

# 邻居 VANKE LIFE

2014 NO.7  
创办于一九九二年四月



P30  
封面故事

杭州良渚文化村阳光天际安妮一家

VARIETY QUEEN  
AND FAIRY PRINCESS

## 百变女王 与精灵公主

P14 社区观察

### 业委会

这么近 那么远



ISSN 1006-219X



9 771006 219000

2014 7月号 邮发代号: 46-301 定价: 人民币16.00元

万科物业 | 精品传媒

# SZYOUTH

## 深圳青年

VANKE Life  
2014.7

P38 万科圈子  
从老龄到乐龄的魅力转身

P56 社区生活  
感恩母亲节 六月欢乐季

P14 社区观察  
业委会  
这么近 那么远

P30  
杭州良渚文化村阳光天际安妮一家  
VARIETY QUEEN AND FAIRY PRINCESS  
百变女王与精灵公主





非凡之旅

 **Discovery**  
EXPEDITION™



轻松刷新家  
立邦帮你忙



关键6步,轻松焕新家

- 1 免费检测
- 2 制定方案
- 3 搬移保护
- 4 专业打磨
- 5 清洁归位
- 6 一年质保

服务内容  解决墙面问题  焕新墙面颜色  艺术墙面效果  翻新木质家居



手机扫描二维码,开始您的刷新体验

立邦刷新服务 不用你动手

(400 821 5757 也可以登录立邦官网在线报名

百度搜索 立邦刷新服务

立邦  
为你刷新生活





## CONTENTS

014

### 社区观察 业委会 这么近那么远

030

封面故事  
杭州良渚文化村阳光天际安妮一家  
百变女王与精灵公主

038

万科圈子  
从老龄到乐龄的魅力转身  
——无锡魅力之城打造社区长者圈

060

科技改变生活  
时尚回家  
最未来感的入户方式

068

文化  
舌尖上的理智与情感

082

旅游  
一边疯狂 一边成长  
妈妈们的度假经

100

生活灵感  
三伏夏日 秘度清凉

## Vanke life 邻居 2014 NO.7

创办于一九九二年三月  
2014 七月号  
邮发代号: 46-301  
定价: 人民币16.00元



URBAN FORCE  
METRO TACTICAL COLLECTION

## 都市精英

天元国际贸易有限公司代理  
TEL: 01081866195

美国设计&亚洲技术  
研发团队合作创立  
URBAN FORCE品牌  
产品选用  
最高功能性顶级布料  
ISO9001认证的  
世界级工厂制造  
屡获世界知名品牌年度质量大奖

### URBAN FORCE团队

特别为亚洲国家推出亚洲限定产品。  
把近乎完美的高功能性产品呈现给都市精英。  
将美观、舒适、耐穿、实用、易清洗  
五大要素结合。  
让在气候多变环境下四处征战的  
都市精英们如虎添翼。  
工作后去运动休闲而不必换装。  
商务出差旅行,  
衣服不必熨烫也能平整不皱而不失礼数。





出品人 王石  
出品人 郁亮  
总策划 朱保全  
主管主办 共青团深圳市委  
协办单位 万科物业发展有限公司  
编辑出版 深圳青年杂志社  
联合出版《精品购物指南》报社  
社长 / 总编辑 王海鸿  
副总编辑 黄东和  
编委会(排名不分先后)解冻 朱保全 韦业宁 胡贲 向云 谢炜  
张书新 李文 王明亮 李振华 徐方 郭有祥 管洁 乔福刚 谷玉恒 赵跃红

执行出品人 慕春彦  
执行主编 王华  
编辑总监 张毅  
资深编辑 谷月 金春 王佳庆 杜鹏硕  
统筹总监 孙甲  
美术总监 李峰  
美术编辑 叶舟  
流程主管 刘玥  
运营 精品利嘉(北京)文化传播有限公司  
副总经理 罗文斌 婁子玉  
客户经理 齐金柱  
策划主管 魏淳  
地址 :北京市海淀区中关村大街甲 28 号海淀文化艺术大厦 B1200 ( 100086 )  
电话 :010-52392616 传真:010-52392611  
新浪微博:@邻居 VANKELIFE  
在线阅读 :http://www.vanke.com/neighbor

期刊地址 :深圳市福田区彩田南路 2006 号深圳青年大厦  
电话 :0755-82528851 传真:0755-83397230  
邮发代号 :46-301  
国内统一刊号 :CN44-1294/C  
国际标准刊号 :ISSN1006-219X  
广告经营许可证 :深工商广字 03-3-0023  
发行单位 :深圳市报刊发行局  
国外发行 :中国出版对外贸易总公司 [ 北京 782 信箱 ]  
出版日期 :每月 6 日  
杂志售价 :16 元

承印 :北京国彩印刷有限公司

欢迎向本刊投稿、提供线索。作者向本刊投稿即视为作者同意本刊将文章纳入本刊电子刊物和衍生出版物的范围。  
凡本刊所载文章版权归作者本人和本刊所有,如欲转载,须获得作者本人或本刊同意。

## 社区中的公民

曾经做过近 10 年房地产记者,其间做过一些社区管理、业主自治的选题,至今仍有印象的,是一个业委会成员的吐槽:披星戴月拿着各类倡议书、通知书,挨家挨户地筹备业主大会、组织委员选举、跟开发商博弈……但义务工作的热心,终于不敌人性的顽劣,当发现自己被冷漠、自私、贪婪包围时,她选择了退回自己的小家——关上门,哪管它洪水滔天。

幸而这是 10 年前的故事。从 1991 年 3 月中国内地第一家业主委员会在万科天景花园诞生,“业委会”现在已经成为社区自治的常规组织。一个社区就是一个小社会,包罗人间万象,从“业委会”20 年来的进程中,你可以领略到社会的进步和人们各种现代意识的觉醒。从最初的蒙昧、各怀算盘、利益纠葛,到现在的公平、透明、民主,很多业主们都开始真正学会管理自己的家园。

就像理查德·C. 博克斯的《公民治理:引领 21 世纪的美国社区》一书所说:将社区作为一种载体实现公民治理,从而发掘出人们的自治意识、民主意识、自由意识、平等意识、参与意识等各种现代公民意识,这对整个社会的民主进程都是一种推动。这也是我们制作本期“业委会”专题的初衷。

这期《邻居》的“社区”部分,调查了万科业主对“安全快递”的认知度,描述了英国“最好公共建筑”——康沃尔郡伊甸园的不寻常,品味了鞍山万科城市花园《品》悦时光生活坊的茶香……“圈子”栏目,则聚焦了一群走向“乐龄”的老人,无锡魅力之城打造的社区长者圈,给我们展示了越老越快乐的可能。

“邻里”部分,除了广州市书法协会副会长张竹筠“书画入境”的“芳邻”故事,封面人物我们特邀杭州良渚文化村阳光天际的“百变女王”安妮和她古灵精怪的女儿奇奇出境,期望她丰盛美满的生活、以及她自办的独立艺术杂志《Annexe》,能让你看到另一种精彩的人生。

“生活”部分,推荐阅读“时尚回家”这篇有趣的文章,如今最具未来感的入户方式不仅只限于刷卡,刷指纹、刷脸、刷手机甚至刷一个手势,都可以是你开启户门的方式;“跑步”栏目,介绍的是另类跑步——The Color Run (彩色跑),短短 5 公里将让你感受“人体调色板”的激情;暑期将至,“一边疯狂、一边成长”为您奉上妈妈们的度假经以供参考,“文化”栏目,则解析了《舌尖 2》对纪录片商业化的里程碑式贡献。

流火 7 月,跟《邻居》一起享受生活、关爱邻里、亲近社区吧! 不要对您可以拥有的任何权利轻言放弃,“那么远”的幸福就会“这么近”!

执行主编 王华  
linju@vanke.com



## 老人与海

玉溪戛洒镇路边一间简陋餐馆,靠窗圆桌摆好了饭菜:五谷杂粮、土菜。褚先生没有客套话,“吃饭,然后上山”。我饿了,饭菜很香,褚先生胃口更好,吃到辣处,砸吧嘴,承受辣椒的刺激和汤料的美味……

这是我第二次同褚时健先生见面。

2003年,我获知褚先生保外就医,于是辗转玉溪哀牢山探望。那是我们第一次见面,老先生指着漫山刚栽种的冰糖橙苗(尺把高,懒洋洋的毫无生气),兴致勃勃地描述6年后挂果的情景……我被震住了,思忖,如果我在75岁的年龄还会为6年之后才会有结果而重新创业吗?回答是否定的。

6年之后,我收到了第一箱来自哀牢山的冰糖橙,味道一般,大小不一。想到褚先生的那双自信和坚定的眼神,相信冰糖橙一定会成功。但81岁了,他身体能抗得住吗?随着时间流逝,哀牢山的冰糖橙被市场上称为“褚橙”,获空前成功。2014年,万科创建30周年,借助梳理中国新兴企业一路走过的经验教训,功过是非的机会,我想,是再次上哀牢山的时候了。

午餐后乘车上山,当年的土路已换成了水泥路。太阳当头,疏密有序的橙树已经挂果,层层梯田铺排着一条条微灌塑管,不免联想起以色列沙漠上栽种的现代果园。脸膛黧黑的褚先生,站在11年前同样的位置上,跟我介绍褚橙今年的长势:“气候反常,连续一个星期温度太高了,昨天测得最高温度38度。原来担心要掉果子,还好掉得不多。水要跟上,否则顶不住……”

灌溉用水来自山顶水塘,旱季给水塘补水来自40公里外的哀牢山泉水,这是10年前开园时优先投资的输水工程。

一座小四合院建在储水塘一侧,和当年相比,门口多了一对石狮子和一块书写着“褚橙园”的匾额。我们二楼会客室座谈。我很好奇地问褚先生是怎么成为种橙专家的?



一旁的褚先生的老伴马大姐代答说:“白天向有经验的果农请教,晚上看书钻研。”“那都看什么书呢?”于是,一摞书被堆到眼前。本以为是厚本大册子,没想到却是新华书店农业类图书常见的农业栽培技术、果树剪枝、病虫害防治之类的小册子。随手翻开一本本,上面密密麻麻记着心得笔记……

晚餐后,在橙园散步。晚霞映红水塘、芦苇摇曳、静谧的橙园,朦胧起伏群山。美极了!

返回四合院。和一位年轻人聊了很久,他是褚老的外孙女婿,当初和女朋友一起回国协助姥爷打理果园,现在已经独当一面,负责市场销售。

半夜,我仍久久不能入眠。“……而是看跌到低谷的反弹力”巴顿将军的这段话被媒体反复引用在昔日烟王变橙王的故事上。而我二次置身橙园的感受,却是来自海明威小说《老人与海》的故事,并且久久无法挥去。《老人与海》是我大学时代读过的小说,渔夫圣地亚哥出海碰到了一条比鱼船还大的马林鱼,他和马林鱼搏斗,也和自己搏斗,终于杀死了它。但后来他遇上了鲨鱼,出海80多天,最终只带回了一副马林鱼骨架及一身伤痛。老人到底是失败还是成功了?没有答案。

褚先生在1959年被打成右派,40年之后,再遭遇牢狱之灾和失去爱女之痛。以世俗的眼光看,褚先生是位失败者,就像渔夫圣地亚哥最终带回来的只是一副鱼骨一样,但我却不这样认为。作为一个人,褚先生始终没有向命运屈服,他是一个胜利者;作为一位中国企业家,褚先生更是一位胜利者;作为曾是国营企业的掌舵人,无论造纸、制糖的厂长,还是玉溪烟厂的董事长,他不能把握自己的命运,因为企业家的价值不能对等交换。也正是这种不对等交换,造成了褚先生在退休之前铸成的大错,而正是这个大错让他东山再起,第一次创办了属于自己和家族,并且自己说了算的企业。

人生本来就是一种无止境的追求。道路漫长、艰难,而且充满坎坷,但只要自己勇敢顽强地以一颗自信的心去迎接挑战,你就永远是一个胜利者!



澳大利亚艾丽斯普林斯,当地一个袋鼠避难所内,有一只名叫罗杰(Roger)的袋鼠相当特别。罗杰喜欢双足站立姿势,前足扑球。该避难所负责人巴恩斯(Chris Barns)表示,罗杰扑球时,就像一位世界顶级门将。



## 研究认为银河系或有约一亿颗可支持生命行星

据国外媒体报道,美国天文学家近日研究出一种新的计算方法,用于测量和估算银河系中行星的相关数据。通过利用该方法进行估算,天文学家认为,银河系可能拥有大约1亿颗可支持生命存在的行星。该项研究首次对银河系中可能存在比微生物更高级生命的地外世界的数量进行了量的估测。天文学家们的研究成果发表于《挑战》期刊之上。

美国德克萨斯大学阿尔帕索分校天文学家路易斯·埃尔文为该项研究的主要负责人,研究团队成员还包括康奈尔大学研究助理阿尔伯特·费尔伦、波多黎各大学阿雷西博分校天文学家阿贝尔·门德斯、华盛顿州立大学天文学家德克·舒尔泽·马库奇等。

埃尔文等人表示,“此项研究并没有确切指出那些行星上一定有复杂生命的存在。我们是想表达,银河系中可能存在许多支持生命存在的行星环境。研究报告也没有涉及生命起源问题,仅是从支持生命存在的条件方面考虑。复杂生命并不意味着智慧生命,但是比微生物更大更复杂的有机体通常可以

以多种生命形式存在。”天文学家们通过一条公式对一千多颗行星的观测数据进行了深入研究,该公式考虑了行星密度、温度、底层(液态、固态和气态)、化学、年龄以及与中心恒星的距离等要素。根据这些信息,天文学家们分别计算了各行星的“生命复杂性指数(BCI)”。

“生命复杂性指数(BCI)”的计算结果表明,大约有1%到2%的行星生命复杂性指数比木卫二要高。木卫二是木星的一颗卫星,该卫星被认为拥有一个地下海洋,其中可能孕育多种形式的生命。由于银河系中大约100亿颗恒星,因此“生命复杂性指数(BCI)”的计

算结果意味着银河系可能存在着大约1亿颗类似的行星。

天文学家表示,尽管银河系中可能存在着大量拥有复杂生命的行星,但是由于银河系太大,因此那些“生命复杂性指数”较高的行星可能距离我们地球太过遥远。距离我们最近、最可能存在生命的系外恒星系统之一“Gliese 581”,其两颗行星就可能存在复杂生命圈。地球距离“Gliese 581”恒星系统大约20光年。

研究人员表示,“看起来,我们极可能并不孤独。只不过我们距离与我们拥有同样生命复杂性的外星生命很遥远,在可预见的将来与这样的生命遭遇似乎不太可能。”



## 阿迪达斯推智能足球

阿迪达斯的这款产品名为miCoach智能足球,被称作“全球第一款配备了应用的智能足球”。这款足球采用“6轴MEMS加速计”,以测量球受到的冲击力、旋转、受力点,并提供可视的飞行轨迹。此前,教练和球员只能通过目测来进行分析。而在获得这些数据后,教练可以更好地对球员进行科学训练,有针对性地调整球员的技术。即使是非专业运动员也可以利用这款足球来了解自己的能力和不断做出改进。这款智能足球配备了160毫安锂电池,需要通过无线充电支架来充电。一次充电可使用一周,或2000次踢球。目前,这款足球已通过阿迪达斯网站、苹果在线商店和苹果零售店开售,零售价为300美元。



### 书单

**陆犯焉识**  
电影《归来》原著小说的最新版,故事发生在上世纪五十年代,陆焉识因其出身、更因其不谙世事的张扬激越而成为“反革命”,在历次运动中,其迂腐可笑的书生气使他的刑期一次次延长,直至被判为无期。这位智商超群的留美博士由此揣着极高的学识在西北大荒漠上改造了二十年。精神的匮乏、政治的严苛、犯人间的相互围猎与倾轧,终使他身上满布的旧时代文人华贵的自尊凋谢成一地碎片。枯寂中对繁华半生的反刍,使他确认了内心对婉喻的深爱。婉喻曾是他尊味的开端,却在回忆里成为他完美的归宿。

### 坏消息

**论文称我国地表水含68种抗生素**  
近期发表在国内学术期刊《科学通报》上的一篇文章称,我国地表水中含有68种抗生素,且浓度较高,另外还有90种非抗生素类的医药成分被检出。文章称,已有约68种抗生素在中国的地表水环境中被检出,而且被检出抗生素的总体浓度水平与检出频率均较高,其中一些抗生素在珠江、黄浦江等地的检出频率高达100%,有些抗生素检出的浓度高达每升几百纳克,工业发达的国家则小于20纳克。

**英男童患怪病皮肤快速龟裂靠涂乳霜维生**  
英国埃塞克斯郡一名年仅一岁半的男孩自出生起,便患上了一种罕见疾病——层状鱼鳞癣。该病是由于父母基因突变造成的,会加快皮肤老化的速度,每60万人中便有一例。目前,尚无治疗该病的药物和方法,他只能在不断长大的过程中学会自我应对和处理。据悉,这名勇敢、顽强的男孩名叫丹尼尔(Daniel Maples)。这种罕见病导致他外层皮肤的脱落速度是普通人的六倍,由此他不得不承受皮肤脆弱带来的一系列痛苦。

### + 数字

#### 800万

iPad Air 2也就是iPad 6会在6月开始试产,其外形与现在iPad Air基本一致,屏幕依然是9.7寸,分辨率为2048×1536像素。此外,该机的其余配置是,搭载新一代A8处理器,其整体性能会更加强大,后置摄像头从原来的500万像素升级至800万像素,前置摄像头变成150万。至于它的到来时间,依然是今年的10月份,与iPad mini 3一起。

#### 70000000万元

美国加州商人丹尼斯·霍普发现联合国1967年制定的《外层空间条约》有漏洞,并向当地法院、美国、前苏联和联合国递交了一份所有权声明,但该声明并未被驳回。1980年丹尼斯到美国旧金山土地管理局进行了一次登记证明,宣称自己拥有了月球。他在美国的公司取名“月球大使馆”,主要业务就是向全世界公开销售月球土地。如今他创建的“月球大使馆”拥有600万名客户,他把月球以20美元或25元一英亩出售(包括产权),并已获得1100万美元(约合人民币7千万元),每个业主得到一个黄金浮雕证书和永久的投票权。客户中包括乔治·卢卡斯,乔治·W·布什,还有众多的好莱坞明星,比如汤姆·克鲁斯、汤姆·汉克斯、克林特·伊斯特伍德等。

#### 3000个

“坎齐”(Kanzi)堪称世界上最聪明的黑猩猩,它可以轻而易举地用计算机与人类交流,目前掌握的词汇已经达到3000个。它不仅会烹饪美食、演奏音乐,还会悉心照顾着4岁的幼崽泰科(Teco),绝对是世界上最多才多艺的全能黑猩猩。坎齐今年33岁,是倭黑猩猩,与人类DNA的相似度达到99%,是与人类祖先身体构造最相似的动物。专家称,坎齐掌握的词汇量已经完全可以与人类进行简单对话。坎齐能够熟练地操作一个巨大的触屏电脑,电脑屏幕上共有400多个图标,它用手指灵活地点击图标,就可以准确地表达出自己的想法。



来点炫酷的小物件,出门运动或者回家娱乐,给夏天降温,打破沉闷的生活,就在瞬间。



有关精致生活的良品推荐



#### Brew Master 啤酒冰箱系统

这是给球迷们开发的“世界杯专用冰箱”,里头设计了专门的啤酒贮藏桶,外头有一个饮水机式的接口。拧下龙头开关,就可以流出冰镇的啤酒,凉爽一夏就靠它了!  
价格:4967RMB

#### Cool on the Go 个人冷却装置

这个支持静音运行的小风扇可以用电池,也能用 USB 充电,续航在 4 小时以上。野营的时候带上它,方便轻巧,也再不必担心生把火都能中暑了。  
价格:248RMB



#### Corkcicle Chillsner 啤酒冷却器

想喝冰凉凉爽的啤酒,又讨厌那能把手冻掉的冰冷酒瓶,这个冷却柱也许能帮上大忙。把它在冰箱里冻上 45 分钟,然后插入啤酒瓶里,就可以提供长时间的冰镇效果了。  
价格:137RMB

#### Hammacher Hoseless 蒸发冷却风扇

这个蒸汽风扇可以把室内温度降到零度以下,你只要把它对接上家里的水管道,就可以全天提供蒸汽加湿了。不过要记得常常擦拭木家具,它们可没你耐潮。  
价格:2484RMB



#### Jetsurf 喷气推进冲浪板

它就像是冲浪板和摩托艇的结合体,尾部配备了一个小型的喷水口,马力全开时只需半小时就能横渡英吉利海峡。你要做的,就是拉紧兼顾刹车和油门的拉绳。  
价格:70000RMB



#### Porsche 发动机气缸香槟冷却器

你以为发动机里烫得吓人,保时捷告诉你它也有冷若冰霜的一面。这个从退役保时捷上回收来的气缸被设计成了冰镇瓶套,可以让香槟出了冰箱,一样保持长时间的凉爽。  
价格:4533RMB

#### Q-FOG 骑行冷却喷雾

Q-FOG 是专为骑行发烧友开发的一个冲凉产品,它把开关和喷嘴都集成在了车把上。感觉热了按一下就能喷一脸水雾,想更凉快,还能加一些清凉油和薄荷水在里头。  
价格:待定



#### ThermaCELL Coolware 个人冷却系统

你只需把它挂在颈部的动脉处,它就可以把用冷却液冷却过的空气吹上去。降过温的血液流经全身时,自然也会变的凉爽许多。有了它,心静自然凉就不再是句空话了。  
价格:186RMB

#### LoungePac 便携折叠遮阳椅

收起来就像一个行李箱,打开是一个齐备到无以复加的折叠躺椅。小伞、头枕、脚踏,甚至还有放零食和手机的扶手箱。带去海边,太阳不落山,决不回家。  
价格:1614RMB



#### Seabob Cayago F7 水下摩托

想象不到吧,摩托居然可以开到水下去。这个设备更像是一个助力器,你只需抓住它的把手,它就可以带着你像鱼一样在海底世界自由穿行,而你需要的仅仅是一个护目罩。  
价格:65940RMB



## 调查背景

2009 年国家邮政管理局出台了《邮政法》对快递业进行管理,但是发展至今,各色快递公司井喷式增长,各从业公司的内部营运体系及网路市场管理模式管理差异很大,行业发展较快个别细节方面出现了不少问题,对行业的发展形成众多安全隐患。我国出台的《快递服务》标准是邮政行业关于快递服务组织、服务环节、服务改进的行业标准,这个标准只是对从业企业和员工的基本要求,从目前我国快递企业和从业人员的运营行为来看,能够遵守这项标准的为大多数,但《快递服务》标准只是具备了服务的资格,据高效运营安全管理距离还有很大的差距。快递安全问题是关乎快递业健康发展最重要的一环,如果快递安全出现问题,必然会导致整个快递行业的震荡和行业的信任度问题产生,对整个行业带来致命性的影响。对于受益的收发快递的人来说,安全也是大家最关注的因素。暴露个人信息,让陌生人送货上门,有不明快递送到门口,这些都是大家很担心的问题。送到家里的确方便,但在全国各地屡发“夺命快递”,人们对收快递甚至心有余悸。那么快递怎样才能更安全,更大程度保护业主隐私呢。通过调查,我们看到了一些结果。本次调查问卷从全国万科近来快递量最大的 5 个社区收取了 83 份有效问卷,其中包括苏州玲珑湾、武汉城市花园、南京光明城市、南昌四季花城、福州金域榕郡。

# 快递 递来安全最踏实

快递最重要的是效率? 还是安全? 或者是性价比?  
当安全性可靠之后,也许我们才考虑到速度和价格。  
为了自己和小区的安全,业主对快递是什么态度?

家里仍然是业主最主要的收发快递的场所。

## 你一般在哪里发送或接收快递?

**A.家里 B.单位 C.其他地方**

选择“家里”的占 56.63%,考虑到方便因素,的确有很多业主还是愿意在家里收发快递。在单位收发快递的占 32.53%,大约三分之一,这也是多数上班族为上下班方便而做的决定。其他的地方收发快递的占 14.46%。

保护隐私,快递到家里的快递多数都由物业代签

## 寄到家里的快递你一般在什么地方签收?

**A.家门口 B.单元楼门口 C.小区门口 D.物业代签**

调查结果显示,快递到家门口的占 18.07%,这个结果和第一道题的结果有点相悖,也许这个题目更反映的是业主的想法。在单元楼门口收快递的占 12.05%,在小区门口签收的占 10.84%,物业代收的占 62.65%,这说明,业主并不愿意暴露自己家庭的详细地址和联络方式,保护隐私很重要。

多数快递的素质尚可

## 你遇到的快递通常素质高么?

**A.很好 B.尚可 C.很差**

选择“很好”的占 31.33%,占三分之一;“尚可”的占 63.86%,说明大多数的快递公司都还是令人满意的。快递素质“很差”的只占 4.82%,说明业主遇到的快递只有极少数让人觉得很满意。



不法分子入室是最大的担心

## 快递到家你最担心什么?

**A.暴露个人信息带来骚扰问题**

**B.给不法分子造成可乘之机**

一方面,快递上都写有明确的个人联络方式,家庭详细地址以及电话,有了这些信息,的确很担心暴露个人信息带来骚扰问题,选择这个选项的占 51.81%,担心不法分子有可乘之机的占 56.63%。总之陌生快递员门到门都有安全方面的隐患,让业主觉得有危险发生的风险。



三分之二的业主觉得物业应该帮助核实快递的具体内容

## 物业代收快递是否应该帮助核实快递物体内容?

**A.一定要核实 B.不需要,直接代收**

物业通常在帮助业主收快递时,只需要询问业主是否同意代收,但是核实具体的内容的做法并不多见。有 66.27%的业主认为核实快递具体内容是必须的,但是 33.73%的业主考虑到自己快递的隐私,并不希望核实具体的快递内容。

帮助代签快递要看情况

## 你是否会帮助别人代签快递?

**A.一般都会 B.从来不会 C.视情况而定**

“一般都会”的占 25.30%，“从来不会”的占 16.87%，“视情况而定”的占 57.83%，因为帮助别人收快递的确是一件需要核实需要得到肯定的行为,不清楚快递内容,和快递接受人没有取得联络,代收其实也是正规的快递公司所不允许的,这和安全也不无关系。

知名快递公司受到业主的追捧

## 你平时会选择怎样的快递公司?

**A.特别知名的 B.最快能到达的 C.便宜的**

**D.商家决定,个人没有选择权**

选择便宜的快递公司只占 2.41%,说明在快递公司的选择上,性价比是业主最不考虑的问题,相反,快递公司的知名度、效率都是很重要的因素,所以“特别知名的”和“最快能到达的”分别占 46.99% 和 36.14%。也有很多业主觉得因为快递公司是“商家决定,个人没有选择权”,这个选项的业主占 33.73%。

物业代收所有快递是业主的希望

## 假如物业帮助代收所有快递,你是否同意?

**A.同意 B.不同意**

在多数小区,物业公司的确在业主允许的情况下可以代收快递,91.57%的业主甚至觉得物业代收所有快递都是可行的。但是也许考虑到拿快递并不方便,也有 8.43%的人不同意物业代收所有快递。

不轻易打开不清楚的快递

## 对于递来的不清楚内容的快递,你是否会打开?

**A.一般都先打开 B.不清楚是什么绝不打开**

考虑到快递内容的安全问题,有 53.01%的业主只要不清楚快递盒子里装得是什么就绝不打开快递,但是有 46.99%的业主,也就是近一半的业主都会习惯性打开发到家里的快递。

## 你认为杜绝家庭快递安全隐患的有效办法是什么? (来自业主的建议)

最好不向快递告知详细家庭住址,不在家门口收快递;  
找比较信誉度的快递公司,假如物业能代收最好;  
最好有指定的人送快递,或者有公司证明来送快递;  
快递公司需要加强监管,相关部门对一些没有信誉度的不正规公司要严加管控  
确认真实信息,无可疑之处方可签收;  
小区加摄像头监控,对快递车严加管理;  
核实快递员信息,最好让业主在小区外面收快递;  
最好让幸福驿站代收快递;  
物业通过短信或者物业 APP 提醒业主收取快递。



您了解业委会吗？业委会的责、权、利是什么？业主大会和业委会是什么关系？

只要居住在一个小区，成为小区业主，就应该对此有所了解。业主大会是小区业主维护自身权益的一个自发组织，各个小区都在积极成立，这是自《物权法》颁布以后在全国范围内兴起的热潮。作为业主大会的执行机构，业委会也成为热门词汇。

可是忙于工作和生活的普通业主，是否都有极大的热情参与到业委会、业主大会的工作？对小区的每一项工作是否有概念？是否知道自己也有力量能维护自己的权益？

所幸，在小区民主的力量推进下，小区越来越向自治方向发展。业主的民主意识在增强，相关的法律法规普及率在提高，看起来还遥远的业委会离社区越来越近，你会知道除了自己家门里的空间你有管理权外，小区的公共区域的部分管理权你同样有份。

不要对拥有的权利轻易“弃权”，放下愤青儿的姿态、走得离业委会近点儿，“业主大会”、“业委会”是和每位业主息息相关的组织，请以主人公的态度去面对，共同担当社区治理的责任吧！

# HOMEOWNER'S ASSOCIATION

## 业委会 这么近 那么远

编辑 / 谷月 撰文 / Gail 金春 王佳庆 杜鹏硕

你什么时候会想到物业公司？社区卫生状况不好时、公共车位难停车时、老旧房屋需要维修时……可以说，物业公司是社区业主生活的大管家，而业主委员会的则更像是业主与物业公司之间的桥梁，一个社区的生活环境如何，很大程度上取决于业主委员会以及物业公司“左膀右臂”的双重作用力。

## 业委会 社区自治的右臂

### 业主、业委会、物业公司的相处之道

家住北京丰台区的张大爷和邻居们前一段时间为换物业公司的事情犯愁，小区的业主们也多对目前的物业公司不满意，几次提出意见都没有有效地整改，无奈之下张大爷和邻居们决定更换物业公司，但是得到的答复却是：“想换物业公司可以，但是要由业委会召开业主大会，通过投票才能决定，你们有业委会吗？”于是张大爷和邻居们开始积极着手准备筹建业委会，还不忘向附近的优秀模范社区万科紫台取经，他们这才知道，在社区的自治管理中，业委会是不可或缺的组织机构。

谈到社区管理，业主们首先会想到物业公司，但如果想参与社区自治，就需要一个能代替广大业主行使权力的执行机构——“业委会”了。业委会是所有业主票选出来、能代表大多数业主实现责权利的组织，是业主的“代言人”。而业委会和物业公司的关系，可以用“亲密的敌人”来形容，亲密是因为两者总是会因为社区的各种问题有交集，要一起解决很多问题，而敌人则表现在：双方权力相互制衡，利益难免会有冲突的地方，遇到矛盾如何解决，就要看双方的表现了。比如有些物业公司怕业委会成立后不支持物业公司的一些工作，甚至会在业委会筹建时设置障碍。而业主是否能信任、配合业委会的工作，业委会能否尽职尽责为全体业主谋利益，以及业委会能否与物业公司和谐共管，则是影响社区治理效果的关键。一个维护得当、和谐温馨的社区，取决于业主、业委会、物业公司三方的相处之道。

