者的二代不少人已经定居西班牙和意大利，成为中国制造进入欧洲市场的主力军之一。

前段时间，某著名奢侈品品牌在和马云的口水官司中仍旧在纠缠这种模仿式的创业带给现代商业利益分配与伦理的种种困扰。这种高仿版创业对于仍旧处于起步阶段的中国经济是有益的，甚至是必须的，当西方用尽各种手段希望我们模仿他们的制度，却拒绝我们模仿他们的产品，是没有道理的。

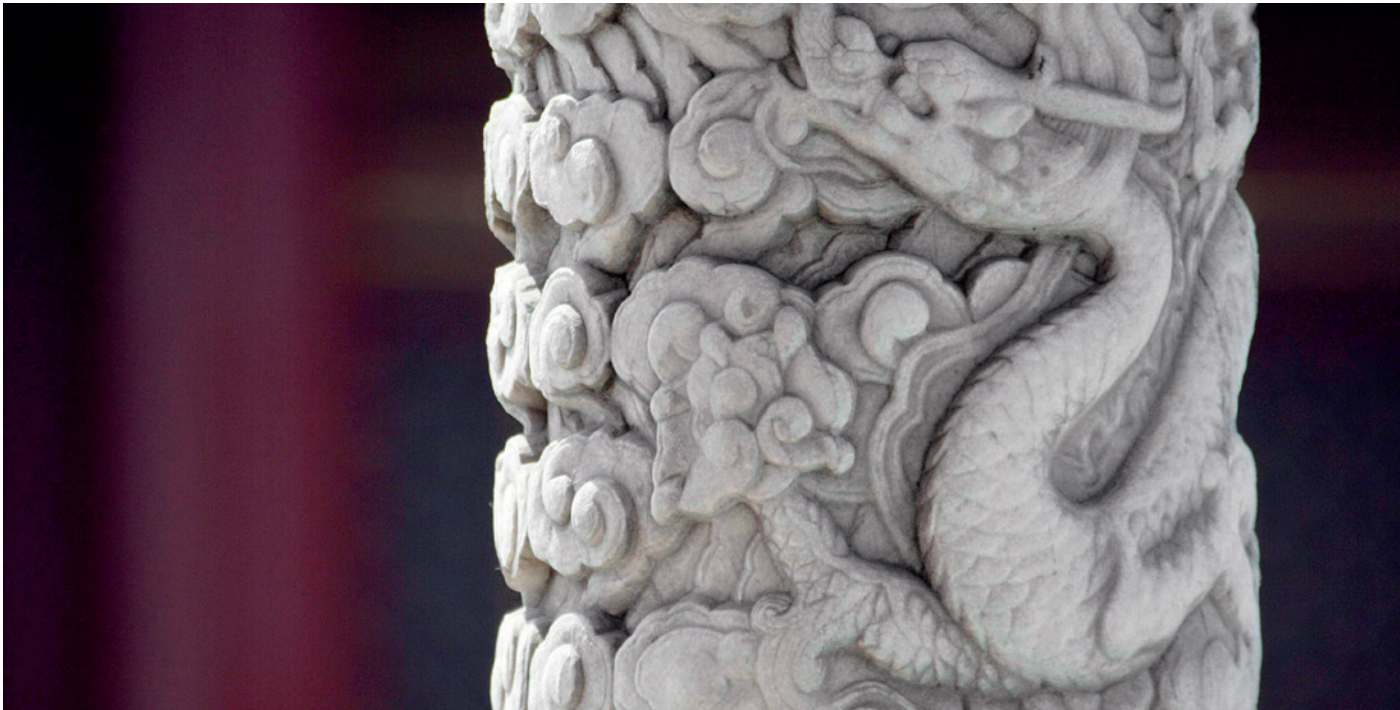
时间倒回两百年，如果不是东印度公司模仿安徽人的茶叶技术，世界还不知道会是什么样子呢。这种高仿创业的模式之所以重要，首先在于正是由于他们的存在，国家才学会了与民间资本打交道，并为后来的其他创业模式开辟了更为广阔的制度空间和政策自愿，中国商业也在新的国家贸易形势下学会了怎样和国际市场打交道，其次，迄今为止，中国创业成功率及资产保有率方面，这种看起来技术含量不高的方式仍旧占有很高的比例。

大概在 1980 年代中后期，随着计算机的普及和互联网技术的发展，以深圳和北京的中关村为中心，兴起了第二

次创业高峰，这次创业高峰就区分成了两个明显不同的类型，大型资本运作的创业已经意识到了创新的必要性，尽管诸如计算机组装等业务也曾经成为联想这样的大型企业的核心，但很快这些企业就成长为中国重要的技术创新中心，其中最为著名的就是华为。还有一类企业则在商业渠道和低端产品组装方面快速扩张，不过今天这一类型的企业已经在昙花一现之后彻底不见了踪影。

伴随着 IT 双创成长起来的一大批服务型企业，比如数据调查公司、广告公司和公关公司，他们很快就注意到在大众、媒体和企业之间存在着严重的信息落差，而新兴的创业公司往往也没有能力快速了解市场的具体状况，这种外包服务直到今天仍旧是很多中小型资本创业的首选。只不过与当时起步阶段比较起来，需要更加专业的服务态度和更为纯属的市场操作技巧而已。

大概到了 1990 年代初期，中国进行了大规模的媒体管理制度改革，那时互联网门户刚刚出现，对大众的影响力远远不够，最初的媒体变革仍旧是由报纸引导的，南方报业集团，北京的几个大型报业集团纷纷面对房地产市场和 IT 及互联网市场推出专刊版面，“内容为王”一度成为中国媒体行业的核心创新动力。“内容创新”的模式后来延续到了互联网门户网站、娱乐网站和公众论坛等各个方面，直到今天的 APP 和公众号等最容易上手的创业模式都和当时的媒体经营者与从业者的经验有着密切的关联。差不多到了 1990 年代中期，我们今天最为常见的四种创业类型就已经都出现了，即第一、实业创业，包括房产及轻工业制造；第二、技术创新型创业，主要集中在 IT 和互联网领域；第三、服务型产业创业；第四、内容创新型创业。





一个属于创业者的全新时代

目前的这一次创业高峰的到来与移动互联网的快速发展有着密切的关系，所谓的“互联网+”，绝大部分都是“移动互联网+”才对。智能手机的普及极大地推动全世界的服务创新和内容创新，很多在资本运营方面的经验极为薄弱的年轻人都希望在这一轮创业潮中一试身手。于是形成了一个极为残酷的创业圈，年轻人不断提出各种脑洞大开的创意，投资者和消费者则进行着严格的筛选。

基于服务业的创业是这一轮创业中的重头戏，但对传统行业的深入了解，以及如何控制团队内部的权力与利益关系，是创业成败的关键因素。

内容创新是这一轮创业中投入最少，最容易出奇制胜的领域。然而，这方面的创业者大多都缺乏对中国当前社会与文化状况的理性认识，能够创业成功的人大多凭借的都是此前有着深厚的传统媒体运作的经验，以及因此形成的对目标市场的直觉性认知。比较有代表性自然是微信公众号的运营。在北方市场，这种公众号的市场影响力相对有限，有数的几个平台都于某种装腔作势的文化格调有关系，比如某位明星做作的博学风趣，或者某些廉价出版物的网络营销，看起来市场前景都颇为可疑。但在以上海为中心的长三角地区，一些大的微信公众号都已经获得了可观的投资与丰厚的回报。

与大多数猜想不同的是，虽然网络看起来是个无界空间，但内容创业者往往只满足于在某一区域文化市场的拓展与深耕，较少有野心和能力去跨越不同的文化区。这种高度依赖个人灵感的内容创新往往给人一种错觉，就是任何看起来很美的想法都是可以换来市场回报的，而在笔者看来，真正带来回报的仍旧是传统媒体培养的洞察力和直觉，所谓创意，无非是给这些常年积累的经验加上一个好听的名字而已。如果没有城市消费空间的扩张，以及面向中产阶级的奢侈品开发的日益精致化，所有这些内容创新也将最终失去市场依托。

还有一种同样与移动互联网有关的创业类型，看起来技

术含量就要高很多。这批人大概 40 岁左右，大多都有着在国内外大型企业的核心技术部分工作的经验，或者在国内外高校的高新技术产业开发培育的实验室的教学科研经验，他们的创业往往不是直接面对消费者的产品技术或服务开发，而是在更加大型的产业里面寻求真正意义上的革命性创新，这些创业者甚至也不会有意无意地走到公众视野当中，他们靠着过硬的技术迅速拿到一大笔投资，进行诸如能源、通讯、大型制造业、甚至军事领域的基础技术开发与落实，移动互联对他们来说可能只是一个附带的应用界面，而并非创业的核心内容。这些真正意义上的技术精英的创业体量庞大、影响深远、但大多数情况下，不为外人所知。

160 年前，托克维尔在《旧制度与大革命》中说，资本主义的劳动竞赛和社会主义的劳动竞赛的差异在于，前者总是在较量创新的能力，而后者则总是在较量对同一重复劳动的熟练程度。无独有偶，前段时间非常流行的一个网络段子说，为了解决在太空书写的困难，美国人费了九牛二虎之力发明了无重力条件下书写的技术，而俄罗斯人则选择用铅笔。这样一种多少有些刻薄的对比并非对历史的完全歪曲，我们印象中的著名劳模大多是靠着类似“一把抓”、“一刀肉”之类的神乎其技以及对本职工作的无比热爱——而且这热爱被等同于对国家和人民的热爱——而被我们记住的。我无意贬低这些劳模的价值，但要说的是，依靠熟练工种的人海战术取胜的时代结束了，我们需要用一些新的方式来走中国未来的道路。

托克维尔仍旧是正确的么？或许这已经不是我们所关心的问题，中国终究是已经走出了卖油翁式的劳模时代。面对中国经济的重大转折的当口，创业者究竟能在多大程度上缓解中国的焦虑恐怕也是难以断言的。但前赴后继的创业者已经开始获得人们的尊重，他们自己也在时代的大潮里感受到了创业带来的巨大悲喜——这当然不是黄金时代，但已经是一个全新的时代了。CT+

从拼地到拼能力

{ 文 / 王亚辉 来源 / 明源地产研究院 }

互联网 + 时代下，衣、食、行这三个领域早已被互联网深刻颠覆了，而“住”似乎还在探索与互联网结合的有效模式。从互为工具到单纯合作到相互融合，房地产与互联网之间的边界未来必将被抹平，借助大数据、人工智能、工业 N.O，住房也将成为围绕着人、家居需求而形成的生态链的一个个模块。

房地产行业的转型与创新

互联网强化了竞争关系，以及对客户、产品和服务的关注，但并没有改变产品的生产。地产行业正在经历着变化：一是全国商品房存量总面积逐年递增，存量房时代到来；二是地产行业整体利润率逐年下降，2015 年第三季度已经跌破 9%；三是移动互联网对房地产行业的冲击，风向不明；四是房地产目标客户群体发生了变化，90 后、95 后甚至是 00 后开始崛起，他们的行为特征与前主流客户群体 60 后、70 后、80 后大不一样。

而在这期间，地产行业发生了翻天覆地的变化，房企的转型路径开始分化，如产业转型、价值链延伸、互联网 +、跨界整合等。

实际上，地产行业转型创新的维度，可以集中体现在营销创新、产品创新、服务创新、金融创新 4 个方面。如金融创新的 REITs、众筹、首付贷等等，有很多辅助型工具，帮助地产更好地达成投资和销售；产品创新，例如利用互联网大数据，专注做细分市场，如文化旅游地产、养老地产、众创空间等，乃至更细分的白领公寓、城市 30~40 岁单身女性公寓等。

在转型的落地与实现上，一是去化存量房，把互联网当做一个技术手段，信息直连客户；二是为业主提供线上线下全方位服务；三是打造智慧生活和智慧社区；四是挖掘大数据和创新应用互联网金融。不同企业根据自己的核心竞争力，可以有不同选择。

现今，大数据的魔力逐渐开始被引入房地产领域。例如 2015 年春节期间，百度通过抓取智能手机网民定位信息的大数据，绘制出基于人口密度的人群迁徙轨迹，即时且直观。假设开发商与百度合作，通过对目标拿地城市的人口迁徙数量进行预判，获取当地新增供应和存量房的对比、房价收入比、地价房价比、与中心城市房价比等这些会影响土地价格的数据，就可以确定是否应在某城市或某片区拿地。通过这种方式来进行全国拿地的精准布局。

放眼未来，互联网最终必然会改变人们的居住方式以及与居住相关的生活方式，因此对房屋功能的需求也会有很大的调整，所以无论如何，至少不能让我们的建筑成为人们未来改善和适应“互联网 +”生活的障碍。



未来，只有互联网公司与房地产公司共同在“互联网+房地产”上深度合作与探索，才有可能有全新的产品创新或模式颠覆。因此，在目前的背景下，房地产企业应该把目光从“互联网+”拉回到“房地产+”才是理性的回归。

互联网+时代的房地产新战略

无论是互联网公司，还是房地产公司，企业基因决定了其思维模式，目前所谓的“+”，实际上还只是各取所需，尚不可能颠覆房地产行业，因此，把目光从“互联网+”拉回到“房地产+”才是理性的回归。

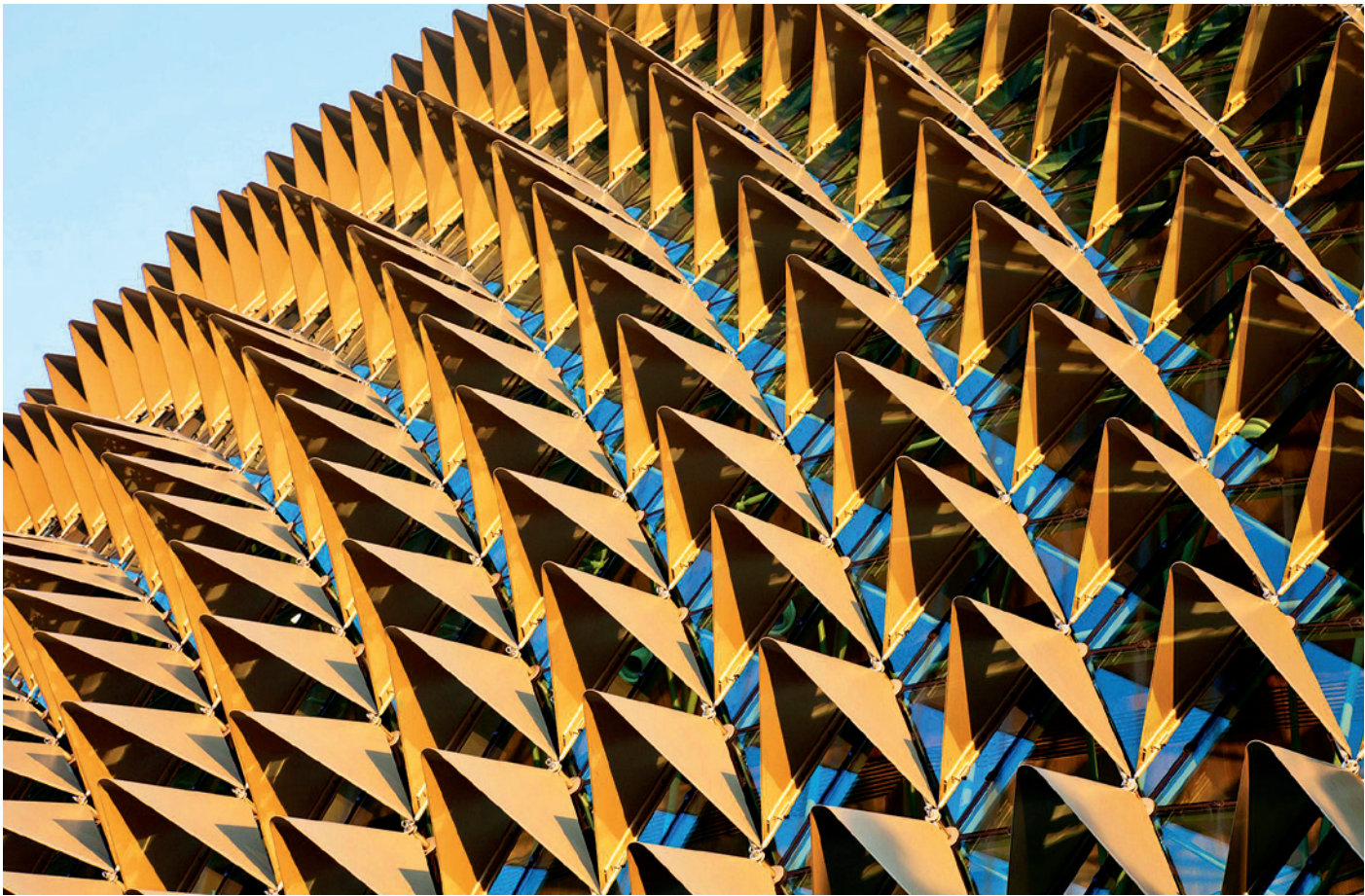
“房地产+”的第一个方向，即房地产+互联网+产品。以产品创新来看，目前行业内聚焦的几个方向，一是智能家居、智慧社区；二是各个产品细分业态细节的创新；三是C2B，即产品定制化。首先，智能家居、智慧社区一定是基于目标客户的生活场景来兑现的，地产企业可以发挥懂客户需求和应用场景的优势，做场景的设计师和编剧；第二，在产品的维度上做好接口，便于将来产品的更新迭代、升级与运营改造；第三，扶持智能家居制造商，为未来储备更多选择。其次，是在各个产品细分业态上做细节创新，满足和发掘客户的潜在需求。再次，是采用产品建造端的C2B模式，推行房屋定制。

“房地产+”的第二个方向，即房地产+互联网+营销。站在客户的角度，他会想，有没有一种营销，首先是得到了更便宜的产品，其次，倘若我不买房了，投入的钱是不是可以立马转为一个不错的投资选项。在这个设想下，房产众筹粉墨登场。房产众筹的具体含义，就在于拿地即开始销售，提前半年融资蓄客。利用虚拟样板间提前开放给客户，带来逼真的体验，体验后客户如果投

入10万元（一个标准的众筹标的），等到项目开盘时，他就可以获得两个权益：第一个是优先选房权，第二个是一个8~9折的折扣权。客户可以选择不买房，同时投入的10万元相当于购买了一个8%年化收益率的理财产品，有利于降低客户购房时的心理抗性。而前期如果能累积1000名客户，就有1亿元，等同于降低了1亿的融资成本，而拿地阶段就蓄积了客户，有利于降库存，而预付款又能使现金流提前回正。所以，利用互联网做营销，无疑是一个双赢的选择。

“房地产+”的第三个方向，即房地产+互联网+服务。房地产回归物业的本质是一切的起点，对于当前重回产品居住本质的房地产市场，更验证了这一点。如何结合线上线下手段进一步提升服务水平？现在社区O2O极为火爆，谈业务转型、服务转型，核心关键就在于增值服务和物业服务。那么，商业模式的周期延伸，就开始从住宅项目开发的2~3年或3~4年，转变成以增值服务为主体的70年的生意了。然而，地产商未来如果要做增值服务，可能性并不大，除非把最应该做的几个关键环节和基础做好。比如万科推行的好房子、好服务、好社区“三好战略”，只有做好了这几项，有了充分的信任基础和黏度，才能开始做增值服务。

“房地产+”的第四个方向，即房地产+互联网+金融。



房地产项目的金融创新，核心在于依托好的项目，再包装成理财产品。金融创新和理财产品收益率各取决于4个维度。首先，地产行业内所有的金融创新无外乎4个维度，第一是通过新型的互联网金融手段来储客，实现红利营销；第二是重塑资金价值链，因为资金分布极不均衡，需要一个平台对接双方诉求；第三是轻资产转型；第四是业务创新，在地产以外，拓展一些理财产品的收入来源。

其次，理财产品收益率的高低也取决于4个维度，即投资回报率、部分营销费用、部分利润出让和资产增值，把这4个部分包装为理财产品，收益率才会可观。理财产品收益率的高低主要就取决于地产企业在这4个维度的表现。但是，在首付贷上，金融平台比房企更有优势，因为房企跟客户第一次接触的过程中识别客户信用手段非常匮乏，而跟客户建立连接，有了信任以及对他数据的收集和

分析之后就可以做再贷、社区理财，而且可以做得比银行更好。

“房地产+”的第五个方向，即房地产+互联网+组织。应时而变的组织架构革新，对于互联网时代的房地产企业而言，必不可少，乃至上升到战略层面，当前行业已有诸多案例。比如万科总部推行扁平架构，推出员工“小草计划”，提供平台鼓励创业，积极尝试合伙人机制，风险共担成就共享；碧桂园积极放权重用职业经理，完美渡过“去家族化”难关，同时首家试水合伙人思路，破局利润下滑困境；旭辉拿地决策源头即做跟投，解决拿地博弈难题，项目全程自主操作，“员工化身老板”；建业连续4次调整管控模式，组织架构大幅合并精简，同时总部充分下放事权、人权，谨慎试点推合伙人机制，用互联网改造管理组织，打造内控平台型企业。这些革新，都是在互联网时代下发生的。



地产营销困局下的互联网突围

白银时代，一方面，客户的肖像特征在加速变迁，找到他们、进行引导进而转化成交也越来越难；另一方面，传统的广告轰炸不再奏效，新老拓客渠道交织、并存。应对客户的变与渠道的变，企业如何变？

