

一种低成本生活的价值观：生活在低处



休闲生活(资料图片)

“上流社会”，但至少可以让你不至于坠入“下流社会”。

“艺术不是更高更快更强，不是体育竞赛，而是每个人独特的气息的体现。”歌手李健这样描述他的“艺术观”。

这句话完全可以用来反省我们此时此地的“生活”——像古龙所说“骑最烈的马，喝最名贵的酒，交最难征服的女人”才是生活的意义吗？答案似乎不应该是这样，但现代人却演之愈烈。成功者的标准模板是：高收入、大房子、全私享。

这种“高大全”的盛景的确蔚为大观，它堪称是“智力竞赛”（脑力劳动者和嘴力劳动者）、“财务竞赛”（企业老板和高管）和“体能竞赛”（熬夜、加班、应付人际关系，在40岁之后倒下的人，已属幸运）。

生活向着“更高更快更强”前进，人生却向着“更狼狽更自私更有压力”一路滑坡。有一个貌似占便宜的心算方法：现代人的生活密度和信息量很大，一年的经历相当于古人的三年。这样看来，人生不曾虚度，年过半百即已活得够份。但是，这种生活密度不空闲却浮华、不放松却紧张、不舒心却忙碌。

究其实，生活的感受决定了生活的品质而不是其他。如果连生活的“感受器”都发生了问题，人只是一具消费终端机。

高调生产 低调生活

生产与生活的关系很难一言蔽之。在革命年代，生活就是阶级斗争；在如今的经济年代，生活同样被“卷”入了，在“生产——消费”模式的环境中，人被迫切从生活中退场，生活被挤压成简单的二点一线（办公室、卧室），或叠加成复杂的飞机旅行（每周日程填满，城际商务）。

一位出版商诉苦说：“这个行业是只能进，不能退。”退出机制受很大约束，让之前的投入都变成沉没成本。另外，当你想退时，已身不由己，辛苦建立起来的品牌和团队都需要维持运转。

除非去做个“个体户”或“自由职业者”，否则，几乎所有的行业都面临

着这类问题——公司一旦做大，便有了自己的运行规律，这种规律是不以个人的自由意志为转移的，换句话说，它倾向于无限挤压个人生活空间，从而将生产空间扩大到整个社会层面。

若问问人们对生活的理想，不再是上世纪80年代的理想主义、精神愉悦，人们正在经历着一个繁茂的“物欲时代”。物质使人们的心理期望值不再需要想象，而是有三六九等、明码标价的现实填充物，等待你去领取。

这就是消费社会的可怕之处，数量取代了质量，复制取代了手工，升级取代了停顿，极品取代了耐用品。

台湾著名漫画家朱德庸先生说：“这其实是一个巨大的商业阴谋，你不觉得现在的东西越来越不耐用了吗？就是为了让你不停地购买。”他的诺基亚手机使用7年了，还未换掉，磨损严重。十多年前的一个深夜，他在办公楼里加班，忽然产生了想跳下去的念头，那时是他的盛名时期，荣誉和事务一起扑面而来，办公室的电话响个不停，他差点被压力击倒。

“我果断地终止了许多事务，按自己的节奏来生活和工作，尽量不受外界影响。”朱德庸说，实现财务自由就是为了让自己能过上自己想要的生活，这种生活就是拥有闲暇。

林语堂称：“在所有的动物中，只有人类发明了工作。”动物只有在饥饿时才觅食，其他时间则自由自在地生活，而人类却饱受欲望支配和折磨。

电影导演大卫·林奇说：“只有拥有闲暇，才能让好事自然地发生。”但大部分人已经享受不到闲暇的乐趣，且不具备让好事自然发生的能力了。“策划”、“统筹”、“执行”等硬性法则让人工干预颠覆了天然乐趣。

哲学家罗素讲：“人类应用20%的时间工作，用80%的时间生活。”但现实恰恰相反，大多数人工作5天休息2天，也有工作狂全天候都在精神亢奋之中，美其名曰工作就是生活。而这，恰恰是舍本求末。

低成本生活：宅、绿、闲、乐

事实上，中国的中产阶级已经感觉到“M型社会”的危机了。中产正在坍塌。经济危机之后的通货膨胀直接影响到每个人的收入。物价在上涨，CPI在上升，钱越来越多，而购买力越来越小。中产者的生活品质大受影响。

以北京为例，许多上班族改坐出租车上下班了，因为停车费交不起，而

且油价一直在涨。以前，人均一百元能吃到很好的大餐，而现在，人均两百元还不含酒水，才是请客的预算。

至于生活品质的另外几个因素，比如住，几乎成了一代人的心病；比如时尚消费，则是永远追赶不上的美学法则。而大城市的环境污染、恶劣交通、无良食品则令人担忧。这一点，在熟人社会的二、三线城市，则要缓解许多，那里，人们的幸福指数显然要高很多，而生活成本，则显得不那么高企。