### 社区管理的最佳搭档

有反面例子就有正面榜样。记者采访的万科上海城花新区，业委会、物业公司和居委会却有着非常和谐的关系。从2005年就是业委会副主任、如今是主任的程红认为，业委会是物业公司和业主间沟通的桥梁，大家本着解决问题的态度去努力，结果一定会好。程红介绍，在2011年底，由于人工等一系列成本的增加，物业公司提议增长物业服务费用，涨幅高达50%。一般情况下，业主们很难会同意物业费上涨如此之多，但经过业委会的协调，业主大会投票的结果居然是高达98%的通过率，这也反映了居民对于物业公司服务的认可。而物业服务公司这边，也本着100%为业主服务的理念来执行每一项工作。比如在经济利益方面，社区每年通过收取停车费、路牌广告费、电梯广告费等都会有一些收益，这部分收益城花新区和业委会达成协议，每年按照物业公司25%、业委会75%的比例来分成，业委会得到收益后，会根据每户的面积比例分摊到每户分红，惠及每位业主。

同样的资金利益纠纷还存在于物业费以及专项维修资金的使用和管理上面，避免纠纷的最好办法就是建立健全的监督管理机制，比如物业管理费要每个季度公示财务报表、业委会成立专家小组审查等。业委会的存在，使业主和物业公司之间有了沟通的渠道，增加了彼此的信任和支持，让社区的各项治理及服务工作得以顺利开展，和谐美好的社区环境就指日可待了。



## 科普业委会

### 职能

**业主委员会是业主大会的执行机构，代表业主的利益，向社会各方反映业主意愿和要求，并监督物业管理公司管理运作的一个民间性组织。但他不是业主大会的代表，不能代表业主大会做决议。**

### 身份

**业主委员会由业主大会选举产生，业主委员会成员应当由业主担任。**

**担任业主委员会的成员，除主任可以是专职的以外，其他委员都是兼职。**

### 人数

**在通常情况下，业主委员会的恰当人数，可以按照如下规则估算：最接近“小区总户数\*2%”的单数，但以5-11人为多。**

### 任期

**每届任期为3年，可以连任。在任期内，委员的撤换、增减，由业主委员会会议通过后，提交业主大会确认。**

### 物业配合不是必须条件

**业主委员会的成立，并不需要政府部门的审批，只需到所辖区的政府房管部门备案即可。即使物业公司不配合，业主们只需在“内部”完成有关程序，再到政府部门备案，即可获得法定地位。**

### 业主大会频率

**业主大会每年至少召开一次，在大会召开的前7天，业主委员会会将召开的时间和内容送达每位业主的手里。**

### 法律依据

**2003年，《物业管理条例》出台，它第一提出了“业主大会”这个概念，并且还把名称为“业主委员会”的小组，确定为“业主大会的执行机构”的法律地位。**

**2007年《物权法》出台，它更从人大立法高度确立了业主组织——业主大会和业主委员会的法律地位。尽管2007年《物业管理条例》修改之后取消了业委会是业主大会的执行机构的限制，但是其决定内容和效力还受到《物权法》第七十六条的限制。把“业主委员会”规范为“业主委员会执行业主大会的决定事项”。**



## 它山之石 解读美国业委会

我国的业委会经验都来自于西方国家。业委会是一个追求自我管理、追求民主的民间组织,对于居住在小区的业主来说,“住者有其言”,自己的意见和建议有渠道发出,有组织受理、有解决方式,让小区的居住体验变得更理想、更满意,小区的物业资产得到保值和增值,对业主大有裨益。

以美国业委会为例,自治是美国建国以来的一个重要传统,而业主协会的建立也跟这种传统有很大的关系。业主协会(HOA)是美国业主自治的主体,是全体业主参与的组织,而国内目前大多数现行的业主委员会,业主实际参与度很低,业委会类似一个董事会,很多决议并不要业主知晓就内部决议了。这是当前业委会发展的一个障碍,一定会逾越并走向全体业主参与决议的形式。

美国业委会的筹办、选举、义务与权力是以商业模式来建立运行的。通俗地说,业委会的权力比物业服务企业大,它是小区的最高领导层。小区公寓的业委会成立后,它具有审议、准核、决策的大权,大楼运行与品质的好坏就掌握在业委会这几个人的手中。而物业服务企业或管理人员只有汇报、提议与执行的职责,物业服务企业不称职,不符合业委会的要求,业委会不必动用业主大会讨论,可随时决议解雇他们。美国业委会通常也叫(BOARD)理事会,通常就是由这个理事会来操纵公寓小区这个“公司”的生存与业务,而这个“公司”的总经理,就是聘用的物业服务企业。美国的小区业委会不需挂靠什么街道、镇政府上级组织,业委会成员都是无薪资兼职的业主,他们有正当的职业与收入,不索取小区里的一分物业费。同时,因他们的时间与精力有限制,一般来说,如果法规赋予他们二十条职责与权力,大部分是通过委托给物业服务企业来执行的,这在每一条的细节中会讲清楚,哪一条要物业服务企业来执行。业委会的权力非常明确,比如很多公寓的买卖过户都必须经过业委会的同意,防止物业费以及各种费用的拖欠和权责不明晰。

目前我国的大部分业委会基本还是聘请物业公司进行管理,业委会自治的形式比较少,尽管各个种类的专业公司在国内也发展得很成熟,但现在大多数业委会并不能完整地执行物业公司的职能。物业公司与业委会共同管理小区,业委会监督外聘的物业公司的工作质量,可让小区以可持续发展的模式走向未来。



**舒可心知名物业专家、社会工作者**  
1997年以前的国外生活经验,让舒可心了解了业委会在国外的运营模式。1999年回国后,所居住的朝阳园小区的业委会成员几乎都是外国人,最后他成为朝阳园小区的业委会主任。在物业领域研究14年,有丰富的经验,相关研究也成为他的乐趣和方向。个人经历了全国近百个业委会的成立,承担多个知名小区的后期顾问工作。

组建业委会,实现小区民主管理在最近十几年掀起高潮,其中对法律法规的熟悉、对业主组织形式的探索都花了很长时间。全体业主有自我管理的意识,想要让社区变得更好,这是走出了第一步。如何让业主大会形成有利于业主切身利益的决议,杜绝腐败,实现“全民表达”,让全体业主对决议认可,并更多地向民主社会的形式靠拢,这才是业委会以及业主大会的方向。

## 避免“独裁”的运营模式

### “民主”是业委会成功的关键

过去很多小区的业委会大多数模仿董事会的形式,由董事会形成决议,代表全体股东形成决议,很多决定并不需要所有的股东知情,这是一种“独裁”形式的运营模式。有一个极端的例子,集权独裁的小区——黎明星座,小区有两栋楼,400多户居民,有一位自称为业委会主任,以暴力方式管理小区,不交物业费的人无法在小区正常居住,所以物业费全都上交,非常统一,小区安全管得很好,连自行车都没丢过。但业委会的这位主任即将终老,找接班人出现了问题。这是一种不可持续的业委会模式。从表面来看,这算一种成功,但对于我而言,这不是成功。

另外一个成功的例子,是北京的世茂奥临小区,这是比较先锋的业委会案例。设有业委会,也有监事会,虽然事实证明监事会和业委会已经站在同一个方向了,

但业主主动参与,他们还要开听证会,开质询会,对业主大会秘书定期进行质询。从推进民主的角度来看,走在前沿。业委会不是业主大会的代表,而是一个“理事会”。在法律上,业主大会代表全体业主,而不是业委会代表全体业主。业委会是业主大会的执行机构,在《物权法》的第76条规定了有7项决议由业主共同决定:

(1)制定和修改业主大会议事规则;(2)制定和修改建筑物及其附属设施的管理规约;(3)选举业主委员会或者更换业主委员会成员;(4)选聘和解聘物业服务企业或者其他管理人员;(5)筹集和使用建筑物及其附属设施的维修资金;(6)改建、重建建筑物及其附属设施;(7)有关共有和共同管理权利的其他重大事项。有关这7项的决定,都应由业主大会形成决议,而不是由业委会来做决定。

### “公开”是业委会运营的关键

对于任何非商业的社团组织来说,“公开”原则都是至关重要的,这同时也是组建中的障碍之一。业主不希望看到腐败,希望知情,业委会不是董事会,不需要有秘密决议。公开的形式和渠道都在不断更新,目前的论坛和内网是一种公开的渠道,以后业主大会的网络直播会让细节更清晰明了。

说到业委会的“腐败”问题,物业费、采暖费、小区公共区域收益、供应商的招投标等,只要“有钱”、“有权”就有腐败。就算聘请专业人士帮助也不能杜绝腐败。做到公开、透明,所有业委会的活动向全体业主公开,甚至会议直播,让社区业主主动关心主动参与,才能防止腐败的发生。

另外,聘请外脑,不光能弥补大家对业委会领域知识不足的缺陷,还能够公正处理问题,可以解决很多冲突。

## 社区共治 先河之鉴——中国第一家业委会诞生记

物业公司并非是以业委会的对立面存在的。在中国第一个业主委员会的诞生与运作过程中,万科物业一直扮演着社区民主与自知的推动者,致力于社区的共建与可持续发展。1991年,在万科集团的首个住宅项目——深圳天景花园,成立了中国的第一家业主委员会,截至2013年底,万科物业运营的社区中累计成立了107个业主委员会。



在深圳市罗湖区黄贝路有一个绿草如茵、环境优雅、规模不大的小区——万科天景花园,可能很难让人相信,这个与周边社区相比外貌依旧整洁如新的小区,已走过了二十多个年头。就是在这里,诞生了中国内地第一个业主委员会组织,从而开启了业主自治与专业服务相结合的物业管理新时代。

### 纠纷中诞生的业委会

1990年,万科集团首个住宅项目——天景花园在深圳落成,共有190套住宅,于1990年8月18日交付使用。

由于当时天景花园规划时设计了两台变压器,分别供给住宅楼和商铺,但入住一段时间后发现供给居民楼的变压器负荷不足,物业服务中心便向供电局申请将供给商铺的变压器补充用于居民楼的用电。由此带来的结果是,与一般住宅相比,天景花园业主的电费要高出许多(商业用电

的价格要高于居民用电),引起业主不满,甚至出现拖欠电费的情况。时任物业服务中心主任的陈之平与物业服务中心的同事找了相关部门很多次,后来陈之平回忆说这种协调工作都做到了“磨破了嘴皮、跑断了腿”的程度,但供电局仍坚持小区业主不能按居民用电的价格交费。

眼见业主的意见越来越大,无奈之下,物业服务中心只能做出暂时替业主垫交电费的决定,但是作为物业管理公司,管理费是唯一的收入来源,这种垫支已经远远超出了其能力范围。随着业主的意见越来越大,物业管理人员意识到很难与业主——沟通,但如果找一小部分理性的业主,大家心平气和地坐在一起协商解决办法可能有利于问题的解决。这一构想很快得到万科公司高层以及业主的支持,经与部分热心业主商议后,很快决定以成立“业主管理委员会”的方式来搭建一个沟通平台。因为当时在中国内地还没有业主委员会这样的组织,因此他们决定借鉴香港和新

加坡的业委会管理经验。

决定成立业主委员会后,物业服务中心立即行动起来,在小区发出公告,以单元楼栋为单位,鼓励热心业主推荐或自荐。天景花园共有6栋楼,14个单元,每个单元选出1位代表作为业委会委员,加上物业服务中心1位执行秘书共同组成业主管理委员会。

1991年3月22日晚上19:30分,天景花园4栋B座底层物业服务中心会议室,天景花园业主委员会成立大会暨第一次委员会议隆重召开,经各楼栋所推选出的第一届15位业委会委员全体参加了会议,王石等万科高层悉数到场。会议上,业委会委员李士奇、万科总经理王石以及物业服务中心主任陈之平分别发表讲话,全体与会人员对业委会章程、用电、水使用及费用情况、增设休闲椅和果皮箱、管理费构成等问题进行了讨论,并就议案形成会议决议。就此,中国第一个业主委员会正式宣告成立。

在接下来的一个月当中,委员们重点就电费问题进行了磋商,通过其中一位委员李育明的沟通协调,终于征得供电局同意天景花园可以按照居民用电收费,困扰物业服务中心半年之久的难题就这样迎刃而解了。紧接着一个月后,业委会第二次会议如期举行,会议通过了《天景花园业主委员会章程》,选举产生了会长、副会长,并重点就电费沟通进展情况进行了通报。由于电费问题获得圆满解决,业主委员会这种崭新的社区组织模式也因此获得了小区居民的一致认可,为后续工作的开展奠定了良好的基础。

### 共商大事 共享利益

天景花园的成功经验取决于多方面的因素,不仅有业委会成员的努力,还有万科物业的支持。在彼此磨合的过程中,物业服务中心与业委会互相沟通,在管理的道路上相辅相成、携手共担,通过不断探索创造了社区良好的人居环境,谱写了不平凡的篇章。

在社区建设的过程中,资金往往是关键。特别是像天景花园这样的老社区,设施翻新、维修都需要资金的支持,这也是业委会和物业需要共同面对的课题。1994年,随着小区住户汽车拥有量逐渐上升,因前期规划不足,已超过社区设置的停车位,部分住户因无法停车,将车停放在小区外路边,造成了交通的堵塞及财产损失。经万科物业提议,与业委会协商后确定于小区内建设立体车库,

但该笔费用高达近200万元。最终,经业委会讨论,采纳了物业服务中心的建议,决定该笔费用由万科物业及需要停车的住户进行垫付,住户可以缴纳5万元押金获取一个固定停车位。23个车位,115万元,就这样解决了停车难的问题。该举措既解决了车库修建费用无人支付的困境,又改善了住户的停车难问题,取得了社会效益与经济效益的双丰收。

而在更大的社区问题上,物业、业委会,以及发展商等多方合作就显得尤为重要。毕竟业委会作为业主组织,缺少盈利模式,社区建设资金有限。这时就需要物业服务公司的介入,并且由他们作为桥梁,将各方组织在一起,共商社区建设大计。

2001年10月是天景花园满十年后劈陈拓新的一个月。为满足小区业主对住宅功能多方面的需求,由业委会、发展商以及万科物业三方共同决定对小区进行全方位改造,从而开创了自筹资金对老旧小区实施改造的先河。

改造工程于2001年10月开始施工,历时三个月,以保持小区原有独特的风格为前提,同时遵循实用、经济、美观的原则,对小区进行全方位的整体美化,重点在绿化区域、房屋屋面、小区外墙等方面进行改造,对区内道路进行翻新、楼道进行重新铺设,将管道煤气、宽频网络铺设入户,并在小区内增设智能化安全管理系统,实行封闭式管理。

2011年,已入住20年的天景花园外墙已显陈旧。经万科物业及业委会成员的提议,在天景花园第六届业委会的大力推动下,积极促成了罗湖区街道办将天景花园列入城市环境提升工作的范畴,由政府部门出资对小区外墙进行全面翻新。4月10日,天景花园外墙翻新工程正式获立项审批。

万科天景花园从首次入住至今已24年。在业委会及物业服务人员的共同努力下,小区环境优雅,秩序井然,邻里和睦,营造了一个和谐、温馨的居住环境,赢得了广大住户的赞誉,以及行业和社会的推崇。自1992年以来,天景花园连年被评为“安全文明小区”、“安全文明标兵小区”等荣誉称号,1995年荣获首批“全国城市物业管理优秀住宅示范小区”的最高荣誉,至2010年因首创全国第一个业主委员会入选深圳特区30年100件大事。而这一切美丽结果的背后都源于23年前那个具有里程碑意义的夜晚。

## 物业公司 vs 业委会 社区生活谁做主

传统观念里,物业似乎和业委会是对立的。在一些新闻里,我们听到业委会成立过程中遭遇的种种阻挠,有的来自于开发商,有的来自于物业。但事实上,看似有利益对立的“物业”和“业委会”应该是平等协作的关系,业委会是业主和物业之间的沟通桥梁,大家共同努力,才能营造出和谐、舒适的小区环境。

### 北京万科星园

业委会于2004年8月组建。业委会与物业配合共同管理社区,十年以来,相互配合得十分顺畅。

物业公司:要及时沟通、平等合作

**北京万科星园服务中心 沈扬**

在现实工作中,物业的职能是发现问题、上报给业委会,共同商定解决方案。业主大会是代表全体业主的常设执行机构,职责是监督物业公司服务,它是业主和物业公司沟通的桥梁,包括业主需求、公共维修资金的运用等。

物业定期向业委会汇报,出现的问题通过业主大会解决,超过一半的业主同意才能形成决议。

从物业公司角度来说,物业直接管理小区的安全、卫生、绿化、停车等方面同时,做到服务细致贴心,合理规划和使用物业费,尽量让业主满意;从业委会角度来看,他们熟知物业管理的所有工作,对工作质量进行监督和考核,并通过业主大会的形式来决定物业公司的工作质量。这无疑对物业的工作多了一道监管。本着平等的合作态度,双方的信息要对等,这样就不会发生矛盾。

以万科星园为例,物业费的使用有9大组成,其中的一部分用于社区日常的维修保养,这些费用都花在急需花费的地方。一旦涉及大型设施的维修及更换,物业公司就要上报给业委会,并报给设备的正常养护记录,最终通过业主大会形成决定解决资金的来源。

业委会:严格监管公共维修基金

**北京万科星园业委会秘书 薛洁**

万科星园业委会成立10年以来,和物业之间也几乎没有矛盾。每年8月业主大会会定期召开,对议题进行讨论和公示,10月初唱票。业委会从主任到委员都是义务为大家服务,认真、务实,考虑业主利益,严格把控公共维修基金的使用。对公共维修基金的支取,业委会秉承“该花则花,不该花的坚决不花”的原则。比如电梯大修的费用,业委会一定会查看电梯定期保养维修的记录,是否按照使用规范对电梯进行了保养,如果的确是设施的老化,则召开业主大会商讨解决问题。每年3月,业委会请专业的会计师事务所对物业公司的财务收支进行审核,如有亏损则帮助开源节流。

老社区的设施维护工作也是业委会的重要工作之一。2011年业主大会投票通过了小区北门社区居委会办公楼另开新门的决定,72%的业主通过,扫除了安全死角。同年9月,消防设施老化,消防工程面临改造,业主大会首次动用公共维修基金,以128万元完成了消防部门对消防工程改造的要求。业委会与物业公司还共同妥善处理了楼宇漏水、违建等问题。

目前,小区所有涉及商业的广告收入,业委会和物业共同商议如有涉及收益都由物业支配,业委会不参与利益分配。

### 上海城花新区

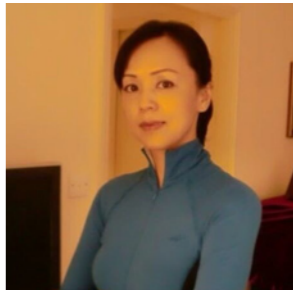
是个有15年建筑年龄的社区,占地32万平方米,有2250户,可谓是大体量的社区,物业公司的服务人员有132人。

业委会:我们不是管理单位

**上海城花新区业委会主任 程红**

接触了这么多年,我对万科物业公司还是非常放心的,平时的专项维修资金、公共收益等资金我们都交由物业公司代为管理,业委会并不会直接负责钱的管理,只是监督和协助管理。我认为物业公司和业委会要同心同德,如果总是对着干,只会两败俱伤,对哪一方都没有好处。

在我看来,业委会并不是管理单位,而是一座沟通业主与物业公司的桥梁,把沟通工作做好,是最重要的。比如社区有些部件经过15年的使用已经非常老化,业主要求更换,但更换的费用必须要动用专项维修资金,这时候,业委会就要协助物业公司做好工程的提议、审批,还要召开业主大会统计投票,最后还要监督资金和工程,如果没有业委会,仅仅几个业主是无法完成如此巨大的工作量的。”



物业公司:严谨流程是保证信任的关键

**上海城花新区物业公司助理经理 祁婷**

“好的社区环境离不开大家的共同努力,我们物业公司非常感谢业主和业委会的支持和信任,以后也会更加努力为大家服务。

在祁婷看来,城花新区的物业公司、业委会和居委会这“三架马车”配合得非常好。谈到物业公司和业委会最容易产生矛盾的资金问题,祁婷认为严谨的流程是保证信任的关键。一般日常维修的话,动用的资金如果在业委会的权限范围内,经过业委会批准就可以上马,维修费用由物业公司垫付,然后再由业主维修基金的银行账户打到物业公司;而一旦维修动用的资金超出业委会的权限范围,势必要召开业主大会,这个过程虽然复杂麻烦,但是能够保证公平、公开、透明,是避免矛盾和误会最有效的方法。”

## 深圳天景花园

1991年,这个万科集团首个住宅项目中诞生了中国第一个业主委员会,这是写入中国物业管理史册的一件大事。



在天景花园第一届业委会中,肖幼美是目前唯一一位历经各届业委会班子的“老革命”。对于这个有着二十多年历史的内地第一个业委会组织,肖幼美比别人更懂得它的意义。

业委会：实现社区良性共治

深圳天景花园业委会主任 肖幼美

**Q&A** Q=《邻居》 A=肖幼美

**Q：您是怎么理解业委会这个组织的？**

A：业委会是一个为业主、社区实现自治的组织，它让社区管理由业主自己做主。因为业委会的存在，很多问题可以迎刃而解。比如物业管理费涨价，这在其他社区是很难实现的，但是随着物价上涨，为了让万科物业保持一个比较好的服务水平，涨价是必然趋势，于是我们业委会就会带头，并且做业主工作，从而让业主理解并且认可物业费涨价的必要性，应该说这样的案例就是在业委会良性共治的条件下实现的。

**Q：业委会现在的工作状态是什么样的？**

A：现在业委会依然是按季度召开会议，物业服务中心会把本季度的服务内容、财报、安全等方面的工作在会上做汇报。就像企业召开季度经济活动分析会，在此基础上业委会委员会发表意见，同时物业服务中心也会提出需要业委会配合的工作，大家坐在一起共商大事。

**Q：业委会是否与物业之间存在矛盾？如何解决？**

A：现在业委会与物业之间唯一的问题是物业管理亏损问题，这是由多方面原因造成的，其中还包括历史遗留问题。首先我们天景花园小区是一个小型社区，住户少，因此物业费整体数额有限，再加上物价上涨等因素，所以整体状况是入不敷出。另外一个重要原因是，天景花园建设当年国土部门对于底商的产权没有明确划分（现在已经有相关政策明确将底商的产权划

分给开发商），这就导致万科没有底商的产权证，因此业主认为它的产权应该归业主所有，其出租所获得的收益也应该放在物业管理费中，这样就解决了亏损问题。应该说这是一个历史问题，业委会长期督促万科去办理相关手续，否则业主就会将底商视为自己权益的一部分。经过十几年的拉锯，目前这个问题还没有得到解决。不过这并不会影响我们和谐共处，毕竟在很多问题中万科物业的态度还是很积极的，也为我们的社区建设提供了其他物质方面的支持，因此我们会就事论事地去看待这个问题。

**Q：是否遇到过业主不理解、不支持业委会工作的情况？**

A：基本没有，我们业委会始终受到广大业主的支持和肯定的，因为我们代表的就是业主的利益。

**Q：对业委会的发展您有怎样的想法？**

A：现在业委会遇到的问题是“后继无人”。随着老一辈业委会成员的逐渐退出，年轻人参与社区事物的积极性还没有被调动起来，因此业委会也面临着难以组成的尴尬，甚至连政府要求的最低人数——7人都很难召集到。其实深圳是一个开放和有活力的城市，我们社区中也有很多私企老板，甚至香港同胞，所以我认为这些年轻人有条件、有能力参与到社区事务中来。现在我们天景花园已经成为社区共治的典范，我希望年轻的业主可以将接力棒传下去，成为真正意义上的社区主人翁。



物业服务中心：业委会的最佳拍档

深圳万科天景花园物业服务中心主管 吴思强

深圳万科天景花园物业服务中心主管吴思强 1999年来到社区,在这里已经工作了15个年头。说起业委会,对于物业服务公司而言它有一些“亦敌亦友”的味道,毕竟在很多问题中双方既有共同利益,也有互相较量的时候。不过在吴思强看来,业委会的出现对于物业服务中心而言,利远大于弊。

**Q&A** Q=《邻居》 A=吴思强

**Q：物业服务中心在工作过程中既面向业主，同时也面向业委会，在工作过程中这二者之间有哪些不同？**

A：面向业主更多的是日常的管理服务，比如有业主反映楼道没有清扫干净或者管理中出现了哪些问题，我们就要去及时解决；而业委会则更加宏观，比如我们提出一个年度或者季度工作计划，由业委会来裁定计划是否合适，有哪些地方需要改进。

**Q：业委会在物业管理中起到哪些作用？请举出一些具体事例。**

A：业委会起到的作用很多，最主要的就是与业主和政府进行沟通。比如我们社区改造，物业服务中心的职能是用业主的钱去做专业的事，但是如果业主的钱不够，就需要政府给予一定的扶持，此时业委会出面就比物业服务中心的效果好很多。因为业委会代表的是业主的心声和夙愿，而物业管理机构仅仅是和业主之间有合同关系，对其进行服务的，除非政府对物业服务中心有硬性的要求，这样二者之前才会有联系。比如政府要求各社区除四害，这时就要物业服务中心提出方案，完成具体的工作。

**Q：物业服务中心在工作中和业委会是否存在分歧？如何解决？**

A：最主要的问题还是在物业管理费的盈亏上。从物业的角度来说，我们当然希望业主的每一分钱都用到实处，并且实现收支平衡。但是随着物价上涨，这一点很难做到，业委会就会提出异议，最后大家协商解决。举个例子，我们进行小

区绿化，因为业委会也知道物管费的现状，所以想要达到最终的要求，他们就提出逐步绿化的方案，比如不要直接栽种乔木，而是先种植比较便宜的灌木，同时物业服务中心和业委会去其他项目收集多余的绿化资源，共同想办法解决问题。

**Q：除此之外，业委会对于物业服务中心的工作还有哪些帮助？**

A：最主要的帮助还是在于和业主的沟通。比如有些业主拖欠物业管理费，就需要业委会出面进行三方沟通，协调解决问题。当然，在其他社区事务中，业委会也起到了一个桥梁作用。

**Q：在物业工作过程中，如何去得到业委会的认可？**

A：其实很简单：第一，按照物业合同的要求去开展工作；第二，日常管理中尽量听取业委会的意见并及时汇报；第三，业主通过业委会反映的问题我们要全力去解决。归纳起来就是要将心比心，想业主所想，急业主所急。比如提前通知业主天气变化、台风来袭、管道维修等小事，就可以让业主避免很多麻烦。

**Q：业委会的创立对物业管理而言便利与麻烦哪个更多一些？**

A：应该说利远远大于弊，因为业委会的出现让我们的工作有理可依，一些个别业主的不理解或者不配合就可以由业委会来出面做工作，让我们的工作效率大大提高。





作为全体业主的代表,业主委员会管理监督的资金有很多,比如业主们缴纳的物业费、小区的专项维修资金、小区的停车费收入以及广告费收入等。如何管理使用这些费用,业主委员会在很大程度上是有决定权的。虽然业主委员会是由业主大会选举产生的,但是对于多数业主来讲,没有精力也没有耐心天天关注业委会的运作情况,这就给业委会的工作留下了腐败的空间。

## 利益诱惑下 业委会是否存在腐败

### 专项维修基金：沉睡的“诱惑”

专项维修资金就是我们通常所说的公共维修资金,由该物业内的业主共同筹集,业主按照缴纳比例享有维修资金的所有权,但使用权归全体业主所有,单个业主不得向银行提取自己所有的维修资金。正是由于专项维修资金金额巨大,并且启动使用手续复杂,因此,这笔巨款很可能在银行账户上度过漫长的休眠期,而这笔神秘的闲置资金,对于多数业主来讲,可能非常的陌生。“没听说过,不知道”这是多数业主对于专项维修资金的回应,大多数人在购房时面对繁杂的手续,可能根本没有时间理会这部分资金的缴纳,而对于多数物业服务公司,员工的回答也多是“听说过,但是真没用过。”

一般来说,申请使用维修资金之前,先要由物业服务公司或业主提出维修议案,然后业主委员会召开业主大会,向业主征求意见,经 2/3 以上的业主投票通过后,业委会做维修预算,将预算送往市住建局并递交申请材料,如果业委会不愿意亲自受理,也可以委托物业公司前去申请。接到申请后,相关部门会进行现场勘察,

并对报送的材料进行初审及公示。接下来仍然是全体业主投票,只有在社区 2/3 业主同意的情况下,相关部门才能进行审批,并将材料报送至财政部门进行复审,复审通过之后才能公开招标,划拨维修资金。这个过程严谨复杂,需要一定的时间和精力。

### 贪污不易、转存有可能获益

万科上海城花新区的业委会主任程红说,由于自己住的社区是 15 年的建筑,所以会有很多需要动用专项维修资金维修的地方,一般来说如果需要召开业主委员会进行投票的话,那么整个流程走下来时间会比较长,大约需要半年左右。近年来有不少的新闻媒体曝出开发商连同旗下物业公司挪用专项维修资金,业主维权处处受阻的新闻,除了监管制度不严格之外,个别地区相关部门纵容包庇也难辞其咎。至于业主委员会能否贪污这笔巨款,从手续上看几乎很难办到,关于专项维修资金的贪污,主要集中在转存银行这个环节,银行会动用各种手段来争取这笔存款,而这笔巨款存在哪个银

行,业主委员会是有提议权的,如果多数业主都比较信任业委会,没有异议的话,那么业委会的人很有可能通过全体业主大会,进而转存银行从中牟利。

专项维修资金并不能惠及某位业主,但是它是业主所居住房屋的“养老金”,在房屋公用部分保修期过后,它能够决定之后的日子,业主们是否能够生活在建筑以及配套良好的社区内。因此不难看出,巨额的专项维修资金是业主们所生活的家园的保障,它的神秘感仅仅是源于大众对它认知上的缺乏。如果你是业委会的一员,不妨从自身做起,向大众普及专项维修资金的常识,这样业主才能在需要的时候及时动用维修资金,保障家园的安全与便利,必要时候也能为自己维权。

### 小区自管、社区广告漏洞多

业委会原本是代表广大业主的利益,但是如果业委会又化身物业公司监守自盗,那么终究会损坏业主的共同利益。家住北京西四环某小区的张先生透露,自己的小区没有物业公司,小区实行自管,也就是不聘请任何物业公司,由业主委员会直接充当物业公司的角色管理社区。但是私下张先生却发现业委会主任私自成立了一个以自己为法人代表的物业服务公司,向业主收取物业费、停车费等。张先生认为,既然是实行自管,那么业主应该得到实惠,比如物业费不应该收那么高、停车费广告费等应该由业主共同分享利益,而不是都由业委会主任收入囊中。

除了小区自管问题多多外,即使有专业的物业公司,业主委员会也有可能权利寻租的牟利空间,比如小区广告商的入驻,业主委员会也有提议权和否决权,再加上多数业主在业主大会的投票过程中并没有实行监督权,只是简单地投赞成票,造成某些社区业委会的权力缺失监管,为腐败留下了很大的空间。