当网站广告效果越来越弱，全民营销力不从心，分销渠道成本越来越高，金融、产品、特价、装修、经纪人，到底哪里才是营销创新爆发点？站在未来看现在，能否预想 3 年后，地产互联网变革将完成 80%，客户网购将不再担心退房问题、不再为价格谈判伤透脑筋、手机上自由看房、支付问题得到改善、定制房屋成为流行？不管兑现与否，但毋庸置疑，这些都是客户痛点。从客户痛点出发，我们才能寻找到互联网营销的真正答案。随着移动互联网对客户潜移默化的体验改造，买房人未来更

可能接受来自房企的直销推广，例如参与发展商的众筹活动，参与项目的认筹 + 理财，参与团购直销秒杀等。

“互联网 +”在房地产行业最先占据的就是营销领域，以房地产营销领域的“互联网 +”为例，地产行业龙头企业万科，领衔线上全民经纪，携手淘宝合作卖房，联姻链家挖掘数据，与腾讯平安合作试水理财，众筹蓄客营销去化。方兴地产“双十一”玩跨界营销，整合乐居百度线上平台，联手特斯拉滴滴线下双车，一日狂揽 42.68 亿，打造出了首个地产“光棍节”。与此同时，方兴地产还全方位试水互联网金融，联手淘宝微信网上购房，借力腾讯“Q 贷”蓄客锁客，半年增长达到 58.6%。

在移动互联网的冲击下，传统纸媒、电视甚至门户网站

房地产市场进入转型期后，以前所适用的营销策略在新的市场环境下不见得能够继续有效。环境不同了，与之配套的营销打法也应随之改变。新时代的营销趋势是一种基于大营销思维的商业模式革新，从微信营销到全民营销再到移动营销，持续的变革与升级将成为发展的必然。

的流量都在下降，如何找到客户显然需要新思路新方法。于是，全民营销横空出世，这种营销方式的思路主要是，开发商或房东直接把房产信息发给电商，中介到电商平台上提供服务，买房子的人上电商网站看房源信息。在这个模式下，开发商按照效果付费给平台，平台按照交易情况与经纪人分成。而全民营销的主要发动对象是合作伙伴、老业主和房企员工。地产企业长期发展，必然积累了丰富的客群和合作伙伴，包括供应商和兄弟单位资源等，这批人会带来很大的潜在购买力，比如有些房企员工推荐购买率高达 35%。房多多、搜房电商等之所以能快速崛起，主要就在于其效率及成本大大优于线下。而市场的发展趋势，往往是效率高的企业驱逐效率低的企业。

另外，自建营销渠道，提高成交转化率也是一种方法。地产企业自建渠道的第一点，在于通过自媒体、自电商、自社群等方式建立全民营销平台，形成从展示到成交的完整闭环，带客量与成交量一一对应，开发商根据经纪人带客成交情况支付佣金，其纯粹的平台属性更加明显，不涉及交易过程。企业 APP 和微信公众号是目前企业自渠道的两种主流模式。前者如金科推出的金买家、新城控股推出的新城经纪人、恒大的恒房通，其本质是通过客户端与外部资源连接，实现全民营销；后者是依托微信和第三方平台建立的全民营销平台，比如广州万科万享会、碧桂园凤凰通。

与纯粹的第三方平台合作模式的特点，一是客户买房的综合行为数据全部免费开放给客户和经纪人，支撑房地产企业进行客户核心需求分析，指导产品及营销策略制定；二是可协助开发商整合传统媒体的客户资源、线上

及线下资源、电商及非电商资源，建成房企所有客户资源的蓄水池；三是帮助销售员精准收集购房者的需求信息，合理匹配房产特征与购房者需求，让信息更加精准和丰富，交互更加深入和高效，案场签约转化率可提高 5%~20%；四是平台配备最先进的促销工具、金融工具，更有代运营、模板插件、游戏活动等运营资源。

以万科为例，整合了联合代理、电商和全民营销，既与房多多、搜房进行合作，同时建立了线上的信息分享和经纪人平台。在这个自建平台上可以用新电商拓客渠道，有手机售楼处，有全民营销工具，也可以用“老带新”所有的对接来提升交易额。以“老带新”为例，新入住业主的推荐购买率相对较高，尤其入住后的报修服务，手机照片上传，后台物业跟进，手机端可跟踪维修进度，体验很好，这会激发项目口碑的形成和传播。

地产企业自建渠道的第二点，在于通过跨领域合作来加持。例如“互联网 + 地产 + 金融”，在互联网模式下，广州万科将客户交的 1 万元定金直接变成一种基金，在手机端操作，从下定到最终购买这段间隔期间，这笔定金都在产生利息收益，最后可合并到购房金。虽说单笔定金的利息并不高，但客户感受会很好。这一环节重在锁定客户意向。

又比如，当购房首付款不够，在互联网模式下，一些房地产电商、中介代理可以提供小额贷款，从而，开发商卖出了房，中介代理机构或电商多挣了代理费或服务费，老百姓也凑够首付买得起房。这些都是互联网信任背书下的新模式，与客户直连，通过信任背书使得资金运作更高效。

未来的房地产发展将从房子转到模式，谁能够发现和制造出新模式，谁就能够变成一个好的投资产品。

创新模式 不止步于房地产

当前房地产行业热捧的转型，一部分来源于地产跨界带来的新机遇，比如文化旅游地产、养老地产、金融跨界等，另一部分是基于既有的积累和资源，转型新的商业模式，这在房屋的物理性属性之外，多了一层投资属性。伴随移动互联网而兴起的热词诸如轻资产模式、众筹模式、平台模式、免费模式、O2O 等，到底对房地产行业的作用有多深，或许从房地产企业的转型模式与方向上可见一斑。

首先，行业整体下行，转为买方市场，放大了个性化需求的量，早期单纯只具有居住功能的房子渐不能满足需求。其次，房企库存大、去化难、利润率低，致使通过上下游服务实现中长期盈利的模式进入主流视野。再次，移动互联网迅速化解了信息不对称，实景照片、3D 在线看房的等新技术的出现，让客户可以在家完成多轮比较，而信息对称之下，整个城市的同类产品都是竞品。理解整个行业和市场客群的变化，找到自己的客户群体，可基于细分需求，提炼个性化需求，瞄准产业链上下游，进行量产，创造新的盈利模式。目前，房企基于市场潜力的创新盈利模式主要有如下几类：

第一，依靠上下游服务盈利。比如前端的融资，后端的物业服务、社区医疗等。融资方面，房地产企业天然就更了解自己项目的业主，可以

降低发放贷款的风险。如绿地战略布局互联网金融，大胆创新试水资产证券化，推“绿地地产宝”产品，对接中小房企解决融资难题，设金融资产交易中心，携手陆金所众安东方，打造金融产业生态圈；物业服务方面，房地产的产品价值本就与物业服务密不可分，比如万科“睿服务”升级物业服务模式，通过“劣后收益”建立信任，“简单物管”帮助同行，打造物管贵族形象，并牵手途家管家服务，盘活闲置资产；社区医疗方面，如鸿坤通过兴办自己的医疗平台来实现相关服务。

第二，做价值链上的产业跨界。以家装装饰为例，建业推出“建业牌”家居模式，提出“毛坯房+硬装+软装”一站式解决方案。而万科推出的“输出标准+控制成本”的“万科家”，利用装修分级体系，打通上下游产业链，整合一站式标准化硬装服务。此外，五洲国际也通过自己的物流平台为建材经销商和家装公司牵线。

第三，从核心出发，输出品牌和管理。2015 年万达关闭了 40 多家万达百货，这某种程度上表明万达商业在向轻资产转型，未来更多地由合作方投资，自己输出商业设计、运营和管理。与此同时，万达并购快钱搭建的平台基础，已完成的资产包可以打造约 10 个购物中心项目，整合形成强势的 O2O 平台路径已经非常明晰。



第四，发掘潜在需求，创造新需求。当市场关注点重回产品本身，每个地产人都应该是产品经理，产品创新层出不穷。比如万科极小户型产品，推广万科牌租生活，打造社交生活空间；金地推出产品创新 Home+ 行动，7 大创新抓住客户需求；张江高科战略转型科技投行，盈利目标剑指资本市场，形成“基金操盘，加快收购，投资相伴，资源回注，模式复制，循环发展”的模式。

另一方面，通过网络端口进来的客户，属性相对传统的上门客户，肖像特征会更清晰，而这些信息，对于新的商业模式的推广针对性会更为有利。比如很多商业地产 O2O 就是通过分析会员特征，针对性进行推销和举办各种优惠活动。乃至跟其他的平台交换数据来扩展更广泛的客户。基于大量的客户需求，市场也将衍生出更多新的商业模式。**CT+**



王嘉敏
诚通嘉业集团董事长

这是一个转型的时代

有人说，现在是房地产业最坏的时代，也有人说是最好的时代。您如何看待这个时代？

王嘉敏：现在，地产行业所处的应该是一个转型的时代，这个时代你可以说它好，也可以说它坏，因为转型既是一个蜕变也是一个痛苦的过程。企业转型就像一个人要改变自己的性格，是非常难的。但是，当我们意识到了自身的问题，意识到自己必须做出改变，那么，无论有多难，我们都要尝试去做。回到房地产行业现在面对的这个转型的时代和转型的机会也是一样，无论它多么难，也必须去做。

房地产这个行业，在中国已经发展有三十多年了，就像人一样，它已经进入了中年，变得成熟、知性和理智了。抛开地的因素来说房地产，说的一定是房子，那么它应该是一个非常理性的行业。因为对客户来说，无论是选择自住还是投资都已经变得很理性了。所以，这个时代，就房地产行业来说，无所谓好坏，而完全是一个选择题。假如企业选择继续发展，那么它必然要做出改变，否则就只能转行。

如果从积极的角度去看，所谓的好时代，是由于地产在这个转型的时代找到了新的方向，也就是一个新的机遇，让企业可以选择一种朝阳的发展模式，这对企业是非常

以微转型应大时代

{ 采访 & 撰文 / 邹蕴娟 }

互联网时代下，新思潮的涌动，新名词的涌现，印证着这个时代的活跃与躁动。近年来，借着互联网的推动力，无论企业或是个人，一切都在改变。有太多的企业对自身进行了前所未有的创新性改革，也有太多人跳出了自己的方格进入了另一片天地。从每个企业或个人做出的自己对于市场与未来的判断和价值的选择上，我们看到商业已经进入到一个新的时代。

回首潮起潮涌，投资的此起彼伏、楼市的风起云涌、媒体的更新迭代、创客的前赴后继……无论是商业还是生活，无论是理想还是现实，每个对于价值的选择都代表着一种新的思维模式、新的价值观念的形成。

不可否认，这个时代，仍是一个大有可为的时代。人们的思想得以解放，人们的时空得以互联，太多的不可能成为了可能。而对于传统企业，那个曾经缠手裹足和野蛮生长的时代也都已成过去，到来的，是一个力求转型发展的时代。

面对未来，新的挑战与新的机遇依旧并存，只有敢于迎接挑战的人才有可能遇到新的机会。外部的环境无论如何变化，一定有其规律可循。新旧交替，利益循环，唯有选择不断前进，以成熟的心智与专业的素养面对一切的变局，才能在这个极度开放的新时代下找到自己的位置。

利好的。现在，我们正在关口上，就看大家怎么去选择。这个时代的好，是大家有机会去选，是大家可以积极地去去看这个充满机遇的时代。因为如果太成熟，像美国、德国这样太成熟的经济实体，那么，你就没有机会可找，你只能找岗位，找投资方向，找稳定回报，它是不一样的。

就国家的宏观形势来看，我们现在遇到的种种好与不好，都应该以理性的眼光来看待，因为它是一个阶段性的差异。只有当我们真真正正迎来一个的经济平稳发展的时期，那个时候才是最务实的，这个务实可能没有现在的过冷，也不会有现在的过热，而是真正的实体经济，真正的创造性经济，利用互联网的技术，让商业更富有科技含量。

对于近几年房地产业所经历的起伏变化，以及诚通嘉业所遭遇的成败，您最大的感触和思考是什么？

王嘉敏：在经济发展过快的形势下，就会出现乱七八糟的现象，我们今天的雾霾，就与我们的经济发展过快脱不开关系，我们在路上需要耗费的时间越来越多，下班到家越来越晚，这就是因为我们发展太快，而城市交通的科学性根本就没有得到解决。所以，我觉得经济发展的过快，缺乏科学性的引领和规则、规范，是我们今天所有事情的结果。

我们今天看到太多贵得离谱的地，大家对此感到很诧异，我也相信这种现象不会长期存在，因为短期它对地产行业会有一个刺激，大家会认为房价还会涨，但是，房价增长得过快，会造成市场不能消化，因为客户是很理性的，他也很难承受过高的房价。特别是实体经济和整个经济的发展有密切关系，如果它不能够创造更多的财富，它的销售速度是会受压抑的。这些都会让大家冷静下来思考。

我想，现阶段一切的一切都是要把增速放到一个合理的速度上，科学地去判断每一件事情，规范每一件事情，然后，让事情可以走向正轨。对于我们企业而言，经济发展越平稳，做房地产越踏实，我们受不了过山车的形势。因为房地产离不开整个经济发展的节奏和趋势，所以我们很关心这些问题。

就我们企业这个个体来说，这些年我们经历的这些事，好的也经历了，不好的也经历了，比如地产的过热，也

使得我们的投资过热，也让我们尝到了苦头。但也有好，就是我们选择的项目是对的，选择的发展模式是对的，我们也做出了很好的项目。所以，我们在面对市场变化时也在不断地做反思，在整理，在为下一步的投资做准备，也在努力让我们的企业更具科学性。

随着九章别墅的入住，您认为诚通嘉业应该着重从哪几个方面进行自我的升级才能让自己迈入一线品牌地产商的阵营？

王嘉敏：我们一直是靠特色，就是我们自己所独有的东西。九章别墅北区目前已基本售罄，也即将迎来北区的全面入住，在这样一个格局下，我们感到很欣慰。面对我们的业主，如果我们进一步把服务做到位，那么我们就可以实现把一个产品从零到最后的最后的服务，完整的交给这个市场，我们愿意接受检验并发现自己的问题，及时去纠正和调整，然后让我们的品牌价值能够更加地坚实。所以，我们希望能够配合此次入住，总结我们的经验教训，不断地发扬我们的优势，整理出我们各方面的优点，然后在我们后续的项目开发上做得越来越好，同时让我们九章这种高端的开发品牌能够得以延续。

等到 2017 年，我们的九章汇高端会所也会对外开放，在服务上我们还会再上一个台阶，全面服务到我们的业主和客户，让他们有家的感觉，有舒适的、安全的、放松的环境，这是我们会进一步筹划和提升的，我相信我们会做得很好，至少是非常有特色。

所谓进入到一线，我希望我们不是靠规模，而是靠品牌，靠我们能够做高端好房子好服务综合的好品牌，所以，九章的入住对我们来说是一个很大的机会和考验。

在这个信息极度公开的时代下，您对近几年房地产业的营销形势和营销策略的变化怎么看？

王嘉敏：现在，利用互联网销售已经开始了，尽管是近一两年才这么做，尽管影响力还不是很大，但是这是一个发展趋势，从大家现在的消费习惯来看，以后买房子一定会实现网络化。首先，开发商会利用互联网平台让销售变得更加简单，客户也可以更快地得到更全面、更精准的信息，这对客户做出选择决策有很大的帮助，对开发商也能够减少过多的中间环节，能够降低营销成本，包括广告也变得简单化，因为利用互联网可以最简单直接地把信息公布于众。



举个例子，房子还没有出地面时，通过互联网技术，我们就可以让客户感受到房子建成后的样子，用技术让客户实现身临其境的感觉，这些都是可以通过技术实现的。因为互联网解决了人的信息对称的问题，它不是靠缩短房子的建设周期，而是靠技术让客户有一个虚拟的体验。如果国家没有明令要求必须售卖已经盖好的房子，那么通过互联网做营销就有无限的可能，我们完全可以依靠技术提前将自己的产品展示出来，再通过互联网让人看到我们的产品，感受我们的产品，我觉得这个是很有意义的，这种高科技能给营销以更大的支撑，让营销更简单化、直接化、丰富化。

房地产行业不会寿终正寝

诚通嘉业至今已历经十年风雨，这么长的历程里，您认为是什么奠定了您在房地产行业的信心？

王嘉敏：我的信心一个来源于判断，一个来源于坚持。其

中包括对未来的判断、对产品的判断、对行业的判断、对做法的判断、对投资的判断，这是一方面；另一个是坚持，做企业遇到的困难太多了，如果说要放弃很容易就放弃了，毕竟放弃要比坚持简单得多，随时都可以放弃，但坚持不是，坚持一个选择，坚持做一件事很难很难。而且，人总有判断失误的时候，你也不可能永远一帆风顺，如果遇到一点困难就往后撤，不坚持，那么你的事业也无法持续。所以，坚持很重要。

另外，中国的房地产行业并没有走到尽头，相反，现在的房地产就像一个中年人，它还有很好的发展。尽管再过十年，房地产对中国经济来说可能就不是最重要的经济体了，但是人们对改善性住房的需求依然存在，大家都会期望能住更大更好更适合的房子。人们对房子更新换代的需求，升级的需求是永远不会停止的，所以房地产行业也不会寿终正寝，就算它六十岁了，它也仍然有一定的事情去做。只是对我们开发商来说，它的难度更大了，所以我们要去做选择，做微转型。

在不断强化自身的过程中，您认为诚通嘉业在哪些方面的尝试和改变是卓有成效的？

王嘉敏: 我们的主题是做文化地产，追求中国文化、中国建筑，我认为我们做的这个方向一直是很有成效的，因为到今天为止，我见到太多客户喜欢我们的房子，因为他们找到了感觉，客户看到我们的房子不是模仿不是山寨。我们的建筑是很有情怀、很有自信，很有中国特色的，同时又有西方的精神在里面，我们的这种产品理念获得了客户的认可，这是至今让我感到非常开心和自豪的。

中国的房地产市场有自己的特殊性，您认为从文化层面来考虑，今后诚通嘉业在对产品和项目的操作上，应该如何把握？

王嘉敏: 特色化是我们必须要坚持的之一，因为我们越来越尝到了甜头，因为客户认可我们，市场也认可我们，而且同其他楼盘竞争，也是因为我们产品独有的特色吸引了客户，我们的产品就是能吸引他们，让他们有感觉。我一直认为我们中国的建筑很美，为什么要山寨欧美的呢？我们就是要原创，要特色化。

在新项目的开发和运营上，我也会永远坚守这个宗旨，诚通嘉业一定要有独到的自己，要做我们的核心竞争力。也许我们十几年发展到今天，就是因为对特色化的坚持。所以，无论是什么项目，我们的产品和服务一定会有自己的特色。我们要有自己的产品观、竞品观，有自己做高端改善性需求房子的方向，这会使得我们有自己的竞争力，我们也会在这个方向做到更精更好。

养老地产在很多地产商看来都具有非常好的前景，但迄今为止，国内并没有多少非常成功的案例，对于开发养老公寓项目，您的考虑和信心是什么？

王嘉敏: 养老首先毋庸置疑是一个朝阳项目，养老地产到今年发展也已经有十年了，近三年诞生了若干个已经盈利的企业，但是，养老地产和地产开发相比它的盈利能力没有那么大。我认为，现在首先需要花时间把养老项目的运营服务做到位，做出品牌后，项目就能获得老年人的认可。



针对养老公寓项目，我们追求的是要在服务领域上做出独有的竞争力，我们要做的是让老年人体面地居住在我們的公寓里，我认为在养老这个市场里还有这样的机遇。如果说养老地产行业已经做得非常成功，有若干个企业在这个领域都做得很成熟了，假设是这样的情况，我们就不一定会投入进去了。总而言之，养老这个市场有巨大的需求，而现在它的发展还不成熟，所以我们就有机会做出品牌。

拥抱互联网不是颠覆自己

有人说中国的房地产转型，未来一定是向新的模式转型，投资模式比投资物理的房子来得更有潜力和远景。对于这个观点，您赞同吗？

王嘉敏: 有这个可能性，比如说现在的众筹模式，大家众筹一个房子，共同享受房子的升值，毕竟房子比贬值的货币更经济。但是，我认为这件事情的难度非常大，投资模式更像是一个美好的愿望，因为房子是不动产，它的好处是每天都在升值，无论是 1% 还是 20% 的升值，但它不好的地方是，它是很难分割的，它不像现金，说分就分，也不像股份，说转就转，所以众筹房产非常地难。

如果对投资模式进行一个改变和创新，其实它是超越金融的，超越资本的，超越大的投资商的。做房地产，无论哪个国家，都是由银行或者大机构进行投资，然后由开发商进行开发。众筹这种创新不是不可以尝试，但是我觉得其中的问题和难度都很大。就我们诚通嘉业来说，我不想在金融模式上做很大的变化，我们可能会选择与一些机构合作，比如金融机构、基金机构，用合作的方式来降低资本对我们的压力，然后我们还是要做好房子，这是我们的核心。我希望通过共赢合作，把我们的产品优势发挥到极致。