渡边淳一在最新的著作《幸福达人》里说：“幸福与不幸的判断来自于和别人的比较。”要想幸福，“不和周围的人比较就行了。”而这一点殊难做到，因为我们总是在与他人的关联中生活、行动的”。

他引用一位日本女诗人的和歌：“昔有浪女遭割乳，吾亦丧乳同堪怜。俯身为君系鞋带，幸福有此谦卑态。”这位因患乳腺癌而英年早逝的女诗人叫中城文子，她的生活观影响了一代日本人，怎样去追寻生活的本质。

学者余世存说：“在全球化和消费主义的这趟越望号特快列车上，你不上车，就会被时代抛弃，你上车了，又会迷失自我。”他的最新著作“非常道II”拟命名为《狂欢》，他编纂的这部世界各国经典名人语汇，则为当下的生活注入了思想话语清流。

既然高欲望释放的是人性中的自私、贪婪，那么，有没有一种方式能让人既过上体面的生活，又不那么面临高消费的付出呢？

答案是肯定的，低成本生活就是一种选择。有人将低成本生活归结为四个字：宅、绿、闲、乐。

“宅”是指回归家庭，将更多的时间和精力放在家庭生活，从而享受家庭生活的乐趣。“绿”则是指绿色生活，节能减排，保护环境，多运动和亲近自然，不浪费少排碳节约能源。“闲”是指一定要拥有自我支配的闲暇时间，因为大部分人生的乐趣，业余爱好和成就其实是工作之外的“第二人生”产生出来的。“乐”是指乐活，一种有机的健康生活，这种生活并不需要花费太多钱，就可以享受到积极的、向上的生活乐趣，这是一种令人愉悦的生活态度。

朱德庸说：“真正有品质的生活反而是不太花钱的，看

你对品质如何定义。”高欲望与低成本难以协调，但高品质与低成本并不矛盾。他的高品质生活有三件事：散步、音乐、绘画。而这，不仅不花钱，反而给他带来价值，散步让他享受闲暇，音乐让他修复人性，绘画让他取得成功。

过度消费与新穷人

一旦生活进入更低、更慢、更轻的状态，便会有自由而轻盈的状态，不再受到工作、社会的压力和束缚。而这，正是由低成本生活的选择所带来的——面对生活，你应该孜孜不倦、斤斤计较。

当下的难堪是，你努力工作，积极表现，发现收入并未增加，时间却失去了。社会学家齐格蒙特·鲍曼警告说：“消费者的兴起是公民的没落，越是有技巧的消费者，越是愚蠢的公民。”

在鲍曼看来，“消费自由”具有欺骗性，它表现在“消费欲望主导的自由、快乐和幸福都是虚假的，而且是永远无法满足的”。

生活必需品与生活奢侈品之间的界线被有意模糊，大量的时尚和广告使人们时刻处于亢奋和永不满足的状态。而“传统消费者”则是消费社会的“公敌”，因为他们只在必需品上作出选择。

而正是过度的“消费”奴役了人们，使之成为“新穷人”。月光族、卡奴、房奴，维持体面生活所必须付出的

一切，使得“新穷人”必须努力投入工作才能获得想象中的生活方式。而一旦他们支付不起这种生活时，便堕入日本学者三浦展所描述的“下流社会”：收入低，人际沟通能力、生活能力、工作热情、学习意愿、消费欲望也都全盘降低，对于生活的热情低下，收入难以提高，单身比例则增高。显然，低成本生活的生活观和价值观，则提出了一种自我救赎的道路：重振生活积极价值，树立生活的信心，提高生活与工作的“性价比”。

鲍曼在其社会学新著《工作、消费与新穷人》中说：“现在是消费美学占据了过去由工作伦理曾经统辖的位置。对于经过消费者训练而成功毕业的人来说，世界是一个由可能性构成的巨大母体……世界及其所有碎片都由它来评判——诱发欲望的能力。”

正如一位英国学者所说：“欲望并不渴望满足。相反，欲望渴望依然是欲望。”

深刻的哲学家汉娜·阿伦特在《论革命》一书中，尖锐地刻画出“穷人”的嘴脸，她说：“追求一夜暴富的知名激情绝不是感官邪恶，而是穷人的梦想；穷人秘而不宣的愿望不是‘各取所需’，而是‘各取所欲’。”她嘲弄说：“富足与无休止的消费乃是穷人的理想：它们是苦海荒漠中的海市蜃楼。”

现在，你明白了低成本生活的可贵与意义了吧：只有生活在低处，自由才在高处。

据《新周刊》



休闲生活(资料图片)