### 公开、透明、加强监督,有效杜绝腐败

对于业委会牟利一说,有些业委会的主任也觉得很委屈,丰台区某小区的业委会李主任介绍到,业委会的运作需要一定的资金,特别是其中资金管理都需要专业的会计人员,仅仅靠某些热心业主的参与是远远不够的。另外,组织业主活动、召开业主大会都需要一定资金,这部分资金有些是由热心业主捐赠的,有些是由物业公司负责的。因此,李主任认为,虽然物业委员会主要是由热心业主参与,但是还是需要有一定的收入才能维系正常的运转,是否腐败的关键,在于资金的管理是否透明。

物管专家舒舒心在接受法晚记者采访时说,在业主组织的法律制度设计中,既没有考虑组织运转所必需的经费来源和管理规定,更没有赋予业主在出现腐败时的罢免途径,是近年业委会和业委会主任被业主起诉增多的原因。因此,在相关法律更加完善之前,目前解决业委会腐败问题的最有效途径,还是要通过每位业主的监督。

物业无小事,它关系到每位业主的切身利益,不容忽视。

### 谁是专项维修资金的主人?

专项维修资金由业主按照缴纳比例享有维修资金的所有权,当房屋所有权发生变更时,业主应当向受让人说明住宅专项维修资金交存和结余情况并出具有效证明,该房屋分户账中结余的住宅专项维修资金随房屋所有权同时过户。受让人应当持住宅专项维修资金过户的协议、房屋权属证书、身份证等到专户管理银行办理分户账更名手续。

### 什么样的费用不得从维修资金中支出?

1. 依法应当由建设单位或者施工单位承担的住宅共用部位、共用设施设备维修、更新和改造费用。
2. 依法应当由相关单位承担的供水、供电、供气、供热、通讯、有线电视等管线和设施设备的维修、养护费用。
3. 应当由当事人承担的因人为损坏住宅共用部位、共用设施设备所需的修复费用。
4. 根据物业服务合同约定,应当由物业服务企业承担的住宅共用部位、共用设施设备的维修和养护费用。



## 七嘴八舌 话说业委会

业委会的话题距离每个业主很近也很远,以下几位受访业主来自不同城市的不同小区,他们对于业委会的切身感受反映了当下众多业主的种种心态。

### 业委会成立与否影响不大

我从 2009 年开始住在万科新里程小区,我感觉小区的物业管理水平还是不错的,业委会是不是成立影响不是很大。

万科物业的工作做得挺细致,小区的安全、绿化、卫生、维修这些方面都比较到位,家里的老人和孩子住得都挺满意。

万科物业是万科品牌的一个标志,小区物业费每平米 1.8 元,开始觉得有点贵,后来觉得这个价格还是物有所值的,因为物业费和物业服务水平是成正比的,最近听说物业费要涨到 2.3 元,我也是赞成的,因为能够获得更好的服务就是值得的。

如果说有问题的话,小区的高区常有停水的现象,物业说是管道老旧造成的,希望这个问题能得到解决吧。

沈阳万科新里程小区业主 高在正

### 业主参与业主质询会最好

在没有了解到业委会的具体工作之前,我感觉业委会的工作跟我完全没关系。因为作为普通业主,我没有义务也没时间去共同协同管理小区。但是自从小区业委会更换了物业公司之后,我感觉到了业委会工作的力量,小区管理更好,服务态度更好,这的确是有益于每一位业主的重大改变。潜藏在小区运营里的腐败,表面上也许不会影响业主的正常生活,比如绿化公司的招投标、安保公司的选择、采暖公司的选定等,但这些腐败一定会影响到这些专业公司为小区服务的效果。物业费没有用到实处,业主利益没有实现,这其中就一定存在腐败,就想知道我们的钱用去了哪里? 我们的哪些利益别悄悄剥夺了? 我是否也要积极主动交物业费? 关心的这些问题,在我们小区每星期都有一个质询会,能对业主大会的秘书提问并得到解答,这一点非常好。以后如果有网络直播不用亲临现场问答就更理想了。

北京世茂奥临花园小区业主 罗伯特

### 小区成立业委会不了了之

我所住的小区业委会还没有成立,但个人觉得成立业委会还是很有必要的,因为小区的物业服务有不尽如人意的地方,比如地下车库总有乱停车的现象,小区出入大门安保不够严格等,和物业提过意见,但没有明显改善。所以去年的时候我和几个邻居牵头想成立业委会,但最后因为人数未达标不了了之,物业对成立业委会的态度基本可以用阳奉阴违形容,不过这种态度也是可以理解的。有朝一日,还是希望业委会能成立,更好地维护小区业主的利益。

北京乐成国际小区业主 李宁

### “监委会”、“执委会”共同组成业委会

我非常荣幸能成为深圳景洲大厦的业主。作为中国社区业主自治转型、社区治理制度的创新社区,“景洲”模式的独创之一是:淡化业委会成员的权力角色,业委会分设两个机构:业主大会执行委员会、业主大会监督委员会。“执委会”由业委会成员担任,负责小区物管合同的监督履行和小区日常事务的协调等;“监委会”由业委会成员和小区业主监督代表共同组成,负责对小区维修改造项目的审核审批和小区业主基金的财务收支监督等,任何一个业主均可报名担任小区业主监督代表。两个机构各司其职,相互制约,这样的结构得到了我们全体业主的极大信任。

深圳景洲大厦业主 阿福

### 身为业委会成员的切身感受

我今年 62 岁,退休了,被大伙推选上进入小区业委会工作的。新里程业主委员会今年刚成立,一共 7 个委员,2 个女的,5 个男的。平均年龄都得 50 以上。年轻人要上班,没有时间参与。

目前业主委员会开过 2 次会,每次都提出问题,跟物业协商解决。我们 7 个人都聊得很舒畅,物业小经理人很好,也非常配合工作。

万科物业服务还是非常好的,住的很舒服。平时水管什么的坏了,打电话给物业,24 小时上门维修。停水停电时,电梯从来不停。逢年过节,张灯结彩,增加了我们这些退休老年人对生活的热情。我们小区入住 5 年多了,入住率也很高,但是到今年电梯里的保护板还没有拆,显得破破烂烂的。家里来亲戚,他们老说,全沈阳就你们这电梯最破。业委会跟物业提了一下,很快就弄得干干净净的,整的非常满意。

最近,万科要涨物业费,从原来 1.8 元涨到 2.3 元,80% 业主都不同意。周边楼盘物业费普遍 1.5 元,配套特别好的小区才不过 1.8 元,我们园区小,没有活动设施,没有会所,物业费起点已经很高了,还要继续涨价。我们业主委员会去跟物业协商,物业经理也很诚恳地说,咱们小区 12 栋楼,3 个门,聘请的保安多,这几年保安工资涨的厉害,物业公司持续亏损。如果不涨物业费,万科物业只能撤出小区了。我们能理解他说的情况,虽然心里还是觉得贵,但没有办法不同意涨价。要是万科撤出了,小区环境肯定变差,满地垃圾,影响心情不说,咱们买的房子肯定贬值。所以,我签字同意了,还要给邻居们做劝说工作,从保护家园出发,虽然每年多交五六百块钱,为了好的环境也值得。涨价,还是让业主心里不痛快,好些人想卖房子了。

沈阳万科新里程小区业主 张菊芬

### 不了解业委会有什么职能

觉得业委会和自己没什么关系,也没有感觉小区一定要成立业委会,曾经有邻居发起过召开业主大会,平时事情比较多没有参与,对于业委会具体有什么样的职能,说实话也不是很清楚。

珠江风景小区业主 萝丝

### 业委会成员由业主们投票选出

我是 2013 年 1 月入住长逸花苑小区,对于物业服务水平总体是满意的。小区业委会是去年成立的,那时小区的业主们都参与了投票选举业委会成员,最后选出了 5 个相对热心的业主担任业委会成员,业委会作为业主和物业之间沟通的桥梁,有业主反映情况他们会向物业反映,能解决的问题及时解决,不能解决的给大家做出解释。

业委会的成立还是很有必要的,因为业主们群龙无首,需要有这样一个组织出面代表业主们发声,维护业主利益。

苏州万科长逸花苑小区业主 王永山



# VARIETY QUEEN AND FAIRY PRINCESS

杭州良渚文化村阳光天际安妮一家

## 百变女王与精灵公主

编辑、撰文 / 杜鹏硕 摄影 / Summit

### 封面家庭档案

家庭成员:小朱、安妮、女儿奇奇

社区:杭州良渚文化村阳光天际

居住时间:4年

在采访安妮之前我已充满好奇:从同事那里看到她的照片,一名手持杂志的摩登女性,看上去很有时尚女王的feel;自媒体的信息中又透露她是个热爱聚会的派对女王,满是各种奇思妙想的活动主题;在采访当天还听到熟悉阳光天际每一位业主的保安小哥说,她是小区里最漂亮的业主,远近闻名。种种信息汇总到我这里,心中不免疑惑,究竟是怎样的奇女子才能如此姿态万千。答案从见到她的第一眼开始浮出水面。



眼前的安妮是一名典型的“南方女子”，小巧精致，声音轻细，再加上那一身旗袍装扮，应着阳光天际的景儿，真有点梦回水乡的味道。和她一同出现的是一位打扮有些中性的小姑娘——奇奇，今年6岁，是安妮和老公的宝贝，透着古灵精怪的个性，只要眼珠一转，不知又会想出什么鬼点子。

安妮在怀孕之前从事过很多工作，广告策划、设计、外贸进出口。后来有了奇奇就开始专心做她的家庭主妇，回归家庭。她的很多“才华”也是从这时开始显露出来。

#### 生活达人秀

回归生活的安妮身上的标签也逐渐多了起来，她自己最喜欢的称呼自然是“派对女王”。

安妮举办派对的初衷就是为了“好玩”，朋友聚在一起，搞一个主题，开开心心地度过一晚，

在安妮看来就是派对的最大快乐。因为主题丰富多彩，而且每次的气氛都很好，久而久之，安妮的派对就在小圈子里出了名。为了让朋友们都有机会分享快乐，有时她会在微博上提前通知，有兴趣的朋友可以找她报名，比如去年的旗袍派对，就有150多人参加，在私人派对中算是颇具规模的。因为安妮的点子多，所以每次派对的主题也都各具特色，有圣诞节、万圣节这样的节日主题，也有烧烤、饺子这样的美食主题，或者是中国元素、星光这些具象或抽象的主题。总之，在安妮看来，万事万物都可以作为派对的主题，只有想不到，没有做不到。

除了派对，安妮另一大兴趣爱好就是摄影。她的作品并不是那种艺术气息浓烈的摄影大片，而是立足于生活，把生活的点滴记录其中，更像是一卷生活的胶片，可以在大银幕上滚动播出。她曾经用相机连续七天拍下一位邻居的早餐，只

因为她觉得这位邻居的早餐丰盛美观，像晚餐一样精致；更有意义的是，她用相机记录下一位朋友从怀孕生子到孩子逐渐成长的经历，跟踪拍摄多年，用图片讲述了一个充满爱意又弥足珍贵的生活故事。而这些内容都收录在她自创的一本独立艺术杂志《Annexe》中。

这本杂志印量不多，只有3000册，除了将一部分赠送给亲朋好友，安妮还将部分杂志送给《钱江晚报》，有喜欢的读者可以去报社领取。而出人意料的是，仅仅一天工夫，《Annexe》就被抢阅一空，其受欢迎程度超出了安妮的想象。她说：“这本杂志其实记录的都是我身边的人和

文字也很少。我想之所以大家喜欢这样的读物，是因为它里面都是最平实、最简单的生活，而这种生活也是最打动人心的。”

正如安妮所说，《Annexe》是一本将生活艺术化的杂志，里面既有装修指南、早餐攻略这样的实用内容，也不乏很多绘画作品，而这些画作中包含了新锐艺术家的油画、6岁小朋友的铅笔画，以及安妮自己的简笔画。在这本杂志中，每一个普通人都是生活的艺术家。

浙江影视集团的策划总监王群力先生曾经在这本书的序言中笑称安妮也许是中国的可可·香奈儿，因为他非常认同这种灵感来源于生活的创作方式，他说：“从个人出发，追寻美的



真谛,分享,是法国艺术得以在全世界产生影响的一个核心。这就是为什么法国的很多艺术思想都诞生在咖啡馆而不是其他地方的原因。”安妮就是这样一个人,她喜欢聚会,喜欢烹饪,喜欢绘画,喜欢摄影,甚至很多手机照片也会成为《Annexe》中的素材,因为一切和生活相关的美好都是她所追求与分享的。而在这美好的生活中,奇奇是不可或缺的一部分。

### 精灵小公主

在安妮的家中,除了《Annexe》,还有几本关于奇奇的杂志,或者说图册,当中有些是用漫画勾勒的奇奇,有些则是安妮镜头中的奇奇。其中一本图册的封面虽然画着一个短发的小姑娘,但那分明是一张成人的面孔,透着几缕心事与狡猾。我偏爱这个封面,因为这才是那个调皮的精灵小公主。

奇奇是个开朗外向的女孩,喜欢围着妈妈转,

特别是采访当天难得不用去幼儿园,这可让她高兴坏了。当我问她不喜欢去幼儿园的因由时,她不假思索地说:“因为那里不自由。”哦,原来奇奇是个追求自由的女孩儿。

这一点从她音乐的曲风中我便能感受出来。一把儿童专用的小吉他在奇奇手里不像是一个玩具,而是她纵情表演的伙伴。一曲《You Are My Sunshine》虽然透着暖暖的温馨,但是自弹自唱的表演终了,奇奇却拿起吉他摆出摔吉他的造型,表情也与舞台上那些摇滚明星一样充满激情与爆发力。安妮笑称奇奇有一颗摇滚的心。

其实活泼奔放只是奇奇的一面,大概是遗传了妈妈百变天后的基因,奇奇也是动静结合,有她安静沉稳的一面,特别在她下围棋的时候。围棋一般是男孩子的爱好,但是奇奇却对它情有独钟,不仅水平不错,而且是发自内心地喜爱这项智力运动,总想和老师切磋技艺。

对于奇奇的这些爱好,安妮都很鼓励,她不想为孩子规划一条过于严苛的线路,而是由她选择自己喜欢的事情,释放自己的天性。别忘了,奇奇可是个追求自由的女生。

现在,安妮已经创办了自己的工作室,从事一些设计工作,虽然刚刚起步不久,但是她已经有了一个长远的计划。今年奇奇就要上小学了,安妮也有更多的时间回归到自己喜欢的事业中。不过说起这种转变,她也是喜忧参半,安妮说:“会有一些失落,毕竟从婴儿时期把她带到这么大,突然间在一起的时间少了很多,这种角色转换恐怕一时难以适应。”没想到还有能够让安妮感到苦恼的问题。

采访结束,母女俩在自家的院子里拍照。刚才还是一身帅气西服的奇奇换上了与妈妈一样的旗袍,立刻变身淑女。这真是一个有趣的家庭,也许短短两个小时里,我无法欣赏到百变妈妈和自由精灵的每个精彩侧面,但就像家里墙壁上挂着的那些油画一样,她们新鲜明快、丰富多彩的生活早已在瞬间打动了每个走近的人。



### 幸福问卷

答题人:安妮

**Q:和家人在一起最快乐的事是什么?**

A:一起出游,享受旅行中的快乐。

**Q:全家人最难忘的一次经历是什么?**

A:三个人意见不统一,每个人都有自己心中最难忘的一次经历吧。

**Q:老公如何看待您现在的设计工作?**

A:他平时工作比较忙,但是又很恋家。对我的事情他都很支持,特别是现在的事业,他也给予我很大的精神鼓励。

**Q:您是怎么理解幸福的含义的?对现在的生活状态满意吗?**

A:幸福也可以是一种表情,幸不幸福是可以从脸上看出来的。非常满意。

**Q:你如何看待邻里关系对居住感受的影响?对目前的邻里关系满意吗?**

A:邻里关系占了居住生活中挺重要一部分。友好的邻里关系能让人觉得温暖安心。我们现在的邻里关系非常好,大家有时间也会在一起聚会聊天。

**Q:你如何看待物业服务对居住感受的影响?对目前社区的物业服务满意吗?**

A:物业服务对创造良好的生活环境非常重要。对目前的物业服务还是感到满意的,但是当然希望能够更好了。

## 张竹筠 书画入境

撰文、编辑 / 王佳庆

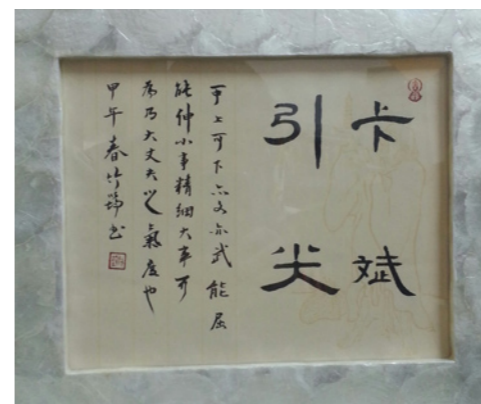
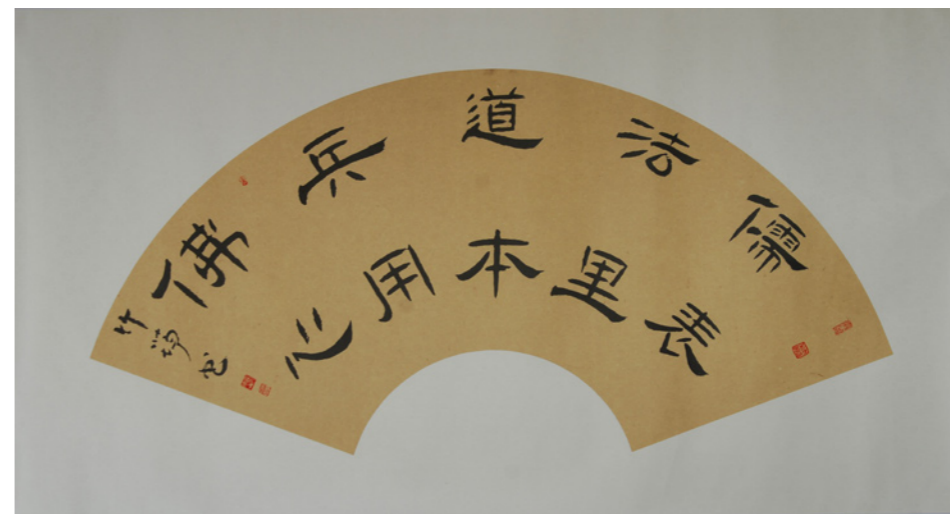
在越来越多的人喜欢以书画附庸风雅的时代,已经很少有人能够真正静下心来沉浸于书画世界、体味书画作品带来的美好。身为广州市书法家协会常务理事、广州市书法协会副会长的张竹筠,却在身体力行地践行着书画入境的生活方式。他认为,书画并不是用来炫耀的噱头,而是实实在在契合在生活之中的历练与享受。



### 芳邻档案

张竹筠  
职业:企业高管  
社区:广州万科四季花城

张竹筠关于书画的头衔有很多:北京京华印社常务副社长、齐白石篆刻艺术传人、颖拓艺术(北京市非物质文化遗产)第五代传人、中国航空书法协会会员、广东省书法家协会会员、广州南粤印社副社长、北京吴图南武术研究社会员、广州日报书画院顾问、广州墨缘楼书法研究会顾问等,可见书画艺术在张竹筠生活中的地位之重以及他在业内的知名度之高。出生于1964年的张竹筠,自1985年从北京航空航天大学毕业后便开始把业余时间放在书法、篆刻上,为了让自己的艺术造诣更上一层楼,他还曾拜齐派篆刻大师宋致中先生为师学习篆刻和颖拓艺术。“我自己感到没有艺术爱好的人生是不够完美的,德国大哲学家尼采曾经讲过‘惟有艺术能够拯救人生’,人生奋斗和追求的就是一个境界,艺术化的人生和生活就是‘禅’的境界。艺术创作所表现的这个境界,同做人、做事(经营管理)、做学问所追求的境界是一致的。”张竹筠这样形容书画艺术在他生活中的地位与作用。他在北京航空航天大学学习生活了23年,于2002年被评为教授。2003年张竹筠响应广州市委的号召,来到了广州工作,在广州一待就是十多年,现在已经是大型国有企业集团负责运营的总经理张竹筠,仍然没有改变从大学就养成的习惯——笔不离身,随时练习。



作为大型国有企业集团高管,张竹筠日常工作头绪多、年度预算目标压力大,按照岭南集团的战略目标,营收每年要保持两位数增长,日常工作安排都是按照分钟计算,他的工作压力可想而知。尽管如此繁忙,但张竹筠仍然能够巧妙地用时间叠加法处理繁忙工作和书法爱好的关系。除去网络办公文字录入外,他平常所有的记录、批示一律用毛笔,可谓毛笔不离身,随时随地练习书法。日常生活中用毛笔办公可能会给人很奇怪的感觉,但在张竹筠心中,这正是历代书法大家再正常不过的生活方式了:“其实过去历史上的所有书法家都是这样,书法在于日常应用,不在于显摆所谓的艺术特性,当然,工作之余夜深人静读碑帖,对我来说也是一种享受和有效休息。”

除了修养自身心性外,张竹筠还非常热心于推广书法艺术。作为万科四季花城业主的

他,还身兼花城书画社名誉社长的职位。花城书画社作为一个民间团体,完全由社区爱好书画的业主们自愿组成,大家相互交流作品,能者为师,相互学习。在书画社社长郭道松眼里,张竹筠是一个非常热心于书画事业的人,虽然日常工作繁忙,但他会经常参加书画社的各种展览活动,还会经常捐款支持书画社的活动。作为一个非盈利的民间团体,张竹筠把书画社当作一个交流及提高自己艺术修养的平台。在未来,他还希望把书画社办成全国物业小区最具影响力、最具万科社区人文特征的“民间”协会。这种“野心”并不是为自己,而是为了他心爱的书画艺术,为了让更多人的生活中能够有书画入境的美好感受。



# CHEERFUL LIFE OF SENIOR CITIZEN

## 从老龄到乐龄的魅力转身 ——无锡魅力之城打造社区长者圈

编辑、撰文 / 杜鹏硕 图片由万科物业提供

“乐龄”一词源自新加坡,是对 60 岁以上年龄段人群的别称。乐龄所表达的意义就是开心、快乐、愉悦、惬意、潇洒,甚至是幸福、享受。因为人生到了退休年龄,养儿育女的烦恼没有了,竞争激烈的工作搁下了,生命出现前所未有的自由和轻松感,因此应当开始快乐地享受生活了。

随着中国逐渐进入老龄化社会,让退休老人们从老龄变成乐龄已经成为一个社会课题。丰富老年人的生活,让他们不仅老有所依、老有所养,更要老有所乐,这也是万科社区一直努力的方向。



无锡魅力之城(城市花园)社区是无锡万科的一个大型社区,据2013年统计,社区中的常住老年人口有1027人,如果加上迁徙式的暂住老人,这个数字还要更多。如何让这些社区里的长者能够在魅力之城享受快乐丰富的退休生活,成为社区物业的一个课题。

2011年,魅力之城在二期设立了长者服务中心,核心宗旨就是帮助业主组建长者社团。在社团组建之初,长者服务中心起到了非常重要的引领作用。他们邀请社区里曾经从事文体工作或有此方面特长的业主牵头,由他们做社团领导者,从而形成以这些骨干为核心的社区长者圈子。

不仅如此,在社团建设之初,诸如活动场地、经费之类的客观问题也多由物业提供支持和协调,使这些长者社团能够拥有良好的发展空间。时至今日,无锡魅力之城已经拥有舞蹈队、腰鼓队、健身球队、太极拳队、木兰扇队、手工社、合唱团共七个长者社团,其中一些还取得了不俗的成绩,代表魅力之城参加无锡市的比赛,并收获好评。

在精神建设之外,无锡魅力之城的长者服务工作还包括对长者身体健康和生活方面的关怀与照顾。长期以来,魅力之城每月都会在一期的广场上举办“敬长公益日”活动。活动会邀请医院的大夫进行义诊,量血压、测血糖,讲解养生知识;还会邀请周边大学的公益组织以及无锡市的一些慈善基金会在社区中举办长者学堂,丰富社区长者的生活内容。

而以上这些还不是无锡魅力之城长者服务工作的全部。为了迎接老龄化时代的到来,也为了给更多的社区长者提供舒适的生活空间,魅力之城全新打造的老年公寓即将在今年的10月31日交付使用。这套包含了216户的老年公寓是专为老年人量身打造的新型社区,设计布局更方便老年人的生活。不仅如此,这里还配备一个养老



服务会所,专门为老年人提供上门居家养老服务,以照顾有需要的老年业主。

总体来看,无锡魅力之城的长者服务之道更注重软件方面的投入和成效,会所经理宋晓婷说:“与北京长阳半岛社区的长者服务中心相比,我们没有那么先进的硬件设施,而是更注重社区长者圈子的建设,从目前来看,已经取得了一定的成绩。除此之外,养老服务会所也更侧重服务性质,主要为老年人提供居家保洁之类的上门服务,以方便他们的生活。”

从某种程度而言,软性投入往往比硬件投入更加考验物业的工作能力。据宋晓婷介绍,这些长者圈活动经费大都需要物业部门自己想办法,除了政府部门的拨款,物业还要寻找企业进行赞助,而更多的活动则是物业与公益组织沟通,为社区进行义务性质的支持,这些都需要物业进行大量的工作。

值得一提的是,无锡魅力之城的长者圈子可以被看成是全国万科社区的一个缩影。这样的老年社团几乎在全国的每一个大型万科社区中都可以看到,这也是万科关注社区老龄化问题的体现。在去年接受本刊记者采访时,万科集团副总裁兼物业事业部执行官朱保全先生就曾经讲过:“养老不是一门生意,而是一个社会问题,是每个人都要经历的人生阶段。作为一个有责任感的公司,我们与其被动接受还不如主动出击,尽我们的所能,搭建一个好的平台,为每位业主服务,让他们更喜欢住在万科社区。”

#### 强身健体太极拳

太极拳是一项强身健体的运动,老少咸宜。在无锡魅力之城也有这样一支太极拳队,他们几乎每天

定点练拳,成为社区中一个颇受关注的社团。而说到魅力之城的太极拳队,就不得不提到它的带头人,也是拳友们的老师——高文道。

高老师今年72岁,八年前检查出肾癌,通过手术摘除了一个肾。那时高老师的身体很不好,经常化疗导致食不下咽,身体日渐虚弱。后来在老伴的鼓励下,他报名参加老年大学,开始学习太极,直至今日。

三年前,高老师一家搬到魅力之城。他锻炼太极的热情丝毫不减,为此每日都在社区里打一套太极拳,这也吸引了不少一期业主与他一起习拳。慢慢地,大家劝高老师走出一期,去社区外试试看,没想到一下子就吸引了数十位业主与他一起打拳。去年,高老师还获得了“江苏省体育辅导员证书”,算是持证上岗的专业老师了。

说到太极拳队的发展,高老师只是坦然地说:“我每天都要接送孙子到城里上学,所以只有晚上才有时间在社区里打拳。有人要给我一些学费,或者是录音机的电费,但是我都回绝了,因为即便没有大家在这里一起打拳,我自己锻炼也要有这些开销的。我现在身体很好,基本连小的感冒都很少得,这就很有说服力,吸引大家和我一起习拳。”

如今,魅力之城太极拳队在高老师的带领下已经有五六十人,其中不仅包括一些老年业主,还包括中青年的太极拳爱好者,甚至一些外国友人也加入其中。而他们所打的东岳太极也是集各门派太极之精华,动作幅度小,适合老年人锻炼。现在除了天气原因,基本上太极拳队每天晚上7点整都会在社区外的商业街上打拳锻炼,成为魅力之城健康生活的一个符号。



## 健康快乐广场舞

说到广场舞,大部分人总会把它与“扰民”和“纠纷”联系在一起。其实广场舞本身是一项令人身心愉悦的运动,只要把握好邻里关系,广场舞不仅不会成为社会问题,反而是团结社区的好活动。

魅力之城的广场舞社团一路走来并不容易,据社团负责人邱瑾老师介绍,舞蹈队一开始没有固定的活动场地,后来物业帮忙解决了一定的问题,安排了一间屋子,直到最近,她们才将社区外的商业街作为固定的场地进行活动。舞蹈队每天早晚各活动一小时,舞蹈的内容全部是邱老师自己从网上学习,然后再一个动作一个动作地教给队员。每月大概要学三四部新舞蹈,三年累积下来也有两三百部了。邱老师说:“我们的舞蹈基本都是紧跟时代潮流的,弘扬主旋律,积极向上,从最开始很简单的动作到现在大家的舞蹈水平逐步提高,掌握的舞蹈动作也越来越多。”

虽然舞者本身热爱这项运动,但是广场舞的社会问题现实存在,为此,舞蹈队也做了大量的工作,邱老师说:“投诉当然有,但我们的原则就是不和投诉业主产生任何冲突,对方提意见我们就放低音量,尽量不扰民。”让邱老师印象最深的是一位70多岁的业主,他曾经多次去物业服务中心投诉广场舞队,而且与舞蹈队的矛盾比较深。后来邱阿姨就和舞蹈队的队员们上门致歉,并且经常与这位业主进行沟通,拉家常。经过了多次的交流,现在这位

业主不但不再投诉,而且还会主动和队员们打招呼,关系十分融洽,这让邱老师十分感动。

现在,万科魅力广场舞队已经有七八十位队员,并且获得了广泛的认可。虽然她们在无锡市比赛中荣获三等奖的佳绩,但是比起成绩来,邱老师更看重舞蹈队本身的魅力,她说:“作为一个业余社团,走到今天很不容易,但是我们的目标其实一直很简单,就是锻炼身体。除此之外,在舞蹈队里还能广交朋友,促进邻里团结,这都是舞蹈队积极的一面,它为我们这些退休老年人提供了一个走出家门的舞台。”

## 自娱自乐合唱团

与魅力之城的其他社团一样,这里的业主合唱团也是自发组织的社团,不过和其他社团颇具规模相比,可以说合唱团才刚上路呢。

许惠冰是目前合唱团的团长,按照他自己的话说,就是负责一些组织工作,其中还包括打扫卫生、烧热水等,基本上就是服务工作。这也难怪,魅力之城合唱团从创建之初就本着自娱自乐的精神,重在从歌声中获得快乐,所以大家对待活动的心情也相对轻松,并不苛求严格的组织纪律和成绩。合唱团的老师和伴奏一直是业主自己兼任,水平不算高超,但是大家乐在其中。

随着今年三月初一位新业主的加盟,合唱团的面貌发生了改变。这位业主名叫李梦洁,是一位十



分专业的声乐老师,在她的义务辅导下,合唱团的水平正在稳步提升,这也吸引越来越多的业主加入到合唱团中。出人意料的是,这倒成了许老师幸福的新烦恼,他说:“原来我们每周参加活动的人数大概是二三十人,现在则达到了六十多人,但是我们的活动教室空间非常有限,已经坐不下了。另外,新老师也比较忙,很难保证长期为我们提供义务指导,无论是硬件条件还是师资力量,其实我们都难有保证。”