您怎么看现在涌现的与房地产相关的移动应用产品？

王嘉敏: 现在与房地产相关的移动应用产品基本都属于关联营销的，我认为这种通过移动应用进行营销的模式是必然的结果。互联网在日用品上已经发展了七八年了，

但是近三年，几乎没有人不利用互联网买东西，房地产在这上面的发展是慢了一点，但是它肯定会朝着这个方向去发展，以此来降低运营成本和营销成本。

APP、线上线下，其实改变的都是传统行业的营销模式，这种互联网产品的出现其实是掌握了房地产行业的营销趋势，因为依靠互联网做营销是必然的结果，而且大家只能这么做，也必须这么做，否则就会失去竞争力。所以，这些产品的出现其实是房地产 + 互联网的一个结果。

诚通嘉业会否考虑借助大数据做产品开发，或者与互联网公司合作？

王嘉敏: 开发或者合作，这都有可能，但现在我们谈的是趋势，是不可逆的趋势。在趋势面前，我们最重要的是要做到核心的自己，不要把自己给弄乱了，因为我们做的是高端项目，有自己的特殊性，对我们来说，要用的是互联网的这个技术，而不是要介入到那个领域，我们是要利用这个技术来帮助我们更好地盖房子，更好地服务于我们的客户，让客户满意。所以，首先我们会考虑和互联网公司合作，因为我们需要他们。

第二，我们也可以选择不跟他们合作。我下一步会考虑腾出精力来，想办法去做一些产品的研发。去思考怎么把那些最成功的人和我们联合在一起，或者说把信息和我们关联在一起，然后利用这样的信息平台进行销售。我希望能够有这样的产品可以帮助我们迅速地掌握我们的客户群，迅速地用大数据或者别的方法去分析研究，我们的目的是在得到这些客户群后，让他们最快地获得我们的产品信息。这样，我们的广告形式就简单了，广告费也能够大大下降。

未来诚通嘉业有没有可能跳出房地产圈做其他领域的投资，考虑多元化发展？还是坚持精耕细作？

王嘉敏: 地产板块我们肯定会坚持去做，这个板块是不会丢的，但是其他领域我们现在也已经开始进行涉足了，包括健康、医疗，还有一些与互联网相关的产品，我们已经开始在这些领域做试水了，尽管在这些项目上我们的投资很少，但我们会考虑向多元化发展。当然，这与我们坚持在地产行业精耕细作是不相冲突的。**CT+**



新时代的选择题

{ 文 / 陶冬 来源 / 中国房地产业 }

中国已进入后工业化时代，以中国经济目前的体量、生产的全球占比、市场的渗透率，想再维持十几年前的那种经济模式和增长速度是不现实的。我们应该改变心态，仔细观察转型中的中国经济的新动力、新特点，挖掘新常态下的投资题材、发展方向，这远比我们对着疲弱的经济数据呻吟更有建设性。

痛苦是通向新高峰的必经之路

市场面对中国经济数据，几乎得了精神分裂症。一方面说不相信官方的统计数据，另一方面一见到疲弱的数据股价又大跌。今天见到 6% 的工业生产增长，市场一片恐慌。然而，五年之后，当我们再见到 6% 的工业增长，恐怕分析员们会一片唱好。此时此刻，问题不是出在中国经济上，而是出在你、我、市场、政府的心态上。

一个显而易见的事实是，中国已经进入了后工业化时代，但是我们对此选择视而不见。后工业化时代的出口、投资、工业生产，和工业化时代根本不同，硬要中国经济维持过去的增长速度，是没有可能的。以中国经济目前的体量、生产的全球占比、市场的渗透率，想再维持十几年前的那种经济模式和增长速度，根本是不现实的。后工业化时代的中国经济，一定是消费拉动的，消费拉动下的增长速度能有多快，取决于诸多要素，但肯定不是百分之七，达到 6.5% 也很不易，毕竟投资对增长的贡献会大幅下滑，出口市场也无法再容纳潮水般的 made in China。这是一个无可改变的现实。

对此，市场的心态还没有扭转过来，于是不断对走弱的经济数据感到恐慌，硬着陆的担心时有浮现。这个心态不改变，恐怕市场只会不停地感到失望，因为中国经济已经不再是过去大家习以为常的那种经济。改变心态，意识到中国已经进入了后工业化时代，仔细观察转型中中国经济的新动力、新特点，挖掘新常态下的投资题材、故事，这远比对着疲弱的经济数据呻吟更有建设性。

现在，政府的心态也有问题。明明自己都在说经济新常态，却抱着工业化时代的心态设定增长、投资目标。经济环境和增长动力在后工业化时代，一定与之前有着结构性的分别。产业过剩之下，民间投资萎缩很正常。金融危机后全球性内需不足，出口下滑很正常。中国的消费并不弱，看看双十一那晚的网购热情就知道了。只是消费独木难以支撑起工业化时代的增长速度，这也很正常，而且必须看到消费驱动模式下增长质量会有明显改善。如果无视这些，去执意催生增长，去达到一个未必现实

的在工业化年代设立的增长目标，就有问题了。

如果出无理手，硬是通过刺激措施拉动增长，就更有问题了。除了民生设施外，投资本应该是民间资本做的事情，政府为了实现一个工业化时代的增长目标，越俎代庖地通过货币、财政政策来制造经济活动，达到的效果一定不佳，而且很有可能给经济制造出失衡与错位，长此以往甚至可能诱发系统性风险。

所谓稳增长，其实是为了稳就业，维持社会安定。不过目前的就业市场远比 GDP 稳定。中国的人口结构已经出现变化，农民工回乡种地就业日多，服务业也在大量吸纳制造业退下来的劳工，大学生们对开发一个 APP 卖给 VC 的兴趣似乎远过大过“为五斗米折腰”。就业压力不大，何苦频出政策无理手呢？

政府应该意识到中国进入了后工业化时代，放弃过高的增长预期，踏实地营造一个可持续发展的消费经济，其政策效果更佳，对经济对民生更有利，决策者也能减少一些无妄的焦虑。一个消费拉动的、年均增长 4% 的、环境可持续发展的中国经济，足以傲视世界，这正是全面小康社会的真谛。

在消费主导的后工业化时代，我们应该怎样投资呢？首先，心理上要准备面对相对低增长、低通胀的经济环境，资金成本也可能出现结构性下降。其次，储蓄率明显下降，个性化消费、体验式消费开始主导市场，服务业增长空间巨大。再者，中国的消费走向出境，伴随着资金的全方位出海，中国购买力将成为全球性故事。

随着中国经济进入后工业化时代，增长出现结构性回落无可避免，也很正常。无论市场还是政府均需要调整心态，以新的视角、方法论来评估一个转型中的经济。固守传统思维，是自己给自己找麻烦。中国经济每十年来年会有有一次蜕变，每次蜕变均伴随着社会痛苦，但却是通向新高峰的必经之路。退一步看问题，海阔天空。CT+

VIEW WORLD

观世界





贾立跨界设计作品

跨界 设计的可能

{ 采访 & 撰文 / 李忆琦 编辑 / 邹蕴娟 }

“跨界”这个词语在建筑界已经不知不觉流行了很长时间，扎哈的家居设计，张永和的服装设计，曹晓昕的皮包设计……建筑师们开始讨论：这样的跨界是好还是坏，设计是不是无界的？如果设计是无界的，那么跳开建筑师的圈子，其他领域的设计从业者们是怎么理解这个问题的，他们对建筑师的跨界行为怎么看，又对建筑设计有怎样的体验？为寻求这些问题的答案，我们需要听到更多人的声音。

“界”是一个大范围领域的划分，每一个界的定义都有对应的参照来衡量，去掉这个参照就是无界。

崔晓光：意识形态上的东西是无界的

Q: 设计是无界的吗？

崔晓光: 每个人对设计无界的理解都不相同，我认为可以从两个方面来说：一方面是意识形态上讲什么是设计？我理解的“设计”是一种把思想、理念及文化等通过视觉的形式传达出来的活动过程。这个过程中设计所代表的思想与思想之间不同创意理念的沟通与对接是无界的，无论什么设计，经过无界的思想、理念和文化的融汇转换之后，最终一定要形成有界的实体。每个作品中所用到的思想、理念和文化等意识形态上的东西都是无界的，这让我想到了现代新儒家的一大特点，就是“海纳百川，有容乃大”，扬百家、融会贯通，这个观点用在设计领域也是很合适的。

另一方面是在物质形态上的。比如我们做了一个建筑，成功做成建筑实体的时候，建筑和室内从物质和形态上讲，就变成两个界限，这又是有界的。但是对业主来讲，无论室内还是室外，都是无界的。什么是界？我的理解是一个大范围领域的划分，每一个界的定义都有对应的参照来衡量，去掉这个参照就是无界。这样“有界、无界”其实是社会和我们自己定义的，于是有了建筑界、灯光界、景观界，然而我们的每个作品都离不开彼此的互相配合。

Q: 跨界会引起职业的转变吗？

崔晓光: 设计师有一个共同的优点，就是他们的爱好很广。设计院的工作背景让我有很多机会去接触建筑师，跟他们相处讲究彼此融合，因为我们要把建筑师的理念在作品上表现、升华。他们的想法也是我们灯光设计师需要借鉴的，和建筑设计师以及室内设计师沟通的每一

个案例都让我学到了很多东西。

我和一些建筑师接触多了之后，慢慢也就积累了一些建筑的学识和经验，虽然我不是建筑师，但是我尝试去做了一个自己的小建筑作品——我用两年的时间设计了一栋二层的小别墅，又用了一年半的时间把它建成。我很享受自己动手设计建造房子，我的作品完成后，周边的亲友在建房子时全都参照我的设计，同时也会请我帮忙去设计一些东西，从这个来角度讲，我也可能会发展成为一名建筑师。所以，跨界会让你积极地去接触其他的专业领域，促使你去发掘自己的潜力，让你重新看到自己职业发展的更多可能性。

Q: 在您的专业之外，什么影响您最多？

崔晓光: 应该是中国的传统文化。比如中国古琴文化、茶文化等。就古琴文化而言，它千百年来都是中国古代文人雅士手中爱不释手的器物。在中国众多乐器中，古琴应当是儒、道两家在音乐中的集大成者。历代的琴人都特别强调环境的优雅，注重心境的淡泊。因为只有在这种环境和心境里，才能生动地体现出“天人合一”、“境由心造”的真谛。而这也正是现代都市生活中所缺少的，同时它又是都市人所追求的。

我们的团队有建筑师、室内设计师、景观设计师，除了设计师团队，还有茶道师、古琴师。我看到外国人在追求中国文化，中国的设计师却在跟风外国，我们中国人为什么不把自己最精良的传统文化挖掘出来，所有我们做的事情就是总结中国文化如何在设计领域中传承。这也许是跨界，但是却是一种思想意识上的统一。



崔晓光
中国城市建设研究院照明设计工作室设计师主任

设计的界限归根结底，在于人的想象力，而技术的发展会不断拓宽人类思考的范畴。设计体现的是一种思想，它在影响别人的时候，同时也在被人影响。

谢亚楠：设计的界限在于人的想象力

Q：您怎么理解跨界和设计的无界？

谢亚楠：探讨设计的无界这个话题很有意义，因为设计是一门艺术，而艺术是无界的。设计的界限归根结底，在于人的想象力，而技术的发展会不断拓宽人类思考的范畴。设计体现的是一种思想，它在影响别人的时候，同时也在被人影响。我经常尝试一些新的事物，至于这个事物是艺术还是其他我并不是很在意。所以跨界在我看来，就是不受限地发散自己的思维，尝试更多的可能性。

设计师也好、艺术家也好，应该有想做一些事情的冲动，要保持一颗永远不拘于以往的心。事情的过程远大于结果的意义，而且做跨界的尝试这对自己的专业也是有帮助的。我不会停止对有意思的事情的探究和学习，我想建筑师也是这样的。

Q：您会跨界去做建筑设计吗？

谢亚楠：我有很多建筑师朋友，虽然从某些角度上讲，各类设计专业之间的差距很大，但建筑设计和其他设计是有很多共同点的。比如建筑师会做一些艺术方面的作品，或者做家居设计、服装设计、工业设计等等，而艺术家也会去做建筑设计，这些现象的出现其实就说明了设计师是具有共有的特性或者说本性的。我可能没有机会设计一个建筑，但是我会做一些关于建筑设计的尝试，因为这是设计师的本性。

Q：跨界会影响对行业的关注度吗？实际做事的

时候，会不会有受限的感觉？

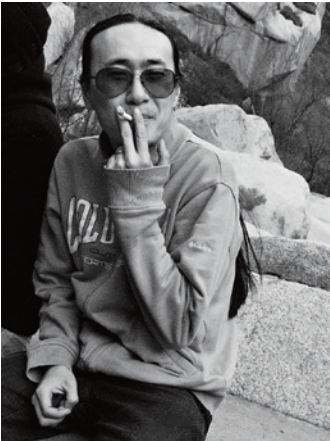
谢亚楠：做跨界，和所谓对行业的关注度其实没有太大的联系，如果一个人真的有时时间和精力去做其他的事情，这说明，他已经能摆平自己的生活了，本职也已经到达了一定的程度。当然，在跨界做设计的时候，多少会觉得有一定的限制，就像我在设计房子装修方案，在做陶瓷、音像的时候，都会感觉到这种来自有知识层面和精神层面的限制。

面对这种限制的时候，就要看你自己的选择了，你要知道自己到底想要什么？对这个“跨界”的事你是一种尝试的心态，还是真正想在这个行业里小有发展。可能我永远不会对家居设计有太大的认知和灵感，但是我也会聊到这些，因为这是生活。

Q：您认为设计和艺术有什么区别和关联？

谢亚楠：设计师和艺术家的区别在于：设计师在给别人做设计，艺术家一定是给自己做事儿的。我是一个很愤青的人，我不是很承认现在中国某些所谓的现代艺术家。所谓设计的无界其实就是艺术的无界，因为人的心是无界的。当然，换个角度看，设计也是有界的，这个界限在于给你埋单的人。

没有无客户的设计，只有无客户的艺术。艺术是创作者对自己内心的一种体现，即便在生活还没有保障的情况下，单纯的艺术也会产生。这是一个社会层面的问题。有人说人均 GDP 到达一定程度后，艺术家都会活着。



谢亚楠
新媒体交互设计师、视觉设计师、形影互动
创意设计公司创始人

贾立：所有事物之间都是相互影响的

Q：跨界概念的产生是因为设计的无界吗？

贾立：设计的无界可能一般人想的都是跨界的概念，但在刚开始做设计师的时候还是有界的，只是随着设计师对生活、人生经历的感知，发现很多界限不那么确定了，在知识到达一定程度后，自然会慢慢融会贯通，继而达到无界的一种状态。但并不是因为无界就什么事情都可以做，当进入到专业领域一定程度后，就会出现跨界。在这种程度可能设计师的思维模式到了没有专业模式给他的限制，做出来的事情比本专业的会更有创意。而我说的另一种说法是“无同”，“无同”代表着不同，东西虽然不一样，观念也不一样，但其实到了一定程度后就是无所不同，很多东西又都是相同的。

Q：您怎么看待建筑师的跨界行为？

贾立：建筑师会做建筑之外的设计，这其实与建筑设计本身并不冲突。因为建筑是一个很宏观的

专业，会触及到不同的专业，比如社会学、人类学、文化等都含在建筑里面，没有专业界限的限制，建筑师的作品可能会更有意思。另外建筑师因为经常做大的工程项目，要花很长的时间看到结果，但是跨界做的事情很容易看到作品的实现，学习到新的知识，这对建筑师本身也是有利的。

Q：从事设计工作会不会受到方方面面的影响？

贾立：设计专业需要各专业来进行配合，就我个人而言，除了设计本身，生活中的很多方面都影响我挺多的，比如艺术。艺术家和设计师看待事物习惯的方式是不一样的，通过他们的作品可以重新审视我们已经习以为常的生活状态，对设计来讲这种影响是必要的。虽然我的工作以做室内设计为主，但其他如电影、科技这些其实也对我都有潜移默化的影响。同时，做设计要考虑到什么会影响到人的行为，这种行为有时候能改变我们对设计的态度和想法，所有事物之间都是相互影响的。

李艳维：设计无需强调边界

Q：您怎么理解设计的无界？

李艳维：设计“无界”我认为可以理解为专业无界限、地域无界限、文化无界限。专业无界即现存的设计形态之间，如建筑设计、室内设计、景观设计、平面设计、照明设计以及多媒体设计等等之间是可以做到浑然天成的契合；地域无界即国内各个地区之间，乃至全球各个国家之间再设计中展现出的实用、审美为一体的艺术形态；文化无界即无论东方还是西方所追求的人性为本的情致。设计无需强调边界，也并不是按部就班，而是要发挥设计者天马行空的思维，巧妙的结合各方面的灵感和元素，并将其付之于实际，但求能给受众带来美和愉悦的感受。

Q：工作之外您的兴趣点在哪里？

李艳维：我喜欢远足，喜欢亲近大山，喜欢大自然的鬼斧神工。也许是设计师的职业习惯，我总能在远足中去体会大自然的力量，它能给予我源源不绝的灵感，让我为之震撼。在大自然的怀抱里，可以毫不费力地放飞自己的思想，在身心放松的状态下，很容易就能捕获到灵感，这对我的设计工作是大有裨益的。

Q：您有过跨界工作的经历吗？

李艳维：除了我的专业方面的工作，我还曾做过在水族箱中布置浓缩版的山水田园景观。这段工作经历让我对设计的无界有了亲身的体验，也让我对跨界设计有了自己的认识，对于设计师而言，只要你敢于去想去做去表达你的设计思想，那么跨界其实是很水到渠成的事。**CT+**



贾立
立和空间设计总监



李艳维
中机中电设计研究院照明设计研究所执行
所长

在一个满是花岗岩和巨型仙人掌的半岛上，有一块土地令人着迷，那里是人迹罕至的沙漠地区，但就在那里，一位建筑师感到了前所未有的震撼，他想保住这片珍贵的沙漠原始微景观，于是，一个宁静的沙漠庭院出现了。

「文 & 图 / Wendell Burnette 编 & 译 / 李忆琦」

沙漠庭院



项目名称: Desert Courtyard House
项目面积: 7,200 square feet
项目地点: Scottsdale, Arizona
设计团队: Wendell Burnette (Principal-in-charge of Design), Thamarit Suchart (Project Manager/Chief Design Collaborator), Jena Rimkus, Matthew G. Trzebiatowski, Scott Roeder, Brianna Towsen, Chris Flodin, Colin Bruce
承包商: The Construction Zone, Ltd.
项目顾问: Leavitt + Weaver, Inc (Interior+Furniture Design); Rudow + Berry, Inc. (Structural Engineer); Associated Engineering (Electrical Engineer); Kunka Engineering, Inc. (Mechanical Engineer); Rick Engineering (Civil Engineer); Ljusarkitektur P&O AB (Lighting Design); Debra Dusenberry Landscape Design (Landscape Design); Wardin Cockriel Associates (Audio / Visual / Acoustical)
摄影师: Bill Timmerman

夯土是一种建筑材料，表示一块泥土中的空隙经过夯的动作之后变得更结实，是土材质中较为结实、密度大且缝隙较少的压制混合泥块，在古代是城墙、官室常用的建材，用作房屋建筑。夯土用作动词解释时，指一种用干打垒分层夯实土层的需要众多劳动力的建筑方法。

原始的美感

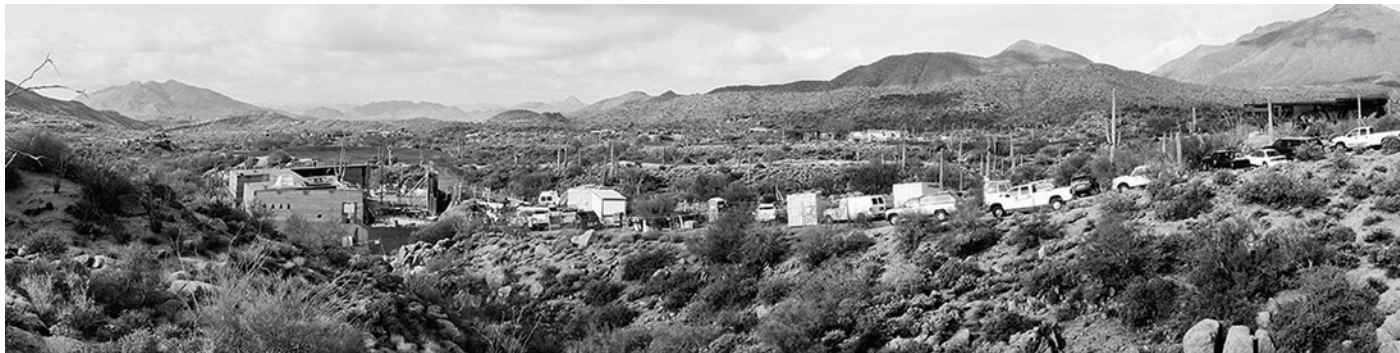
索诺兰沙漠是世界最潮湿的沙漠，同时，它也是很多有趣植物的故乡，在索诺兰沙漠的北部，菲尼克斯城市杂乱无序拓展的地区一直延伸成为美国第五大城市。在这个地带遥远的东北边缘，康特嫩特尔山脉边缘有一个布局合理影响低的沙漠之山。

这是一个花岗岩裸露的半岛，高耸的巨型仙人掌由于沙漠常年的冲刷生长在半岛的周围，除了一小块为了提供入口的土地，而这土地的脊上也是布满墨西哥刺木。顺着一条长长的私人驾驶车道，从西到整个环境的边缘层层叠叠的远山此起彼伏，傍晚在这里可以欣赏戏剧般的亚利桑那州日落。由于地理环境的高海拔，建筑为集中体量，在路边的入口显得尤为重要，让房子仿佛成为一个进入沙漠之中深而且复杂的影子。

当你漫步在建筑微妙的地板上，你会觉得仿佛进入了一个禅

宗花园。沿着东部的边缘的花园，溪水在这里潺潺流淌，虽然这是沙漠地区，但是溪水流经破碎分解的花岗岩巨石和香蒲丛，时间可达半年。让人高兴的是在整个场地的最高点有一个箭头形状的花岗岩巨石，它面朝西侧，独特的大量火山岩与多臂仙人掌分布在环境之间。当第一次站在这块土地上，建筑师感到了前所未有的震撼，他想保住这珍贵的沙漠原始微景观，还有这无垠且不屈不挠的天空。

一个宁静的沙漠庭院的形式开始浮现在建筑师的脑海里。客户对建筑师提出的庭院的概念很感兴趣，因为它提供了舒适的空气、光，隐私安全和宁静，这是一个家最普通的期望。对于建筑师来说，它也提供了一个在快速发展的社会中抓住原始之地的机会，建筑在周围的景观、自然的力量、地质情况和原始美中进化产生，让人觉得它就应该在那里。





建筑的秘密

“是否可以让院墙很自然地直接从环境中长出来，在现场不开挖进口和出口呢？”建筑师做着让建筑最大程度融于环境的设想。通过抽样检验，建筑师发现，此处环境中的土壤非常适用于夯土，这是建筑最古老的方法之一。首先是木制模型从底层夯高3英尺，然后泥土和水泥（3-8%）的干混合料压实向下压力冲击成致密的12英寸高的保温体块，一层一层这样重复直到达到预期的高度。它需要在地面有一个稳定的基础，和一个保护其免受雨水侵蚀的帽子。建筑师把建筑的地基加高到防洪溢流面之上，然后扩展其到庭院之中，令之成为建筑主体，超越厚厚的外围土墙，可以看到宽阔的土地和广博的天空，一个巨大的夯土底座建筑形成了。

整个建筑可以看做是统一的整体，像墙壁、地板、坡道，或者一个台阶，长凳都可以看做是夯土底座的一部分。维德河最终与盐河汇聚，它们一起跌入山谷的最低点，在沿途形成沙子和水泥，这就是当地生产混凝土的原料。项目选择的混凝土有超过二分之一的高配比，并混上了一小部分土壤的色素，从而形成建筑的外立面颜色——生褐色。建

筑师想通过建筑夯土体量表达这个地区随着时间的推移形成的地质：砂、砾岩、卵石、碎石、复合素质的水泥基。

建筑的地形高度严格遵循设计理念，所以房子的地面是一个精确的24'分段斜坡，和周围的地面几乎没有什么不同，又与西面的山峦遥遥相对。建筑看上去是各种几何形状的结合体，夯土的外墙与垂直面也有3°之差。帽子似的屋顶保护整个院子免受日光的强烈照射，而它形成的阴影又很巧妙地斜坡进入院子内部，而在此处又巧妙地刻画出了天空的轮廓。

大面积整体建筑元素的运用是该住宅的主要特点，这里有成片的镂空墙壁，成片的反光玻璃墙壁，也有成片的裂纹墙壁。从院落到建筑空间，再到手眼接触到的每一个细部都充斥着这些元素。墙面上的开口含蓄地透露着住宅内部的秘密。光面钢板天花板上的长长裂缝中安装了星星点点的灯具，夜晚在偌大的空间内营造出一种空无感。大片原始元素和材料的粗糙感也正呼应了索诺兰沙漠所呈现的最大特点。建筑师希望业主和客人们每一次从广阔的沙漠走向住宅时都对物质的珍贵有新的体会。CT+

奈良 穿越时空的静地

「文 / 张婧婧 编辑 / 邹蕴娟」

每一座城市，都可以配合一种心境。有些热情奔放，有些黯淡惆怅，有些喧嚣匆忙，有些则静谧安详。选择行走于何处，大可听信于内心，倘若你已厌倦都市的繁华和快节奏，开始想念遥远的淳朴与本真，倘若你总是想静静，或许，可以选择奈良。



时光静好慢生活

在奈良，你会很快忘记喧嚣的含义。城市的中心是那些辉煌的历史古迹，新城环绕着古城扩散发展，但都是不高的现代建筑，小街小巷，错落纵横。“奈良町”是奈良地区的老街，也是保留了最多町家古建筑的街道。在这只容一车驶过的老街上，触目所及，尽是日本人家的住房和庭院，偶尔有个主妇出门，也是脚步细碎，很快关门闭户。这里也有新潮的咖啡馆和奈良町资料馆，全都开在江户时代留下的木结构日式房屋里。曲曲折折的小巷窄弄，古风中满溢着惬意和悠闲。

置身于此，仿佛穿越进另一个时空，让人情不自禁地放慢生活的节奏，心情也随之平静了起来。回味中，无论是清晨幽静的田间小道，还是傍晚屋舍透出的暖光，无论是悠闲和善的居民，还是无拘无束的鹿群，一切都那么悠静安详，不慌不忙。这里，人与自然、与动物、与精神高度和谐统一，令人心神安宁。



唐风洋溢奈良城

无论是否了解奈良，相信当看到郭沫若先生《唐风洋溢奈良城》的时候，自会觉得和这座城亲近许多。奈良是日本文化、艺术和工艺的摇篮。在这里，处处可以寻迹到唐朝的风尚。纵观日本历史，整个奈良时代在中日文化交汇上都留有浓墨重彩的一笔。当时的日本朝廷对先进的唐文化可谓如痴如醉，于是便有了大批遣唐使们，飘洋过海将中华文明源源不断地注入日本的盛象。上至治国制度、下至生活闲趣，无不争相以唐朝为典范，于是，只不到一百年的时间里，奈良便呈现出唐风洋溢的繁华景象。

转眼许多载，当昔日的喧嚣与盛象沉淀进历史，模糊淡去的时候，唯有建筑，依旧还能让我们触碰到那个时代的余音。事实也确是如此，日本对唐文化的吸纳，大部分都体现在对

唐式建筑的模仿上，在市区，处处可以见到扇扇古朴大气的直根窗，行走间，还能在褪色的木中捕捉到盛唐的痕迹；而鉴于当时国力有限，能够被严谨细致模仿的，还是集中在宫廷和佛寺上。

今天的奈良，现存20多座唐氏建筑，都是非常珍贵的文化遗产。倘若只能选择一处游览，那么不要错过东大寺。它完全参照唐朝最高级别的寺院规制兴建，其金堂更是现存世界上规模最大的木建筑。如今，即便在中国，也找不到同类型和同规模的唐式建筑群了。正门的十八根木柱并排而立，气势宏伟，顶檐四面挑出，设计独具匠心，自然流露出佛殿的温情。如果天气好，不妨抬头一望，凝望这雄伟的轮廓与蔚蓝的苍穹，它定会带给你无比的震撼与欣喜。





神佑奈良

在日本，能随处听到“萨由娜拉”，这是日语“再见”的发音。到了奈良，你便可以了解到关于这句话的传说。相传当年天皇从奈良迁都的时候，依依不舍，回头再三，最后留下了一句“神佑奈良”。而奈良，日语发音便是NARA，神佑的发音是“SAYOU”，合起来就是“Sayō nara”，后来演变成了今天的“再见”之意。

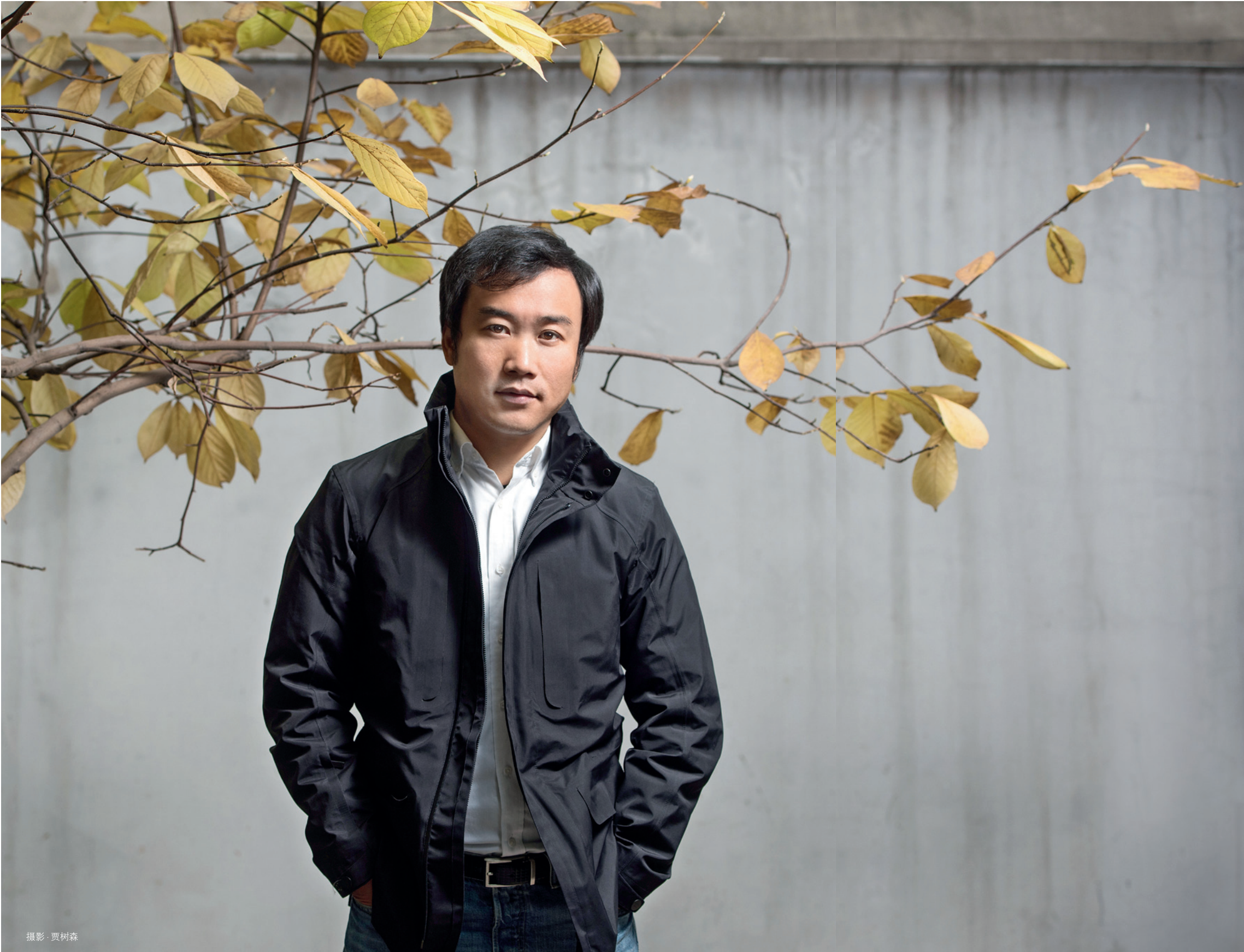
踏进奈良，你能很直观的体会到这“神佑”，因为神的使者无处不在。不计其数的梅花鹿生活在这座城市里，而且全部都



是野生的，这里是名副其实的鹿之城，你能够在任何一个角落与鹿群们不期而遇，人们甚至将井盖也设计成了梅花鹿的样子，还有一种很出名的清酒，就叫做“春鹿”。这些鹿们被认为是“神的使者”，千百年来，佑护着这座古都国泰民安。据说若有谁敢捕鹿杀鹿，或是伤鹿，都会受到严厉处罚，甚至可获死罪。若想亲近这些萌鹿，可以买“鹿仙贝”给它们吃，奈良的鹿们超爱美味的“鹿仙贝”，但是又非常有规矩：摆在仙贝贩卖摊头前没有付钱购买的仙贝，它们决不会去动一下，只会耐心地等你付完钱，将鹿仙贝拿到手之后，才伸长了脖子围拢过来。

除了鹿群，众多的神社和寺院，也无处不渗透着神对这里的眷顾。奈良被誉为“社寺之都”，更被日本国民视为“精神的故乡”。其中，春日大社は奈良的守护神社，地位相当崇高。一路上都能看到形态各异的吊灯、石灯，大部分都是民间的奉献之物，春日大社也因此有了“万灯笼”的美誉。每年2月和8月的万灯节，所有的灯笼都会点亮，万灯闪烁，如梦幻一般美轮美奂。此时，许多慕名而来的信徒就会身着华贵的和服，脚踏木屐，庄重而虔诚的参拜。据说这时候占卜求签会很灵验。**CT+**





摄影·贾树森

徐达内

他做什么火什么

{ 文 / 郑亚媛 彭旭艳 来源 / 梅花网 编辑 / 邹蕴娟 }

在全民创业的氛围下，创业容易，但坚持 11 年并不简单。11 年多个创业项目、一手操控，更不简单，而让每个项目全部成功，简直难上加难！——但徐达内做到了。

在创业前，徐达内是《文汇报》历史上最年轻的的主任助理、《东方早报》的副总编。然而，即便取得如此成就，徐达内还是选择跳出体制，走上创业之路。

从创立 EG365、《媒体札记》到现在的新榜，可以说徐达内的每一个创业项目，都是有逻辑、有脉络的。在外界看来，徐达内的创业经历是成功的、盈利的，可他也并非一帆风顺。毕竟，创业路漫漫，究竟徐达内拥有着怎样的双商与能力，才做到了现在的成就？

关于创业

〈创业表面光鲜，但甘苦自知〉

EG365 的业务需要很强的设计功底，但你是编辑出身，很好奇当时你为什么会创立 EG365 ？

徐达内：在创立它之前，我积累了很丰富的制图经验。刚从复旦毕业时，晚上在《文汇报》上班，白天事情不多。因为当时喜欢设计，所以白天就在丽人广告免费干活，在他们的创意部学习 Photoshop、illustrator 的制图软件。我把在丽人学到的制图技术运用在《文汇报》的编辑当中，98 年长江大洪水在《文汇报》上的信息图，就是我做的。于是，我在《文汇报》一边当编辑、一边当美编，还完成了 2000 年《文汇报》的改版，很有意思。

后来，我和复旦的校友莫名其妙干起了 EG365，却奠定了中国在外包信息制图的产品标准。因为复旦的校友是医学院的，没有制图方面的经验，我们就网上招聘了一些人，所以说是莫名其妙（笑）。我们主要服务的是政企客户与媒体。媒体这块，我们通过代理商做媒体的销售。而政企客户，我们就直接联系，为他们打造品牌。通过案例积累，我认为 EG365 做到了在可视化信息图谱这一细分领域的行业标准。

你刚刚提到因为喜欢设计而创立 EG365，这之后的创业项目，也与你的兴趣有关吗？

徐达内：2007 年，当时 EG365 的业务稳定，在经济收入没问题的情况下，我想尝试新挑战，做些新项目，所以做了《媒体札记》。很有意思的是，FT 中文网《媒体札记》专栏在雏形时期，我也没很

在意它的发展规划，而是水到渠成，越写越有干劲，就持续做了。

人的精力毕竟有限，你现在对自己的创业项目采取怎样的管理方法？

徐达内：我的确在同一时间，同时管理了很多创业项目，可能局外人觉得每个项目都很成功，但创业是人前光鲜，甘苦自知。这种管理方法存在着很大的风险——精力分散会增加创业失败的几率，这是我现在回顾之前的经历所总结的。

比如 EG365 和《媒体札记》同时运作，我走了不少弯路，把更多精力放在《媒体札记》上，忽略了 EG365，不能让公司拓宽发展，延误了它的发展周期。可以说，EG365 并不是我最优秀的项目。所以，现在我尽量避免同时进行多个项目，把 99% 的精力，都放在新榜上。至于《媒体札记》这一块，现在我是请团队帮忙打理，做了些转型，让他们去探索。

在不同创业项目上你管理团队的方法有何不同？

徐达内：EG365 和《媒体札记》都是我熟悉的领域，我明白整个产品的逻辑，所以我在管理上有充分的信心与掌控能力，可以“一手抓”。但是，新榜不同于前两者，涉及到更宽的领域（数据挖掘、品牌咨询等），而这些领域是我所不熟悉的。所以，我需要进行角色转变，将权利下放给技术领域的合伙人，帮助我让公司越做越大。总结而言，就是文科搭配理科，需求搭配路径，一起合作。

徐达内的创业项目：

- ❶ EG365——中国大陆地区最早引入信息可视化理念的专业设计服务商
- ❷ 媒体札记——媒体舆论内容产品
- ❸ 新榜——新媒体排行榜，中国新媒体第一站

在这些创业项目中，EG365 与媒体札记发展稳定，盈利颇丰；而最新创立的新榜刚获 2020 万 A 轮融资，公司估值超 2 亿，徐达内的身价也随之水涨船高。

徐达内的成功之处：

→ 在创业过程中，有一段时间徐达内身兼多个项目，甚至还得挤出时间撰写 FT 中文网的专栏《媒体札记》，其独具开创性的政经评论也为他赢得亚洲新闻奖（SOPA）。
→ 创业项目涉及多个领域，从设计、媒体到数据挖掘，无不成功。
→ 徐达内对营销市场的先决判断力：从传统媒体到新媒体，别人是火什么做什么，他是做什么火什么。





关于新榜

〈我们不生产数据，只做真实数据的搬运工〉

创立新榜之初，为什么首先发展排行榜的业务？

徐达内：首先，在写《媒体札记》时，我在写作过程中发现了数据的重要性。比如，我在写选题时会思考：“这个选题因何而来？是否是大众所关注的焦点？它是否有成立的价值？”而数据统计能够告诉我某选题的被报道数、曝光度等，让我判断它是否有被写价值。

其次，类似微博、微信这种超级平台的兴起，让数据统计变得尤为重要，特别是对于营销人、媒介人来说，他们更关心真实的数据所带来的营销效果，而真实的数据需要通过专业性工具才能获得。

再次，微信公众号的数据非常庞杂，行业内并没有一个标准，能够判断所有公众号的价值。最后，“去比较”、“看大趋势”是中国人的常见心理，所以我们想建立“排行榜”的形式，建立最直观的判断标准。

微信平台很少对外公开数据资源，很好奇新榜为什么能够获取微信的一手数据？你们之间的合作有何渊源？

徐达内：其实，微信的数据接口是公开的，考验的只是稳定数据采集的能力。对于普通的程序员来说，采集100个公众号的阅读数完全没问题，但如果要他每天采集17万个公众号，这就需交给专业团队来完成。

我可以毫不夸张地说，新榜，是国内唯一一家能做到采集这么多数据的公司。这都多亏了我的三个技术合伙人，他们有全国顶尖的数据挖掘能力与优秀的专业背景：两个是北大金融工程专业的硕士，一个是南加州工程管理的硕士。另外，

我们与平台方的合作，也能获取更准确的数据。比如我们在合作中，扮演了第三方的角色，比如联络自媒体工作、政策说明工作。

在新媒体上，充斥着大量水军，这会影响数据的真实性。请问新榜是如何解决此问题的？

徐达内：水军刷粉丝数、刷阅读数是行业的消极现象，但它也确实存在。一般来说，靠软件刷出的阅读量，还是有些痕迹可寻，这在我们所提供的增值服务中都能显示。因此，新榜能够解决的，一是进行监测服务，采取分钟级、秒级监测方案；二是通过与最早数据（未刷数据）的比对，来鉴别公众账号流量的真实与否。

现在市场上有许多家公司都在做媒介资源业务，你们平台的特色是什么？最大的核心竞争力在哪里？

徐达内：首先，去中介化，自助交易。不阻碍广告主与自媒体的沟通，鼓励直接沟通。其次，免佣金，无差价。你会发现，在新榜上的接单服务都比同类公司便宜一些，这是因为我们不收取服务费。为什么不收钱？说白了我建立这个媒介资源平台，是想通过他们的交易，来积累数据，让我们数据库更加完备、标准，最后，建立起行业的价值标准。而我们关键的竞争力，在于我们能够解决广告主的痛点。比如我们的自媒体交易服务，可提供发票（有些新媒体无法提供发票，导致交易难以推进）、资金担保（7日付款）和效果监测。

目前，新榜如何规划盈利模式？

徐达内：第一，通过增值服务，比如成立子公司博选优采，



新榜向政企客户提供涵盖数据服务、咨询评估、会务培训、广告匹配、精准营销的新媒体整体解决方案，所有服务项目可针对客户实际需求实行定制化调整。

做媒介执行；第二，通过渠道评估，排除有造假前科的公众号；第三，通过为媒体主创造更多的变现模式。

前不久，新榜刚获得2020的万A轮融资。融资后，新榜有何新的计划？

徐达内：第一，进一步完善新榜，建立营销品牌价值榜。让新榜除了显示公众号排行榜，还能显示KOL能力、内容营销价值、广告交易信用的相关数据；第二，提升数据产品服务的能力与水平；第三，优化网站体验，为新媒体用户提供更好的咨询；第四，尝试开拓新业务，比如资本对接，版权开发和IP开发。

关于新媒体

〈新媒体处于去泡沫阶段，仍有上升空间〉

今年以来，众多新媒体获得了资本的青睐，在你看来，哪类或哪个行业的新媒体，最有投资的价值？

徐达内：我觉得最重要的还是看垂直，这个比较有投资价值，就是把能够细分垂直的行业特别是把这么一个用户群这么一些客户沉淀下来，在交互中能够获取更多的交易机会，如果新媒体能够在这个平台上面完成一些布局一些孵化，我觉得这样才有投资的价值。