现在,合唱团每周二晚上练习一个半小时,场地是由物业服务中心提供的一间教室。虽然环境和设备都很简单,但是许老师却十分乐观,他笑着说:“目前我们的宗旨就是自娱自乐,社区有活动我们就积极参加,展示自己的风采。如果以后合唱团能够闯出名堂,可能就会得到一定的支持。目前来说,我们就是让这些热爱歌唱的人聚在一起,找一个轻松的地方释放热情,享受退休生活。”

## 多才多艺文体圈

之所以把接下来要介绍的长者圈统称为文体圈,是因为这个圈子并不是由一个活动队组成,而是包括了腰鼓队、木兰扇队、健身球队等,是一个综合性质的文体活动队。说到这个活动队,不得不提到一位多才多艺的带头人——瞿淑英阿姨。

瞿阿姨在搬进万科魅力之城以前就热爱文体活动,在原来的社区参加了各种活动队。住进魅力之城后,她坚持锻炼,在社区里掀起一阵文体风,带动了周

围的邻居一起加入到她的健身活动中来。她们将几种活动穿插进行,一周的时间里把几种内容都安排到,当有演出任务时就集中精力排练需要的节目,井井有条。

队员们每天上午锻炼一小时,晚上也进行活动。由于广场舞扰民的问题容易造成社区纠纷,她们就严格按照市里的规定在晚上8点前结束,而且尽量压低音量。有趣的是,她们的活动不仅吸引老年业主参与其中,还吸引了很多小朋友们来作观众,每天都有很多社区里的小伙伴聚精会神地观看她们排练,乐此不疲。

现在,这支文体队不仅成为了魅力之城中的一道风景线,而且她们走出社区,在街道和无锡市都展示着自己的风采。在刚刚结束的2014无锡国际马拉松赛上,我们就看到了这些热情洋溢的叔叔阿姨们尽情地舞动着健康的体魄,为这项国际赛事带来独有的中国韵味。不过这些演出和比赛的机会也为瞿阿姨们带来了烦恼,她说:“我们现在的腰鼓、健身球、木兰扇这些器材都是队员们自己购买的,但是参加比赛的话,我们的服装还需要有组织能够支持一下,毕竟我们不能每次演出都穿着同样的演出服。经费成为我们未来发展中的一个瓶颈。”

今天魅力之城这支以瞿阿姨为首的文体队已经有五六十人,她们当中有些只参加其中的个别项目,有些则是几个活动全部参与。对于这项有利于身心健康的活动,大家热情高涨,也都获得了家人的支持。每当锣鼓点敲响时,你就知道,魅力之城这支活力四射的老年文体队又要在社区中释放青春不老的正能量了。





## 繁华深处有茶香

撰文、编辑 / 金春

《品》悦时光生活坊位于辽宁鞍山万科城市花园最东侧，走进店铺，仿佛置身惬意的自然中，大量不经雕饰的原木家具、大小绿植、风格复古的茶具及摆件，可以让人忘记时间。

“以茶为媒，以茶会友，以培养茶艺人才为己任，弘扬中国传统文化，让更多的人爱茶、事茶、知茶、惜茶”是店铺创办者付女士的心愿。在古琴曲缭绕中品味着茶和咖啡香，小憩片刻，相信每个人都能在此找到驻足的理由。



《品》悦时光生活坊位于万科城市花园最东侧，主要以品茶为主，也有咖啡、甜点。同时也有各种培训，有茶艺、香道、咖啡、烘焙、英式调酒。

《品》悦时光生活坊的创办者付女士从茶室的创办之初到现在一直亲力亲为，整个过程都参与其中，从店面整体图纸的确认到每个小物件的挑选：“店面以健康、绿色、古典为主题，这里的每一个随意陈列的物件，都收藏了自然的沧桑的故事将自然元素充斥在每个角落。我们店的整体风格是偏向原生态的，店里有大量的绿色植物，家具都以风格古朴的原木制成，模仿了大自然的环境，让人一走进就会觉得心旷神怡，身心都得到放松。”

付女士介绍说，将店面选址在万科的原因在于万科紧邻东山山脉，地势起伏原生植物众多，舒适、质朴、空气好，是个不错的度假小镇。而且万科社区的人群整体素质比较高，符合他们对目标客户的定位。

店铺风格很富有文化底蕴，很难想象付女士是

名刚满 30 岁的 80 后，其实她过去的工作经历中并没有相关的经验，开设此店铺全是出于浓厚的个人喜好：“我本身就喜爱茶艺、香道、咖啡、烘焙与调酒，所以想要与每个人分享这份文化底蕴。能在茶室中结交新朋友是最开心的事情，以茶会友，每个新朋友都有深厚的内涵，和美好的品质。”

付女士曾经系统学习过茶艺，对于茶品的挑选也别有心得，一品伏茶是她特别推荐的一款茶品：“这种茶主要成分是黑茶，还加入了金银花、夏枯草、甘草等十几种中草药，特别适合伏天饮用，有清凉祛暑的功效。”

以茶为媒，以茶会友，以培养茶艺人才为己任，弘扬中国传统文化，让更多的人爱茶、事茶、知茶、惜茶。这是《品》悦时光生活坊在创办之初就确立的经营目标，每个月这里都有茶艺培训，此外还有香道、调酒、烘焙培训，伴随着悠扬的古琴曲，让人可以忘却室外的繁忙，在这世外桃源般的原生环境中，欣赏着回味着心灵的宁静与放松。



## 伦敦和英格兰西北角

编辑 / 王佳庆 撰文 / 老爱因斯坦

新买的 3D 打印机在一旁工作,发出机械特有的那种脉冲声响,收拢心智回到 5 月初的英国之行。因为在泰晤士河边晨跑时就觉得应该记录下这次的一些感受。

### 作者简介:

老爱因斯坦,原名钱源,建筑师,就职于万科集团设计管理部。关心城市发展,社区建设,以及日新月异的技术革命下会产生的生活产品。从建筑师变成产品经理是万科不断给予作者的体验和经历,这段经历让作者的思考越来越靠近人而不是物理空间本身。这也是这一系列会在《邻居》上发表文章的思考主线。



### 走过千年

巴黎的伟大也许是因为在一个独裁且高效的状态下形成的统一而完整的城市形象,都那么高,都那种风格,都放射性地存在在既定的规划轴线系统上。

而伦敦是千年的积累,泰晤士河两岸新旧各异的房子,虽然不完全自然生长,但也充满时间留下的多样性和不确定。而这种穿越千年是在某个地点集中体验的,当人站在千年桥的中间,向北是圣保罗大教堂,向南是泰特美术馆。圣保罗大教堂最早修建于公元 7 世纪,多次被破坏后重建,现在看到的是 17 世纪时的样子。千年桥是 1999 年建成的,虽然建成初期由于种种原因饱受争论,但现在看起来它还是这个地球上工艺水平、造型以及设计最好的步行桥。而泰特现代美术馆是由 battersea 发电厂改建而成的,改建使一座工业建筑变成了世界上最重要的文化设施,对于城市而言这就是一种重生。所以每次站在千年桥上就好像走过一千年得到重生的样子,一边连着悠远

的历史和宗教变迁,一边连着现代工业到文化的转变,脚下是工程技术的结晶也是每个超越时代的建筑会经历的不被理解、充满误会和逐渐释然的过程。

伟大的城市,尤其是那些现在依旧扮演重要角色的伟大城市,如巴黎、伦敦、纽约或北京,它们都在面临着国际化带给他们的海洋般的机会。在这些机会下,它们在迅速地变化。这些变化包括越来越人文、艺术、金融、昂贵。而人文和艺术似乎是历史留给他们的,因为当年城市里住了大量贫穷但有创造力的艺术家、作家,大城市的信息和便利催生了文化和艺术,这些人文的东西现在看来是所有新鲜城市心向往但无法实现的。而金融和昂贵是现在的结果,越来越多资源想占领这些人类的结晶,所以大城市们越来越多地向原本给予它们的文化、艺术的那些落魄艺术家、作家关上大门,甚至让年轻的一代也难以轻松生存。在感叹城市伟大的同时,也胡思乱想了很多,也许这就是在泰晤士河边奔跑的感触吧。



### 回到自然

很多美好不是计划出来的,比如遇上伊甸园。康沃尔郡的伊甸园项目在英国遥远的西北角,从伦敦市区出发,坐火车和汽车的时间都是6小时才能到达,所以我们选择了飞机。登机后被告知飞机坏了,需要更换通讯设备,下机等待。7个小时后我们起飞了,终于在傍晚抵达目的地,行程用时共9小时。

城市不大,都不能算是城市吧。在遥远的边陲,永远无法想象它会是英国人民选出的最好公共建筑,也无法想象它一年接待超过100万游客,更无法想象这是在一个叫做St Austell(仅有不到2万人)的小镇外围的人造热带雨林。

原来这里是废弃的矿坑,边上还有垃圾焚烧厂为之提供热量。在一个不可能再开发的地方创造了世界上最大的温室,至少是最大的之一。对于这个地方我听说过很多次,本对植物不敏感的我开始并没有更多的感受,但当身临其境才发现自己认知的局限和想象力的浅薄,可是即便到现在还是很难找到明确的词去形容当时的感觉。作为一个产品人,我只能乏味地从产品角度来

解释它吧。用乔布斯的话说,好的产品是技术和人文的完美结合。建筑技术角度而言,这个房子是英国最著名的大跨度建筑师的作品,结构是世界上最优秀工程公司的设计。它很轻,透光不透风,但又可以人工开启;它是大跨度建筑,尺度超出想象, wikipedia 上介绍其中一个较大的拱圈是四个足球场大小。也许只有图片才能描述吧,好的事实总是可以超越语言。里面有超过10万种植物,两个区域分别模拟了热带雨林和地中海气候条件下的自然环境。从水处理、土壤处理、植物培育、建筑、建造、材料、风环境等所有技术环节都给我举重若轻的感觉,技术上已入化境。而人文上,首先我认识了好多种植物,不是被说教,而是从植物的形态,到它们和人类生存环境的关系,乃至人们如何利用其食用或者经济价值。这种知识的获得很深入,至今难忘。而体验是一种美妙的被安排,那里有用人一年内食用过所有电子产品做成的机器人,我们无法想象原来我们占用了那么多

资源;那里有用巨石做成的种子,放大一千倍的种子雕塑,让我认识到原来自然界种子的原型是符合某个完美的数学模型,整个体验刺激而新鲜。文化层面,主人在这里做各种文化活动,比如演唱会。50多米高的穹顶上的舞台,让听者有一种歌声从天外飘来的感觉。甚至他们会邀请听力缺陷的人来参加演唱会,给他们准备装满特殊水材料的气球,可以用手感觉到音乐的律动。

伊甸园项目的DNA给了它让人无法忘记并深深打动的体验及细节,但我想更把它的创始人介绍给看到这段文字的你。Tim Smit,人类学和考古学毕业,音乐制作人,曾出版过9张黄金、白金唱片。后转行做社会企业,为了环保,也为了找到新的让生命放光彩的事业。他先后做了失落花园和伊甸园两个项目,都空前成功。我们的交谈里,我感觉不到他已经52岁,年轻得像20多岁,热情、富有感染力。相信!相信那些别人不相信的事情可能被实现。

## 暖男的有爱生活

编辑 / 王佳庆 撰文 / 安安 图片 / summit li 场地 / 北京蔚蓝天空培训学校

九然宝贝是一个性格相对内向的小朋友。在陌生人面前和相对陌生的环境里会显得比较安静,羞涩。但如果你跟他混熟了,那你将会看到他非常疯狂的另一面,可谓状态百出。宝贝虽然性格有点内向但胆子可不小,喜欢玩儿童拓展运动:过独木桥、攀爬……哪个都想自己试试。



### 宝宝档案

名:冯九然

小名:海儿

生日:2011年7月26日

星座:狮子座

最喜欢的颜色:绿色

现在每天必玩的玩具:乐高积木

现在最喜欢看的动画片:《米奇妙妙屋》

最喜欢吃的:蘑菇、锅巴

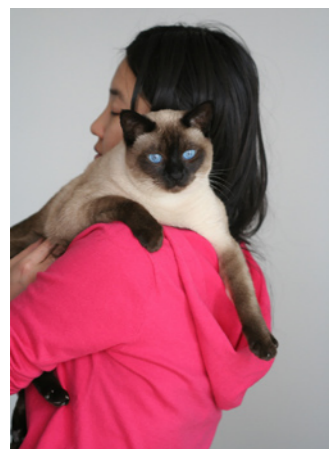
今年四月份的某天早上我送儿子去幼儿园上半日班,那天我没有穿袜子,刚出门儿子一低头看到我没穿袜子,就开始说妈妈为什么没穿袜子?妈妈冷不冷?妈妈还是回家穿袜子吧……

儿子大概两岁半的时候,有天在家里玩着玩着便开始往他的小汽车上不停地搬玩具,我觉得有些奇怪,便问他:“九然你干什么呢?”他说:“我搬家呢!”我当时都傻了,愣了一下接着问:“你搬哪儿去!”他说:“搬我自己家去!”我接着问他:“你什么时候买的房子呀?”他不打瞌巴地回答:“我上班买的!”我觉得好玩接着问:“那你搬走了还回来吗?”他

很认真地回答“我星期六就回来看你妈妈……”然后假装挂挡,踩油门手握方向盘开车走了,嘴里还念叨着:“回去吧!我星期六就回来看你妈妈……”

前些天给宝贝的姥姥打电话,儿子帮忙拿着电话,还没说完儿子就给挂了,嘴里还念叨着:“妈妈别说话了,还是给姥姥发条信息吧!”边说边把手机的短信功能打开,然后开始在手机上乱写乱画乱点……我一看收信人真的是他姥姥的名字。聪明的九然现在越来越聪明懂事,爸爸妈妈希望你每天都能健康快乐地成长,将来能成为一个自己想成为的人,过自己想过的生活。宝贝,爸爸妈妈爱你!





## 芒果 如春花般美好

编辑 / 王佳庆 图文 / 未央

10岁的喵星人已经步入耄耋,但芒果还好,她对苍老没有恐惧,对未来没有期盼,她的每一天都过得很安静,如春花般美好。时时刻刻,我都在羡慕她的淡定从容。

### 宠物档案

芒果  
品种:暹罗猫  
年龄:10岁  
社区:北京万科长阳半岛

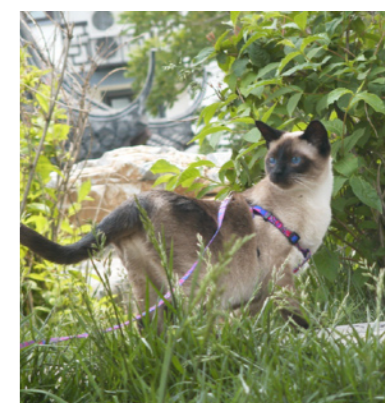
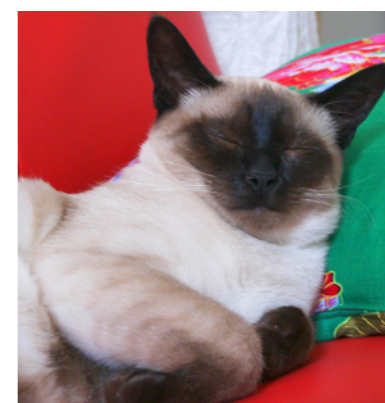
最近,有新闻报道,世界上最长寿的猫,24岁的Poppy在英国去世。想想我家年纪最大的芒果已经10岁了,她从4个月大到我们家,经历了数次辗转、搬家,从来没有离开过。我们见证了她成长的每一个瞬间,每一个变化。现在,她是家里名副其实的老大,不仅是群猫之首,也经常把人类耍得团团转。

芒果是一只非典型的暹罗猫,除了渐变的毛发和巧克力重点色的特征,她完全没有暹罗猫引以为傲的修长体型和灵活的运动能力,常年甩着肚皮在屋里不灵敏地上蹿下跳。可能,她对于自己的迟钝也感觉丢脸吧,因为每次失败后,当我试图对她进行安慰或想帮她一把时,她都会故作镇静对你龇牙咧嘴,以掩饰内心对失败的在意。

除了有防腐剂的猫粮和罐头,芒果喜欢喝酸甜口的饮料,偶尔体验一下“高大上”的可乐和啤酒。她对甜瓜、伊丽莎白瓜等甜得发腻的瓜类可以孜孜不倦地舔上半小时,完全不怕下巴脱臼。科学家关于猫对于甜味无法感知的理论在芒果身上不适用。

在我们心中,芒果是一只像人类的喵星人,她有淡定的大情怀,也有各种小情绪、小个性,对于猫来说,她已经足够特别。

我们希望,芒果能够打败时间,变成“猫老妖精”,打破猫咪长寿的世界纪录。



## 看神十遐想

探秘神宫今十莅，漫游环宇世人夸。  
太空授课内容好，天地对接音质佳。  
浩瀚银河能发电，广袤绿野种桑麻。  
翌年建立空间站，来往如奔姥姥家。

## 深圳闲居

卸鞍老骥一身轻，刘锁名疆俱为零。  
周吾大师悟诗道，日书翰墨养心灵。  
门球散步必修课，米酒新闻品不停。  
沐浴春天故事里，和谐翁妪夕阳情。

## 望海潮·蔡行长述变<sup>①</sup>（新韵）

九疑形胜，潇湘荟萃，行长述变开啦：金穗馥香，三农惠卡，银藤缀满甜瓜<sup>②</sup>。  
商户大而佳。看菽稻掀浪，云树银杉。润物无声，惠风吹暖到农家。农金老  
士齐夸。有阳光映照，一路朝霞。德广大行，风帆竞发，耕耘绿野堤沙。湖畔  
醉蒹葭。望远山青黛，接壤天涯。机制创新活力，圆梦大中华。

注释：1.指中国农业银行永州分行蔡斌行长，2013年10月10日在市分行机  
关离退休干部座谈会上讲述农行发生的巨大变化。  
2.银藤，指农行网络平台。甜瓜，指网络代收代付方面的增值业务。

## 临江仙·贺三沙建市

自古珠崖归我，版图早有涂鴉。豺狼菲越侵占它。巡航常态化，保卫  
方壶花。庆贺三沙建市，人民举手齐夸。茫茫海域映朝霞。牧渔耕绿  
浪，椰影满渔家。

## 醉江月·三沙

三沙海域，望烟波浩渺，眼舒无物。椰影绿丝形胜地，涌浪岸边银壁。  
菲越横行，侵占列岛，此恨华人雪。金瓯固守，护航还有英杰。南海今  
日逢春，惠风和畅，万物生机发。九州螺洲荒草地，弹舞镰锤齐灭。耕  
浪蛟渔，掉头唱晚，潮汐年年发。遥看远处，荡悠一片明月。

作者：盘继培（湖南万科第五园四期）  
单位：中国农业银行湖南永州市分行退休



### 红了樱桃 甜了小院

“流光容易把人抛，红了樱桃，绿了芭蕉。”

阳春三月，春光明媚。昨夜刚下过一场透雨，清晨的空气格外清爽。我带上相机独自漫步在狮子山麓的成都万科城市花园小区，只见一座座被绿树掩映的楼宇间，阳光透过树叶，洒在又红又大的粉色樱桃上，晶莹剔透的樱桃宛若无数颗珍珠镶嵌在翠绿色的树枝上，仿佛空气中散发着一股诱人的甜蜜味儿，不能不令人驻足垂涎。就连许多鸟儿也争先恐后赶来啄食尝鲜。

你瞧，红灯笼的喜庆还在小院里荡漾，红樱桃又将甜蜜送上。红樱桃与红灯笼相映成趣，甜蜜幸福、喜庆吉祥，还有这盎然春意，小院将它们一起珍藏。

此处小院特有意思：客厅里，主人正悠闲地坐在电脑前轻轻点击着键盘，不时抬头观赏着窗外诱人的红樱桃。那种感觉哟真是“爽”极了。

哇，你看这珠樱桃树下还有个妹妹带着小狗狗坐在小板凳上看书唉。她随手摘取一颗红樱桃放进嘴里，那厚厚的果肉、甜甜的滋味、美丽的笑脸，仿佛将小院幻化成了一个童话般的乐园。

这家业主更有趣，两位老人索性在樱桃树下摆上躺椅，沏上新茶，看书阅报。他们的小孙女把红红的樱桃放进外婆的嘴里，温馨无比，其乐融融。用一句时髦的四川话说“简直不摆了”。

作者：毛绍清（成都万科城市花园）



## 感恩母亲节 六月欢乐季

母爱,是血与脉的相通相融,是儿女的福、母亲的付出;母爱,是天上的云,总让烈日先从她的身躯穿过,给大地呼风唤雨降祥和;母爱,是雨后的霞,总让清洗过的大地,不弃地躺在怀里,把七彩人生梦谱写在高高的天际。母爱,是人类一个亘古不变的主题。为了庆祝母亲节,倡导感恩,让父母与孩子有一次心与心的交流、互动,在五月初的这个周末,全国各地的万科社区都举办了情意浓浓的母亲节活动。

厦门莆田万科城的活动非常丰富:大米、洗衣液、洗洁精、保鲜袋、洗碗布、棉签等众多奖品齐上阵,参与APP“住这儿”注册的业主就有机会赢得礼品;亲子互动游戏更是吸引了大小业主的共同参与,爱“拼”才会赢水果大比拼、“围裙妈妈”DIY、“歌唱母亲”歌词抢唱游戏等都充满趣味;除此之外,关爱女性健康讲座还为女性业主送去了健康知识。

重庆锦程万科社区的小朋友们则拿起画笔和妈妈一同在大黄鸭身上涂抹颜色,精彩一秀。孩子和妈妈一起与大黄鸭合影,由工作人员现场拍照片并贴在心形相片墙上,秀出幸福,同时孩子可得到一只康乃馨送给妈妈,为妈妈送上节日的祝福。

中山城市风景社区同样是以DIY为主要活动内容,

在幸福驿站门口广场的气球DIY摊位,小朋友们排起了长龙领取气球。小男孩说:“我要一把宝剑,可以保护妈妈”;另一边,小女孩说:“我要一朵花儿,送给妈妈”,纷纷表达对伟大母亲的关爱。丝网花制作摊位也不甘寂寞,一片火热,一群心灵手巧的业主朋友在老师的指导下,制作出一朵朵百合、马蹄莲、玫瑰等逼真的鲜花,不管男女老少,都纷纷动手一显自己的手工天赋。

杭州金色家园的活动则是由业主和物业工作人员共同完成。此次活动以播放短片形式开展,短片由服务中心人员上门或邀请业主拍摄,主要以“母亲对孩子的爱、期望”及“孩子对母亲的祝福”为主题,随后视频加以剪切、组合。活动由“沙画”《母爱无边》开始,体现出母亲对孩子无私的爱;短片《母亲》拍摄了家园母亲对孩子的爱;短片《孩子》则表达了金色家园孩子在母亲节对妈妈们的深深祝福。

除了以上这些活动,在5月10日这一天,全国各地的万科社区都举办了丰富多彩的活动,主题摄影、电影公放、小朋友自制贺卡、业主自制手工水饺等都各具特色。而康乃馨更是成为了当天的主题,全国多个社区都将它作为母亲节的一份礼物赠送给可爱的业主妈妈们。

进入六月,夏天的热度仍在慢慢升温。恰逢今年的儿童节和端午节比邻而至,全国各地的万科社区也在这个“双节周末”举办了各种欢庆活动,让大小业主朋友们齐聚一堂,共同享受这个愉快的周末。

沈阳柏翠园的活动为期两天,总共分为四个场地:DIY粽子区、DIY香囊区、冷餐区和儿童游乐区。这样的设置避免了业主的长时间的等待,也让业主有更多的机会和时间去尝试更多新鲜事物。抽奖和DIY小礼品必不可少,包粽子、交换品尝更是让业主们在这个传统节日中增进了彼此之间的友谊。

上海万科琥珀臻园与郡园物业服务中心、佰约国际健身俱乐部、居委会联合举办了以“童心飞扬·仲情端午”为主题的六一儿童节特别活动。活动内容丰富多彩,包括包粽子、制香包、仙人指路、摸石过河、夹乒乓球、大脚驮小脚、一起吹泡泡等精彩纷呈的趣味小游戏。活动吸引了300余位家长和宝宝参与其中,现场为孩子们准备了小洋伞、立体拼图、气球、小赛车等精美的礼品。特别是联欢晚会,肚皮舞、现代舞、爵士舞、民族舞、

瑜伽等一应俱全,还有现场互动环节,小朋友们跃跃欲试,踊跃参加。魔术表演、气球特技掀起晚会的高潮。抽奖环节大家都十分配合,最终小奖、大奖花落琥珀,小朋友们满载而归,21:30,此次活动圆满结束。

而说到五花八门,当属广州各万科社区的亲子活动:趣味类的游戏包括油画手绘、住这儿超级萌宝秀、邻里圈认领向日葵、欢乐游园会、英文猜猜猜、宝宝爬行、爸爸厨艺大比拼、风筝绘画比赛等;创意类的则包括橡皮泥DIY、DIY立体拼图、DIY陶土粽子等;此外,还包括高尔夫比赛、“赛龙舟”、趣味钓鱼这种趣味竞技项目,以及环保再循环这样的公益游戏。业主们不仅在这些活动中释放快乐,更是增进了家庭之间的亲情和邻里之间的友情。

除了以上这些内容,还有南京万科社区的电影大放送和以世界杯为主题的趣味活动、沈阳万科社区的免费修童车、苏州万科社区的宝宝趣味赛,以及东莞万科社区的国学讲堂和百家宴等活动也都吸引了广大业主参与其中,在这个浓浓夏日为广大万科业主奉上了一个与众不同的端午小长假。





## 01 王石:万科将在北京建一座世界最大的植物园

伦敦当地时间6月2日,在第一屆中英企業家峰會主題為“深化中英經濟合作新機遇”的主論壇上,王石透露,他對英國的園藝非常感興趣,萬科計劃將英國的園藝技術引進到中國,未來會在北京建一座世界最大的植物園。敬請期待萬科 TV 獨播視頻!



## 03 万科事业合伙人打响了第一枪

5月28日,萬科“事業合夥人”計劃終於落地。盈安合夥代表1320名事業合夥人,用約3億元購入萬科A股股份近3584萬股,占總股本的0.33%。這標志著萬科的事業合夥人全面啟動。從最初公開提出這個想法到開始動手,前後大概就100天,看得出來萬科的這個計劃已經醞釀已久,堪稱自2004年MBO被叫停之後最漂亮的一次行動。這對萬科和當前低迷的中國樓市都有重要的意義。

## 02 郁亮:房地产绝不是“泰坦尼克”



對近期瀰漫中國樓市的悲觀論調,萬科總裁郁亮6月5日在京表示,中國樓市雖然已經度過了黃金歲月,但絕不是就要撞上冰山的泰坦尼克。萬科在30周年之際,召開首屆商業合作方大會。在此次大會上,郁亮將房地產行業喻作斑馬。斑馬身上的白黑條紋意味著房地產行業的樂觀或悲觀的態度。斑馬黑白相間意味著對樓市樂觀的時候要保持警惕,而悲觀的時候則需要有信心。

## 04 万科拥抱百度 让大数据照进房地产

去年以來,萬科密集拜訪互聯網企業後得出的結論是:傳統企業已無法回避互聯網時代的到來。對此,萬科選擇的是積極理解新規則,尋找新夥伴,運用新工具。6月5日,萬科與中國互聯網巨頭百度公司達成戰略合作協議,雙方將基於地理位置的應用(LBS)與大數據技術在萬科商業社區和社區商業中的應用展開戰略性合作。

## 01 2014 上市房企百强榜昨日揭晓 万科继续蝉联榜首

近日已連續舉辦七屆的中國房地產上市公司測評成果發布會暨上市房企高峰論壇在香港隆重舉行。會上,中國房地產研究會、中國房地產業協會與中國房地產測評中心聯合發布了《2014 中國房地產上市公司測評研究報告》和2014年中國房地產上市公司排行榜,以及A股十強、H股十強以及風險控制、發展速度、經營績效、資本運營和創新能力五強等子榜單。其中,在對入選本次測評的199家上市房企進行測評研究後,萬科憑借強大的綜合實力連續第七年蟬聯榜首。

## 02 万科前5月销售 815.2 亿元

2014年6月3日,萬科公布五月份銷售及新增項目情況簡報。公告顯示5月萬科實現銷售面積122.9萬平方米,銷售金額145.4億元。2014年1-5月份,公司累計實現銷售面積647.3萬平方米,銷售金額815.2億元,分別比2013年同期增長7.0%和16.2%。今年以來,萬科拿地支出減少,拿地愈發謹慎。

## 03 万科举办首届商业合作方大会

萬科企業股份有限公司6月5日舉行首屆商業合作方大會,萬科表示,公司目前的商用業務資源總量接近2000萬平方米。據了解,從今年年底至明年年初,東莞長安萬科廣場、深圳壹海城、佛山南海萬科廣場、北京住總萬科廣場、沈陽渾河天地2期約8個商業項目計劃開業。未來3年,北京、上海、深圳、武漢、寧波、重慶等近20個新項目也將陸續進入運營期。此外,萬科還擁有幾百萬平方米的寫字樓、酒店、服務式公寓等商用資源。

## 04 万科集团与新加坡公司合作共同开发中国市场

6月7日,中國房地產開發商萬科集團與新加坡凱德集團旗下的服務公寓公司雅詩閣簽署了戰略合作協議,根據協議,萬科將幫助和推動雅詩閣在中國市場的發展和擴張。雅詩閣是新加坡一家公寓服務管理公司,目前在亞太、歐洲及海灣地區23個國家的83個城市有公寓服務管理項目,共有2.3萬個現有單位以及1萬多個興建中的單位。其中,該公司在中國的20座城市經營和管理著60家服務公寓,共計1.1萬個單位。雅詩閣目前為萬科管理兩家分別位於蘇州和無錫的服務公寓,接下來還將為萬科管理另外兩家位於北京的服務公寓。

## 05 北京万科启动酒店式公寓业务

6月6日上午,北京萬科與雅詩閣中國舉行簽約儀式,北京萬科正式啟動酒店式公寓業務。當天,雙方簽署了北京盛捷順義服務公寓、北京馨樂亭大興服務公寓的合作協議。這兩個服務公寓分別位於順義28街區和大興的首開萬科中心。這是北京萬科拓展酒店服務項目的重要一步。北京萬科在順義和大興的這兩個項目,也將是服務於順義空港經濟區和大興新城的城市綜合服務配套。

## 06 万科中心五一期间免费开放停车位

深圳大梅沙萬科中心,五一假期三天共提供逾三百個地面公共停車位,免費開放給前往大梅沙遊玩的市民朋友。萬科中心是一座生態建築,設計之初就採用開放理念,將地面廣場作為開放的公園,為市民提供更多的公共活動場所。自2013年起,萬科主動在節假日免費公益開放地面停車場,為大梅沙片區緩解交通壓力。