新媒体特别是公众号类自媒体，赢利模式不是很多。对一些做原创内容的自媒体来说，什么样的内容更容易商业化？

徐达内：我通常会问某个自媒体是做流量的，还是做产业的？这有很大的区别，我需要知道这个自媒体是靠流量来增加广告收入？还是靠产业——成为一个撮合者，成为链条上的一个环节？我觉得弄清楚这个很重要。

对于盈利模式，现在一个比较经典的模式还是广告模式。广告模式没什么不对，这是媒体几百年来最为经典的一个商业模式，并不低级。只不过将来可能会实现更多的是通过互联网进行的一些链接的完成，比如说大家现在开始尝试去做O2O、做电商、做群、做粉丝我觉得都是有可能的。

对原创的内容来讲，可能更容易商业化的是生活服务，能够更好地去衔接。现在，很多投资商投资的一些产品，其实走的都是这条路，包括移动互联网时代都有开始往这方面转的一些趋势，像一些导购类产品的尝试我觉得都是符合现在的趋势的。如果跟生活和服务相关性更强一些，垂直于一点去做，这样商业化的可能性和概率会更高一些。

据新榜发布的数据报告，微信公众号的阅读数有下降趋势。你觉得这意味着自媒体营销的没落吗？

徐达内：过去一段时间，微信公众平台平台处于野蛮生长期。而现在，随着微信规则的完善，逼退了水军现象，在一定程度上造成了阅读数的下降。这意味着微信公众平台正处于去泡沫化阶段，并不代表它没落了。自媒体需要通过数据，合理地判断受众需求，让营销达到最好的效果。CT+

LITERATURE & ART

文艺录





① 《文明的残壳》 工笔 37x122cm

在东方意境中体悟诗性的觉醒

{ 文 / 洪玉丹 图 / 陈义可 张鑫 编辑 / 邹蕴娟 }

生活中处处有美感显现，一座山，一池湖，或者一群生动的人，又或者突然想起一支旋律和飞鸟谙熟的歌声……艺术家总是试图将生命中美的存在转化成视觉的艺术作品，顺应情感生机，在艺术作品中体悟诗性的觉醒，正如海德格尔所言：“物化的艺术作品里隐藏了内在的诗意”。

陈义可 / 理解只是交织在错觉之上

陈义可的绘画很容易透露出他对东方文化的理解和他的才情，他擅长用细腻的工笔画手法将东方传统文化中的经典元素以一种充满神秘感的方式表现出来，这与当代艺术语境下以新观念认知或解释传统美学的做法极相契合。他的作品不仅显现出他个人心思的缜密，更难得的是他描绘出的风格与神韵，他的画处处凝聚着神秘的东方意蕴，有一种引人入胜的力量。

陈义可的《离朱之谜》和《零言零语》系列体现出他对造化的全面观照，神秘和常态竟然变成一回事。《离朱之谜》系列看似在描绘熟知的太湖石，实则比现实中的太湖石有太多

的陌生感，看似旧貌，实有新颜；他创造的充满神秘幻想的世界，在传统绘画的图像中增加了虚无、疏离、神秘和荒诞的现代感，并且又很自然地将这些现代性的空间经验吸收为一种文人画的统一风格，实属难得！

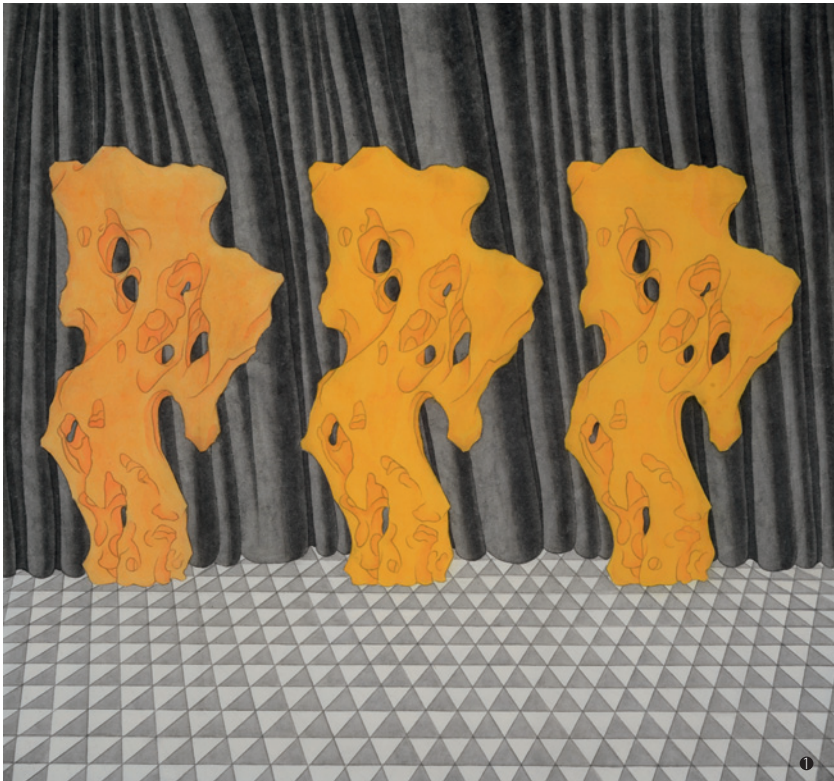
陈义可对《离朱之谜》系列也有他自己的解读：它是我内心的一种回归与未然，黯然中却流露出新鲜和纯粹，冥冥之中散发出虚浮与荒诞，是现实之外的一种梦幻，又用一种感官的方式来与现实作平衡。

“有一种古老而有谬误的偏见，以为人知道自己的行为是

怎么发生的。其实不然，行为往往离开意识的支配，而被肉体的变化、心血来潮、潜伏感情的活跃等因素所影响，因此，行为和内在思想并非一致。换言之，思想是一回事，行为是一回事，行为的印象又是一回事。因果之轮并不在它们之间转动。”这是陈义可对思想与行为之间的关系所秉持的观点。

人们总是错把熟悉当作认识，其实，熟悉也就是习惯，而习惯了的东西正是最难认识的。陈义可是要通过绘画这种方式找到最初看事物的冲动与陌生，然而，在每一次探索中所释放出的冲动都不可遏止地要寻求满足，如果得不到满足，他就会如同得不到雨水的植物一样枯萎，或者寻求假想的满足。

《零言零语》系列是直观和视觉的体现，平静中隐藏着正面与负面的非一致性，意识与意识之间充满着不可知与矛盾。黑暗中的寂静，让陈义可的内心有一束光来看自己或看另一个个体，他心里涌起的认知是：认识不代表真的认识，理解也只是交织在错觉之上。



陈义可 字文白，河南洛阳人，画家，他擅长用细腻的工笔画手法将东方传统文化中的经典元素以一种充满神秘感的方式表现出来。

- ❶《离朱之谜·十一》 设色纸本 36x42cm 2015 年
❷《零言零语之异质篇五》 设色纸本 7x19.5 cm 2015 年
❸《零言零语之异质篇八》 设色纸本 37x30cm 2015 年



张鑫 / 艺术能比语言延伸得更远

张鑫的艺术创作带有诗意般的浪漫与东方主义的禅意。在中国元素运用的过程中，张鑫不只是停留在技法与表现内容上的转化，而是寻求一种表现属于东方的构成方式。对他而言，灵感是难以言喻的，而灵感的来源，却很丰富。一首宋词，一句禅语都可以让他灵光闪现。在经过写生基础的训练之后，他慢慢找到自己的创作形式，他常把自己的创作路线形容成是动态的，他不被自己和外部所束缚，更期待未来的可能性。

在艺术创作中，山石逐渐成为他绘画的元素。山石在中国文化中带有特殊的含义。在那些形色各异，变幻万千的山石中，融汇着古人对自身与外部世界的思考。张鑫把很多的内容投射在山石的描摹中，用重构的方式表达着自己。浮云、游鱼、飞鸟……这些不同的元素构成一个个全新的视觉体验，似乎是中国传统的图式，但却带有当代的视角。与此同时，将背景处理成纯粹的单色，给人无限的遐



想。张鑫的绘画一半好似梦境中的呓语，另一半却是感怀伤时的凝思。

一直以来，张鑫用自己的方式，在绘画中表达着自己。他相信，艺术能比语言延伸得更远。他把一个人难以言喻的感觉在创作中表达出来，找寻到一条属于他自己的创作路线。这样的创作过程被他当成是自省的过程。与此同时，通过这样的一个过程来了解自己。

“我从小就喜欢很多具有幻想性的东西，包括一些神话故事或者科幻的影视作品。后来在学习的过程中，看到超现实主义的绘画，感觉很有意思。逐渐地，觉得应该把具有东方意象的元素融入到绘画作品中，于是创作过程中渐渐建立起来

属于自己的风格。”张鑫对自己的创作动机如是解答。

园林艺术成为张鑫艺术创作的灵感之源，太湖石也成为他创作中时常出现的意象。在张鑫的眼中，简单的意象便能极富深意。比如太湖石作为中国传统元素的意象，就连接着现实世界和理想世界。

张鑫在创作的过程中常常会静下来思考，他在描绘一块太湖石的时候，就像古人在观石时候的一种心境。他对外部事物的敏感，让他在艺术创作中找到属于自己的绘画语言。他把自己构建成的世界用艺术的方式展示在世人面前。这就是张鑫的画作传递给人的信息。CT+

张鑫 天津人，自由艺术家，他的《真空妙有》系列画作试图运用中国的元素来阐释他所理解的时空概念。

- ① 《龙吟细细》布面油画 90×120cm 2014 年
- ② 《初空》布面油画 80×100cm 2014 年
- ③ 《无垠》布面油画 90cm×120cm 2014 年



❶ 《彼岸》纸本重彩 140x90cm 2015 年
❷ 《今生》纸本重彩 140x90cm 2015 年

画以衣始以情立

{ 文 / 2046 图 / 贾宝锋 }

艺术所以为艺术，在于闪烁在作品中的艺术家的思想和性情。技术和方法论是为思想和才情的展现服务的，不可舍本逐末。没有热爱，就没有创作的动力。

传统服饰承载着先民的杰出智慧

现今，专注并痴迷于传统的历史人文，愿意深入探索、继承并且再创造的艺术家的，几乎屈指可数。前一辈中有徐冰、谷文达、吕胜中等。而在年轻一代的艺术家里，更是罕见。近期，在今日美术馆参加《精微致远·2015当代青年工笔人物学术邀请展》的贾宝锋算是一位在传统文化艺术领域较有成果的青年艺术家。

贾宝锋是北京服装学院艺术系的讲师，中央民族大学美术学院在读博士。他非常热爱艺术，视创作为日常生活的一部分。因为专业和兴趣，贾宝锋对中国的戏曲服饰和少数民族

服饰进行了长期的关注和研究，他深入了解这些服饰的特点，从中找到了创作灵感。

今年年初，贾宝锋在琉璃厂举办了一场戏曲人物画展，展出了五十余件彩墨京剧人物作品。对戏曲人物的创作，贾宝锋表示是出于最纯粹的喜欢。倘若没有对传统文化的热爱与滋养，是很难将中国戏曲的精髓外化呈现的。

与关良和林风眠两位戏曲人物画前辈不同，贾宝锋创作的侧重点在服饰上。作品中，对戏曲人物的服饰处理，贾宝锋

- ❶ 《鄂尔多斯婚礼》纸本重彩 64x129cm
- ❷ 《待嫁》纸本重彩 70x140cm 2014 年
- ❸ 《盛装之焱》纸本重彩 180x90cm 2012 年





❶ 《黔东南记忆之二》 140x70cm 工笔重彩 2015 年
❷ 《黔东南记忆之一》 140x70cm 工笔重彩 2015 年
❸ 《黔东南记忆之三》 140x70cm 工笔重彩 2015 年

放中有细。所谓放，即他的没骨写形；所谓细，就是贾宝锋研究京剧深入之处，他拥有自己特有的笔墨方式。在画法上，贾宝锋所采用的，是一种彩墨语汇的没骨构建。他用色块的铺陈去包裹线条的分割，又以线条的点醒统领色块的结构，亦即关照到点线面的构成形式在人物装扮上的具体摆布。这样就不同于其他“文人”式戏曲人物绘画求神聚而散形的样貌。

贾宝锋这次在《精微致远·2015当代青年工笔人物学术邀请展》展出的十件作品，分别来自他的“蒙古族盛装”、“苗族服饰”两个系列的作品。说起蒙古族，贾宝锋本人就出生在内蒙古乌兰察布。虽是汉族人，但他自小浸淫在蒙古文化之中，自然有天生的亲近和情愫。他目前攻读博士的研究方向也正是蒙古族女性的服饰和搭配，所以在这方面，他是一个专家。也正因此，他创作的“蒙古族盛装”系列，很有特色，耐人寻味。

我们看贾宝锋没骨画法的纸本重彩“蒙古族盛装”系列作品，会发现，跟往常的民族人物题材创作不同，贾宝锋在继承之外是有发展的。比如他在构图上，引入了时装大片惯用的轴线构图，使得画面打破了原先的固定图式，又增添了设计感和流行气息。在颜色处理上，他运用中国民族式样的色

块矩阵的方式进行处理，画面上单色的自然对比，很好的规避了用杂色淡染容易造成的画面视觉易薄且脏的弊病。作品扑面而来浓郁的民族气息和亲切或肃穆的人物情态，让观众可以明显感受到，贾宝锋对他故乡故土的热爱。“蒙古族盛装”系列作品不但具备特有的民族性，还透露出一种广袤草原的人文气息和磅礴气势。和以蒙古族人物作品闻名的油画家朝戈一样，贾宝锋在作品里所散发出来的，是一种发自内心的对内蒙古父老乡亲的深情，他抓住并且呈现的，是内蒙古之魂。

展览中三幅表现苗族民众生活场景的作品，是贾宝锋用一种再现的方式，还原民族服饰在原生态情境下的一种情调。这也是他近年的研究成果之一。贾宝锋多次入云南、贵州等地的苗族群众聚居区，收集了大量的资料，也收藏了不少苗族刺绣和服饰。他的家，就是一个小型的苗族文化博物馆。

对服饰的关注、研究、表现，对贾宝锋来说，是一种对中国文化的切片式探究。在他看来，服饰是悠久的历史文化的一个反映。服饰背后承载着先民的杰出智慧和民族的真诚情感。这样一种闪现着人性与精神光芒的人文，在西化的潮流里有所遗落，却让贾宝锋痴迷，又反过来激励他去创作。艺术需要温度，这个温度正来自艺术家的创作热情。CT+



007 的腕上风情

{ 文 / 王诤 }

如果你只知道邦德戴着欧米茄，无疑你近些年进过电影院或早年在街边买盘看过 VCD。如果你总唠叨劳力士才更正本清源并以此标榜自己的看片阅历，那多少也暴露了当年在录像厅中不堪的观影经历。詹姆斯·邦德，这位纵横影坛 50 年的特工到底戴过什么腕表？此番，就来起底 007 的腕上风情！

溯源：腕表？指节套！

时光要从电影《诺博士》诞生的1962年再向前推十年：那一年，“邦德之父”伊恩·弗莱明跟一位朋友打赌，他要写一部“终结所有间谍小说的间谍小说”——这话就像是福格先生在改良俱乐部里跟人打赌80天环游地球一样，显然没把间谍小说领域的前辈萨默塞特·毛姆以及弗莱明的同龄人格雷厄姆·格林等放在眼里。弗莱明的底气来自他本人曾担任海军情报局局长的私人助理的履历，这成功地弥补了作为作家身份的他文笔上的平庸，于是那位把“The name is Bond, James Bond.”挂在嘴边的超级特工007便诞生了。若干年后，弗莱明这样诠释007“他是每个女孩子都想约会的对象，每个男孩子都想成为的对象，如果他足够勇敢的话。我承认他是作家的白日梦，我一直梦想像他那样，我甚至嫉妒他。”

白日梦是这段话的关键词，它决定了作者与虚拟人物间的移情、投射以及细节习惯上的若合符节。比如邦德在加入军情六处前是一位海军中校，弗莱明也曾供职英国海军情报局。弗莱明喜欢吞云吐雾，选用的是登喜路打火机；喜欢俄国鱼子酱，指定要来自里海北部的皇室白鲟。大量证据显示007这一虚构的特工身上到处流露着弗莱明自己的品味和习惯。

透过弗莱明在二十世纪五十年代的照片，可见到他变着花样佩戴过约莫半打没有什么特色的腕表，其中大多配有皮表带。是的，这恐怕要让表迷们失望了，弗莱明本人就不太在意腕上之物的牌子和性能。由此投射到007身上，在1953年至1966年间所出版的小说和短篇集中加起来大约有100处地方描写到詹姆斯·邦德佩戴的腕表，其中三分之二只是为了向读者交待时间。

1958年4月25日，一位读者给弗莱明去信抱怨《诺博士》故事中007的腕表性能——在小说中，007的腕表竟然在执行任务时停摆了！这实在是不能令人容忍。读者还就此提出了解决方案：将来应该为邦德配一只“劳力士蚝式恒动腕表，完全防水，还无需上发条，”关键是无论如何，要保证满足“在水中也能正常运行”。执拗的弗莱明是这样复信的，“我和詹姆斯·邦德讨论过这事，他说劳力士恒动表有6盎司重，在敌我较量时，可能会略微减缓他左手的灵活性。以他的作风，实际上呢，就是使用相当便宜的、随用随丢的、配弹性金属链带的腕表，把它们向前滑动到拇指位置，就可以当作指节套来使了，无论在手的外侧还是内侧。”



对于 007 腕表的观察家们而言，电影《幽灵党》中邦德和军需官 Q 之间一段关于手表的调侃台词实则包含了大量的信息。最初，腕表并不是邦德的标配，但近二十年来，欧米茄却成为 007 系列电影最长情的伙伴，其间的故事颇耐人寻味。

遗铎：“探险家一型”腕表

2008年5月28日是伊恩·弗莱明百年诞辰”纪念日，为了以示庆祝英国不列颠帝国战争博物馆（IWM）特别策划了一场为期45周的名为“为您呈现：Ian Fleming和他笔下的詹姆斯·邦德”的展览。展览上一枚劳力士“探险家型”腕表（Oyster Perpetual EXPLORER）格外引人注目，据弗莱明的继女Fionn Morgan介绍，这是父亲留下的遗物中唯一的一枚腕表，也是他生前所拥有的第一枚也是仅有的一枚劳力士。1964年8月12日，她的继父去世后，这只腕表就被锁进银行金库里，直至Fionn Morgan的母亲——即他的遗孀Ann于1981年去世后，这只沉寂了将近20年的腕表才重见天日。“真邪门，它竟然还在走！”Fionn Morgan回忆说。她有点大惊小怪了，这枚腕表只需轻微抖动手腕，摆陀便可获得足够持续运行的动能。而“探险家”的得名本身便是一段传奇，1953年5月29日人类历史上首次征服珠穆朗玛峰，埃德蒙·希拉爵士和尼泊尔向导丹增·诺吉佩戴的便是劳力士蚝式恒动腕表。

现在只能推算出弗莱明大概是在1961年夏和1962年春之间得到了这枚“探险家”。令人欣喜的是次年劳力士便取代了那些只是为了用作作节套的便宜货成为007的标准配置——在弗莱明原创的十四部邦德小说中能够被认定所表述的品牌腕表只有劳力士。最出名的细节出自出版于1963年的第十部小说《女王密使》，故事的主要场景设置在一座白

色皑皑的雪山上——如果你想就此挑选一枚腕表应景，还有什么比征服珠峰而闻名的“劳力士探险家”更合适的呢？在全部有关詹姆斯·邦德腕表的描写中有13%就集中在这部作品中，弗莱明在七处地方引用到劳力士品牌。比如小说中写道，当詹姆斯·邦德在深夜睡眠惺忪地瞥了一眼自己的天文台表时，就看见表盘上的“大号夜光刻度”，那是“一枚沉甸甸的劳力士蚝式恒动腕表，配有弹簧金属链带”。而“大号夜光刻度”无疑是“探险家一型（Rolex Explorer I）”腕表最醒目的设计。

另外值得一提的是虽然这枚“探险家”是小说中邦德主动选择的第一块品牌腕表，但是却不是劳力士品牌第一次出现在这部系列小说。早在1955年的《生死关头》里，007置身于300码深的牙买加海底水域，将定时炸弹安装在一艘抛锚深度约为30英尺的走私船上。军需官Q为他配备了一套潜水服以及其他特殊用途的装备就包括了一枚“可伸缩链带”的潜水表，“他在水下看了看腕上的劳力士”小说中写道。在20世纪50年代潜水表普遍被视作特种表，所以这枚劳力士潜水表的出现只是应时而动，并没有成为007后来的日常佩戴。推算起来这该是劳力士第一款潜航者系列腕表6204，100米防水，和后来该系列腕表外观上最大的区别是那时的时针还没有采用著名“奔驰针”以及表冠两侧并没有防止撞击的护肩。