## 时尚回家 最未来感的入户方式

编辑 / Gail 撰文 / 王硕 图 / 华盖

经常自诩为“全公司最潮最 in 男一号”，自己的家也被吹成了“科技行宫”。想请仰慕者回家坐坐，可不能一开门就露了马脚。

怎样让开门的动作也变得先声夺人，甚至让访客惊到在门前迎宾毯上站半分钟都忘记迈脚，这是一门大学问。当然，信奉“科技就是力量”的我们不可能拿着大顶去开门，这个工作还是交给科技载体来完成比较好。

其实科技力量朝着家居领域的渗透，是一个循序渐进的过程。最初的时候也许就是一个触控设计的遥控器，但被使用者尝到甜头之后，他们就会渴求更多的改变。从那之后，支持菜谱浏览的厨房用平板、可以进行保质期倒计时的电冰箱，甚至是到点就起飞的“直升机闹铃”……一大波科技家居用品汹涌而至。而它们有一个共同的特点，那就是普遍要用智能机上的 App 来进行控制和调整。

一路推行过来，就是排队也早该排到门禁系统了。但人们对科技护卫的不信任是一种本能反应，毕竟现在几乎所有的科技产品都有漏洞，甚至连个“野 Wi-Fi”都可能被盗掉网银。“道高一尺，魔高一丈”，更何况小偷和黑客的工作性质本来就接近。人们非常担心一旦把安全交给了一套科技产品，会不会反倒着了黑客的道，后者用一台手机就能把门锁打开。

这种担心并不是没有道理，这也是研发者迟疑很久的主要原因。奈何这种构想实在是太

有诱惑了，而且方案层出不穷，所以许多科技公司本着设计概念品的想法把它们造了出来，而且大获成功。最重要的是，小偷中靠手艺吃饭的显然要比靠黑客技术吃饭的要多，一个可能连钥匙孔都没有的电子门禁，带来的安保效果非常明显——至少暂时是这样。

如果说最早的科技门禁系统，也许就是那个“电子猫眼”了。住户可以在家里看到拜访者的相貌，从而选择开门或者不开门。用摄像头取代猫眼，是它科技化的第一步。它的出现让影像变得可以保留，被偷了之后也能保留下一手资料；甚至是你不在家时，也能看到敲门的是谁。

最简单的科技门禁系统，就是利用家中的 WiFi 构建一个局域网，允许你用手机端在其他地方控制它的启闭。这一想法其实在其他领域也有应用，比如远程控制的桌面盆栽，就可以利用手机端遥控浇水。当你邀了个女伴去做客，但突然接到“加班一小时”的死命令，别担心，等她到家门口时给你打个电话。你挂了电话之后在手机上一划，那边的门锁就自动打开了。

指纹识别、眼球识别等技术都已经被用烂了，它们的“二次现身”显然起不到决定性的作用。科技达人想要的智能门禁不仅要具备辨识主



人的能力,在你想把开门权下放给朋友时,它也必须无条件执行。故而,设计师们又想到了一种名为“虚拟钥匙”的方案,也就是把开门权以邮件或短信的方式发给即将造访的朋友,然后让他们自己开门进去。黑客拦截?别怕,门禁系统上的即时摄像头也不是吃素的。它会把进入者的图像传输给你,如果发现是个陌生人,直接给小区保安打个电话吧。

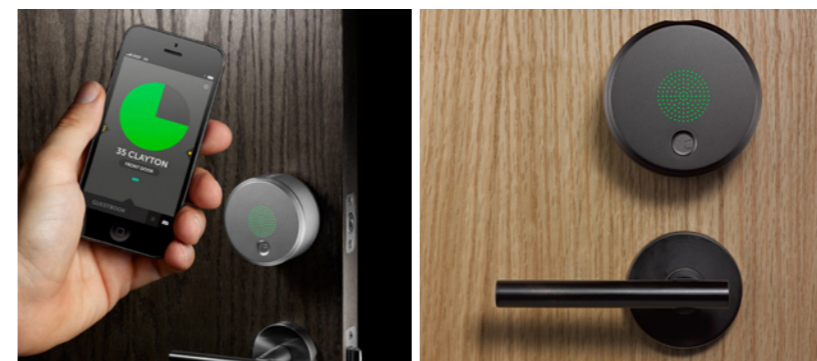
如果是自己开门的话,那走到门口之后要先打开手机,点中 App,等它打开,然后才能按下开门键……这算哪门子的一键开启?虽然看起来很高大上,但你如果够敏锐,会发现朋友的赞叹并不由衷。所以大部分私享主义者在选择科技门锁时,会优先考虑它是否具备蓝牙 4.0 对接 + 自动开启的功能。换句话说,手机往门上一靠,门锁就会应声而开了。但问题在于,你

需要在上楼之前先把蓝牙搜寻功能打开。直到 NFC 功能出现之后,这一问题才算是迎刃而解了。在门锁上加个 NFC 小贴片,手机往上一靠就能完成开门动作了。

在未来的科技门锁开发中,体感操作也会成为一个重头戏,这一消息已经得到了诸多科技公司的证实。你可以用不同的手势动作控制门锁权限,比如左划一下是最高权限,只有实体钥匙能打开,而右划一下是普通权限,允许别人用虚拟钥匙打开房门。这一功能的实现,显然需要更高清的摄像头和跟踪设备做辅助。闲来无事时,你还能用手势设计一套开门动作,对着摄像头动动指头就能开门了。想调戏一下造访的朋友时,就把指令设计得奇葩一点,甚至是一套眼保健操。回到家,你打开摄像头记录仪就能看到她的窘样了。

收揽高科技的激情 VS 理智

高新科技产品一旦面世总会引来追捧热潮,但是用起来真的那么顺手?激情过后,来点理智。



指定他人手机开锁

August Smart Lock 门锁

赞

它可以通过低功耗蓝牙完成开锁动作,当然前提是在手机内安装了 Smart Lock 应用。这个门锁应用,最大的特点是可以把开门的权限发给朋友,或者是这几天都要来修水管的工人。但这并不是它的独家特技,为了在诸多竞争对手中脱颖而出,设计师为它开发了一个很有亲和

力的蓝牙智能手环。它们是专为那些没有智能机的人群设计的智能钥匙,比如你还在上小学的儿子,或者是喜欢九宫格键盘“老人机”的父母。它可以清楚地记录下来这几天是谁来过,家里少了东西也能有明确的怀疑目标。

吐槽

一旦出了问题,哪个修锁师傅也不敢给你修。更要命的是,自我检测能力也完全没有。



加装 NFC 配件

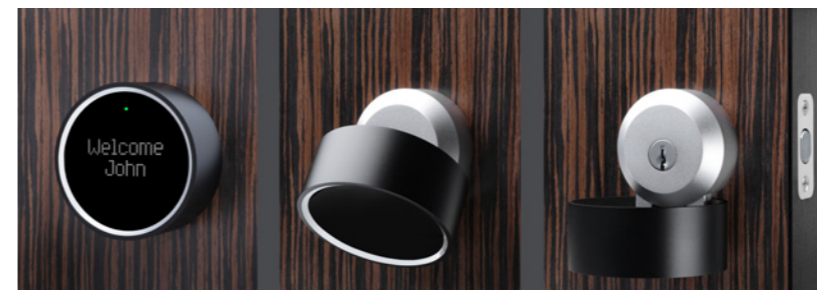
Lockitron 门锁

赞

这个门锁绝对是 DIY 达人的挚爱,它允许你在普通门锁的基础上进行改装,让它变成一个智能门锁。App 界面打开之后,会有开锁、闭锁两个大按键,在门锁前点选之后,就能完成对应的操作。主人还可以通过短信把开锁密码发给朋友,即便对方用的不是智能机,只要按照要求发送对应的密码短信到指定的号码,就可以完成开锁动作了。值得一提的是,你还能在上面贴一个 NFC 配件,只要用手机往上一靠,就能完成开锁了。手机没电或者弄丢了也不必太担心,它本质上还是一个常规门锁,可以用钥匙打开,或者请开锁公司来帮忙。

吐槽

贴片如果掉在地上或者被调皮鬼揭走了,那接触式开锁就会失灵,只能继续用 App 了。



影像捕捉

Goji Smart Lock 智能锁

赞

它是 Goji 门锁的最新产品,最大的特色是装备了 Zigbee 远程遥控技能。这意味着三五死党们拎着啤酒都到家门口时,你在路上也可以泰然若素地把他们请进家门。它还集成了比较火的虚拟钥匙发送的功能,允许你发给朋友“限时钥匙”,让他们自己去开门。当然,他们也可以在

远处遥控开门,所以安全性很难得到保障——出了内鬼,你的哥们也能在保留不在场证据的前提下,打开你的房门。好在房门上还有一个 100 万像素的摄像头,可以即时查看开门时的影像,小偷说抓就抓。

吐槽

限时钥匙只能具体到“天”,如果能限制到时分,就更好了。你显然不希望夜里有不速之客造访。



### 强大加密能力

#### Okidokeys智能锁

赞

这个门锁设计是今年的新宠儿,它能够通过蓝牙、WiFi、NFC 多种功能完成无线开门,甚至用智能腕带在锁上一挥,也能完成开启。每个智能设备上可以有一个账号,不同账号的权限也各不相同。如果有需要,你甚至可以给定期打扫的保洁阿姨配上一个,时限就是每月她来那天的上午八点到十点。而且主账号随时可以收回其他账号的开门权限,这下谁拿到主钥匙,谁才能算是真正的一家之主。它装备了业内最优秀的 256-bit AES 加密技术,被破解的可能性大大减少。如果有人试图强行闯入,或者在没得到通知的情况下打开了房门,那它还会发一条提醒到你的手机上。

吐槽

为了家庭和睦,设计 2~3 个拥有一切权限的主账号不是更好吗?但 Okidokeys 并没这么做。

### 指纹触摸开启

#### Unikey Kevo门锁

赞

乍看之下,这个门锁和普通的房锁没有太大差别,只是钥匙孔外侧加装了一圈蓝色的感应垫。当你用手指在上面慢慢划过时,它就可以读取到你的指纹信息。如果你是主人,摸一摸它就可以打开房门了。除此之外,虚拟钥匙依旧是主流操作方式。而且管理权限各有不同,其中包括管理用户、普通用户、一次性到访用户和定期到访用户。哪怕你的手机丢了也不必担心会被旁人利用,只要登入信息,随时可以到它的官网上把指定钥匙冻结。而且你也不必担心它会没电,且不说一年的续航很给力,周遭的 8 个小灯也能随时提醒剩余电量。

吐槽

也许是因为是初代产品,所以指纹识别的效率比较低,连擦几次都开不了,实在是有点面子上过不去。



### PetChatz宠物通信系统

它就像是白领专设的传声筒,你可以用手机和它对接在一起,然后召唤来宠物,进行一场视频通话。为了把它们叫到跟前,这个设备甚至会播放一段能吸引宠物注意力的音乐。如果提前收集好你的体味特征,它甚至可以模拟出你的味道,让宠物觉得你就在这个装置的后面。

### PetWALK宠物门

熊孩子回家晚了、身上脏了,都要被罚不准进家门,宠物们显然没有破例的必要。这个宠物门设计了门禁系统,可以定时开启。有了这个功能,你就不必担心它们大早晨冲进来把屋里弄得一团糟。如果下雨了,它还会把门自动关闭,以免宠物在你刚拖完的地板上作画。

### SmartMat WiFi门垫

明明凌晨才到家,非得说刚过十二点就睡下了。想揭穿油嘴滑舌的他,最好的办法就是请这个门垫回家。它内置了一个压力传感器,能通过WiFi对接到手机上。通过预先的体重统计,它能判断出是谁站在上面,站了多久,几点站的。等于是多了一个隐形的门卫。

### Oplink Security家庭安全系统

这套家庭安全系统的DIY属性非常强,各个部件都装备了传感器,同时配合App,可以做到对室内的细微变化完美监控。大到气温、干燥程度,小到哪儿的用电量略高一点,它都可以即时推送到手机上。有了它,马大哈一个人也可以过得井井有条。

### iDoorCam WiFi网络摄像头门铃

这个门铃可以对接到家庭的WiFi网络之中,有人按下之后,除了家里会响起“叮咚”声之外,你的手机也会收到提醒。然后点开摄像头,就可以看到前来拜访的是客人还是推销员了。所以即便你在家,它也可以派上大用场,比如那个一直给你安排低质量相亲的八大姨又来了。

### DoorBot智能门铃

摆放着只要按下圆形的按钮,就可以把摄像头激活,从而发送一段实时视频到主人的手机上。甚至可以进行一次远距离视频通话。因为打游戏或者忙工作而听不到门铃响的问题,就这么轻而易举地解决了:手机在口袋里振动的时候,你总不可能感受不到吧?

## 应用先进门禁科技 告别四大尴尬

小区是一个社区共同居住的空间,回家的感觉一定是令人舒心、放松的。几乎每天我们都要通过小区的出入口,这一道门,隔离了城市公共区域和自己的家园,进门之后,安全感倍增,主人公的感觉立即来了。从物业的角度来看,管理这道门至关重要,为排除安全隐患做了第一步重要工作。如何为业主提供高效服务?如何进行有效的访客管理?如何预防不法分子进入小区?如何对进出车辆进行有效管理?这不仅仅是管理方法的问题,更是管理科技的体现。科技更好地为人服务,既体现业主尊贵的身份,也提高物业的管理效率,何乐而不为!



### 情境一：丢失门禁卡 被安保人员盘问

门禁卡是比较普遍的入门方式,但是,独立的卡片容易丢失,而且必须要随身携带。很多小区的保安不能代刷,只要没有进入小区的卡,就可能被拦在小区外面。当你携带很多行李的时候,自己再专门刷卡非常不便。

#### 解决方式 1:

人脸识别入户方式的应用。这是基于人的脸部特征的科技,对输入的人脸图像或 3D 骨骼轮廓来确定身份,用户不需要和设备直接接触,设备能主动获取人脸图像信息,识别时间短,效率很高。业主只要在服务中心录入人脸图像后,出入单元门或地下停车场门禁时,只需站到人脸识别器前,大门自动打开。因此人脸生物识别可广泛推广。最关键的是,基于人脸特征进行 2D 建模识别的授权无法复制,具有唯一性,不像门禁卡丢失那样带来很多安全隐患。

#### 解决方式 2:

丢了入户门禁卡,身份证也能让你入户。如果集成数据在二代身份证上,采用第二代身份证读卡技术,以无线传输方式与第二代居民身份证内的专用芯片进行信息核对,业主只需将身份证放在读卡器上,即可即时读出个人信息,认证业主身份,对其进行授权,开启大门。身份证很少外借,而且一旦丢失可以立即挂失,并且不能复制,安全性比门禁卡高多了。

#### 解决方式 3:

手机开门,可以使用“住这儿 APP”,以个人信息登录之后打开小区门。通道闸机中安装蓝牙传感器门控装置,该装置能够接收手机发送的开门请求信号,并通过网络查询当前手机用户是否有权限开门,然后向所在的闸机发送开门指令并返回开门结果给手机。当用户持手机靠近闸机时,打开住这儿 App,摇一摇手机,就可以轻松开门了。



### 情境二：带着很多行李 不方便按电梯楼层

总有很多时候,双手拿着东西,没办法按按钮。尤其没有别的乘梯人在时,更感觉尴尬。另外,你还要拿着重物等待电梯停在你所在的楼层,这个等待真是漫长。你也许觉得这时候需要一个楼层管家,或者得一直等到有外援了。

#### 解决方式:

人脸识别门禁可与电梯控制系统进行整合,从而发挥更大的作用,为业主创造更便捷、舒适的居住体验。业主在大堂门外通过人脸识别自动打开大门,同时对应电梯自动前往业主所在层迎接,进入电梯后自动到达业主所住的楼层。假如放学回家或者深夜下班,通过电梯联动系统,无需等待即可快速进入电梯并直达业主家中,中途电梯不会停留在其他楼层。深圳东海岸四期、佛山金色家园、佛山天傲湾、成都五龙山、太原紫台、太原金域国际等项目均已使用梯控联动系统。

### 情境三：朋友来访 却被再三核实盘问

为了保障小区的安全,安保人员会对无卡人员进行信息核实,一般会接通业主家的门禁系统核对信息,但偶然遇到无人应答于是朋友就被拒之门外,这种情形让朋友实在觉得不被尊重。

#### 解决方式:

通过居住的 app,发给朋友一个二维码,通过扫描就可以直接进入小区和入户门。访客通行证的目的旨在业主在有访客时更方便放行,将访客管理由物业放行改为业主放行。业主生成访客通行证之后,通过微信邮件等形式发送给朋友,朋友持此图片在进入小区时出示,保安用乐帮扫描通行证上的二维码,如扫描成功即可放行。访客通行证生成后 12 小时内有效。

### 情境四：汽车进入地库 排长队大拥堵

上下班时间,出库入库的汽车非常集中。路上拥堵,回家一样拥堵,因为所有的汽车都要识别卡片,要减速缓行,尤其是一车一杆的制度,更让门前排长队。

#### 解决方式:

车辆出入口远距离读卡,业主无需停车,系统自动识别,道闸自动打开通行。采用 RFID 技术,通过读取摄像头远距离识别车辆信息并放行。进出口有车辆来时,实时识别当前车辆车牌,并将识别车牌结果及当前图片传给控制电脑,与 RFID 卡识别结果一致才能放行。



# FOOD DOCUMENTARY

## 舌尖上的理智与情感

编辑 / 金春 撰文 / kwi

今年,在巴西世界杯开始的前两个星期,《舌尖上的中国2》结束了一个半月的播出,与2012年一个星期就播完的《舌尖上的中国1》相比,《舌尖2》采取了周播策略,这表示团队对作品的内在品质信心爆棚。的确,这部投资在1000万元左右的纪录片,创造出超过3亿元的收益,这意料之中的佳绩还是再度点燃了投资者们对于纪录片的热情,大量跨界资本开始涌入。除了带动中国纪录片行业的发展,《舌尖上的中国》还拉动了庞大的美食消费,也让观众在口水与眼泪齐飞的时候思考起自身和食物的关系。

## 从“舌尖”到纪录片

2012年,一部纪录片《舌尖上的中国》创造收视神话,不仅在同时段收视率全面打败电视剧,更成为当时人们茶余饭后讨论最热烈的话题。2014年,《舌尖2》依然红火,一时之间,中国的纪录片引起人们关注,商家也开始投资纪录片,纪录片这个苦心经营的行业开始了新一轮商业运作。

《舌尖1》是国内首次使用高清设备拍摄大型美食类纪录片,剧组跨越国内60多个地区,分七篇讲述了千百年来中国人独特的饮食习惯。将劳动者的辛勤惜物,人对自然的感恩,夫妻间的相濡以沫等交织进去,“吃货们”原本是冲着美食去看,但没想到还看到了情感,看到了人生。

《舌尖1》从拍摄手法上,借鉴了BBC人《美丽中国》、《人类星球》等纪录片的风格,运用了大量新设备,拍摄了一些浅景深的镜头,这样人物更突出,食物更有光泽。剪辑节奏快,一集的镜头最多可达1300多个,解说词温情而不失质感,颇有些文青味道,比如“当今的中国,每座城市看上去都很相似。城市之间能被用来区分的,似乎只有饮食习惯和弥撒在街市上空的气味了。”这是制片人陈晓卿非常欣赏的一句解说词,出现在《舌尖上的中国》第五集《厨房的秘密》中,出自著名专栏作家沈宏非。

拍《舌尖1》的时候,摄制组并没有和BBC接触,却硬是一个镜头一个镜头剥落出来BBC很多规律,例如BBC讲人并不讲单个的人,而是讲人际关系中的人:父子、母子、兄弟、夫妻。比如在《舌尖1》中,不单单讲卓玛,还讲卓玛和妈妈,也不只讲圣武和茂荣,还讲圣武、茂荣和他们的妻子孩子的故事,当人物关系被一一呈现的时候,故事也就出来了。

一方面创意不断,一方面资金捉襟见肘,为了实现航拍效果,摄制组想过各种办法,最后终于在网上看到一群清华大学的学生在做飞机模型试验,摄制组决定把这帮孩子找来,让他们带着垫着泡沫塑料、用牙签和瓶盖绑着摄像头的模型,几个人举着两床被单追“飞机”……这部投资不到BBC的二十分之一的纪录片,获得了BBC高层的极大肯定。

收视与口碑齐飞的《舌尖1》,也让《舌尖2》探索新的突破口,资金投入比第一部提高30%,除了在画面上进一步精进,《舌尖2》更注重美食背后的故事,

努力借美食反映一些社会话题,比如留守儿童、学琴女孩、高考陪读母亲,陈晓卿表示:“人情比美食更有嚼头。”几集下来,许多观众反馈想看美食,《舌尖:时节》一集因此临时重剪,削弱人物故事,尽可能多展现食物,但丧失了缠裹主题的人文关怀,反而导致这集有些混乱,适得其反。

尽管《舌尖2》被很多人质疑此片只有故事没有美食,很多内容并不真实,还借用BBC素材,还有人说本片但显然大众对于这样一部诚意十足的商业纪录片还是十分买单的。早在《舌尖1》出世时,陈晓卿就拒绝别人谈起《舌尖上的中国》的时候就贴上他个人化标签,他很清楚这部纪录片走的就是商业化道路,个人化纪录片服从导演,而商业纪录片服从的是市场。为了市场买单,商业纪录片会有一套讲故事的路数,不讲故事的美食纪录片很可能沦为美食说明书,讨论《舌尖2》的完全真实并无必要。

要知道,国外Discovery、BBC等电视纪录片平台已经实现了工业化生产。从调研、文案、拍摄,到剪辑、配乐和宣传推介,生产的各个环节相互独立、专业,又有紧密的衔接,唯一贯穿始终的是市场。除了西式风格的纪录片,日本、韩国等在国际市场上也推出富有本国独特风格的纪录片,也有很好的市场反响。能走向市场的纪录片到底有多少种方式,大家都还在摸索当中。央视纪录频道也在做这方面的尝试,但仍然有很多困难。

中国少有观众会放下手上的活儿去正经八百地看一部纪录片,仅仅只有《舌尖上的中国》受到了追捧,这并不能改变纪录片是小众产品的现实。事实上,早在《舌尖上的中国》之前,一些优秀的纪录片已经播出,央视的《大国崛起》、上海纪实频道的《大师》等,都备受关注,但《舌尖上的中国》更贴近老百姓的日常生活,所以更加普及。不过,这确实让人们不但开始欣赏纪录片,更让人们开始思考纪录片。



## 深不可测的“舌尖”经济

从天猫、本来生活网等传统电商，到靠搜索技巧往前挤的半路出家淘宝小卖家，再到舌尖推动的纪录片拍摄地带动的旅行热，甚至还有片中主人公成为产品的形象代言人，各路大小商家都挤破脑袋，想挤上“舌尖”这班淘金的班车。

在精明的商家和感性的吃货们的搅动下，《舌尖上的中国》这部纪录片摇身一变，堪称目前中国最有影响力的美食广告。《舌尖》第二季招商中，天猫商城旗下的天猫食品，就成为《舌尖2》的独家合作平台，同步首发每期节目中的食材和美食菜谱。自《舌尖2》开播以来，淘宝官方的数据分享平台淘宝指数显示，“舌尖”两字的搜索指数像火箭般疯狂增长，趋势简报称：“舌尖最近30天的搜索指数环比上涨8061.1%，与去年同期相比上涨7909.0%”。事实上，《舌尖1》的火爆就曾引发“淘宝食材”的热卖，以及相关食品的上市公司的股价上涨。

尽管没有天猫得天独厚的优势，其他电商同样不愿放弃舌尖这座深不可测的金矿，本来生活网就在片中寻找蛛丝马迹，获得了第四集中即将亮相的达里湖华子鱼的独家在线销售权。

田尧是本来生活网生鲜部的一名原产地买手，她的主要工作是走南闯北去寻找安全和美味的食物。今年春节后，她被《舌尖2》1分01秒宣传片中熟悉的华子鱼所吸引。因为4年前，她曾去内蒙古达里诺尔湖旅游，那里正是片中华子鱼的原产地。

确定《舌尖2》曾去当地拍摄后，田尧便马不停蹄地赶往达里诺尔湖渔业产区，希望能与当地渔场达成协议，将美味的华子鱼放到本来生活网上销售。同时她得知，公司的竞争对手“我买网”前脚刚刚离开，并且已经跟渔场基本谈定了合作意向。经过多次协商，本来生活网修改了相关细则，与对方达成协议。那时，距离《舌尖2》开播还有近三个月的时间。

不仅是天猫和本来生活网，中粮“我买网”、1号店等各大电商也不甘落后，纷纷跟进，想从中分得一杯羹。既然不能拿到独家售卖权，便开始卖“同款”，比如“我买网”很早便出售“克旗有机华子鱼”，虽然品种与《舌尖2》第四集《秘境》中的不尽相同，但这似乎丝毫不影响吃货们想尝鲜的胃口。

《舌尖2》的热播，也给淘宝小卖家带来了千载难逢的创业机会。胡今的老家在衢州开化，第三集《时节》的播出，炒热了开化美食青蛳。胡今的大伯在当地做青蛳批发生意，有着商业头脑的胡今立马决定开出网店。

如今，无论在淘宝搜索引擎中输入“舌尖+青蛳”、“青蛳”还是“螺蛳”，这家不起眼的三星小店都能排到

首页的前三位，在商品图片中，胡今也打上了“中央电视台纪录频道舌尖2”的字样，吸引吃货们。大伯平时一天也就给饭店提供30斤左右的青蛳，《时节》播出的第二天，胡今的网店销量便达到令人咋舌的300斤。

台州三门湾位于杭州东南方向。原本，这里除了旅游景点蛇幡岛外，并不被外地人知晓，《舌尖2》第一集《脚步》的播出，让三门小海鲜一夜爆红。由于《脚步》播出后两周恰逢五一小长假，蛇幡岛游客量创下历史新高，为了保证交通正常运行，蛇幡岛的交警由原来预计的七八人增加到了近20人。就连离蛇幡岛三四十公里开外的三特渔村也尝到甜头，为小长假准备的100多斤跳跳鱼，半天就卖完了，望潮也是当天断货，供不应求价格自然飞涨，跳跳鱼翻了近一倍，望潮价格也涨了两三成。负责人笑言这是公司成立十年来最火爆的时期。

《舌尖2》的美食效应，让节目中普通的主人公一夜间成为名人。

第三集《时节》中，54岁的临安九狮村的农民高

宝良，以挖笋主人公的身份，出镜了长达四五分钟。不过在九狮村，高宝良只是一名淳朴的笋农。《时节》播出后，这个朴实的老人迅速“走红”，他戴着大斗笠挖笋的形象被全国观众所熟知，来自全国各地的采访电话甚至让他产生了些许抵触情绪，因为这些电话把他做笋干的时间“切割”得支离破碎。

高宝良小有名气之后，有着敏锐商业眼光的妹夫吴爱国觉得其中潜力不小。于是，吴爱国决定让高宝良出任自己公司的多味笋干的“形象代言人”。还是节目中熟悉的那顶大斗笠，再加上高宝良淳朴的面部特写剪影，经过专业人士的设计，高宝良的形象上了制作笋干的包装袋上，还上了吴爱国经营的淘宝网店。

事实上，舌尖的故事主人公成为品牌形象代言人，高宝良并不是第一个。在《舌尖1》第二集《主食的故事》中，陕北美食黄馍馍受到广大观众的追捧，该集主人公黄国盛夫妇因为淳朴的形象被人们所熟知。北京一家餐饮企业看中黄馍馍的市场潜力后，砸出30万元与做黄馍馍的黄国盛夫妇正式签约，使他们成为该企业“黄馍馍”形象代言人。



## “舌尖上的……”文化

在《舌尖上的中国》的感动下,热泪盈眶的网友“咬牙切齿”地去网上狂搜美食,同时“舌尖上的……”这一舌尖体正成为网络疯传的流行语,一群大一的学生高仿《舌尖2》的视频《舌尖上的宿舍·泡面篇》也意外走红。

吃货们总能找到各种吃的理由,吃得理直气壮,不亦乐乎。时下大热的巴西世界杯也成为一群吃货们的饕餮盛宴,美其名曰“舌尖上的世界杯”。搜狐顺势发出一条名为“舌尖上的世界杯,中国100家最好吃的夏日餐厅”的推荐微博,一网打尽全国球迷,很快转发量超过三千。新浪体育也在微博上挑逗网友,开始了“舌尖体”创作:“阵雨过后的夏夜,广州球迷小李正为宵夜忙碌着,食物往往是最好的助兴素材!唇齿之间,轻轻一嚼,螺肉应声入口,肉质紧密,汤汁入味!扎实的味道,独特的鲜香,挑战了舌尖,麻木了味觉,叫醒了情绪,他决心与世界杯尽兴到底!”没错,就是炒田螺,深情并茂地写了七百来字。

在接近《舌尖2》播放尾声时,一部名为《舌尖上的宿舍·泡面篇》的大学生自制视频在网络上疯传,单在新浪微博上转发就过万。这部视频模仿《舌尖2》的解说词、桥段和配乐,只是美食的内容换成了学生宿舍的泡面,“北京海淀,太平洋吹来暖湿的季风,学霸正在疯长,又到了大学生们最忙碌的季节——考试季。由早餐带来的大量碳水化合物,可以维持繁重的复习后身体所必需的蔗糖。”这是《舌尖上的宿舍·泡面篇》的开场旁白,在不足7分

钟的视频中,所有的解说词都是“舌尖体”。

影片的镜头也模仿“舌尖”的拍摄手法。在镜头前旋转展示,然后镜头拉远,一只顶着泡面的三脚架在学生手中不停转动,旁边负责打光的是一盏节能型台灯。如何泡面是本片的重点推荐部分。加入调料,保留泡面的传统风味,然后将各种香料配制而成的泡面头汤倒入,使面表层的胶原蛋白与调料相遇,形成浓油赤酱的芡汁。经过三分种的等待,将上好的皮蛋肠切片加入汤汁,最后加入白葡萄酒,一碗秘制绝味泡面就此出锅。随着一句“方便面好咯”,宿舍里的六名男生聚在一起,视频中将这场方便面的盛宴称为“五湖四海跨越千年的聚首”。宿舍男生夸张陶醉的表演,令这部视频充满喜感,也勾起众网友对大学那些吃泡面的时光的怀念。

网友“小优朵拉”评论说:“能把泡面升华为闪闪发亮的文化和乡愁,实在是深得舌尖精髓!”网友“令狐磊的杂志发现室”则在评论中@了《舌尖》系列的总导演陈晓卿,并调侃说“第三季就找他们吧”。这部视频的主创团队当时抱着玩一玩的心态做了这部视频,哪料会这样火爆,甚至有几家大型视频网站向他们提出合作意愿。



## 不孤独的食物美学

除了红红火火,气势磅礴的《舌尖上的中国》让观众心有戚戚焉,另外一部名为《一人食》的系列网络美食短片也深得人心,这部短片通过下厨这一简单的事情,传达出一种独自美丽的生活态度。

如同《一人食》这个带点孤独意味的片名一样,这部片子只是被某一部分人暗暗地深深地喜欢。

一个人吃饭,曾经被认为是一件凄凉的事。不管是单身人士,或者是已有家庭的人,总会遇到一个人吃饭的时候。绝大多数人的想法是:反正只有一个人吃饭,那就将就一下,不如泡个方便面或者叫外卖算了。《一人食》想打破这个观念,想传达一种“一个人也要好好吃饭”的食物美学。