神器：影像的夸张、想象与回归

《生死关头》的英文原名是《Live and let die》，1973年被改编为同名电影，是第八部邦德电影，也是罗杰·摩尔出演的首部邦德电影。开场便是M和Moneypenny一大早亲自前往邦德住处分派任务，顺道把经过Q调校的劳力士潜航者Ref.5513交还他。M冲007开玩笑说，“我相信负担沉重的英国纳税人一定会好奇知道我们会如何花他们的钱。下一次，恕我直言，离军情六处不远处的街角就有很好的修表匠。”邦德听闻后不动声色地将劳力士对准M手中的咖啡勺并按动表冠，说时迟那时快，咖啡勺被吸到了一丈开外的表盘上！“它可以产生强力磁场，力量强到能改变一颗子弹的弹道。”邦德说。

这个小小的桥段开启了007腕表的银幕传奇。尽管在之前的邦德电影中，这位超级特工的手提箱、皮鞋尤其是那辆阿斯

顿·马丁DB5都曾经被附加上超越本体功能之外的种种奇思妙想，但是Q却出人意表地迟迟没有打这块潜航者的主意。事情在这一集中发生了改变，并变得一发不可收拾。在五位饰演过邦德的演员中，特别是罗杰·摩尔与皮尔斯·布鲁斯南两任里，每一部邦德电影中手表将被Q赋予什么样的花样都是影迷事后津津乐道的一大亮点。罗杰·摩尔在这部《生死关头》之后一连又接演了六部，20世纪70年代日本石英表大行其道，他腕上之物便改由精工充任：收报机，能拉出纤细的雷管爆破，带有彩色监控器不一而足。

等到1995年布鲁斯南堪当大任，瑞士的高档机械表早已在老海耶克的带领下绝地反击成功，作为欧米茄旗下著名的潜水表款“海马”顺理成章的成为海军中校的首选。不过正像布鲁斯南帅气到略略浮华的腔调，这枚“海马”腕表在电影中

愈发显得无所不能，除了遥控爆破、发射激光这些传统项目外，1999年的《黑日危机》中甚至可以从表冠后发射拉线射钉让邦德飞檐走壁！真真是一时间，让人在银幕上难以分辨这是邦德还是蝙蝠侠了。要知道007电影虽然依据不同演员的风格有所调整，但是低调、干练、持重、写实一直是它的基因承袭，说一千道一万毕竟他是位英国特工，不是美国肥皂剧中插科打诨的“糊涂侦探”。

回到文章的开头，2005年丹尼尔·克雷格领受“杀人执照”正式升格为超级特工。从《皇家赌场》到《大破量子危机》再到《大破天幕杀机》依旧延续前任佩戴“海马”腕表，却让時計回归了呈现时间的功用本身，不再暗藏机关、没有高科技装置——克雷格首次出演邦德佩戴的是一款欧米茄海马系列海洋宇宙腕表，出现在类似跑酷的追逐场面中——以及一款海马系列300米潜水表（皮尔斯·布鲁斯南最青睐表款的升级版）。《皇家赌场》全球近六亿美金的票房让克雷格坐稳了邦德的位置，而后欧米茄也开始为他专门设计腕表，有别于前任喜欢海军蓝色的表盘，克雷格的海马腕表表盘回归了低调的亚光黑。正所谓拨乱反正必然矫枉过正，丹尼尔腕上的欧米茄海马也随着主人严谨务实的风貌，回归了时

计功用的本真——这不仅是指欧记腕表苦练内功，令机芯日趋“至臻”可防强磁侵袭，更是外观设计致意前贤，愈发典丽。今次《幽灵党》中丹尼尔佩戴着NATO表带海马300腕表，不仅令人联想起十年前他雀屏中选时为自己买一块1968年产二手古董海马300腕表的佳话，更因尼龙表带的配置让人想起1964年肖恩康纳利在酒吧中经典的“对表时刻”——彼时他戴的是一块NATO表带的劳力士潜航者腕表。

11月13日电影公映当晚，笔者与欧米茄全球总裁欧科华再聚北京——去年相聚首尔，我们辩论了新片片名，现在看，我错了。《Come and dive》的VCR的确拍过，也许祸因索尼剧本外泄而最终在成片中不见踪迹。“Spectre”能让我们想到什么呢？每个007影迷自会会心一笑。欧科华先生拒绝回答任何关涉心目中最喜欢的007电影、007饰演者，邦女郎饰演者之类的问题，并坦承相告“我有自己的答案，但恕不能相告”。这答案令我动容，尊重过往的感动，明晰当下的职守，更汲汲于未来传奇的续写，恰恰是007电影常青的奥妙所在。不共享一致的价值观，金钱并不能擘画共进的愿景。在这个呵气凝霜的冬夜，职业带给我的余温之量，过往观影而来的陈酿积淀，不多不少，一饮而尽！

Q&A

C=《诚通 CT+》

O= 欧米茄全球总裁欧科华 (Stephen Urquhart)

C: 欧米茄与 007 系列电影建立长期合作是出于怎样的考虑？

O: 欧米茄与007电影制作团队的合作，并不是源于合同的约束，我们更像是朋友一样，会和彼此深入沟通从而形成一个长时间的合作。丹尼尔·克雷格是一名出色的演员，他本人也很喜欢我们的腕表，所以在腕表选择的沟通上，我们也毫无障碍。没有一部电影可以像007系列电影一样持续50年，这24部007电影都是独一无二的，我们并不知道谁会是下一个邦德，但是我们会一直继续走下去。

C: 你怎么看邦德这个人物？

O: 邦德这个角色有着很强的性格特点，并且是独一无二的，所以我觉得无论是谁来出演都务必要做到有自己情感的代入。这个角色的说话方式、喝酒的方式、开车的方式以及一切的表演方式，这位演员非常重要，但我觉得这个人物性格更为重要。在角色选择上，我们更应该参考制作方的意见。

C: 作为一种长久的合作，欧米茄与 007 系列电影共享哪些价值观？

O: 如果你看了那些旧电影，你会发现其中有很多精彩的故事与场景，但近期的两三部你会发现一些改变，詹姆斯·邦德可能虽然开着和以前一样的车，但其实已经和以前不一样了，变得更摩登、更有现代感了。我觉得欧米茄和邦德之间的相同之处就在于，欧米茄也是如此，它有着极其辉煌的历史，时至今日，欧米茄也在做着小小的改变，让腕表变得更摩登，更适合现在的人们佩戴。欧米茄不仅仅是随便一枚可以陪伴邦德纵身跃下屋顶的运动腕表，你会发现它与邦德之间的联结已经根深蒂固。

C: 从上一集开始电影中的邦女郎也开始佩戴欧米茄腕表，你个人怎么看待这种变化？

O: 邦德女郎是欧米茄与邦德之间有重要的联系，没有她，电影就不能成功的拍下去。看到邦德女郎开始佩戴欧米茄腕表，我很开心。其实在欧洲，欧米茄也拥有众多女性顾客。但对于我们来说，James Bond佩戴欧米茄腕表，这个更为重要。

C: 哪款欧米茄腕表出现在电影邦德的腕上，其间的决策流程是怎样的？欧米茄与 007 系列电影合作 20 周年，回溯过往，有哪些故事可以分享？

O: 不是我们去选择腕表配合电影，每一次电影中的腕表都是经过与导演、制片人、演员，尤其是与丹尼尔·克雷格沟通的。腕表在电影中扮演着举足轻重的角色，自1995年《黄金眼》起，欧米茄海马系列腕表便一直伴随着007特工，以其深厚的海军历史渊源和经典的外观造型，完美展现詹姆斯·邦德的角色性格。

为了保证邦德电影情节的连贯性，我们还是会选择海马系列腕表，但在丹尼尔·克雷格饰演邦德之后，在保留了海马300潜水表之外，我们在《皇家赌场》中，还选择了同属于海马系列的Planet Ocean腕表，在《大破天幕杀机》中，邦德的动作戏不是那么多，所以我们也增加了一款Aqua Terra系列腕表。我们不会使用其他系列的腕表，我认为海马系列非常符合邦德的性格，电影制片人也非常认同。他没有明确的提出什么建议。但在我们参观的时候，丹尼尔·克雷格对腕表有着他自己明确的喜好，当他看到自己喜欢的腕表时，会有自己表达的方式，所以我会知道他都喜欢哪些腕表。他对于腕表非常有见地，但是他也尊重我们的专业，不会建议我们如何制表。 CT+



“詹姆斯·邦德也许只是个虚构的人物，但透过23部系列影片，我们看到了一位由丰富阅历塑造而成的优雅绅士。他就在我们眼前不断地蜕变成长，从过去中汲取经验，在别人失败的地方取得成功。面对世界抛出的更多挑战，他愈发坚定自信，轻松自如，胸有成竹地展现出自己的魅力风格。”

——欧米茄全球总裁欧科华



骑马有一种失重的快感

{ 采写 / 邹蕴娟 图 / 纽约老李骑兵训练营 }

很多人都有过坐过山车的经历，体验过那种俯冲失重的刺激。类似的，马术运动最有趣的点也在这里，当马快速奔跑、跳跃的时候，骑马的人会有轻微的小失重的感觉，很刺激。很多人就是在体验过这种感觉后，深深爱上了骑马，爱上了马术运动，李冠峰就是其一，但他玩骑马又玩出了许多的不一样，甚至玩出了生意。





李冠峰
纽约老李骑兵训练营创始人，知乎红人，是大客户销售领域方向的意见领袖，网名纽约老李校长。

结缘马术是件幸事

李冠峰说他不喜欢随大流，喜欢有美感的東西。他从小对任何体育运动都不感兴趣，比如男孩子常热衷于玩的篮球、足球、乒乓球等等，他都不感冒。一直以来，李冠峰都暗自认为自己没有运动细胞，觉得他这辈子与任何体育运动都无缘了。然而，世事难料。

2010年，李冠峰无意中看了《三联生活周刊》一篇谈马术的专题，里面的一句话让他怦然心动——“马术是一个任何年龄，只要愿意投入学习，都可以掌握的运动。”就是这句话，将李冠峰引入了马术的世界。

因为马术运动颇具美感，这很符合李冠峰对运动的审美要求，并且马术运动非常小众，这让李冠峰更有兴趣研究。于是，他开始了对马术的学习，并就此与马术结缘。为了练好马术，他专程去到北京的马术俱乐部，花了不少钱买装备交学费。

谈起对马术运动的了解，李冠峰津津乐道起来：马术运动分

有场地障碍比赛、盛装舞步、马球、绕桶赛、速度赛、长距离耐力赛等等。每种比赛对应的马种都不一样，训练方式也不一样，这里面有很多学问和讲究。不过，李冠峰认为学习马术并不一定要去马术俱乐部从枯燥的英式起坐练起，跳障碍也不是每个马术爱好者的归宿。在他看来，骑马本身是一件很容易让人感觉快乐的事情，每个人都可以从各种类型的马术运动中找到适合他自己的那种。

经过日积月累的研究和训练，李冠峰找到了他最喜欢也最擅长的一种骑法——西部骑法。这种骑法是最古老的一种驾驭马的方法，主要用于放牧、打猎和战争，马术耐力赛里便是用西部骑法驾驭。西部骑法上手快，李冠峰喜欢这种骑法的自由和大气。在大自然里快乐地驰骋，让李冠峰感觉自己就像一名牛仔那样。他很享受这种策马奔腾的感觉，于是他选择辞掉了世界500强企业的优渥工作，在一片广袤之地承包了草场，开始了与马为伴的生活。

Q&A

C=《诚通 CT+》

L= 李冠峰

C：在马术俱乐部和在草原上骑马分别是一种怎样的体验？

L：目前国内高大上的马术俱乐部推行的英式骑法，从难度上来讲上手很慢，等你学会了要花很多的钱和时间，我当时在马术俱乐部就学习了很久，价格是45分钟400元，这还是相对便宜的地方。可以说，在马术俱乐部骑马需要付出的代价很高。更重要的是马术俱乐部场地都很小，根本跑不起

来。大部分在马术俱乐部骑马的人，其实体验不到骑马的真正乐趣。

我第一次在草原上骑马，是在呼伦贝尔，那是我参加的一个旅行团安排的一项活动，我体验过后，感觉并不佳，首先那里的马都是特别懒的马，跑不起来，其次是我们一直是在公路边的草原上骑，那里的景色不够好，与我想象中在草原驰





骋的画风很不一样。不过即使是这样，我感觉也比在马术俱乐部的体验更有乐趣，可能我就是骨子里喜欢那种自由自在的奔跑方式吧。

C: 怎么想到把马术运动和旅游结合起来的？

L: 中国很多草原的景区，有很多农牧民牵马供游客乘骑，牵着马坐上去转一圈50元，其实很无聊。所以马给中国人的印象不是高高在上的高雅马术，就是格调很低的景区牵马，其实马术并不是这样。真正的马术运动是能给人带来快乐和高雅的享受的。

经历完呼伦贝尔之后，我一直在想为什么全中国没有一个纯粹以骑马旅游为主题的玩法——在马上体验草原的美丽、森林的神秘、河水的清澈，体验在蓝天下策马奔腾的感觉。于是，我就有了把马术运动和旅游结合起来做的想法。

之后，我就去中国的一些草原进行了实地考察，最终把地方选在了甘肃的山丹军马场，这里是我理想的骑马之地。中

国六大草原之一的祁连山草原，自汉朝以来一直到新中国成立，都是为军队提供战马的地方，曾经是世界第二大军马场。祁连雪山、草原、湖泊、森林、野鹿、雄鹰……这些天然的野生元素更是无与伦比。

有了好想法，又找到了可以付诸实践的可能，我就在当地找到了可以和我一起做这件事的合作伙伴，处理好了当地的关系。之后，便顺理地养了马，解决了地，规划了旅游路线，整顿好了后勤，直到最后把吃喝玩乐行一条龙的服务都安排妥当了。

C: 什么时候开始创立的这份事业，现在的经营情况如何？

L: 纽约老李骑兵训练营从2014年8月开始正式对外营业，刚开始还是有点紧张，虽然我自己会骑马，但是我以前一直在世界500强的IT企业做大客户销售，不是旅游行业的人士，甚至也不是马术圈的人，难免会有不自信，但是我把广告在网上打出来之后，市场反应非常好，除了国内，甚至还有来自

很多人和车到达不了的地方，人骑着马就可以去，在马背上，很自然地就会有一种自由和侠义的感受从心里油然而生，这种滋味只要骑过马的人才知道。

美国、日本的海外华人都找过来骑马，从去年8月试营业到现在，已经能保持每个月都有十几个人过来骑马了，而且这些人的素质都很高。

C: 你是怎么设计你的马术培训课程的呢？

L: 我太知道大家都想骑马的心态和感觉马术不好学习的矛盾心理了，我创办的这个纽约老李骑兵训练营就是为了解决大家的这个痛点。我的训练营的马术培训课针对的就是马术零基础的人群，通过我和我们团队自己总结的西部骑法，可以让学员最快速的掌握策马奔腾以及安全骑行的要领，这一年来的一百多名学员，全都是不会骑马的人，来我这里经过三天的马术课程和马背上的旅游，就都能够轻松自如地驾驭马匹畅快骑行了，这让我对我设计的马术课程也充满了自信。

C: 如果有人一生只能体验一次骑马的经历，你会建议他怎么玩？

L: 难得一次的人生体验，大家都会希望有一个影像可以留作珍藏，这点我非常清楚。所以每期的纽约老李骑兵训练营我都会安排一个专业的摄影师跟着大家的骑行队伍，给大家抓拍他们骑马中最酷的一面。最后在训练期满的时候，学员就可以从云盘上把这些照片下载到他们的手机里，留存、分享他们的难忘记忆。

所以，如果有人一生只能体验一次骑马的经历，我希望他能够精心打扮一番，穿特别漂亮又有气质的服装，最好是军装或者风衣，然后在一望无际的大草原，自由地奔跑，听耳边呼呼的风声呼啸而过，切身体验那种人马合一的状态，那种感觉非常好，足以让人铭记一生。

C: 你的学员怎么评价这种马背上的旅行？

L: 来我训练营的学员九成是90后，其余的就是70、80后，甚至00后也有，地域分布主要来自北上广深国外等经济发达地区。我的骑兵训练营的收费细算下来价格并不便宜，来一趟算上机票大概需要七八千，但是来到我这里的人都不觉得这

个价钱贵，这说明大家的旅游消费能力已经很高了，而且也开始从坐车拍照看景升级到了深度独特体验的旅游追求。

我设计的马背上的旅行从运动上讲属于极限运动的范畴，有一定的危险性，对人的身体素质要求比一般体育活动的要求高，但是这种体验也是非一般普通旅游可以比拟的。比如草原、河流、山川，再美的景色最多待半个小时其实就会觉得有些无聊了，但是让人骑在马上，就是另一种体验大自然的方式了，在马背上风景一定是不一样的风景。很多人和车到达不了的地方，人骑着马就可以去，在马背上，很自然地就会有一种自由和侠义的感受从心里油然而生，这种滋味只要骑过马的人才知道。

C: 马术运动中，马非常重要，你是怎么看马、选马和训练马的呢？

L: 马的确是非常重要的，相马、养马、训马是一门很深的学问，没个5年10年的经验不能说懂，这方面我也还只是接触了个皮毛，一般说来，我们买马前会先看马的父母，如果小马的父亲打过比赛拿过名次，那么这个小马的品质会比较好。很多外行，以为选马是看马的身材是否高大、是否漂亮，这其实都是误区，真正的好马单依靠看外形是看不出来的，必须要骑上，试一试，观察它有没有不好的习惯和毛病。

因为我玩的是西部骑法，马的种类是山丹马、青海马，所以我们训练马的方式比较简单，就是每天骑它们，让马儿习惯人对它们发出的各种指令，并且通过严厉的手段改掉他们的小毛病，叫他们习惯各种情况。这个方面我有专业的驯马师来做。

C: 未来，还会开辟新的市场，开发新的玩法吗？

L: 未来我有两条线，一条是纵深发展我的马背上的旅游项目，计划在2017年开拓到海外，比如北美洲、大洋洲和欧洲，这个计划也是我早就在考虑的了。另外一条就是做泛极限运动旅游，把帆船、飞机这些元素加入，目前帆船项目已经在青岛下水，反响还不错。之所以我敢做这个，就是因为90后这个群体敢玩、爱玩，放到以前这都是我不敢想象的。**CT+**



青年思想家的勇气与自由

当代艺术的转向需要青年艺术家的崛起，需要新思想的践行，新的思想意味着不同的世界观和艺术观。青年艺术家，首先应是青年思想家。



郝青松

艺术学博士，艺术批评家，策展人。

青年艺术家之重要，不在于表面的年龄和潜力，而在于青年之为青年，拥有青年特有的勇气和自由。论及当代艺术，绝不仅在于艺术形式语言的创造，更在于思想见地的独特和影响。当代艺术的观念形态已成为普遍共识，但更重要的是观念具体指向哪里？当代艺术在此作为一种思想实践而存在。一个好的艺术家首先应是一位思想家，对于青年艺术家而言任重道远，但依然期许青年艺术家首先是青年思想家。

勇气与自由是青年特有的禀赋，也是青年应然具有的思想品质。就此而论的青年艺术，同样需要

在思想领域重新唤醒勇气与自由的知觉。

每一个时代转折时刻的弄潮儿几乎都是青年，领风气与潮流之先，是为新青年。近百年前的新文化运动，正是新青年以前所未有的勇气唤醒了人性的自由意识，开启了现代之门。

现代艺术固然发生于审美的层面，但一定是思想的自由激活了情感的自由使然。如果没有思想的自由，徒然具有形式的外表难以称艺术为现代。中国的现代艺术史真切再现了这种波折和反复，我们曾在民国时期同步于西方现代艺术史的进程，可是我们又在上世纪80年代重新补上现代艺术的课程。又是青年，把勇气和自由带给80年代，赋予中国以活力和希望。

三十年之后，“80年代”俨然成为一种精神荣耀，彰显出青年思想家的时代意义。无论是文革之后还是80年代之后，在这样的大转折时刻，艺术史也随之剧变。而领先者莫不是身具勇气与自由的青年艺术家，关于艺术意义的阐释也归于思想自由的维度。回望当时之栗宪庭、高名路、罗中立、陈丹青、何多苓……以至方力钧、刘小东……无不以青年之叛逆，开出一条新路。

不能说在当代艺术中青年艺术家没有作为，一个个艺术风格和概念被创造出来，流行开来，如“青春残酷”、“卡通一代”、“果冻一代”、“新

水墨”等等。一批青年艺术家也从中涌现出来，被学术和收藏界所关注。但问题在于，纵观三十年当代艺术，艺术家的勇气与自由却日渐蜕化，而偏向于享乐、时尚或清新。消费主义的艺术成功学产生了错误的艺术导向，很多青年艺术家在能指的任意漂浮中不知价值落在何处，茫然失措。所以我们看到很多价值悬置、意义无题的作品，仿佛这个废墟时代的表征一般。

青年艺术家的问题主要在于，或者过早世故，老气横秋，唯功名利禄而论；或者假装鲜嫩，不谙世事，沉湎于小清新的虚假快乐中。前者存有艺术与社会的关系，但是价值观混乱以致谬误，不知精神自由为何物。后者回避艺术的社会历史因素，丧失了大局和锐气，以游戏和趣味为乐。