每一集都由一位擅长烹饪的主人公,在3分钟左右的时间里,做出一道或繁或简的菜式。不过,在这个从色调到器物再到食物都美得不可方物的短片系列中,美食只是一个载体。

《一人食》从一开始就不是普通的美食节目,从头到尾没有一句人声,没有不绝于耳的解说,只有轻快的音乐和加在屏幕上的汉字。《一人食》里,做饭是一个仪式。每个主人公穿着最舒适的衣服,拿出最漂亮的锅碗瓢盆,一丝不苟地对待手中的每一种食材和调味料,洗菜切菜做菜装盘。

香港《南华早报》在报道《一人食》系列短片的时候,把短片的流行和大城市单身人士的精神觉醒联系在一起。“尽管遇到来自同龄人和家人的压力,很多像上海这样的大城市的单身年轻人,不会再觉得内疚了。相反,他们开始去发现一种新的单身生活方式,想把一个人的生活过得更有品质。”报道这样说。

拍摄短片刚开始只是蔡雅妮一个人的自娱自乐。在辞掉了8年的图片编辑工作之后,蔡雅妮变成了一个彻头彻尾的宅女,除了不定期的旅行之外,大多数时间都宅在家里,有时甚至可以一两个星期不出门。有一段时间天天以烤土司

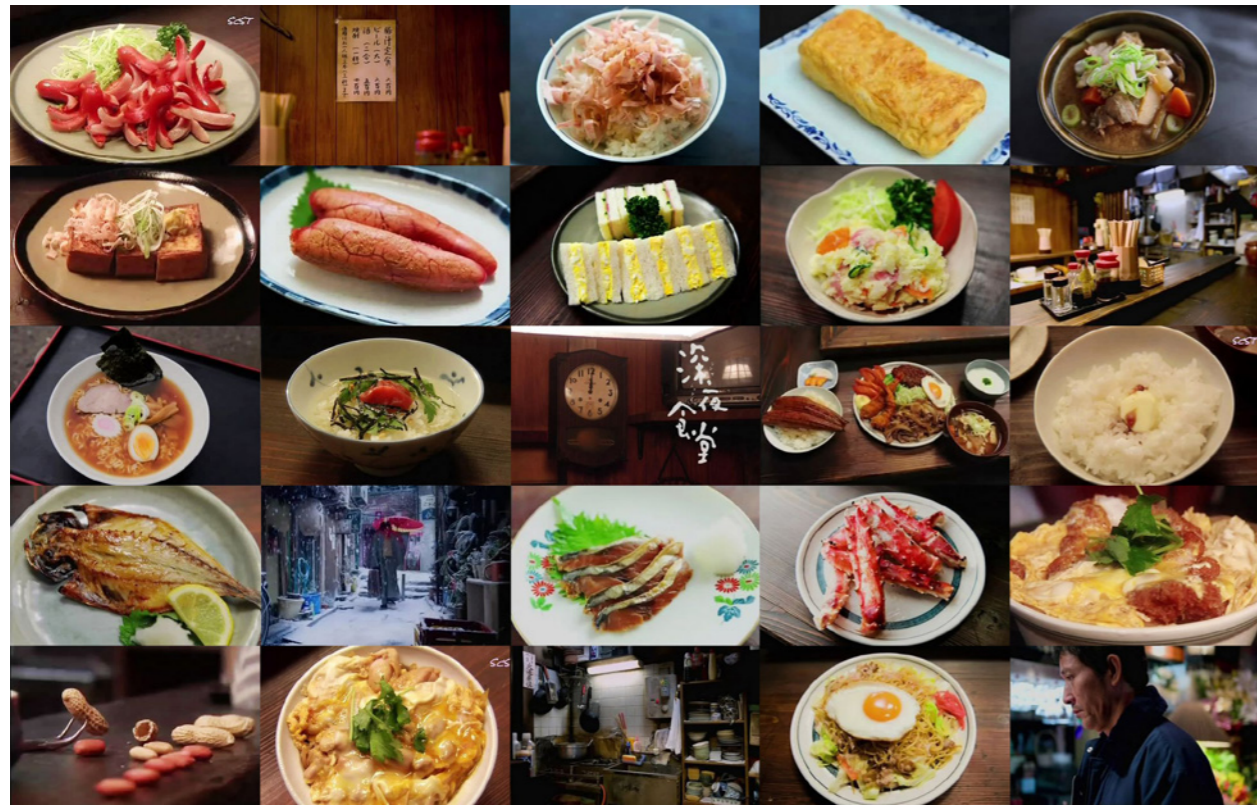
为食,吃多了以后觉得不能再这样了。想自己做饭,又无从下手。一个人去餐厅吃,又感觉怪怪的。于是她去网上搜食谱,但对那些程式化的烹饪步骤毫无感觉。那段时间,蔡雅妮正好迷上了用手机拍摄短片,甚至还在北京798办过一个小型的手机摄影展,于是她决定自己拍美食短片。

相较于《舌尖上的中国》引发全民为美食狂热的劲儿,《一人食》通过静静地展示主人公下厨的过程,网友也随着他们精心对待食物的态度,深感这样一件充满烟火味的事竟有这般美感,升起对下厨的渴望,带着美丽的心情看着食物一点点成型,并且安排好自己的生活。

在《烈日松饼》这一集里,女主人公唐七准备做华夫饼的食材,装进食物筐子里,然后骑单车来到郊外,铺开野餐布,拿出酒精炉、烤板、咖啡壶、砧板、刀、杯子……在树底下看着书,等待食物成熟,度过一个惬意的下午。这样的独自浪漫让人心生赞叹。

短片里的厨房用品很美,很多网友以为那是由品牌赞助的,纷纷留言打听是什么牌子,在哪里买的?片子里的主人公也有些很上镜,竟然也有人问,演员哪里找的?演得真好。《一人食》走红以后,很多人来找蔡雅妮谈合作,电视台、视频网站、风投,厨具品牌甚至服装品牌也来谈软性植入。但蔡雅妮对各种商业介入都不是太相信:“《一人食》是一个个人风格很明显的东西,有其他力量介入以后,一定会变味。”蔡雅妮已经给“一人食”注册了公司,未来可能会有类似于“一个人住”这样的产品问世。它们和“一人食”一样,传递的都是“独自生活”的理念。





## 爱食物,爱的是不变的家园

一碗小面,一盘年糕,一只馍……不管别人觉得美味不美味,嘴里想吃点什么的时候能想起的就是这些简单的食物,因为小时候的成长环境里飘浮的就是这些味道,越是在异乡吃不到的味道越想念,哪怕一天吃不到都想得厉害,吃到了才有回家的感觉。

陈奕迅在香港街边吃面的照片被狗仔队拍了好多次,虽然知道会被拍,他还是忍不住。每次出国,在回来的飞机上,陈奕迅脑子里能想起的,就是一碗热腾腾的拉面:“肉要炖烂,加葱酥加香菜加辣,伊面也好,粗面也罢,要是没有鱼蛋,哇,那就是中了六合彩!”下了飞机便直奔吃面的地方,面条对他来说,是生命中不能没有的东西。

日剧《深夜食堂》里,很少有烤得吱吱流油的特写,也没有恨不得从屏幕上挖出一勺子让你闻闻香味儿的诱惑,食材一点点以舒缓的节奏在老板手下渐渐成型,看香肠渐渐卷曲成章鱼形状,滚烫的拉面边需要小心摆上两片上好的海苔,最后把吐司的硬片切干净,从来未曾解释过刀疤眼来历的老板掀开帘子,那一个平凡巷陌中午夜歇脚的食客嗅嗅香味,“啪”地掰开筷子,微笑着点点头:“我开动啦!”

来这里吃饭的人都有自己的必点菜品,比如煎鸡蛋卷和红香肠,是两个寂寞的人——同性恋酒吧的老板和黑道大哥的最爱;茶泡饭的固定食群是三个坚信纯爱人近中年的挑剔聒噪女人,女性间的友谊真不简单;猫饭的爱好者是个爱唱歌的女生;吃猪排盖饭的拳击手在小店老板的见证下得到幸福;鸡蛋三明治是爱情的媒介,但终究是一段错过的恋情;和初次见面的儿子在小店里同吃速食拉面的杀手,接受老板的劝解直面责任;还有土豆色拉的滋味是AV男主角最怀念的妈妈的滋味;牛油拌饭使得美食评论家和姐姐的恋人重逢,成全了爱的守候;被父亲抛弃的女演员在加了特制海苔的酱油炒面里,吃出了父亲的忏悔;烤竹荚鱼的故事里脱衣舞娘的心酸隐在老妇人风情而倔犟的背影里,妖娆华丽坚强洒脱。

任凭白天如何为了生计隐藏内心的脆弱,

面对食物时他们放松下来。食物的价值远不是在价格上体现的,而是一种幸福和满足的归属感,在食物中找到逝去的时光。人和食物的关系远不是只有“吃”这个动作,当中蕴含的情感百转千回。

意大利人卡罗·佩特里尼提出“慢食运动”,目的是通过保护美味佳肴来维护人类不可剥夺的享受快乐的权利,同时抵制快餐文化、超级市场对生活的冲击,还著有同名书籍《慢食运动》。这本书的副标题是,为什么食品要讲究优良、清洁和公平。第一个例子就是发生在欧洲的令人担忧的景象,意大利皮埃蒙特区域的传统方胡椒被荷兰进口的、价格便宜颜色鲜艳的胡椒取代了,这导致厨师的手艺还是很好,地方风味却消失了。

《舌尖1》里面的《菜肴:自然的馈赠》这一集,筹备之初,导演任长箴有一种打算是将

之拍摄成“厨房里的秘密”那种类型,可是她自己并不喜欢。便是因为看了《慢食运动》这本书才开始研究自然和人的关系。一方土地有一方人和自然的联系,可能是新鲜的松茸、笋、藕,也可能是腌制的诺邓火腿、苗家腌鱼、香港腊肠、大澳虾膏……每份食物吃进嘴里,最让人们唤醒的,还是童年的记忆和家乡的感觉。

许多人看了《舌尖上的中国》这部片子,没有比拼自己家乡和他方的美食,而是爱上了别人的家园,因为我们每个人都有可能是片中食物的享有者,如果能享受到当地最原汁原味的食物颇觉幸运。如果旅游至他乡,想吃当地的东西,不幸寻得的是一种粗制滥造的食物,必然会深深失望。食物让人除了对自己的“家乡的味道”怀有一份精神寄托之外,同时也对他人家园不变的味道怀有期待。



## ART LIFE OF VEHICLE

### 金属音画 汽车的艺术人生

编辑、撰文 / 杜鹏硕

一百多年前,卡尔·本茨制造了世界上第一辆汽车,随着汽车速度的不断提升,人们的生活节奏也被它越带越快,它让我们的生活发生了翻天覆地的改变。除此之外,汽车还在另一个层面影响着我们,这就是艺术领域。虽然外壳的金属光泽和发动机的轰鸣声让汽车显得死板生硬,缺乏美感,但是这部改变着我们生活的机器还是无意间闯入了文艺圈,在这里掀起了一波微澜。

当你在互联网上搜索“汽车与艺术”这样的词条时,你会发现约 37,500 篇相关的网页,可见汽车与艺术的结合在当下已经不是一个新鲜的概念,反而有些泛滥街头的意味。

其实各汽车厂商打出艺术牌的举动也可以理解,毕竟随着工业水平的发展,把美学元素注入到机器的设计和制造中也是进步的表现,况且性能和价格大战已经进入白热化,厂商们总要找些新的突破点吸引顾客,所以汽车和艺术的融合也就是大势所趋了。

不过讨论汽车与设计并不是我们今天的主题,简单地讲,汽车的美学设计是艺术对汽车工业的影响,而我们今天要反过来看,汽车对现代艺术又有哪些反作用呢?

就像美食和服装一样,汽车已经成为我们日常生活中的必需品,当美食有了不同的文化,服装有了自己的潮流时,汽车是否也对我们的文化艺术产生了影响?实际上在很多方面汽车的确做到了这一点,这个产业所制造出的文化衍生品已经钻进了我们生活的各个角落,它所创造的艺术价值是无法被忽略的。

#### 好莱坞宠儿

如果问谁是半个世纪以来好莱坞最受欢迎的“演员”,也许你会说罗伯特·德尼罗或者汤姆·汉克斯,抑或是伊丽莎白·泰勒,诚然他们都有很高的艺术成就,但毕竟不是每部电影都会出现他们的身影。比起这些大腕来,有一位“演员”可谓兢兢业业,出入各大片场,扮演着不同的角色,虽然多数时候他都是一个配角,甚至时常被撞得七零八落,散架报废,但他们是每部电影中必不可少的一份子,他就是汽车。

如果评选一百余年来人类最伟大的发明,汽车和电影这对兄弟都很具竞争力,一个提升了我们的生活节奏,一个为我们高速的生活节奏来降温,恐

怕少了哪一个世界都会失去很多色彩。

之所以说他们是一对兄弟,是因为这两个产业的起步时间十分接近。

1886年1月29日,德国工程师卡尔·本茨为其机动车申请了专利。同年10月,卡尔·本茨的三轮机动车获得了德意志专利权(专利号:37435a),这就是公认的世界上第一辆汽车。

说到电影的开端,这个概念有点模糊,美国人认为是爱迪生,而法国人会告诉你卢米埃,实际上这两种说法都有各自的依据,也没有对错之分,总之就是同一时期,不同地点的两个人做了一件很雷同的事情。而这段时间正是汽车发明之后的十年内。

上个世纪中期,当汽车和电影不约而同地在人们的生活中占据着越来越重要的地位时,它们之间的结合也就显得顺理成章了,而它的代表就是美国——一个行走在公路上的国家,或者称之为电影王国。

由于美国幅员辽阔,工业发展迅速,所以汽车在美国人的生活中就像纯净水一样无处不在又不可或缺,所以在好莱坞的电影中经常客串个角色,对于汽车来说也是司空见惯的事情。

好莱坞影星威尔·史密斯曾说:“惊险片中如果没有车战场景,上座率就不会很高,这几乎成为了惯例。”正如他所说,紧张刺激的汽车追逐场面不仅节奏飞快,场面惊心动魄,而且总会伴随着一阵阵的爆炸让人热血沸腾,同时又感到窒息,由此带来的感官刺激足以把大批观众吸引到影院里,而这些经典的追车场面也往往会成为人们津津乐道的话题,就像他在电影《我和机器人》中的座驾奥迪RSQ概念车,如今也已成为银幕上的经典形象。

试想一下那些经典的银幕英雄,如果没有身下那性能出众的座驾保驾护航,确是少了几分英武之姿,你总不能让邦德穿着西服骑着自行车去打击恶势力吧。



《纸月亮》(左)和《雨人》(右)都是以公路为背景的影片,讲述了路上发生的事情和人与人的情感,它们也是该类影片的代表

## 路上的故事

说到汽车对电影的影响,紧张刺激的追车场面提升了电影,特别是惊悚片、动作片的观赏性,除此之外,汽车的出现更是为电影产业带来了一种新的类型片——公路片。

就好像德国人发明了汽车,而美国人却成为汽车占有量第一大国一样,公路片的创立者是新德国电影四大导演之一的维姆·文德斯(Wim Wenders),但是把公路片发扬光大的却是好莱坞,这与美国的情况非常吻合。美国有两大特色,第一是国土辽阔,人口相对稀少,第二就是汽车保有量非常高,而美国的公路交通又十分发达,这就使美国人在出行时非常依赖汽车,无论是出门访友,还是假日郊游,都会有很多奇妙的故事发生在蜿蜒的公路上,而这正是公路片的灵感源泉。

公路片通常指,电影的叙事发展是以一段旅程为背景。

电影的主人公在占电影绝对篇幅的公路旅行情节中,完成生命体验,思想变化,性格塑造,产生一系列的戏剧冲突,或者与别人,与自我心灵的交流,如《末路狂花》《逍遥骑士》《杯酒人生》都是不错的公路片。现在公路片已经发展成一种很成熟的电影模式。

典型的公路片产生在美国。美国号称是“装在汽车轮子上的国家”,美国人对汽车的感情就像中国人对自行车一样深厚。也许是因为电影来源于生活,那些蜿蜒的公路、星罗棋布的汽车旅馆和在公路上奔走的形形色色的人自然而然地成为了美国电影演绎故事的舞台,而美国人对电影艺术的无限执着使他们能够很轻易地将这些故事演绎到银幕上,让观众和主人公一起完成一次次的心灵之旅。

具体的时间点是在第二次世界大战后,美国出现了一种以汽车和公路为典型叙事元素的电影,其主人公的命运和情节的展开往往和公路息息相关。从埃德加·乌麦尔导演的《绕道》(1945年)和约瑟夫·刘易斯的《嗜枪狂》(1949年),到70年代斯皮尔伯格的《决斗》以及波格丹诺夫的《纸月亮》,公路片逐渐成为一种独立于其他片种之外的新的类型电影。

因为公路片的背景往往是那些乡间公路,而非非车水马龙的大都市,所以公路片诞生之初,多半是由当时好莱坞的青年导演执导,以反映青年人失落、孤独、愤懑和反叛的生活方式为主题。其主人公们多驾驶着各色汽车,怀着破碎的梦,疾驰在穷乡僻壤。

进入80年代后,公路片逐渐杂糅了更多的类型元素,其结构模式也更为灵活多样,其中既有好莱坞的传统格局也有独辟蹊径的巧妙构思。影片《搭车人》把公路片引向了恐怖电影的世界;《末路狂花》则改变了男性主宰公路片的老规矩;《雨人》运用公路片的构架表现了人们相互沟通的过程;而凯文·科斯特纳和克林特·伊斯特伍德主演的《完美世界》则将公路片、伦理片、警匪片等诸多片种熔于一炉,适应了当代美国电影的新趋向——类型交汇。于是,有了修正型公路片一说。

公路片发展到今天已非好莱坞所独有,许多国家都拍摄了相当数量的公路片,比如赵本山主演的国产电影《落叶归根》,也是典型的公路片,虽然在这段旅程中涉及到的交通工具很多,但仍以汽车为主,最重要的是演员和导演带领观众在公路上完成了一次心灵的洗礼,最终到达感动的彼岸。



老鹰乐队的《Hotel California》(加州旅店)用歌曲描绘了一幅与公路有关的场景

## 一路摇摆

除了对电影的影响,汽车业的发展也为音乐界吹来一阵清风。和对电影产业的作用一样,汽车不仅经常出现在各种音乐作品中,同时也为当代音乐带来了一种新的音乐类型。

汽车驶入音乐的最直接方式就是歌词,也难怪,汽车本就是我们日常生活中无处不在的交通工具,而歌曲也是在描绘生活,只是汽车的出现让这种描绘更加生动,更富于想象力。

汽车在歌曲中最著名的一次出镜恐怕非那首脍炙人口的《Hotel California》(加州旅店)莫属了,英文歌曲的fans用了以下词汇形容这首歌:空前绝后的超级、超超级、世界顶级、钻石级金曲、本世纪最著名的流行音乐作品。

这首歌可以说是Eagles老鹰乐队在最佳状态、最佳组合之下完成的一首旷世之作,这首《Hotel California》在1977年连续8周获得排行榜冠军的位置,乐队主唱Don Henley是这样解说《Hotel California》的:“我们是一群来自中西部州中产阶级背景的年轻人,《加州旅馆》是我们对洛杉矶的上流社会的理解。它可看做是对总是追求奢华生活的美国的一个象征,而不仅仅是关于加州和贝弗利山区。”注意,他用了“奢华”二字。

这首歌曲中有一句歌词是:“She got the Mercedes bends.她拥有豪华的奔驰车。”Don Henley对这句话的解释是:“这表现了一种拥有的满足感。”

结合上下文,梅赛德斯-奔驰在当时人们心中的地位便一目了然,奢华和满足感,它是那个年代人们追求的物质体现。

类似《Hotel California》与奔驰这样的例子数不胜数,除了隐藏在歌词中,汽车还以另一种方式影响着当代音乐。

汽车音乐是近年来发展最快的一种音乐形式。顾名思义,汽车音乐就是大家在开车时听的音乐。就是专门为司机创作的歌

曲,因为据科学研究,有些歌曲不适合在开车的时候听,为了满足很多人边驾驶边听歌的要求,所以就出现了“汽车音乐”。

汽车里的音乐一般是慢摇,是DJ,迪士高这个词也是DJ舞曲的意思。也就是说汽车音乐一般就是DJ音乐。将DJ音乐做成CD加上一些音频的处理,把该CD的音质做成节奏感强烈,鼓点清晰的慢摇,这就是汽车音乐了。

现在很多汽车都安装了高分贝的音响,特别是车主们选装的高级车载音响,从客观上满足了汽车音乐的基本要求,将汽车音乐的功效最大化。

一些长途司机经常容易疲劳,所以在车上放上几张DJ音乐的CD,清晰的节奏可以使他们保持清醒。以我个人的经验,古典音乐和枯燥的广播节目就是很好的催眠工具,对于司机来说,开车的时候尽量不要听这种节目,以免带来阵阵的困意。

交通事业和经济的发展带动了汽车音乐的不断进步。这个行业也具有了一定市场。但是由于中国的汽车音乐还在起步阶段,所以现在做这种音乐的团队并不多。

我第一次听这样的音乐是在2009年的“宝马X之旅”上,当时不知是谁在车上放了两张节奏感强烈的音乐光盘。初次接触,印象很深刻。

起初我对这样的音乐的确有点不适应,热辣的曲风不是我喜欢的类型,不过逐渐地我发现漫无止境的高速公路上一边听着这样的乐曲一边伴随着鼓点的节奏轻轻摇摆,不但能够提神醒脑,而且可以减去旅途的疲劳,沉浸在自娱自乐的欢快中,其功效明显强于我所涂抹的清凉油。特别是午后行车时来上一段汽车音乐,围绕在头顶的浓重倦意必定荡然无存,效果十分显著,但副作用是会让人逐渐进入很high的状态,甚至还会随歌附和一曲,吓到后排的乘客。



## 一边疯狂 一边成长 妈妈们的度假经

编辑 / 谷月 图、文 / 文雨 Apple 于丽娜 Gail

世界各国的妈妈都带孩子去哪儿度假？是不是爱跟风，看哪儿热门就去哪儿？还是提前做规划，分步骤分阶段带孩子去开眼界？抑或是把假期当作一个成长的机会，让她们得到充分的锻炼？

假期怎么度过，这是妈妈们应该提前考虑好的问题，看看英国、美国和中国的妈妈怎么教孩子去度假。假期是孩子们的心灵奶粉，分段配方很重要。

## 【英国妈妈们的度假分享】

英国人带孩子去度假,是父母们必须要做的功课,就像我们送孩子去补习班一样,是绝对不可以轻视和怠慢的,家长们想着各种方式,让宝贝们在假期里快乐健康的成长。在他们看来,不同年龄段的小朋友,家长们也会有不同的出行配方,暑假过后,孩子们经常被问道的话题就是,假期和爸爸妈妈去哪里玩啦。如果没有答案,那么爸爸妈妈真要有些汗颜喽。这里,我们有幸请来了三位英国妈妈,来分享她们带孩子度假的经历。



### 1号妈妈 Dei 分享：哪里轻松去哪里。

Dei 算是一位新妈妈,小公主 Juliana 现在刚一岁半,就已经有两次出远门的经历。一次是几个月前从伦敦坐飞机到爱尔兰,和爸爸妈妈一起去看他们的朋友。最近刚刚又和爸妈去了一趟葡萄牙的里斯本,在一个度假村里小住一周,总体来说,这两段旅程,Juliana 的表现不错,没有太多的哭闹和不适,听到 holiday 这个词会很激动。这两段假期,Dei 和丈夫 Dave 都选择了不超过一个半小时的航班,而且是有当地朋友接待的目的地,风险和奔波等级都是低级。

Dei 告诉我说,在宝宝 5 岁以前,他们的旅行目的地都要以这样的短途轻松游为主,其实,这样的旅行,更多的是让父母带着孩子在日常重复的生活中有一个可以充电和修整的机会。在英国,都是年轻的父母们自己独立带孩子,3 岁以前的日子是非常辛苦的,加上初为父母的经验有限,出门一趟更是琐碎繁杂的事务考验,他们多会选择和同龄的父母们一起出行,或者带着孩子去拜访朋友,让小宝贝们有迁徙的经历,让自己也有一个放假的机会。在这个阶段,宝贝的安全和旅行的便捷舒适,是 Dei 的首选。



1.Dei 和丈夫 Dave 带着女儿 Juliana 一起旅行;  
2.Juliana 和小伙伴玩得好开心;  
3.Poppy 和 James 的宝贝女儿 Scarlet 很爱野营;  
4.辣妈 Esther 把四个孩子抚养大,旅行是家庭重要的活动。

### 2号妈妈 Poppy 分享：哪里好玩去哪里。

Poppy 的小公主 Scarlet 今年 7 岁,现在正在读小学,到了满地疯跑的年纪,Poppy 和丈夫 James 的假期,带着 Scarlet,不是去海边,就是去露营,他们认为,这个时候,可以让宝贝在大自然的怀抱里疯玩,完全释放天性,就是给孩子最好的礼物。在英国人心中,海边和乡间,就是假期代名词,大人和孩子们的最爱。在一个景色如同明信片一般的地方休息,不去想别的事情,就是对假期的诠释。

Poppy 说,每次度假回来,翻看手机里的相片,Scarlet 被海风吹红的笑脸,Scarlet 在森林里和爸爸捉迷藏的瞬间,Scarlet 在草地上和小朋友一起疯跑的样子,都是她们全家最最幸福的回忆,也是 Poppy 现在首选的假期配方。在英国,就有他们很喜欢的海边度假胜地,像康沃尔(Cornwall)、布莱登(Brighton)都很热门儿。要是去露营,在中部的湖区、南部的德赛克斯区(Sussex)有好多处专业营地,特别适合家庭出游。

### 3号妈妈 Esther 分享：由孩子来决定去哪里。

Esther 绝对是一位超级辣妈,把四个臭小子,拉扯到四个大帅哥,自己还是那么优雅有活力。她最大的孩子今年 17 岁,最小的也有 12 岁,她和丈夫 Charlie 现在的出行假期,都由四个儿子来决定,去年暑假,还为此开了一个家庭辩论会,四个在读中学的儿子,分别阐述了自己今年最想要去的地方,为什么,怎么去,玩什么等,通通都用了 PPT(幻灯片)来展示给家庭成员,最后三弟的旅行目的地巴塞罗那获胜,全家一起去看了高迪的建筑。

Esther 说,现在是孩子们的求知欲最旺盛的时候,我们把选择的权利交给他们,用孩子们的知识 and 探索精神来带我们旅行,父母要做的就是支持以及分享,还有就是用我们的经验来帮助他们制定更加安全和务实的旅行计划,让整个旅行更加舒适和合理。今年暑假的旅行刚刚确定,全家一起要去德国的慕尼黑,因为二儿子的汽车工业旅行计划胜出,他们要一起去看宝马汽车博物馆。

暑假马上要到了,当你开始制定你今年的亲子旅行计划的时候,不妨也采用一下英国妈妈们的意见,看看你家宝贝是哪一个阶段的配方。

## 【中国妈妈们的度假分享】

匆忙找旅行社定日程的妈妈不在少数,通常是计划赶不上变化。只要别在家里待到无聊透顶,去外面走走看看,孩子都会比在家里乖很多。旅行让他们的成长表现得很明显,所以越来越多的家长尽量自己累一点,也要让孩子们出去度假,沙滩上晒太阳,看大自然,或者公路旅行,积累些旅行记忆,那是孩子们的财富。

大致花费:

一日票:成人 \$74 儿童 \$54

两日票:成人 \$118 儿童 \$88

半年通行证:成人 \$98 儿童 \$88

半年通行证不但价格比两日票要值,购买者还可以在园中付费项目和“圣淘沙名胜世界”制定项目中享受折扣,餐饮和购物折扣最高更是能达到 20%!

特别提示:环球影城的成人票是从 13 岁开始的!



### 新加坡环球影城 high 三天还不够

能陪伴孩子们成长是每对父母最幸福的事情,特别是对于 80 后的年轻父母来说,其实,在我们心里,自己还未长大,所以,带孩子旅行,成为我们一起成长的最好方式,而“圣淘沙名胜世界”也不失为一个最好的选择!

#### 每个孩子都是大明星

在圣淘沙鱼尾狮的观景台上就可以看到环球影城中炫目的过山车,能听到人们欢快的尖叫声,这正是游乐场最吸引人的地方——能够强烈感受到快乐的气氛!如果说迪士尼乐园里有 80 后解不开的童年情结,那新加坡环球影城则汇集了当今小孩子们热力追捧的卡通偶像。

变形金刚 3D 对决之终极战斗、史瑞克 4D 影院、马达加斯加:木箱漂流记、木乃伊复仇记、侏罗纪河流探险、科幻城市和纽约电影特效片场,当然还有红遍世界的小黄人等待与你合影……环球影城的好处是我们完全可以根据孩子们和自己的喜好来选择游玩顺序,不需要去纠结哪个好玩或者不好玩,因为没有什么比和自己的卡通伙伴一起玩更赞的!

史瑞克是梦工厂动画最耀眼的明星之一,也是小朋友们最好的伙伴,所以环球影城史瑞克 4D 影院总是最火爆的。史瑞克 4D 影院坐落在“遥远王国”里,是一座高达 40 米的城堡,进入城堡就仿佛进入了史瑞克的团队中,和多话驴、欧菲娜公主一起经历一场冒险,我们可以将透过史瑞克的神奇视野,去解决冒险途中的问题;时而弹跳、时而起伏的椅子和突如其来的喷气与水气“袭击”,让电影成为一场全方位的感官体验!而对于孩子们来说,他们终于可以实现愿望,和自己的好朋友们一起去历险了!离开 4D 影院,多话驴在另一个剧场等着你,喜欢这个活宝的孩子们这次可以跟他尽兴地玩耍了;而魔法婆婆的神奇屋则是孩子们一探梦幻魔剂,发现惊喜的地方。整个“遥远王国”就是史瑞克电影的原样重现,沼泽屋、罗密欧大街,你们随时会遇到史瑞克



和他的伙伴们……

除了史瑞克,在中国孩子中最受欢迎的梦工场电影可能要数《马达加斯加》了,在环球影城的马达加斯加区域,游乐项目也包含了整个游乐园中时间最长的马达加斯加:木箱漂流记,这也是环球影城专为梦工厂设计的一个游戏。孩子们可以跟随狮王亚历克斯、斑马马蒂、河马格洛丽娅和长颈鹿麦尔曼一起乘坐一艘木筏漂流到马达加斯加的神秘世界。在长达 9 分钟的漂流过程里,数码动画、幻影、声效及特效带给小朋友们的惊喜和刺激不断,在游戏当中,孩子们能够潜移默化地认识到梦想、善良、勇敢、冒险精神在我们生命中的重要性!除了木箱漂流,“马达加斯加”还准备了一场精彩绝伦的舞会,欢迎来自世界各地的小伙伴们——朱利安国王旋转舞会!我们一起与疯狂的狐猴和特立独行的窝灵猫一起狂欢,和马达加斯加的明星们共同起舞。此外,小飞行学校里还有专门为小朋友们设计的过山车,带着孩子们穿越“遥远的王国”……其实,在环球影城,每个孩子都能够走进童话世界,跟自己的偶像一样,成为大明星!