所以，是时候反省当代艺术的价值取向了。时代呼唤来自个体的积极自由，作为青年思想家的青年艺术家，亟需唤醒勇气与自由。

勇气，非逞匹夫之勇，而是强调困难与暴力面前的无畏精神。时下一片艺术废墟和精神荒原，青年艺术家须如青年精神先驱一般，挺而奋起，回应时代问题；自由，生而天赋，更须在现实的枷锁中炼狱。自由意识的自觉，是为个体人性的现代觉醒。当代艺术的当代性本质上也是现代性问题，也归于自由与枷锁的思想争战。勇气与自由内在一是种青年精神，本当由青年艺术家承担起来！ **CT+**



沉迷过的偶像 一个个消失

无论是容貌的凋零，还是才华的式微，或许，在发现偶像们都不外如此，也有焦虑和困扰，也会陷入泥潭时，我们不能苛求太多。

朴树新专辑同名主打歌《好好地》上线36小时后，我才点开网易云音乐去听这首歌。不是因为忙碌，而是因为在这首歌上线之前，朴树在微博上致歉表示新专辑延期，并交代了一些这张专辑的制作情况，言语间还带着孩子般的艰难无助。这让我对这首歌的质量隐隐有些担忧——创作者在巨大压力和身心俱疲的情况下，创作出来的作品会好吗？

但恰是朴树在微博里诚恳的致歉、毫不掩饰地袒露专辑制作的心路历程，却让我们看见了一个不惑之年却仍怀赤子之心的人。或许，这才是他一直收获这么多赞誉的原因吧。对于一个普通听众来说，可能在意的并不是你创作背后有多少辛酸苦累，而是你创作上的圆满和丰盛。但朴树一句“每次精疲力尽时，我都会怀疑我所做的一切”还是点明了他创作上的限制和瓶颈。

在我记忆里，朴树的歌总是带着三分忧郁六分率真，还有一分——是灵性。在他率性自由的演唱里，好像那些旋律是带着温度的。那些内心深处的迷惘，对现实的讽刺，爱情的苦涩，统统被他的歌声唱进了每一个听者的内心，慢慢地激起你心底的温热和向往。然而，在听了他新专辑的主打歌《好好地》之后，我却找不到那种灵气逼人的才华和才情。

这是朴树花了整整一个月完成的一首歌。一个专

业的歌手，有成熟的制作班底，却无法在规定的时间内完成一张专辑的录制，一个月只能完成一首歌。这让我想起很久以前听高晓松在电视上说过，朴树写《白桦林》这首歌时，因为受苏联歌曲的影响，于是自己编了一个故事，写了歌词，用不到一个小时的时间又完成了曲子。

人生走到某个时刻，你总会遇到一些瓶颈。在工作中，当我们觉得累时，往往是你的能力跟不上预期。放在创作上，大概是才华跟不上预期吧。这个过程注定是难熬的，而我宁愿相信朴树只是遭遇瓶颈而不是江郎才尽。

很多年来，朴树在我心里是一个标杆式的歌手。他身上的气质是少有的，这就是为什么在十几岁的年纪我会迷恋上他；他的才情也是毋庸置疑的，再去听他《我去2000年》和《生如夏花》这两张专辑，当你听到《白桦林》中悲伤的手风琴，听到《我爱你再见》里“让我的人生充满遗憾，一切都不必重来”这样的歌词，听到《Colorful Days》朴树充满爆发力的演唱，你会感叹，在民谣音乐越来越大众的今天，在民谣歌手如雨后春笋般显露的现在，没有人能比得上朴树当年的才情。

想起此前窦唯的地铁照，那个曾经走在人潮人海中，如行云流水般的浪子，他到底去了哪里。我是多么喜欢他在《Don't Break My Heart》MV里，坐在敞篷车上清风明月的样子；我是多么喜欢他唱



易小婉

90后写作者，电台主播，民谣爱好者。

的《无地自容》。可是多年后，当我在微博上再次看到他的照片，却有一种说不出的难受。因为记忆里的窦唯是潇洒不羁，而照片里的窦唯却是落魄不堪。

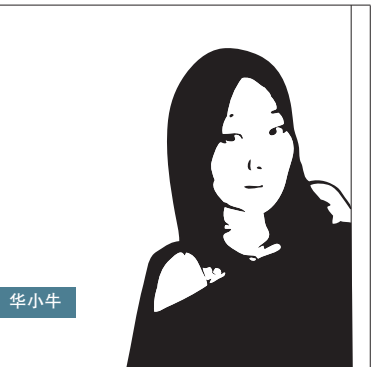
我记得王菲唱过一首歌——《开到荼靡》：一个偶像，都不外如此，沉迷过的偶像，一个个消失……无论是容貌的凋零，还是才华的式微，或许，在发现偶像们都不外如此，也有焦虑和困扰，也会陷入泥潭时，我们不能苛求太多，而你想要的灵感、情感，还是让我们翻出老唱片，来重新温习一下吧。 **CT+**

— 手 艺 · 人 —



在无常之世中恪守对美的向往

重拾破碎而不失尊严，抚平伤痛却有新欢喜。也许生活中的诸般不美好皆可以温柔对待，或者亦能别开生面。比如将自然之弃物制成饰品，将破碎之美玉以金修缮。



华小牛

手工艺爱好者，自由撰稿人。

作家三毛在《拾荒者》中说：望做一个拾破烂的人，因为这种职业，不但可以呼吸新鲜的空气，同时也可以大街小巷的游走玩耍，一面工作一面游戏自由快乐得如同天上的飞鸟。拾破烂的人最愉快的时刻就是将这些蒙尘的好东西再度发掘出来……

这段话也道出了一个职业“拾荒者”冯杨超的设计初心，她希望能够在自然面前永远留住她的一颗赤子之心！冯杨超的作品原料大多是她拾捡来的，比如树枝、种子、木头等等，这些早已凋落的小小生命统统被她满心欢喜地捧回家，并且喜滋

滋地称它们为“干货”！

本着对造物的敬意，对生命轮转的诠释与思考，冯杨超想到这些被她拾回家的干货或许该有一个更加“有趣的归宿”，她决定将它们制作成艺术饰品。冯杨超于是创立了“拾干货”品牌，力图以“无用之用”表达庄子所说的“天人合一”。她的作品择于自然，近于自然。“我将它们拾回，通过设计，完成了它们新的生命蜕变，我很享受并沉迷于这个过程，它让我体验到时间与空间在自然中的裂变。”冯杨超这样描述她的创作感受。

在“拾干货”的作品中，我们看不到“流苏”“篆体”“中国红”等等中国元素，尽管这样的行笔近年来频频夺人眼球，甚至成为国外设计师的语言，但冯杨超觉得这些元素实在太喧哗、太热闹，她只愿留一份清静，不求那浮于表面的形式，只为她梦中的魏晋风流，造些无用之物。

“几颗种子、几瓣叶子和腐木上的一断断裂纹，仅是望着它们我便心生暖意，往往是它们指挥我一步步完成了切割、打磨、钻孔、成形……”冯杨超沉迷于匠人的工艺与心境，生怕自己的手断送了那笔天然。机缘巧合下，她偶得了些美玉，却都是没来得及沾上人气儿便“粉身”了的碎玉，她瞧着纹路质地很是喜欢，就想如何才能不失掉这些美。因为这个缘故，她又接触了“金缮”。这让她的手工创作又多了一种艺术表达。

金缮是源自日本的修复艺术，本质上是漆艺的范畴。金缮修复有很广的适用范围，用作于瓷器和紫砂器居多。金缮的本意在于面对不完美的事物用一种近乎完美的手段来对待。虽然用金不是太多，但是金代表了一种态度——用世上最贵重的物质来弥补缺陷，精心修缮，坦然接受生命中的这份不完美，在无常的世界中恪守心中那份对美的向往。

“用金缮修复，用线一定要做得漂亮，轻重缓急和停顿都要和器物有相当的融合度，这样整体才能做得漂亮。好比书法的笔画中所存的气韵，大漆的残留更如墨迹，它内里有很多艺术创作的成分，但又不像是一幅画作那样突出。它是基于残缺的二次创作，但不能彰显自己，不能盖住器物本身的气质。”冯杨超觉得这个挑战非常大。“破碎是人无法预计的，我又不能改变它的形状，而是根据它，把它做到极致。它很有限制，但往往有限制才会有自由。”

干净利索的画面有如冷静的人面，不动情，不感人。喜笑怒骂、涕泪横流是失态，但感情激动时难免失态。情之所至，得意忘形。画面应留住那得意忘形的现场记录，笔触其实就是作者创作时心跳的烙印。冯杨超希望她的金缮并不是简单的修补，更能隐藏住修补。于是更多的选择了一些写意的笔触，给予残缺以美的姿态。CT+

— 读 书 · 人 —



故事本身就是高潮

读赵志明的故事，很容易找到熟悉的感觉，我们从小就是这么听外婆说故事的，并不一定要有高潮，故事本身就是高潮，而故事本身的高潮，在于传奇。

《万物停止生长时》是赵志明的最新短篇小说集，收录了9篇小说，长短不一，写法不同。他的魅力在于叙述，倒不是那种技惊四座的叙述方式，而是一种村头老树下的故事感，就像蒋一谈在这本书的序言里所说，赵志明就像一个“说书人”，他信奉的是故事本身。

赵志明吸收了不少传统说书人的方法，娓娓道来，不着急开始，先讲讲背景，烘托烘托气氛，人物跟紧，但不局限于情节，有时候还会岔出一句和读者打个招呼，其中的内在逻辑，不重视矛盾冲突，倒很在意因果报应。

读赵志明的故事，很容易找到熟悉的感觉，我们从小就是这么听外婆说故事的，并不一定要有高潮，故事本身就是高潮，而故事本身的高潮，在于传奇。传奇，要不一样，要值得一传，而且要奇。

《万物停止生长时》便是传奇模式。开头第一篇《渔夫和酒鬼的故事》是一篇志怪传奇，讲了一个打猎的和打渔的打赌，赔上了河里一条鲶鱼精的故事。

传奇故事，有一个习惯，末尾喜欢做一个升华的议论，讲一讲道德。《渔夫和酒鬼的故事》的结尾很好玩，以鲶鱼的角度，讲人的罪恶，殃及池鱼。《万物停止生长时》以哥哥之不变，来反衬整个乡村的巨变，最后哥哥和弟弟在笛声中，似乎回到重换生机的小时候。《乡关何处》末尾，借坟山上

的老祖宗，来了一次直抒胸臆的抒怀：乡村荒芜，传统不再。

这本书中的小说，写得都是农村。而农村在中国文学的脉络里，自有一条隐藏的河流。似乎是鲁迅开的头，凡写到农村，农民的自私、狭隘、麻木总要被着重呈现，非如此，似乎不能深刻。

这一点，赵志明的小说里也不少见。《头上长角的人》讲得是杨户头可怜的一生，他是王家村唯一的外姓人，六岁时误将老鼠药当做糖给父亲吃了，毒死了父亲，母亲无法接受，外嫁他人，杨户头一个人慢慢长大，全村人都看他惯，但凡他生活好一点，便预谋着使他倒霉，否则不能平自己心中一口气：这样的人，凭什么比我活得好？于是，杨户头，讨了老婆，被全村男人偷荤；女儿自杀，被污作是他下毒。一辈子，杨户头没好过过。

这篇小说，一上来，先交代杨户头死，全村人放鞭炮庆祝，再讲杨户头生平不干好事，弑父逼母，卖妻杀女，真是极大罪恶。然后，故事从头说起，我们一早便被剧透的情节“弑父逼母，卖妻杀女”一一落实，但是在后面的叙述中，我们才发现原来杨户头一生都在被污蔑，他才是一个可怜人。这个故事，很好看，最后通过杨户头的一封信书，来反证村民的恶毒。但终究，还是老话题。

有两篇，则不一样。一是《小德的假期》，一是《晚稻禾歌》。《小德的假期》写小德暑假里吊



魏小河

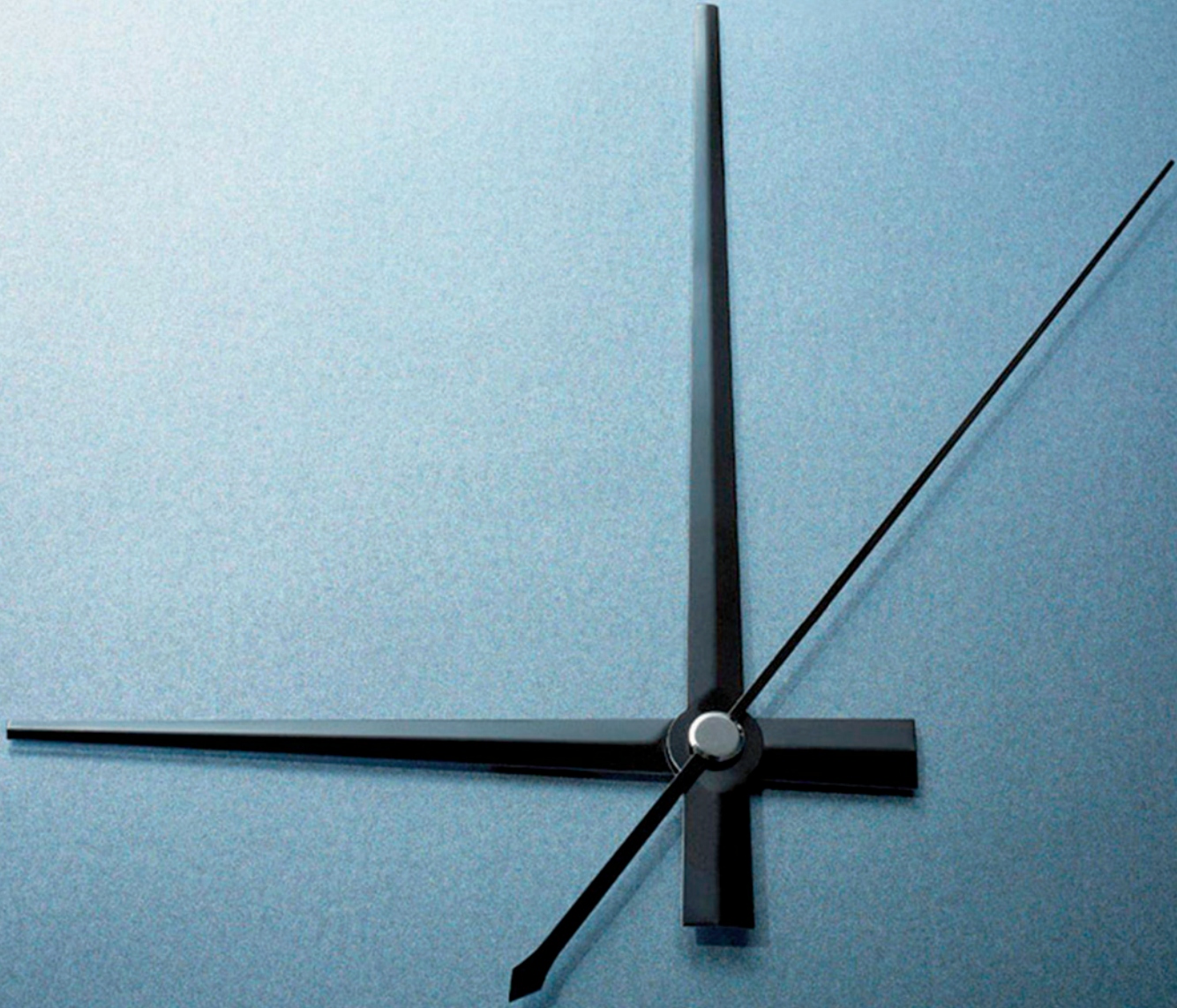
书评人，微信公众号号不止读书掌门人，著有《独立日用一间书房抵抗全世界》。

鱼（甲鱼）的故事，好像没有什么故事，不过是一个暑假罢了，但是读着很有兴味，闻得到暑假的味道。

《晚稻禾歌》气质更为高妙，它脱离了描写农村人“劣根性”的脉络，写的仍是青年离家，老人独在农村的现状。但是这个故事，几乎不含道德寓意，或者说不明显，而是讲了一个很清淡的插秧之旅，整体明快，有一种是枝裕和电影的感觉。那一点淡淡的哀愁，也要在你读完之后，才会滑上心头……CT+

CHINTONE TIME

诚通时间



我们为什么需要计步器

{ 文 / 邓崎英 来源 / 虎嗅网 }

智能硬件和可穿戴设备在近年迎来了爆发，但是面对产品功能高度同质化的问题，让人不禁发出了“满街计步器，遍地防丢失”的感叹。尽管大家都杀入了这个市场，把一个新兴市场立刻杀成红海；尽管大家都觉得现在出现的产品没什么亮点，试用了两三天就不愿继续用下去；尽管无数人唱衰这些设备，认为这些东西都是毫无前景的过渡期产品，但是我们还是应该好好想一想，为什么我们需要一个计步器呢？

人类需要功能性的健康状况监测设备，其实是为了解决人类自我感知不稳定的问题。

计步器能替代人的感知

讨论计步器存在价值的这个问题，首先需要从人的智能说起。有这样一种理论说，人的思维也好、思想也罢，不管多么复杂的功能，其实都分为三个步骤：发现（感知）、判断（处理）、反应（行动）。无论是多么复杂的大脑活动，其实都是这三个步骤的反复叠加、组合和嵌套。

我们很容易发现一件事：不管哪个环节，计算机或者机械都可以比我们做得好。但是在叠加、组合和嵌套上，计算机就不能达到人类的水平了。比如说，人的视力对于距离和层次非常敏感，但是计算机的图像就需要大量复杂的设计和算法来区分什么是立体的什么是平面的，判断什么东西是一个独立的物体，什么东西是背景的一部分，这就是因为计算机在反复的识别、确认的过程中，不能达到和人一样的精准智能。

但是，恰恰也是较弱的叠加、组合、嵌套能力，导致有一样东西计算机做的比人好——那就是功能的稳定性。人的反复叠加和嵌套，让人形成了记忆和经验，也就形成了主观的标准。人看到的听到的感觉到的信号，其实都经过了人脑的预处理，放大想知道的信号，抑制预判为冗余的信号。这就是为什么人如果住在铁路边习惯了，火车的汽笛都不会影响睡眠，但是如果是一个母亲，可能一声轻微的孩子啼哭声就立刻可以将其唤醒。

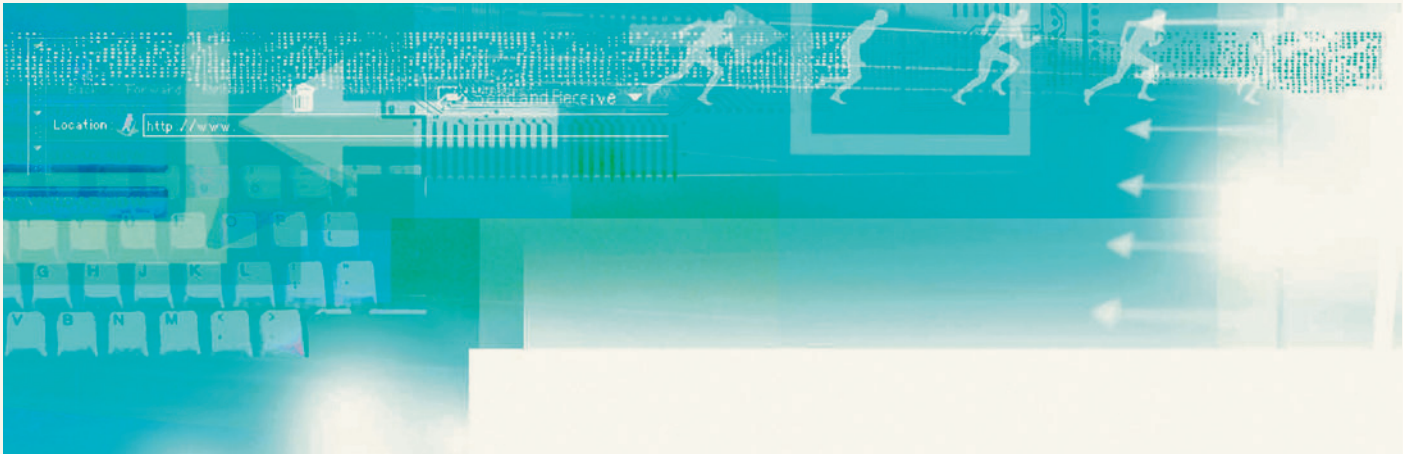
所以，我们为什么需要计步器的第一个原因，就是因为计步器具有弱感知、强反馈的功能，且强反馈压倒了弱感知。

所谓弱感知，就包括微观的不可计数和宏观的难以评估。没人能在大脑中永久的拨出一个部分来统计自己的步数，所以对于步数，人是很难自己数出来的。而对于走完一段路的距离、时间、体力消耗等，则是高度主观的。人在疲劳的时候，会觉得天天走过的路特别漫长；在心情愉悦的时候，则会觉得“春风得意马蹄疾”。

所谓强反馈，是因为步行的相关数据会带来非常稳定明确的影响。人的运动所消耗的能量，固然也受到身体状态等的影响，但相对是稳定的，我们根据特定的数据可以计算出运动的消耗量。而所有的消耗能量能换算成进食量、体型等，吃多动少就会胖，非常明确。从某种程度上说，若没有其他的运动方式，步行数据几乎可以直接与健康状况呈正相关。

最后，所谓强反馈压倒弱感知，是因为现代生活方式常常是久坐不动，没有时间运动，但是又有繁重的工作。于是人们发现，自己感觉到的身体或者头脑累不累，和自己消耗了多少能量之间不能划等号，可能每天工作都很累，但是实际上运动量严重不足！比如一个程序员，可能在电脑前工作一天，头昏眼花，筋疲力尽，但是这个与运动所带来的筋疲力尽完全不同，对于健康的意义也就完全不同了。所以，人们也得出了一个重要的结论：健康状况不能凭本体感知！