#### 食宿无忧的欢乐岛

在圣淘沙名胜世界一共有六间酒店可以供游客选择,风格各有不同,给客人带来新鲜的入住体验!

这六间酒店分别是:坐落在圣淘沙海边的海滨别墅;充满艺术气息的迈克尔酒店;世界知名的摇滚风情酒店 Hard Rock 酒店;以欢乐节日为主题,充满喜庆感的节庆酒店;栖息于热带雨林之上的逸濠酒店;私密感极强只接待受邀宾客的康乐福豪华酒店。

除了这六间大型酒店,还有两处是充满风情的“私人住所”,因为他们都以套房形式呈现,但房间非常少,十分私密!其中,“海景套房”只有 11 个房间,隐秘在海洋馆的一侧,客人可以与五彩斑斓的海洋生物共眠。而“树冠豪阁”则只有两间分别称为“青木”和“香莉”的单卧阁楼,藏匿于树木之中,栖身 12 米高空极尽私密清幽,喜欢书屋的孩子家长,一定记得提早预订!

中国家长喜欢带孩子去的也许是路易纽约 Pizza 厅,意大利美食被誉为欧洲的中餐, Pizza 与 pasta 的口味比较容易被孩子接受。在这里吃早餐,还能与艾摩、曲奇怪兽以及其他芝麻街好友欢聚一堂,一边享用美味的自助早餐,一边与芝麻街的好友共享欢乐时光,多拍几张全家福,还有什么比这更幸福的呢?马达加斯加野外之家亚洲风味馆比较有特色,亚洲菜吃起来更接地气儿,尝尝让人垂涎的沙爹、泰式酸辣汤、细嫩多汁的烤鸡、美味素食等多种闻名世界的东南亚诱人美食!

## 广州长隆度假区 充满爱的世界

度假区对于孩子的好处就是不用长途奔波,可以在一大片区域内玩各种不同的游乐项目;对于家长来说省时省力,把时间都可以用在游玩中,更能跟孩子一起乐在其中。广州长隆野生动物园和广州长隆欢乐世界,从开园之日起就不断给年轻人带来无限欢乐!如今当年的年轻人都已为人父母,而“长隆”则成为了全国最知名的度假区之一,而我们则可以跟孩子们一起在这里疯玩,陪他们一起成长!



### 认识自然,和动物做朋友

广州长隆度假区最早建成的园区要属长隆野生动物世界的前身“香江野生动物园”,早在1997年就开园迎客了,如今这里汇聚了世界各地的动物们,对于孩子们来说这是一个认识和接触大自然,学会与动物们成为朋友的神奇乐园!长隆野生动物园已经开放了自驾区,如果您是开车来,可以直接进入游览区,根据自驾车的路线指引来玩。进入乐园我们会发现,动物是按照它们的生活地域和习性分布在不同的园区,在游览的过程中,孩子们就可以通过不同的园区了解动物的分布和特点。整个园区分为:澳洲森林、美洲丛林、中亚荒漠、南亚雨林、欧洲山地、狂野地带、南非高原、东非草原等8个区域。在游玩过程中了解动物,还能增长不少地理知识,对世界五大洲的地形地貌有一个初步的认识。

除了自驾区,园中还有多个参观区域,例如,世界国宝区、考拉园、百虎山、金蛇秘境、猿猴王国等区域。这其中,“百虎山”是长隆最引人注目的一个园区,这是因为白虎是长隆野生动物世界的镇园之宝,也是“长隆”集团的吉祥物!长隆野生动物世界有150多只白虎,是世界上白虎最多的园区。除了近距离接近动物,像侏罗纪森林、丛林发现、雨林仙踪和儿童乐园这些人工园区,充满了探险的奇幻乐趣,更能让孩子们从中了解到很多大自然的秘密;各种机动游戏则让孩子们乐不可支;而分时段不同的表演也是吸引孩子们眼球的一大主题,河马剧场、白虎剧场、花

果山剧场、大象剧场,动物们做主角,让孩子们看到它们伶俐可爱的一面,学会把动物当成自己的朋友!

### 策划长隆假期

其实,整个长隆度假区如果真想全部玩遍,玩到尽兴,而且不觉疲倦,至少需要5-6天的时间,但是目前长隆只有2日的联票,而且都是两两组合的。所以,如果想要在长隆享受一个舒服的假期,就需要提前对长隆度假区有个全面的了解。推荐“长隆国际大马戏”和“长隆欢乐世界”组合,而“长隆水上乐园”则是夏天清凉的不二选择。

长隆国际大马戏是值得推荐的项目,能容纳近8000名观众同时观看,拥有来自20多个国家,横跨亚洲、欧洲、美洲、非洲共300余名马戏演员,和多达40余种500多只珍奇动物同台献技。看过马戏的观众只能用神奇来形容这场视觉盛宴,欢乐是这里的唯一主题!长隆欢乐世界是孩子们尽情疯狂的地方,“全球过山车之王”垂直过山车、创吉尼斯世界纪录的十环过山车、荣获行业设计金奖的摩托过山车、超级大摆锤、东半球唯一的U型滑板……对于热爱过山车的人来说,这里可谓是天堂了,每一款都能掀起全新的刺激体验。

夏天玩水,必去长隆水上乐园。“巨蟒”、巨洪峡、超级大喇叭和孩子们喜欢的宝贝水城、合家欢滑道,夏天这里不仅是清凉的世界,也是新奇刺激的游乐体验世界。

#### 大致花费:

长隆野生动物世界+长隆水上乐园 成人428元/人 儿童333元/人  
长隆野生动物世界+长隆欢乐世界 成人450元/人 儿童350元/人  
长隆野生动物世界+长隆国际大马戏 成人477元/人 无儿童票  
长隆野生动物世界+广州鳄鱼公园 成人306元/人 儿童220元/人  
酒店推荐:长隆酒店



## Club Med 东澳岛 不出国门的亲子假期

中国首座阳光沙滩度假村——Club Med 东澳岛度假村,从 6 月 20 日开始就开始迎客了。它坐落于毗邻港澳的东澳岛,充满地中海风情,是游客尽情体验海上探险和自然海景的理想之地。新开张的 Club Med 打造了一个更精致的一价全包式的完美假期。



### 海湾里的娱乐场

东澳岛位于中国南海,地理位置优越,交通便利,游客可以乘坐客轮来往于东澳岛和珠海或深圳码头之间。东澳岛拥有 15 公里的黄金海岸线,蔚蓝的海水风景如画。除亚热带的宜人气候外,整个岛屿更是全年沐浴在灿烂阳光下,岛上的森林覆盖率更是超过了 80%。Club Med 东澳岛度假村由两部分组成,即 Club Med 东澳岛度假村与 Club Med 奢华空间。

度假村拥有绵长的阳光沙滩,优雅的设计充满了现代气息,客房海景无敌。海上活动非常丰富,11 项时下流行的海上运动体验都可以在这里享受到,包括

亚洲首个 Club Med 滑水运动、桨板冲浪和潜水等。敢于冒险的家长和孩子可以在专业 G.O. 的指导下尝试一下。除此以外,还有众多精彩的陆地运动可供选择,例如环岛徒步、自行车骑行、高尔夫挥杆运动(练习和推杆课程)等。度假村中的休闲设施包括室内及室外游泳池,以及 Club Med 欧舒丹 SPA 和健身中心。

Club Med 奢华空间是东澳岛 Club Med 度假村中的独特组成部分,专为强调隐私又同时希望享受豪华个性化服务的顾客打造。奢华空间拥有 69 间豪华客房,全部坐落在风景如画的海滨山顶,其中还包括两座拥有私人泳池和 180 度海景的海岸别墅。甜蜜爱

### 大致花费:

家庭套房最多入住 4 位,177 平米,还有 40 平米的阳台。从 8.31-9.27,每位成人 5030 元/人/天,4-11 岁儿童 3020/人/天,2-3 岁儿童 1510 元/人/天,会员费 260 元/人,机场接送,600 元/成人。通常连住 3 晚以上有一定的折扣。

人们可以在 Club Med 奢华空间享受宁静私密的浪漫假期。入住在配备私人露台和无敌海景的宽敞房间内,客人还可以享受免费的客房欧陆式早餐以及客房送餐小食。每晚在充满现代气息的星空吧都可边享用香槟,边开始丰富多彩的晚间娱乐活动。度假村还为 Club Med 奢华空间的客人们提供一系列特色服务,包括随叫随到的礼宾服务,以及海鲜餐厅的优先预订服务。客人还可以一边尽情畅游在室外无边际泳池中,一边俯瞰一望无际的海景。豪华度假村设有三家餐厅和三家酒吧,每家餐厅和酒吧都拥有不同的主题和特色美食,包括每日供应新鲜海味的海鲜餐厅,供应糕点及高端法式茶点。

### 孩子们的好去处

Club Med 儿童俱乐部拥有经验丰富的国际 G.O 团队,为全家出游的客人提供专业的服务,悉心照料不同年龄的儿童,世界各国孩子可以任意交流,G.O 可能会为他们排演节目,参与表演。夜晚降临之时,浓郁的节日气氛荡漾在度假村的每个角落。主题鸡尾酒会、晚间 G.O 表演、纳凉休息室、由现场 DJ 主持的派对、以及无限供应的酒吧小食,这些都会令您的晚间娱乐或社交活动丰富多彩,乐趣无穷。带着孩子,无论如何都不会闲着,可以为他们找到很多的乐趣。

假期探险活动是这里的特色,可以带孩子亲身体验附近淳朴的渔村生活,领略纯正的当地文化。还有更多半日短途旅行可供客人选择,包括垂钓之旅、日落乘船游赏、以及海岛发现之旅,前往附近繁华的大都市香港和澳门购物也是相当诱人的行程。





【美国妈妈的度假分享】

在美国这个强调自由的国度,妈妈对孩子的天性几近“放纵”。美国的游乐场太多,迪士尼、Universal 几乎每个孩子都去过,一些新奇的地方会让孩子更觉得有新意吧。



### Gilroy Garden “树的马戏团”

Gilroy Gardens 主题公园是一个专门为孩子设计的儿童乐园,也是一个美丽自然与梦幻童话相结合的浪漫世界。那些形状奇异的“神奇树”(Circus Trees),至今仍然有 25 棵存活于世。如果你见过它们,一定会终生难忘。

位于加州硅谷 (San Jose) 南边的 Gilroy Gardens 原名 Bonfante Gardens,从硅谷出发约 40 分钟的车

大致花费:  
 门票:3-10岁/\$39.99 11-61岁成人/\$49.99  
 有年票,具体可以官网查询:<https://www.gilroygardens.org>  
 地址:3050 Hecker Pass Hwy., Gilroy, CA 95020  
 电话:+1 (408) 840 7100  
 开放时间:周一至周五 11:00 - 17:00 周六周日 10:00 - 18:00  
 用餐:公园里有餐厅,人均在 5-20 美元

程,在附近还有著名的 Gilroy Premium Outlet,可以顺道 shopping,满足大人和小朋友的需求。值得一提的是它是一个非营利组织,以提供小区休闲和教育的需求为主,加入年会会员的会费还可以用来抵税。在园区内还有许多奇特的树,这些人工种植培育的特殊形状的树称为 Circus Trees,是 Gilroy Garden 的特色之一。



### 小公园背后的老故事

1925 年到 1963 年之间由 Axel Erlandson 建造的 Gilroy Gardens 被称为是“树的马戏团”。这位园艺天才利用独特的嫁接技巧将几棵树连接在一起并组成各种各样的形状,有由两棵树互相弯向对方形成的拱门形状,也有由十棵树“编”成的篮子形状。事实上内心并不是很喜欢这种有些违反自然的艺术,但是仍不免为他奇妙而独特的技术叫绝。然而这并没有带来经济上的成功,最后在 1963 年,他变卖了全部家当,然后这里被重新命名为“失落的世界”。幸存的 40 棵树木在 1977 年几乎都被推土机铲平,但是一个名叫 Michael Bonfante 的人在 1985 年重新种植了树木并且开辟了新的花园。

Michael Bonfante 有一个非常执着的爱好——树,他最初建造花园的目的就是想唤起人们对于树木的珍惜和热爱,但是一个仅仅有很多树的园子很难引起大众的关注,因此 Michael Bonfante 又在花园里自行设计添加了很多游乐设施。他的主旨是希望大人们在游乐的同时感受到树的美丽,而孩子们可以从小就在这个拥有五个主题花园的游乐园里认识各种植物并学习和它们有关的知识。

### 乐趣胜过迪士尼

Gilroy Gardens 里的游乐设施大多是一些供小孩子们玩的安全可爱的小把戏。公园里每项游戏都有严格的身高限制,小朋友只有达到一定的身高才可以乘坐,孩子单独乘坐和与大人同乘的身高要求又有不同。儿子在我们的陪同下几乎玩遍了所有游戏,他最喜欢坐绕园一周行驶的小火车。一圈逛下来,相比世界闻名的迪士尼乐园,这个小乐园更是一份细致和人情的味道。整个园子遮满了阴凉,随处可以看出设计者在园艺上的用心,游客也不是很多,大人和孩子都可以安静悠闲地享受,不像迪士尼里永远充满了人,任何时候去都要在暴晒中没完没了地排队。但只可惜这一次把时间都花在了游乐上,没来得及仔细玩味园中的五个花园,每一个花园里都充满了 Michael Bonfante 卓绝的想象和创造。

当 Michael Bonfante 决定把对树的挚爱延伸成一个呼唤人们感恩自然的理想后,他为此付出了长期而具体的行动,从每一个创意的实施到每一棵树的移植,一步一步严格坚守自己的意志,直到梦想成真。这种精卫填海式的执着,唤起人心中的尊敬和感动,而如今这一切,都留给了今天的我们和这些开心于此的孩子们。

# 钟中林 “刷新生活” 立邦的完美转型

编辑、撰文 / 张毅 图片 / Summit



## 人物档案

钟中林  
立邦中国区总裁

## Q=《邻居》 A=钟中林

**Q:立邦近两年不断地在谈“刷新生活”，请您介绍一下这个品牌主张的缘起？**

A:立邦1992年进入中国市场，最早是希望给中国消费者提供方便环保的涂料，所以那时的品牌主张是“立邦漆，处处放光彩”，希望千家万户都能使用立邦涂料。多年过去了，我们得到了广大消费者的支持，构建了一个不错的发展平台。不过，随着中国经济的快速发展，消费者对于涂料的需求也产生了翻天覆地的变化，比如，立邦进入中国的前十年前，消费者选择涂料会首选“立邦白”，但渐渐地，色彩成为了他们关注的焦点，所以立邦在2006年提出了“我的灵感，我的立邦”的品牌主张，希望发挥立邦涂料的色彩优势，为消费者提供丰富多彩的色彩创意。

在多年的实践和调研中，我们发现消费者的成长非常迅速，特别2000年左右，随着房地产行业的崛起，作为装修的必备材料之一，消费者对涂料需求更多样化，相应的，立邦也随之调整了品牌主张。过去，我们关注更多的是产品本身，而现在，我们思考地则是立邦能为消费者做些什么？我们希望品牌和消费者之间能够保持良好的互动关系。

基于这个原因，我们在2010年推出了“立邦，为你刷新生活”的品牌主张，这可以说是一个转折点，标志着立邦从专业的涂料制造商转变为整体方案服务商，为消费者提供一站式的升级服务。我们认为能让消费者满意的并非只有涂料，而是整个的涂装效果，从底到面，从使用的涂料到工具甚至遮蔽保护材料。立邦为消费者提供的不只是产品和色彩，更是一种美好的生活方式。

这里首先要谈的是CIS，我们希望未来立邦不仅是sales，而是service，是完全为客户服务的品牌。这也是现在消费者最看重的，即你能替我做什么。

为了成就这个品牌主张，立邦做了很多工作。第一，在产品方面，我们开始打造立邦的全涂装体系产品，生产从底到面，包括工具、遮蔽材料等完全环保的产品；第二，打造“立邦为你刷新”服务体系，只需一个电话，工作人员就会上门为你定制方案；第三，建构了icolor设计网站，消费者如果有装修设计方面的问题，可随时登陆这个网站，和设计师进行在线沟通；第四，最能代表“刷新生活”品牌主张的就是“为爱上色”活动，目前它在已经在全国24个省、180个希望小学开展，为很多孩子们带去了欢乐和希望。“为爱上色”系列活动已经开始五年多了，立邦希望通过这个开放的公益平台，带动更多企业和个人参与其中，将爱心传递下去。

**Q:所以“刷新生活”并不是立邦的子品牌，而是立邦目前的品牌策略？**

A:是的，“刷新生活”是立邦最重要的品牌主张。应该说，每一个品牌都要打造自己与消费者沟通的核心，我们认为消费者要的并非只是涂料，而是每一次涂刷都能帮助其完成梦想，所以立邦从关注产品，转变为关注消费者，关注他们的需求上。

这种变化也体现在立邦logo的改变上，可以看到我们最新的企业识别标志，突显了红色N字样，去掉了原有标志下的“NIPPON PAINT”，这象征着立邦品牌正在全面革新，我们从销售涂料的品牌变成了一个服务的品牌。

**Q：“刷新生活”主要是针对“重涂”市场，立邦为什么会格外重视这个市场呢？**

A: 中国房地产市场从2000年以后快速发展，拥有自己的房产是每个中国老百姓的愿望。十几年过去，从数据上来看，新房、存量房、二手房使用涂料的比例发生了变化，新房使用涂料的比例在减少，存量房才是未来涂料使用最大的市场。因为材料和年久失修，很多房子的墙面产生了开裂、漏水、发霉等问题，重涂就成为了非常重要的事情，这个市场的前景非常广阔。

**Q：立邦有没有经过调研，以前消费者会选择什么样的方式进行“重涂”呢？为什么“刷新生活”服务就一定会被消费者接受和认可呢？**

A:立邦确实做过大量的调研，我们发现，如果消费者只是想改变房间的颜色，修复一些小的功能性问题，诸如漏水、开裂等，家装公司往往会嫌活小而不接单，而找马路游击队，消费者又不放心。立邦看到了消费者这一需求，于是推出了专业的刷新服务，给消费者提供完整的解决方案，从前期与客户讨论、评估到规划，规划之后会有符合立邦认证的涂刷师傅上门做施工，整个涂装服务由立邦来保证品质。

当然，这个服务的前提是产品基础，立邦从2006年不断地提高产品的环保性，特别是净味产品的大力推广，只要保持良好的通风，在施工过程中，消费者完全可以居住在家里正常生活，不用担心重涂会影响家人的健康。

**Q:中国和国外重涂市场相比，有哪些特别之处？请您简单分析一下中国“重涂”市场状况？**

A:目前在国外，特别是欧美市场，重涂的比例占得很大。中国和国外重涂市场最大的不同是理性和感性的区别。国外消费者对于重涂大多并不是从功能上出发，而是从情感上出发，可能有时候就是为了换个心情而进行一次重涂，1-3年就会给房间换个颜色，频率远远高于国内。当然在国外，重涂市场的产品、工具、辅材等配套体系比较成熟完善，重涂起来比较容易。而中国消费者一般是8-10年才会选择重涂，而且往往是忍无可忍的理性之举，比如墙面陈旧、开裂，长霉、墙皮脱落等。我想，随着经济的快速发展、消费者的成熟、房价等因素，中国重涂市场会越来越接近国外的重涂市场。

**Q:那立邦有没有做过调研，中国消费者对于重涂的预期是什么？是重涂后再保持8-10年？还是接纳重涂是一种理念？**

A:这个要看重涂的服务做得是不是到位。重涂不仅是重刷一遍墙，更重要的是带给消费者不同的思维，比如墙面怎么和家具搭配更和谐，墙面如何重涂会变得更丰富更艺术。要让消费者在重涂的过程中，感受到改变。所以“立邦，为你刷新生活”并不是简单的重涂概念，而是一种改变，心情的改变，生活方式的改变。

如果说重涂只是功能上改变的话，那“刷新生活”就是情感上的改变，带给自己和家人不一样的心情转换。接受了这个理念，可能经过两三年，消费者就会想去主动地改变了。立邦希望引导消费者完成从理性到感性的改变。

目前，我们正处于建立重涂服务标准和产品配套体系标准的阶段，立邦作为涂料行业的知名品牌，有责任、有信心去主导和建立重涂标准体系，让更多的中国消费者可以轻松、放心刷新生活。

**Q:看来您对中国消费者接受重涂理念信心满满？**

A:是的，我认为重涂时代很快就会到来。一方面是房地产业的发展和经济水平的提高，人们有条件追求更好的居住环境，另一方面立邦及很多的同行都认同，并且在积极推广重涂的理念。当消费者对重涂服务的满意度越来越高，重涂服务的曝光率越来越高，相应地它的影响力就会越来越大。可能在5年后，重涂就会遍布中国的大多数城市，消费者也会完全接纳这个理念。

“刷新生活”立邦已经推了3年，我们发现在推广过的城市，大家对重涂服务的接受度非常高。

**Q:市场上，也有和立邦“刷新生活”同质化的产品，比较起来，立邦“刷新生活”最大的优势在哪里？**

A:我首先要强调的是，立邦并不是第一个做“重涂”的品牌。但为什么我们还要去做？因为对立邦来讲，“刷新生活”并不是一个产品，而是重要的品牌主张，涉及整个立邦未来的发展，所以我们整个集团，从内到外，从上到下，全力在做“刷新生活”。3年来，立邦已经完成了2万个家庭的重涂服务，我们每一单都做了跟踪和满意度调查，目前的好评率达到了95%，这给了我们很大



的信心。

3年来，立邦“刷新生活”建构了一套完整的涂装产品体系，为消费者提供一站式的墙面解决方案，我们最大的特点和优势是自行研发的“无胶涂装体系”，从底材、面漆、涂刷工具、遮蔽材料等都是立邦自产的环保产品，经过多年的实验，选用的最专业、环保的产品。

立邦“刷新生活”的专业施工团队是我们的另一个优势，我们花了很多时间，一个个城市对施工团队进行培训，确保了“刷新生活”的施工质量，这也是我们整个涂装体系中最重要的一环。无论你在全国哪个城市，享受的都是立邦“刷新生活”标准化的服务。

“刷新生活”服务的另一个优势就是为消费者定制方案，只需一个电话，立邦工作人员就会上门免费检测墙面、定制个性化的施工方案，并且在施工前搬移家具、对电器、地板、家具的遮蔽，并在施工后清洁归位。立邦承诺消费者“不用动手”的同时，也确保各项环节的高效和环保，让消费者真正的放心。

“刷新生活”还有一个最大的优势是，每一单工程结束后，我们都会进行满意度调查，消费者百分百满意后，我们会发放1年的质保服务卡，一年之内有任何问题都可以进行免费保修和返工。

**Q:那立邦怎么确保施工团队的专业性呢？**

A:立邦在全国建立了13个培训学校，对施工人员进行专业的培训，并且经过SOP认证后才能为立邦施工。所有的施工人员都经过了严格培训，他们熟悉整个“刷新生

活”涂装体系、熟悉立邦的产品，也能很好地为消费者服务。

**Q:一些消费者反应，在同类产品中，立邦“刷新生活”服务的是价格最贵的，您怎么看待这个问题？**

A:立邦打造的是五星级的服务，我们不会为了节约成本而牺牲每一个细节。我认为不能只看价格，而是要看性价比。选择重涂服务时，不仅要比较各个品牌的服务项目，还要看是否能够帮助你解决问题。我想消费者都是很聪明的，这几年，立邦“刷新生活”服务不断得到消费者的好评，接单率在增长就说明了消费者对它的满意度。据2013年底的数据统计，“刷新生活”服务的回单率达到了18%，这足以说明消费者对我们的肯定。

“刷新生活”服务实行的不是包干价，每一项收费都在合同中仔细标明，消费者消费看得明明白白，比有些品牌的“一价全包”更加透明和真实。

**Q:请您谈一谈立邦“刷新服务”2014年的具体规划，有哪些新的动态？**

A:“刷新生活”服务目前已经开通了北京、上海、广州、深圳、天津、沈阳、济南、杭州、南京、苏州、无锡、成都、重庆、西安、厦门、福州等近20个特、1级城市，2014年我们计划进一步拓展到更多的1、2级城市，同时我们也开始了对外墙重涂项目的产品体系开发，期待让更多的消费者可以“不用动手”焕新家，为更多的消费者刷新生活。

# “家就是我的主场。”

跟好哥们儿一起熬夜看世界杯，还有比这更来劲的吗？

我们小时候最大的愿望，就是能去现场看罗纳尔多踢一场球。现在工作越来越忙了，别说现场了，连朋友之间都很少见面了。巴西世界杯已经开战了，我都跟朋友说好了，主场就是我家，一个都不能少。但是作为东道主，只有啤酒薯片实在太没有诚意了，立邦刷新服务才是我的秘密武器。

# Brazil 2014

因为从电视上看了立邦刷新服务的广告，我突然有了把家里涂成足球主题的想法。但是我要的可不是简单的刷新，而是要把墙面涂上绿色和黄色，还有我们最喜欢的巴西队旗，这些要求一般的涂刷工人根本不可能达到我的要求，我就给立邦刷新服务打电话试试，没想到立邦为我提供的涂刷方案，远远比我想中的要精彩的多，就连原本墙面遗留多年的开裂、霉点、脱皮等问题都全部得到解决修复，甚至墙面的基底都得到了专业的处理。

只用了短短几天，就把我家重涂成了巴西世界杯主题，不用搬家具，不用大扫除，我该上班上班，该休息休息，完全没有动手。去不了巴西一点也不遗憾，现在我家里就是巴西队主场。现在我已经准备就绪了，就等着小伙伴们来我家狂欢了。

小于  
29岁  
销售主管  
2室2厅



我们呵护您的家，如同我们自己的家！省心，不用您动手！

## 立邦刷新服务 不用你动手



400 821 5757 1个电话, 6个步骤 为您全面解决多年墙面烦恼!

用手机扫描二维码, 了解更多信息 登录立邦官网在线报名 [shuaxinfuwu.nipponpaint.com.cn](http://shuaxinfuwu.nipponpaint.com.cn)



### 立邦刷新小贴士。

墙面裂纹、霉点、起皮可不是小事，这是墙面发出的预警信号，如不及时进行处理和修复就可能出现墙体剥落等更为严重的情况。简单的表面涂刷覆盖不能从根本上解决问题，应该从墙面的基层开始处理，这样才能确保墙体的持久坚固。同时定期给家中墙面换个颜色能够给大家带来一个完全不一样的心情哦！

Rocky 顾  
立邦刷新资深涂刷技师  
从业15年



不可避免的三伏天在7月如约而至,人们开始肆意享受阳光与夏风的同时,烦躁与闷热也接踵而来,搅乱人们享受夏日的好心情。室外艳阳旖旎,室内则可以毫无顾忌地享受清凉,这种惬意的夏日生活并不是梦想,只要变换一下软装和家具位置,分分钟转身获得清凉感!