在运动量测量的层面，计步器实现的功能是：利用机器的稳定客观，测量对于人体意义重大而又主观感知不可信的数



据。人类需要的功能性的健康状况监测设备，其实就是为了解决人类自我感知不稳定的问题。那么，还有哪些数据是属于人体感知不准确的呢？

首当其冲的就是睡眠情况。我们应该都有这样的体验，到了该睡觉的时候，精神抖擞，根本没有困意；到了该起床的时候，挣扎纠结，就是起不来；有时候睡了一整天，却比不睡还困。这就是因为，人体对于睡眠的实际需求，和人体对于睡眠的感知是高度的不一致的。类似的还有人的血糖、血脂、体温等，都是人本身感知不准确，甚至是几乎感知不到的。

而凡是能够通过准确的监测，提供给人们一些自身难以了解的数据的设备，如计步器一样，是有很大的发展前景的，特别是随着人们健康观念的变化，这个需求会越来越强，前景也就越来越光明。而能够实现这样的监测，最具优势的就是可穿戴设备。可穿戴设备一方面便于随身携带和长期使用，另一方面也便于监测数据。相比之下，其他形态的健康设备不随身，不能实施良好的监测。因此，可穿戴设备从健康设备发端，或者健康设备开始变得可穿戴，是有其内在的正确性的。

但是我们一定要看到，可穿戴设备，特别是健康设备，其使用逻辑和智能手机是不一样的。对于手机，不管是通讯、社交、视频、游戏，都是人的主动需求。人为了满足自己的某种需求，主动对设备发起要求，设备提供相应的回馈。当需求满足的时候，人会感到满足。但对手机的需求被满足后，手机就可以放下了。虽然人们对于手机的需求越来越多，越来越难满足，但是手机终究是一个按需使用的设备。按照人类思维的三个步骤“感知——处理——行动”，智能手机不能

替代其中任何一个步骤，它只是一个感知的入口。

相较手机，可穿戴设备对健康实施的监测要准确可信得多。健康状况不是一个短期内可以达成的需求，健康状况是一个长期过程。尽管设备本身不能提供健康，只能提供关于健康的信息，但是人不会因为得到数据而满足，数据本身不提供任何的幸福感。所以，使用可穿戴设备的时候，也不是人主动向设备提出的需求，这就使得人与可穿戴设备不是一种发起与回馈的关系。这种能监测健康的可穿戴设备最终替代的是人思维中的感知环节，让人的感知更精确，为后面两步的决策提供依据。

所以，健康手环和智能手表，本质上是两种逻辑的东西。智能手表的逻辑是智能手机的延伸，需要提升感知的体验，提供更丰富的刺激，所以要提供简洁的查询界面、丰富的信息，要重交互、强功能，要能够提供更便捷的路径来看短信、查邮件。健康手环则是健康设备的逻辑，要替代人的感知，所以要提供长久的续航（感知不能中断）、稳定的数据（感知要比人自身准确），要能够在用户不知道不记得的时候依然默默的工作，正如一句诗说，润物细无声。

遗憾的是，现在的可穿戴设备的开发人员很多是不能区分这两种逻辑的，贪多求全，既想做健康，又想做手机，所以会出现大量兼具健康监测和手机功能的设备。但是现在电池续航技术又难以支撑一切的功能，实践证明，这种反人类的“大而全”产品，反而成了鸡肋。

所以，我们不应该害怕做一个计步器。计步器从来没有被历史淘汰，也不会被历史淘汰。人越重视健康，人就越需要计步器，越需要可穿戴设备。怕就怕，拿手机的逻辑做计步器，却忘了健康设备本来的意义。CT+

将知识转变成行动的 8 个原则

{ 文 / 古尔浪注 }

虽然每个人将知识转换成行动的方法不尽相同，但转换知识的有些原则，其实是可以通用的。当我们有效地建立起了知识与实务之间的连接点，就能将理论与实践、知识与操作打通。

一个比较会做事的人，不会存在知识与实务之间的断裂，因为他的思考方式，以及他的所作所为，以及他对自己的认知，这三者之间，是一致的。但是，“如何做”的知识，其实是一种隐形知识。

因此就算有人把他所知道的都告诉你，比如写在书上、发布在网络上，也只是将其形给了你，但其神却难以传授。就像我们所熟知的企业家，如马云、俞敏洪，他们其实已经在公开场合讲过他们的理念、观念、方法和见解，你可能听得有感悟、有收获，但实际上到底如何做，还是需要做的人具体去摸索、体验和思考的。

我们在学习并应用的过程中，不要太过于局限可见的、别人定的规则，而是多去观察和思考事情背面的脉络，以及其道理和原理。同一件事情，在不同时空，不同条件环境下，同一个人，也可能有不同的做法。扩而大之，如果是不同的人，在不同的时空和环境条件下处理同一个问题，那更是有万千种做法。

但即使如此，也还是可以衡量出他做得好还是不好，因为评判好的基本的要素是相同的。所以，学习并应用新知识、新工具的过程中，我们不仅是学他们的原理和用法、做法，也要确立判断做得好还是不好的判断准则及依据。

如此一来就算是脱离了你原来学习的那些东西，做其它新领域的事情的时候，也可以自行判断出什么叫好，什么叫不好，从而建立起自己的学习与判断系统。这样的好处是，在面临新问题和新难题的时候，你可以快速地建立知识与实务之间的连接点，从而将理论与实践、知识与操作打通。

从这样的角度讲，只是知道“知道，但却做不到”的原因是足够的，还得去建立自己的做事原则。那么，到底什么样的原则才是符合你的呢？任何人都说不准，理论上只有你自己才清楚自己的知识结构，能力范围，思考特点，所以，应该也只有你自己才能制定出自己的知识转化行动的原则。

虽然每个人将知识转换成行动的方法不尽相同，但转换知识的有些原则，其实是可以通用的。以下，是我自己多年在学习和实践的过程中，慢慢摸索并总结出来的8个原则：

① 先问为什么，再问怎么做

也就是说，了解事情背后的原则，比知道一些工作细则和做事细则来得重要的多。我将这种情况，比喻为寻找“元规则”，也就是寻找规则背后支配规则的规则。这样，做起事情来，就能起到事半功倍的效果。没有一成不变的做事的方法，但确有亘古不变的做事原则。

② 从做中学，学以致用

“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行” 古人陆游

早就悟出了这个道理，并做了非常凝练的总结。知识往往是从实际操作中来的，光写在纸上是没有太大价值的，哪些行得通，哪些行不通，哪些好做，哪些难做，唯有做过，方能体悟。

③ 订计划，不如促行动

无论大小事，不要停留在空谈上面，或者没玩没了地制订详细计划，而是马上去做。只要大方向无误，边做边修正，完全来得及。所谓“船到桥头自然直”，并非指我们做事不考虑，随随便便开始，而是强调在大方向无误的情况下，可以先行行动，边做边想方法。

④ 不要怕多做多错

在学习新知识，将其转变成行动的过程中，“多做多错，少做少错，不做不错”这种观念，绝对是要不得的，没有一个人只是读书或者听别人讲就能累积出能力的，只有做过，体验过，做坏过，做好过，成功过，失败过，才能更为深刻地理解其运用之妙。在这个过程中，一定记得学会容忍自己犯过的合理的错误，千万不要纠结于一点小错而不能自拔，惟其如此，才能够培养出自己肯做的习惯。

⑤ 降低恐惧与担忧

过多的担忧，没玩没了的恐惧，以及过于自我保护和追求安全的瞻前顾后，会削弱人的行动力及意志，最后甚至变得不愿或不敢行动，裹足不



前。因此，做事时，要尽量想办法，消除不必要的干扰，降低自己的恐惧与担忧。

⑥ 好心态才能做好事

很多人以为竞争，就是要赢别人。但输赢心太重，会促使很多人不以智慧和知识积累的厚度去做事，而是剑走偏锋，投机取巧。但这种赢法，对于自己的积累和突破其实是没有意义的，而且，有些很可能会积累成负面的东西。因此，做事时，保持良好的心态，选择正面对问题，以智慧取胜，就显得尤为重要。

⑦ 将精力集中在真正重要的事上

做任何事情，都会有外界因素干扰，有些值得去处理，有些可以忽略不理。做过的事情，有些处理得很好，有些做得可能不那么尽如人意，这是正常现象。因此，将知识转变成行动的过程中，要有主次，精力要集中在真正重要的事情上，千万不要因为关注的点太多，平均用力，大小事都想弄得尽善尽美，结果导致失焦。

⑧ 系统性规划并调整自己的知识结构

学习新东西，力求将所知所学转换成行动当然是好事，但过于追求让每一项知识都变成行动，就有点过犹不及了。学习过程，如上山采摘果子的过程，应该有所选择，如果发现自己捡了颗烂苹果，该扔就扔，不要因为舍不得扔，反而会影响到篮子里的其它苹果。因此，检视自己的知识结果，进行梳理和调整，也是一件非常重要的事。

知识的更有效的发挥，不在于堆积了多少，而在于我们在学习与运用的过程中，是否有效地组织他们，并结合自己的经验、心得、方法应用、措施实施，形成有自己特色的见解，并慢慢内化、融合，成为自己知识的一部分，有主有次，且有清晰脉络可以追寻的知识结构与体系。如果能做到这样，在未来的工作中，知识转变成务实工作的过程，将会相对变得更加顺利，更加高效！CT+

C 诚通新闻 HINTONE NEWS



➤ 铸造建筑文明 弘扬中国文化 九章别墅敬贺首期业主入住

2015 年金秋时节，九章别墅第一位收房业主满意地从物业管家手中接过了房屋钥匙，项目首期的入住工作就此正式拉开了帷幕。

作为交付工作的前线部门，营销客服部上下齐心协力，克服了重重困难，一直坚信“服务贵在用心、品质存于细节”，从细心观察到贴心沟通，一一解决业主疑问，排除业主困惑，充分取得了业主对九章别墅的信任。

九章别墅园区内景色宜人、环境优雅，还有营销客服部为每户业主房屋门前精心铺设的红毯及花坛……这些足以证明我们一直在努力，九章别墅的明天会更好！

截止 11 月，营销客服部已陆续完成首期 5 套房屋的交付工作，虽然取得了一定进展，但我们不会有丝毫懈怠，定将全力以赴完成首期交房任务！

➤ 诚通新新荣获诚信企业称号

2015 年 10 月 16 日，北京诚通新新建设有限公司作为会员单位受邀参加了“北京市建筑业联合会成立三十周年暨 2015 年北京市建筑行业诚信企业颁奖庆典”活动。

“北京市建筑行业诚信企业”评选工作是北京建设行业长期开展的系列活动，对推进建筑行业自律起了重要作用。

诚通新新公司本着“诚信、敬业、创新、进取”的企业业精神连续三次获得“北京建设行业诚信企业”荣誉称号；因公司在建筑行业中的突出表现，2015 年经北京市建筑企业联合会批准，诚通新新公司特被评为“北京建设行业 A A A 诚信企业”。

➤ 集团领导考察市场热销楼盘

11 月 24 日与 27 日，北京诚通华亿公司组织营销策划部、设计管理部、工程管理部、办公室及嘉晟物业管理层团队对目前北京市场热销的四个楼盘项目进行了实地考察研究工作。

此次考察，集团副总裁兼华亿公司总经理王同生亲自带队，从项目的产品设计、工程施工、营销推广及物业服务等多方面进行了考察研究，并提出了明确的工作要求。

考察结束后，王总指出：比较其他楼盘项目，九章别墅项目堪称顶级别墅，应该面向全球市场推广！九章的样板示范区必须立即启动，并且要精益求精做好系统管理。

➤ 开拓新市场 嘉晟物业签约 FBI 联邦企业大厦



今年，京津冀协同发展规划纲要的发布，翻开了京津冀城市群发展战略落地的新篇章。放眼未来，嘉晟物业公司主动出击，积极接触了解了位于廊坊中心的 FBI 联邦企业大厦。通过调查研究，嘉晟物业确定了 FBI 联邦大厦的价值。经过一轮又一轮的谈判，嘉晟物业公司与 FBI 联邦企业大厦最终于 8 月 1 日正式签约。

签约成功后，嘉晟物业公司以最快的速度完成了团队建设，并邀请到富有高端物业管理经验的金钥匙管家对每一位成功入选的员工进行了严格的入职培训，以实现高端物业服务的各项要求。

9 月 19 日，嘉晟物业公司迎来了在联邦企业大厦正式开业的日子。开业当日，嘉晟物业公司的服务团队一经正式亮相，便得到了开发单位的认可和赞誉。嘉晟物业公司希望让具有服务高端物业新理念的团队在当地成为一股清流，成为当地高端物业管理的标杆。

嘉晟物业公司凭实力争取到联邦大厦项目，意味着占领了廊坊地区的高地，这里高端写字楼林立，今后以此作为根据地，树立地方标杆、形成品牌效应，嘉晟物业公司就能够更好地拓展高端物业市场，登上一个更高的台阶！

➤ 抓契机 促营销 九鼎泰和项目双节期间宣传活动显成效

为实现诚通嘉业集团品牌落地、提升九鼎泰和项目知名度、有效传递产品信息、为销售积累客群基础，长春通盛鸿业公司利用“金九银十”的销售契机，在中秋、国庆“双节”期间，通过网络、电梯轿厢、短信、宣传车、派单扫街等多种实效渠道进行覆盖式的推广活动：从 9 月 26 日-10 月 7 日，针对长春市商铺和写字间客群集中的商圈路段，发放宣传单超 10 万张、区域短信发送达 240 万条、LED 车流动展示超过 100 个小时……

本次活动效果十分显著，九鼎泰和项目现场来电来访量与同期相比，均有大幅提升：中秋、国庆“双节”期间收到 106 组客户来电，接待 45 组客户到访，达成商铺意向 7 组、写字间意向 9 组。其中 10 月 3 日来电 17 组、10 月 7 日到访 9 组，创造了本年度单日来电来访的最高纪录。

➤ 九鼎泰和项目工程进度顺利

九鼎泰和国际商务中心项目位于长春市净月经济开发区，坐拥净月 EBD 金核，地理位置优越，交通网络发达。项目总用地面积约 7.3 万 m²，总建筑面积约 28 万 m²，容积率 2.98。项目结构形式为框架核心筒结构，目前在建栋号为：二期二标段 4# 楼、5# 楼、一期三标段 3-1#、3-2# 楼。

其中，二期二标段 4#、5# 楼，占地面积约 7123m²，建筑面积约 5.08 万 m²，于 2014 年 4 月 1 日开工建设。一期三标段 3-1 #、3-2 # 楼占地面积约 7293m²，建筑面积约 2.5 万 m²，于 2015 年 6 月 25 日开工建设。截止 11 月 22 日，九鼎泰和项目目前在建栋号工程进度顺利。

自开工建设以来，九鼎泰和项目上下全体人员团结一致，克服了种种困难，在遇到资金困境时，项目公司领导积极想办法与总包及其他参建单位协调处理了问题，为保证一期二标段、三标段的顺利交楼打下了坚实的基础。



我最爱计算的是健康和快乐

{ 采编 / 邹蕴娟 图 / 孟繁章 }

有爱好的人总是更懂得享受生活。有人喜欢唱歌，就会沉醉于音乐的韵律；有人喜欢运动，就会热爱上挥汗的快乐。生活，是你自己的一面镜子，你爱什么就会看到什么。而能够执着地去爱好一件事，你最后收获到的很可能就是另一种人生。



孟繁章
年龄：29岁
籍贯：天津
毕业院校：天津财经大学
专业：国际会计
职位：会计
司龄：4年
爱好：跑步、拳击、各种球类运动、唱歌、旅游、美食
自我标签：运动达人、麦霸、乐天派
生活态度：健康快乐每一天



Q&A

C=《诚通 CT+》

M= 孟繁章

C: 为什么喜欢音乐、喜欢唱歌？

M: 音乐最大的魅力就是能够令人身心愉悦，我喜欢音乐的韵律带给我的那种奇妙的感觉，它总是能刺激到我的情绪，令我心思荡漾。我觉得音乐是一个很好的伙伴，它能引领你体会到那些或喜或悲、或慷慨激昂或平静如水的情感，也能让你用歌唱的方式来抒发自己的情绪。我特别喜欢在洗澡的时候唱歌，听着自己歌声的回音，那种感觉非常畅快。

C: 你有哪些参赛和获奖经历？

M: 大学期间，我曾担任合唱团低音部部长，带领合唱团取得了天津市大学生合唱比赛二等奖；参加大学校园歌手大赛时获得了“大学校园十佳歌手”称号；2008年参加了北京奥运会闭幕式，担任群众演员；2014年参加“地产好声音”，进入了前25名。这些经历丰富了我的生活，也让我爱上了集体活动。

C: 怎么爱上健身的呢？

M: 高中时，我的体重超标，峰值达到200多斤，当时就决心必须加强运动，减肥健身。减肥期间，我坚持每晚至少跳绳1000下，慢慢竟养成了习惯、成为了我生活的一部分，后来几乎达到了人绳合一，越跳越轻松，最后没想到还获得了天津市大学生跳绳比赛第六名！运动让我减肥成功，也强健了我的体魄。参加工作后，我就爱上了健身，我很喜欢器械运动和搏击，感觉健身可以让我变得很有力量。

C: 你怎么看待健身？

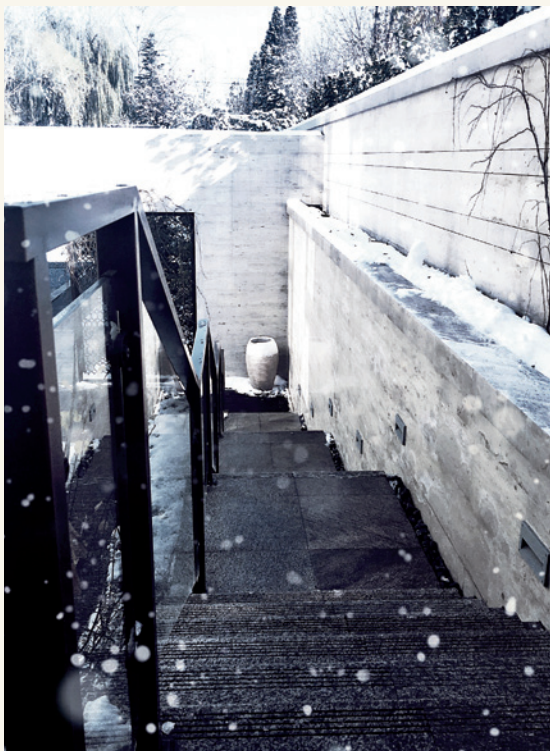
M: 在我看来，身体是1，其他都是0，有个健康的体魄比什么都重要。健身是一种很好的保持身体强健的途径，坚持健身还能锻炼我们的意志力。我始终相信，当我们认真地去善待自己的身体时，身体也会反过来善待我们。

C: 你的业余爱好对你的生活和工作有起到什么积极的正面作用？

M: 喜欢唱歌，让我参加了很多歌唱比赛，在比赛中，我结识了很多朋友，比如参加“地产好声音”，我就认识了一群在地产圈热爱唱歌的朋友，大家聚在一起交流，非常开心惬意。我还热爱跑步，所以我加入了毛大庆的毛线跑团，在这个跑团里我结交到了许多热爱生活的好伙伴，我们一起组织去到很多地方跑步，这也开拓了我的眼界。而对健身的爱好，让我变得更加健康、快乐和自信，以前胖的时候只能选择穿嘻哈风格的衣服，现在的我想穿什么就穿什么，再也不用受身材的约束了，这种感觉非常棒！

CT+

冬季号



九章别墅的醉人冬色

{文/张蕾 图/安雪燕}

白雪皑皑的北京是迷人的，银装素裹的九章更是醉人的。

当冬月的一场大雪悄然而至，九章园里那还带有些许绿意的草坪，那铺满了银杏树叶的金黄大道，还有那红如火焰的玫瑰，就与这漫天飞舞的雪花一起装扮出了九章的别样冬色。那还在汨汨流动的河水，成为风景中最灵动的一笔。

在九章，打开任何一扇窗，你都会看见一副如诗如画的美景。倚靠在阳光洒落的午后窗台，听一首配着鸟鸣的轻音乐，喝一杯带着热气的清茶。看落叶飘零，雪花纷飞，感受一份难得的宁静。

城市的生活让自然之色与我们越走越远，而别墅却带来了园林精神的回归。飘雪的季节，在九章推开门就是园林，打开窗就能感受到鸟语花香。冬天的九章与雪景产生了一种和谐之美，华美的建筑和自然巧妙地融为一体。屋顶上、台阶上、墙角的四季青上都披上了银装，宛若天成。

美景在前，那因为生活而奔波的疲倦之感就此走远，满心满眼只有对这自然之馈赠的感恩。在这样的好时光里，就静静地坐下来和大自然聊聊天吧！CT*

Winter

拾月(亥) 立冬 小雪

冬月(子) 大雪 冬至

腊月(丑) 小寒 大寒



私园觀止。

千平庭院 精装定制

VIP HOTLINE

8433 9999

北京市朝阳区东苇路3号

WWW.JZVILLA.COM

九章別墅



CHINOISERIE
VILLA