## 三伏夏日 秘度清凉

编辑 / 王家庆 撰文 / 心宝  
产品提供 / kartell、居佳伴、Harbor House、zara home、H&M home、FLOS、Gien、Naif Design



### 软装 灵光乍现的生机

千万不要小看软装的能力,只要心思细密地进行一次软装布置,效果堪比重新装修了一次家,惊喜与新奇足以打动你的心。

没错,从壁纸开始,这算是软装中最大张旗鼓的更新。将旧壁纸替换成一抹薄荷绿或者和煦粉、淡雅灰,轻柔舒爽的色调搭配简单的纹路,就是遮蔽夏日最好的墙面装饰。

其次窗帘是在夏日必要更换的单品,脱离冬日的厚重与沉稳,夏季应该选择遮阳清爽型。如果你十分喜爱白墙,那么你会喜忧参半,因为窗帘选择在多到挑花眼……相比那些花团锦簇的图案,夏季窗帘图案应该更着重简单的线条感。

你还没有发现靠包的妙用吗?不论是多么单调的空间,只要用各色靠包来装饰立刻就会生机活现,简单到不能再简单的手法。根据室内色彩,选择相搭配的色调;根据靠包花色,选择相搭配的图案。沙发上一排列开的同样靠包摆放早就被嫌弃了,选择主色贯穿而挑选不同花纹甚至材质,这才是技巧。

### 客厅 借我一抹清凉

对客厅大动干戈确实不是夏季应该干的事儿,若想脱离冬日厚重与春日繁花,最简单的办法就是改变软装,窗帘、沙发布、靠垫、座椅套……你能想到的布艺是最简便也最直接的魔法棒。选择主宰清凉的色调:淡蓝、薄荷绿、乳白、雅灰……主宰你的客厅夏意。

### 透明 夏季纯美

用更为简单的线条来诠释内涵与功用,乍看下似乎缺少了细节,但实际上却是为了更加凸显实质。抛开繁复的材质与色彩堆积,选用一眼可以望穿的透明感,在你有时感叹这设计的过于直白的同时,其实享受到了透明带给人们的通透凉爽与无限遐思——这正符合了夏日家居调调。

如果说家具的搭配都要依照风格而来,那透明质地的家具则是一个让人欣喜的例外。你可以尝试一下,不论欧式复古、现代简约还是美式乡村、东南亚风

情,哪一种风格都是透明材质的“好基友”。用似有似无的外形来衬托空间的通透与活力,如果感觉无色略单调那就选择彩色透明,只要遵循色彩系列的简单搭配,就不会出错。

因为透明的属性,色彩也变得不那么实实在在。也正是因为这样的特性,使得透明家具被冠上“百搭”称号。基本上不必考虑色彩的冲撞,通透的淡色大体都可以化解搭配的违和感。当然,你也要略遵守色系的存在,只要略略遵守就好。

### TIPS

#### 色彩指南

1. 灰色有些偏暗,过大面积使用并不适宜,但小范围内的调剂作用却不容小觑。特别是在黑白主调的空间内,只要几个深浅灰色的靠垫,就会带来立竿见影的沉静效果。
2. 用灰色的亚光涂料,交错刷出或宽或窄的条纹,与白墙搭配形成优雅清新的主题墙。
3. 绿色能带来清爽的视觉观感,所以可以大面积使用,比如桌布、壁纸,搭配素雅色调的茶杯容器会更和谐。
4. 绿色与白色的格纹图案值得推广,无论是壁纸还是布艺,都能营造出清丽的氛围。
5. 嫩粉是最能直接表达娇柔感觉的色彩,它被赋予鲜花般的浪漫气质,同样也适宜扮演明媚夏日的清凉使者,让人沉醉在甜蜜温情中。
6. 水蓝色清新自然,明快鲜亮,代表着强烈的度假感和海滨风,夏日清爽感的首选色调,悦目舒心、身心清凉。

## 卧室 仲夏黑甜一梦

夏天烈日当头,即使在开足空调的居室内,看到窗外照进的刺眼阳光,还是会觉得内心烦躁。如果客厅还需要充足的光照,那么卧室则需要享受温润光线。透过窗边,享受属于自己的夏日幽梦……



### 淡蓝 织就温柔乡

属于海洋的颜色本就属于夏日。幼嫩的薄荷蓝,为卧室时光注入活力能量。恬淡的藤编椅,因为清新的色彩,也似乎萦绕着薄荷的香气,让心随之翩然起舞。蓝绿色调的花朵图案将自然元素进行延展,伴着淡雅的花枝,彻底融入仲夏绽放的气息中。



### TIPS

#### 窗帘尺寸的精打细算

市场上,大部分窗帘布的高度都在 2.75 至 2.8 米左右,考虑到大部分居室的总高度都在 3 米左右,扣除 10 厘米的踢脚线和上部吊顶及预留部分,2.75 米高的窗帘布较合适一般居室使用。因此,窗帘布的选购一般是测量需要的布匹宽度。

普通“窗帘宽度尺寸”一般比窗户两侧各宽出 3 至 5 厘米左右为宜;厚重、华丽、复古等大气款式的“窗帘宽度尺寸”,则一般要比窗户两侧各宽出 8 至 10 厘米。

窗帘底部应视窗帘式样而定,短式窗帘也应长于窗台底线 20 厘米左右比较好;落地窗帘一般应距地面 2 至 3 厘米。

每个窗户的布料总价 = 布料宽度 \* 每米单价(这其中不包含轨道及配件)。通用型,就是一般布艺窗帘所适用的类型,只要不是特别繁复的窗帘加工或者特别奢华的厚重感窗帘,都可以归类为通用型。通用型的计算方法是,布料的使用宽度等于上文计算好的“窗帘宽度尺寸”的 2.2 至 2.5 倍。该用法褶皱均匀,立体层次明显,效果较好,是目前窗帘布料最适合的计算方法。

奢华型,一般应用于大型户型中的超大窗户或门框,因为居室空间大,而选择花色厚重、材质沉稳的布艺,此类布艺需要大幅宽度、大量褶皱才会体现出整体花紋的奢华感和上乘感。豪华型的计算方法是,布料的宽度等于上文计算好的“窗帘宽度尺寸”的 3 倍至 3.5 倍。该用法褶皱感极强,层次错落有致,立体效果显著,且窗帘基本上是落地式为主。

#### 窗帘种类面面观

布艺窗帘主要从材质来区分,棉麻质地、南韩丝质地、丝加棉质地、绒布质地以及带涂层的人造纤维遮光质地,以上是布艺窗帘中的主流材质。

1. 前三种织物因自身属性,花色最为繁复多样,质地相对轻薄,甚至有些薄款可以看到细小的针织孔,这样质地的织物不仅能透过一定程度的自然光线,同时又可使人在白天的室内有一种隐秘感和安全感。但若想在炎夏时节遮阳避光,单独使用这类材质还达不到要求,需要在衬层部分增加一层遮光布,但这对窗帘垂感、透气等方面都会有一些小影响。

2. 绒布质地窗帘,顾名思义带有相当厚度,灯心绒、呢绒、金丝绒和毛麻织物之类材料都有所涉及。因为厚绒窗帘对于形成独特的室内环境及减少外界干扰具有更显著的效果,所以遮阳遮光效果都很好,但这类织物因为其够厚实,应用在冬季更为合适。

3. 带涂层的遮光帘。这类窗帘因本身带有遮光涂层,人造纤维、合成纤维质地易洗涤且耐用,有较强的遮阳性。遮光帘由于耐缩水、耐褪色、抗皱等方面优于棉麻织物,一般适于日照较强的房间,可以达到防紫外线、遮光遮阳的作用,有些款式的遮光率可以达到 98% 至 99%。作为夏季窗帘,遮光帘十分适合烈日遮阳,但这类遮光帘的花色选择较少,更多的是底色上的变化,这一点需要选购者考虑。

另外,精棉、亚麻、丝绸、羊毛质地布艺窗帘虽然花色美好,但这些织物具有一定的缩水性,欧洲执行的标准在 3%。购买时一定要问清楚,留有余地,一般较正规的品牌布艺在制作窗帘是都会预留缩水尺寸,并可免费放尺寸。

### 雅白 恬淡贵族梦

简约的家具不失情调,勾勒出自然系特有的圆润柔和,辅以素色藤编座椅、浅驼色花纹软垫,金属花瓶装盛的绿植鲜花、不经意摆放的编织篮,让午后时光沉浸在温馨的白色中,营造出的独特清雅的氛围,抚慰快节奏生活下的忙碌和压力。



### 花朵 比乡村更自然

传统的美式碎花虽然美好,但很容易让卧室显得过于传统。摆放着藤编的床前凳和置物筐,瞬间为静谧增添一份明快的自在惬意。大小不一的花朵呈现出充满活力的色彩,而纯白与浅木色恰到好处地间歇性出现,打造卧室彻底放松的氛围。不再是一味的乡村甜美,而是带有大自然气息的淡淡幽香。



## 餐厅 谱写一方幽凉

餐厅挨着厨房,原本是最不容易凉爽的地方,但越这样越应该着意打造。不管是室内还是室外,餐桌的清凉感是最好呈现的,换上一张桌布或者桌旗,摆上些许杯碗碟盘,来上一碗沙冰或是鲜榨果汁,配上冰冰凉的冰块,这剔透之间造就了餐桌的一方幽凉。



### 剔透清凉

阳光是透明的最佳伙伴,阳光充裕的空间最合适透明家具的摆放,相得益彰。如果觉得客厅摆放透明家具不够大气,那餐厅就是最佳场所,适当搭配一点透明家具,通透感不言而喻。切记,透明家具不易摆放过多,一两件点睛之用出挑有活力,但多了反而使空间浮躁,禁不起琢磨。



### 藤编清爽

清清爽爽的藤编家饰和夏天简直就是天生一对。室外骄阳似火,而造型简单的藤编家具依靠自身气质轻而易举就给人一种清凉的感觉。不用繁琐的造型,也不用杂乱的花纹,就是原色也可以击败燥热,赢得漂亮的一仗!



### 纯调清新

打造清凉感觉有多复杂?先别急着摇头,你餐桌上的一套杯盘,或者角落里的一个花瓶,甚至是一个小小的香薰蜡烛,简单的单品,就可以给你的居室带来一阵清风!用冷色调的纯色,也可以毫无意外地制造清新感觉,只要颜色够冷、色彩够纯,也可以使你“心静自然凉”。



### TIPS

#### 透明家具的选购

透明材质并不像其他材料那样有丰富的选择性,如果选择不当,非但没有了通透质感,反而多了廉价与劣质。所以,透明,反而更加体现出品质的存在。在此推荐一些具有悠久历史积淀的品牌,他们以出品透明家具而闻名,完美的悠长文化感与摩登的时代感并行。

#### Kartell

成立于1949年,塑料材质的推出让人们更加热爱这个品牌。在与许多具有原创设计能力且被公众广泛接受的顶级设计师合作后,其独创的、革新的构思已变成人们熟悉的产品,多次赢得了声誉颇高的国际大奖(5次夺得“金圆规”奖),使之成为在意大利历史上和国际设计领域中最具创意的公司之一。

#### FIAM

在玻璃的运用上拥有独树一帜的思维,试图在生活空间中增加玻璃的表现力,并极力削弱其既有的易碎形象,取而代之的是材质在烧熔过程中应运而生的造型张力,以及其通透性,进而能成功扮演赋予空间想象的重要推手。

#### CASAMANIA

著名家具公司Frezza旗下品牌,于1984年成立于意大利,擅于以金属和塑胶材质来制作家具,并以绚丽色彩及造型破格的设计而驰名,洋溢艺术味道而又能兼具性能优势。

#### Cappellini

家具产品中,“时尚”元素的设计风格鲜明,独特的美感富有极强的诱惑力,产品色彩上的运用也相当具有魄力,黑白两色的反衬,红色绿色的大胆。材质上,受到时装的影响也很大,“透明”成为品牌“玩耍”的元素之一。

#### DOMITALIA

这个盛产桌椅的意大利品牌以符合欧洲时尚潮流为准则,创新与灵活的理念让品牌使命成为“调节任何的内饰风格”。虽然DOMITALIA中并不以透明材质家具为主,但设计生产的透明椅依旧十分经典。







## “高贵不贵”的客餐厅空调配置

撰文 / 颜霜霜 编辑 / 王佳庆

### 我选日立U+客餐厅中央空调

客餐厅是咱们居家生活的重要区域,更体现着居室主人的格调和品位。随着人们生活水平的日益提升,很多业主都青睐中央空调,但整套下来会超出一些业主的承受范围。那有没有既让客餐厅美观舒适,而花费又不是那么高的配置方案呢?近几年日渐流行的客餐厅中央空调定会满足您的需求,一起跟小编看看业主高先生对他刚买没多久的日立U+中央空调是怎么说的吧。

### 花费不多 一改我家客餐厅面貌

我家以前的房子客厅和餐厅虽然通着,

但过道还是呈狭长型,也稍有些错开,家里在客厅放了一个柜式机,但总觉得那个庞然大物很占地方,客厅嘛,说大也不大,空调摆在什么地方都不是很合适,影响美观。而且,空调吹出的风也是冷热不均的,在餐厅也很难能享受到空调吹出的冷热风,开的时间长了,温度太高或者太低,客厅里又不舒服。早就听说中央空调既美观又舒适,就是价格有点高,少说好几万,而这款日立U+系列3HP中央空调,不占地儿,也就是和名牌柜机差不多的价钱,卧室装挂机,正好满足了我既想实惠又享受美观舒适的客

餐厅的要求。

### 美观舒适 满足我的高品质居家需求

我家曾经用过日立的产品,觉得十分可靠。正好U+系列的客餐厅中央空调刚刚上市,对比了一下,还是不错的,便毫不犹豫地下了订单。之所以选择U+,是因为日立的U+系列中央空调采用超薄机身,可以更好地与我家装修风格融为一体,也不需要很高的吊顶高度,25厘米就够了,隐藏式的安装,使整个室内空间都宽敞起来。机器在运行时,因为采用了超静音的设计,房间里很安静,最低噪音只有21分贝,算是我所逛到过的机器中最

低的了。

### 环保高效 提升我的美好生活体验

除了舒适和美观,U+吸引我的还有它的环保性。它采用的R410A环保新冷媒和高效可靠的压缩机,效率很高,能耗更低,客餐厅的空调我都可以单独操作,其本身送风范围就广,气流自上而下,送风很均匀,现在的客餐厅舒服多了!此外,我很喜欢它的智能除霜功能,我家以前的传统空调是定时除霜模式,除霜不干净,制热效率也低下,而日立U+特有的智能除霜模式,缩短了化霜时间,就能大大提高机组的运行效率了。

日立U+系列中央空调上市并没有多长时间,但刚上市,就很受业主的青睐,反馈也很好,高先生算是最“早”的用户了,高先生说,自己的新房的客厅跟餐厅是“一体”的,面积比老房子大很多,柜式机肯定无法照顾到这么大的面积,因此也打算让日立给设计一套U+中央空调。日立U+系列中央空调可根据房型空间配合各种装修来选择不同安装方式,如果您跟高先生一样也想拥有这样一台“高贵不贵”的客餐厅空调,可以前往日立变频中央空调各地专业店进行咨询体验。

## 咱家宝贝要成名?

编辑 / 王佳庆 撰文 / 底延



### 底延

资深媒体人。健康圈、育儿圈、明星圈乱入。希冀从乱花渐欲迷人眼的红尘中,寻觅到一丝丝真意,对大家能有些许的帮助。

现在越来越多的家长热衷于带着宝贝“走秀”或是上各种演艺培训班,希望从小培养宝贝的明星气质。多带宝贝见识繁华世界,拓展宝宝的社交圈固然有益,但执意要让宝宝成为童星,将来扬名立万,却并不一定是最适合宝宝的成长之路。

《爸爸去哪儿》又回来了,这次带来了几个新的小朋友。第一季《爸爸去哪儿》虽然已经过去快一年了,但节目中的小明星们仍然活跃在大家视线中:号称国民宝贝的 Angela 王诗龄,获邀出席 Ralph Lauren 美国时装秀,小胖妞单挑纽约时尚圈赢得满堂彩,成为走上国际 T 台的首位中国童星;森碟助阵世界杯、天天的萌照满天飞、Kimi 的代言活动接到手软……不只《爸爸去哪儿》中的宝贝们夺人眼球,倍受宠爱,其它综艺节目中热捧的小奥利、neinei 等也是曝光一个走红一个。

荧幕上的小明星固然闪亮可爱,但私底下,不少家长们都觉得:自己家的小王子(小公主)才萌宠无敌。既然宝贝们走红的节奏是一个挨着一个,没准儿我家乖宝贝也能成为下一个 BILING BILING 的小红星。let' s go,咱家宝贝的造星运动全面启动!最近身边就有几个朋友,天天带着孩子去面试,有的是演艺班,有的是模特走秀表演。还有个朋友原本没打算带孩子走演艺的道路,但是某一天带着孩子逛街,被一位自称星探的人相中,声称能

让孩子上电视,于是她便抱着试一试的心态,为孩子报名了演艺学校。家长望子成龙没错,不过在做决定之前,先要考虑一下你家宝贝是否适合从事演艺事业。年少成名绝对不是件小事情,从小处说它决定着孩子童年生活的快乐与否,从大处说甚至决定了孩子未来一生的道路,以及漫长人生的幸福指数。所以,做家长的对待这个问题要客观、冷静、淡定。

首先,先给您一个冷处理的方式,不是打击您:绝大多数孩子并不具有过人的才艺天赋,家长对自己孩子的认知未必真实客观。俗话说:自个儿家的孩子越看越爱,别人家的孩子怎么都比不上,这是人之常情。所以,很多家长的期望和孩子的实际能力存在的差异不容忽视。您抱着让孩子进军演艺圈、艺术圈的强大决心,很有可能是一厢情愿、痴人说梦。如果真是如此,很可能害了孩子。

最怕的就是家长抱着不切实际的过高期待,误导孩子,给孩子过多的压力。那么,孩子不但没能从学习才艺中获得多少艺术

素养,以及学习能力的提升,反而被灌输错误的价值观,以为成功成名才是人生的终极目标,才是生活的首要主旨。于是,小小年纪就不得不面对各种本不需要面对的压力、问题和状况,被残酷剥夺了本应无忧无虑的快乐童年。

很多时候,一旦孩子没能取得成功,没有达到家长的期望,大失所望的家长的情绪难免会失控,然后直接影响到孩子,可能对孩子的自尊造成严重的打击,给孩子造成超负荷的压力,这就导致恶性循环,让孩子的发挥更差,甚至让孩子对学习才艺、提升能力产生抗拒的心理。

所以,培养孩子学习才艺,以及是否让孩子进军演艺圈,都要看家长的心态。如果家长对孩子的真实情况有冷静的认识,抱着理智淡定的参与心态去培养孩子,那么才有机会达成目标。

还要提醒父母:即使孩子获得了成功,他的演艺发展在漫长的一生中也只占很小的比重,但是一个人的幸福指数,却在他的一生中无时无刻不决定着他的真实感受。很多大众眼中的成功人士幸福感很低,张朝阳就曾经感叹:为什么我如此富有,却这么痛苦? 世俗意义上的成功并不能带给一个人真正的快乐。

不信的话,来看看童星们的成长经历。就拿最擅长培养童星的好莱坞来说吧,制造出的小明星是一茬接一茬,从当年的秀兰·邓波,到如今的麦莉·赛洛斯、范宁姐妹,可是很多童星不过是夜空中闪亮的流星,曾经耀眼却一瞬而过。

大名鼎鼎的童星麦考利·金,自幼聪明伶俐,天真活泼,是块演戏的料。一个偶然的时机。8 岁的麦考利从上万的候选人中脱颖而出,幸运地成为《独自在家》的男主角。麦考利将该片小主人公的形象表演得惟妙惟肖,影片由于他的出色表演而大获成功,为福克斯公司带来了 8 亿多美元的巨额票房收入。麦

考利本人也一炮而红,成为世界闻名的童星。然而,“童年得志”的特殊压力,父母关系的恶化,教育的缺失使麦考利开始生活放荡,萌翻全球的万人迷,开始酗酒、吸毒、藏毒、离婚、殴打娱记,工作停滞不前,负面新闻没完没了,如今,年过三十还是一副 loser 的残模样。就算是靠天赋演技出演《E.T.》,成就幻想片史诗的美国甜姐德鲁·巴里摩尔,也曾经在 13 岁因为酒瘾和滥用药物而进了康复所,在 15 岁的时候与父母脱离了关系。她几度沉浮、几经挣扎,最终才重回正常的人生轨迹。

也许你会说,例子说的都是外国人,国情不同,情况自然不同。好,那就看看咱们的同胞。香港传奇红星萧芳芳曾经在 23 岁最当红的时候,放弃影坛生涯毅然赴美留学,这令期待她在银幕上继续有所作为的影迷和业内人士震惊之余大失所望。但回顾这段经历,萧芳芳却表示:自己 6 岁就进入片场拍摄电影,9 岁就获得了东南亚最佳童星奖。年仅 11 岁已经演出 11 部电影,夺得多项大奖,被誉为中国的秀兰·邓波尔。外人看她是炙手可热的红星,集万千宠爱于一身。她自己却很自卑,认为自己没有好好读书上学,所以不过是绣花枕头、空心人。天天跟着妈妈在片场颠沛流离,是因为家境的原因,逼不得已。童年的生活给她带来了极大的不安全感,内心总是有一个空洞,让她急欲填满。所以,一旦得到学习的机会,她毫不犹豫放弃了眼前的名和利。几年后,她成功的获得了学士学位。萧芳芳还算幸运,她不仅天赋过人,努力上进,更明智地适时调整了人生方向,所以她的人生尚且算是圆满。

演艺圈到处都是传奇,不过圆满收场的没有几个。您的孩子能否足够幸运,不得而知。毕竟,孩子的成长只有一次,错了也不能重新来过,所以,做父母的一定要考虑周全,你的决定将影响孩子的一生。



**王乐**  
2001 年开始跑步，目前参加过 40 多次马拉松，包括雅典、东京以及我国香港、澳门、台北、北京、上海、厦门、大连、杭州等赛事。马拉松最好成绩 3 小时 16 分。

## 老年人跑步注意事项

文 / 王乐

人不是因为变老而停止跑步，是因为停止跑步才变老。这话出自风靡一时的《天生就会跑》一书，是不是很激动，在跑步热潮席卷下，我们欣喜地看到老年人也加入了跑步大军，成为一道风景线。实际上，跑步运动是老年人锻炼非常好的一个分支，有着光明美好可预见的未来。

老年人退休生活需要运动这件事儿路人皆知，公园里、广场上，不管气功、太极还是广场舞大喇叭都带着浓郁的中国特色，而现在，稍微大点儿的公园或操场，不难发现老年人跑步的身影，数量还在明显增加。没错，老年人跑步有先天优势，约束较少——没有工作压力，没有带孩子的压力，没有还房贷的压力……更妙的是，还会得到支持鼓励——儿女的支持，老街坊的赞扬，以及，所有希望你身体健康的人的鼓励。

有这样的表述是因为在我跑步十几年之后，终于，俺爹也开始跑步了，有一天他骄傲地告诉我他跑了 23 公里，并且打算今年参加一个半程马拉松，我当然满心欢喜，父母健康是儿女最大的福分。

我给俺爹买了好多双跑鞋，还有跑步的装备和衣服等，他都很喜欢。鼓励归鼓励，老年人跑步还是要有些注意事项的，其中最重要的两点：循序渐进和注重营养补充。

循序渐进，不只老年人，任何人在尝试进入新领域时都应该谨小慎微循序渐进，打好基础才能进一步前进，初生牛犊不怕虎那种冒险精神并不适用于以寻求健

康和强壮为主的老年人跑步领域。跑步看似简单，左腿迈到右腿前面，右腿再迈到左腿前面……人人都会，简单至极，可是，一旦涉及到距离、时间和强度的问题，跑步就变成了一个非常复杂的全身调动资源的事情——骨骼结不结实、肌肉力量能否支持、呼吸系统能否跟上、心脏能否承受得住……人的自然衰老无法避免，爆发力的衰退尤为明显，身体忽然接受强度的能力大幅减弱，就跑步而言，从慢启动到加速的时间明显拉长。如同一台车子，如果发动机功率不大，零到百公里加速就要很长时间，老年人就是这种状态，最忌讳猛跑急停。所以，无论跑多长距离，一定慢慢开始，让身体渐渐适应高节奏、高心跳、高强度。跑完停下来也是一样，慢慢减速，慢慢走直到慢慢停。老年人增加跑步量也要小心，这个进步过程比年轻人耗费更多锻炼时间和休息时间。要知道，肌肉只有在休息的时候才会生长，老年人新陈代谢减慢，每一次从运动中恢复要耗费更长的时间，年纪超过 60 岁的人很难在 24 小时内从一次高强度运动中恢复过来，所以隔天锻炼是个比较好的选择。

营养补充最容易被老年人忽略，少吃少睡眠在很多老年人看来是健康生活的标志，殊不知那只是针对运动量很少的一般情况，减少摄入能够维持身体平衡，防止肥胖。跑步的老年人就不同了，他们要被定义为充满活力的“年轻一族”，消耗大量的能量，需要更多的营养。同时为了修复肌肉和强壮骨骼，蛋白质的补充必不可

我给俺爹买了好多双跑鞋，还有跑步的装备和衣服等，他都很喜欢。鼓励归鼓励，老年人跑步还是要有些注意事项的，其中最重要的两点：循序渐进和注重营养补充。

## 跑步很平常，挑剔也重要

文 / 胡云帆

我跟别人聊起跑步的时候，一律有那么两个切身体会：一是贵在坚持，二是量力而行。坚持不用说了，您要是想起来就跑两步，想不起来就家里蹲，谈不上把跑步当生活方式，不聊也罢；量力而行不光是说个人状态有差异，所以训练要因因人而异；更是说针对现在大部分地区的雾霾状况，千万可别逞强，谁的肺都不是钢筋铁打，谁都不能违背自然规律。雾霾大了，最好还是家里多练练核心力量，或者跑步机上间断练练，跑步，不是跟自己较劲的事儿。

因为雾霾漫天，那天我改了以往的规律，没跑步上班，打了辆车，一上车听师傅在听京戏，很不容易是老生戏的《打金砖》，又名《上天台》，这是我小时候学戏极爱的一折。司机师傅听，我蹭，觉得不像如今演员唱的，就问起来。师傅好奇地瞅我一眼说：“看不出您年纪轻轻还好京戏，这是李少春的活儿啊。”这一路我们俩聊得热闹，从我作为知青子女回京无人照顾于是去少年宫学京剧，说到他被袁世海先生相中但因为文革出身不好而无法与戏校结缘，到下车师傅非说给我亮亮嗓，一句“淮南王他把令传下”，味道浓郁，一听就是票友级别。我不好意思给他拍照，但记了车号京 BR2509，陈春光师傅。

所以我总觉得，有很多事情，为什么能让喜欢它的人痴迷，就是因为能在里面找到自己的根。这种自身寻根的状态，大抵是每个人稳定下来都会寻求的状态。不管生活条件和状态如何，这样的追根溯源无关乎地域和群体，完全只凭个人的内心追求。我去年头一回尝试 20 天



**于嘉**  
中央电视台体育评论员，跑步爱好者。目前共计参加波士顿、柏林、布拉格、上海、北京十次全程、半程马拉松及十公里竞速赛等。最好成绩 3 小时 19 分 53 秒。

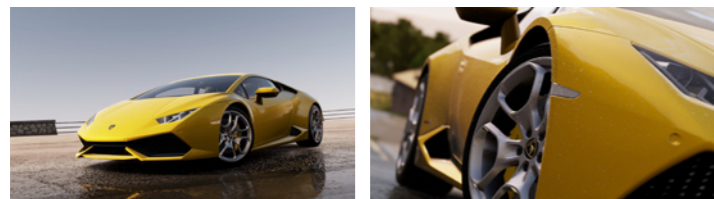
所以我总觉得，有很多事情，为什么能让喜欢它的人痴迷，就是因为能在里面找到自己的根。这种自身寻根的状态，大抵是每个人稳定下来都会寻求的状态。不管生活条件和状态如何，这样的追根溯源无关乎地域和群体，完全只凭个人的内心追求。

跑两个马拉松，9 月 27 日跑柏林，10 月 19 日跑北京，没人逼着我，也没有硬性指标，就是因为自己乐意，想要去挑战一下自己的状态。

而最让我感受到震撼的是在布拉格，我爱人被马拉松的气氛所感染，也自愿参加了 10 公里的比赛，而在这之后身体检查时，我们才知道她是带着身孕跑了那 10 公里，包括她自己知道时都是那么惊喜，这大概是运用跑步的方式送给我们最好的礼物。

如今，宝贝已经出生，人生进入了完全不同的阶段，只不过还保持着每天跑步的习惯的我，跑步开始和跑步结束都会好好地先看看宝宝的变化，每一天，都完全不同了。也还会去参加马拉松比赛，也还会想着家庭里的每一个成员，家庭，就是生活的源头，也是每个人动力的源泉。只是暗暗地总会带着些私心想：什么时候能够开始从没参加过的亲子跑呢？当然，这要听凭孩子的愿望，只是因为做父母的我们已经明白了跑步是一件多么好的事情，应该让孩子享受这人生必须经历的过程才对。生命，本就是源于运动；生命力，同样源自运动。假如在未来能够有越来越多的人加入到跑步的队伍当中，不难想见人们的状态、周遭的环境、运动在社会中的意义会有怎样积极的改变。而在他们当中，我仍然会和家庭、亲友以及我们一起组织的课外跑步小组“嘉友跑”一起，不停止我们早已迈开的步伐，不疾不徐，为爱奔跑。

现在，我应该算是个合格的跑者了。



### 兰博基尼全新 Hurac á n LP 610-4 激情亮相 经典竞速游戏《极限竞速:地平线 2》

近日,微软 Tum 10 工作室宣布,将兰博基尼全新 Hurac á n LP 610-4 Midas yellow 作为其最新推出的经典竞速游戏——《极限竞速:地平线 2》的明星主打车型。该游戏将围绕这款 Gallardo 的继任车型激情展开,在开放式公路赛道上演精彩绝伦的极速追逐。

《极限竞速:地平线 2》以风光明媚的南欧为舞台,在充满地中海旖旎风情的景色中,玩家可以尽情享受全新超级跑车所拥有的极致性能带来的虚拟驾驭激情,并体验动态天气系统所呈现的真实驾驶感受。基于云端技术的 Drivatars 系统,可以复制玩家的驾驶行为,并反馈在虚拟竞赛中,使 Xbox One 具有高度逼真的竞技环境。此外,该游戏还提供了无尽的挑战路线。而这仅仅是这款全新竞速游戏完美体验的开端——其在细节方面的塑造达到了令人惊叹的水准,包括:乘坐者在座舱内也能够享受全景视图。另外,从颜色到技术规格,玩家可以自主定制豪华超级跑车的所有配置,包括内饰、工作电动窗和前大灯等等。

微软在洛杉矶电子娱乐展览会上正式发布《极限竞速:地平线 2》,预计将于今年秋天在 Xbox One 与 Xbox 360 同时推出。该款游戏分辨率高达 1080p,同时达到每秒 30 帧画面的播放速度。进入游戏后,玩家能够感受到如同真实赛道一般激烈的虚拟竞赛体验,而夜间场景则更加壮观绚丽,在观感上具有无与伦比的冲击力。兰博基尼全新车型 Hurac á n LP 610-4 将首次华丽亮相 Xbox 版《极限竞速:地平线 2》。

如同这款备受瞩目的游戏一样,配备了自然吸气 V10 发动机的全新 Hurac á n LP 610-4 将为全世界游戏爱好者完美呈现其强劲动力、独特风格、先进技术和卓越性能带来的极致魅力。

## INFO



### 积极推进环境经营 东芝中国同步全球环境行动

在世界环境日到来之际,东芝集团开展了全球范围的 CSR 活动——“东芝集团环境统一行动”,东芝全球所有子公司同时参与了这一环保主题联动,东芝中国也在活动中向世界阐述了环境使命与实践成果。

此次活动在日本川崎 LAZONA 广场举行,川崎市副市长、东芝会长西田厚聪、东芝社长田中久雄等出席活动并共同发表环境宣言。会场播放了东芝员工在世界各地开展环境活动的盛况,向公众介绍了包括工厂对纸张和废弃材料的再生利用、保护稀有濒危植物、清洁河流等东芝的环境活动。参与活动的东芝科学馆还举办了面向青少年的环境讲座。在随后进行的环境经营媒体说明会上,东芝会长西田先生与环境计划负责人分别介绍了东芝环境经营的整体构想及实施情况,东芝(中国)有限公司代表也在会上发言,分享了东芝在中国推进各项环保活动的经验与心得。

此次东芝集团在全球开展环境行动,旨在增进各地员工的环保意识,并以实际行动践行东芝的环境经营理念。东芝集团此次以“世界环境日”为契机,从 4 月 1 日起号召全球约 20 万名东芝员工在世界各地同步开展环保行动,全面投身当地的环保事业。在中国,东芝在华公司纷纷响应集团号召,开展了各具特色的环境活动:杭州东芝家电技术电子有限公司进行的屋顶绿化活动不仅可以减少碳排放,还可以有效利用雨水改善环境;常州东芝电变变压器有限公司组织了绿色出行活动,公司员工纷纷采用徒步或公共交通工具出勤;河南平高东芝高压开关有限公司举办了专题摄影活动,鼓励员工拍下身边的环保故事,并通过展示和解说强化员工的环保意识。

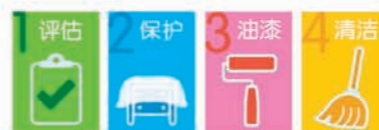
在东芝(中国)有限公司的倡导下,东芝各在华企业多年来始终大力支持环保事业,以形式丰富的社会活动践行集团的环境经营方针。东芝积极支持由世界自然基金会发起的“地球一小时”活动,通过企业自身行动号召人们节约能源;春季,东芝中国各公司员工开展植树育林活动,以响应集团“150 万棵植树造林”的目标;东芝还十分重视针对青少年的环保教育,借助开展科学普及活动培养孩子的环保意识。自 2010 年以来,东芝连续四年在中国发布了中文环境报告书,围绕一系列环境指标披露了详实的环境信息和数据,让中国公众能够及时了解东芝的环保工作。未来,持续开展的东芝环境行动将为达成更高的 CSR 经营目标、实现可持续发展贡献力量。

AkzoNobel

# 多乐士家易涂

## 一个电话 轻松焕新家

详情请关注多乐士微信号



一个电话  
轻松四步焕新家



4006 907 907



荷花白/胡桃木系列



原木/板木黑檀系列

## 源自香港 专注整体家居25年

- 意大利现代简约风格，全屋配套傢俬，产品丰富
- 香港设计大师团队扛鼎力作，时尚设计
- 德国意大利进口流水线生产线，品质保证，交付及时
- 所有I&D产品保证100%符合欧洲E1级环保标准，超一赔十
- 产品功能性强，可自由组合，空间利用到极致
- 顶级的整体衣柜定制生产线和定制系统，全屋可定制

全国各大城市专卖店有售，敬请品鉴。