新闻时评

以南京南站为鉴 少些“大干快上”

工程建设必须尊重科学规律。不错，工程建设首先要遵循的就是科学规律，而不是长官意志和所谓的大局，为了工程安全，宁可牺牲掉一些速度，宁可失去一些可以拿来炫耀的表面政绩，这才是工程建设的准则。

这两天，京沪高铁屡屡因故障停运，引来质疑声不断，虽有日本拓殖大学教授王曙光“停电停运反证京沪高铁安全”这样的解释，却并未平复人们的担心。而京沪高铁最大枢纽站南京南站出现的大量漏水和地基下沉现象，则更加令人惊悚。

来自江苏网7月13日的报道称：暴雨袭击南京，南京南站换乘大厅出现漏水和地基下沉的现象，在部分下沉的区域，积水甚至超过了人的脚踝处。换乘大厅顶部的白色横梁有些已经断裂，有的地方干脆就没有横梁了。网友因此怀疑工程可能存在偷工减料的问题。

事实上，这已经不是南京南站第一次出现质量问题，不久前，南站北广场外数千平方米的地砖要敲掉重新返工，就曾经引发了人们对这一重点工程质量问题的关注。但此次的地基沉降和换乘大厅顶部漏水问题，显然又比地砖重铺要严重得多，难怪不断有网友在问：这个站到底安全吗？

还是来看看京沪高铁南京南站的诞生记吧，或许答案就在这里。作为京沪高铁最大的枢纽站，南京南站的重要性显而易见，但就是这么一个重中之重工程，在建设时就屡屡陷入赶工期的怪圈。为了确保京沪高铁6月30日能够正式通车，南京南站的施工进度可谓飞速，但先有速度解决了一切问题，中国人有句话叫“萝卜快了不洗泥”，现在看来，京沪高铁南京南站屡屡出问题，正是“速度胜于一切”理念结出的恶果。事实上，“数千平方米地砖重新返工”这一怪事，已经明白告诉了我们赶工期的恶果——该站建设单位、南京铁路工程投资有限公司有关负责人解释说，因为南京南站的工期非常紧，北广场原先铺设的地砖是不得已的临时设施。除了北广场地砖敲掉重铺之外，南京南站启用时空调也没到位，以至于站方不得不搬冰块降温。

地砖不合格、空调不到位，按理说这个站还没达到启用的条件，但到了建设方那里，却成了应急的临时举措。那么，人们自然有理由追问：地基沉降和换乘大厅大量漏水，是不是也是赶工期的临时举措造成的？一个号称“亚洲第一站”的重点工程，维系着千千万万乘客的安全，赶工期和临时举措背后，又埋下了多少令人胆战心惊的安全隐患？难道为了在规定时间内启用，为了不影响高铁正式开通的“大局”，乘客的安全都可以成为筹码吗？

为了大局、为了政绩，大干快上赶工期，在很多地方是屡见不鲜的，违背了工程建设的客观规律，牺牲掉的必然是工程质量，这也是豆腐渣工程屡见不鲜的重要原因之一。

在这方面，河北省委书记张云川说得很明白——他批评了一些部门在工程建设上的浮躁作风，表示将坚决取消“决战90天”“大干快上”等冒进标语口号，工程建设必须尊重科学规律。启用不到一个月就问题不断的京沪高铁南京南站，就是一面最好的镜子。

娅男

ATM机前“捡钱”负刑责？假的

两个月前，在杭州打工的张青到银行给家里汇款时，发现自己还没插卡，按按钮ATM机就自动“吐钱”，接连摁了6次之后，取出来的10500元却成了“烫手山芋”。两小时，他就向警方自首。只是，因为过分慌张，他把钱弄丢了，他却在取钱后两小时就自首，还主动退还了钱。真是“标题党”害死人，如果说张青果真有插卡，而ATM机出了故障自动“吐钱”，那张青案就跟许霆案有些类似。

但报道说：“张青走到ATM取款机前，刚准备拿卡出来，突然发现ATM机的页面并不是以前经常看到的提示插卡的页面，而是显示有“取款”、“查询余额”、“退卡”等的页面”，这时他按“取款”取了2000元，可以说，此时他是不当得利，但接下来第二次取500元钱后，他“查了余额，发现账户显示里面有6万多元。这时，他突然意识到，可能是前面的客户把银行卡遗忘在ATM机里了”。这时，他的性质与许霆就完全不一样了，因为他已经知道是其他客户遗失的卡导致ATM机“吐钱”。但他一不做二不休，又取了4次共计8000元钱，这当然是用他人信用卡进行诈骗了。

所以，张青并不是“捡钱”，而是骗钱。“捡钱”应该是根本没有任何操作ATM机，而机器出了故障自动吐钱，骗钱则是明知他人的卡遗留



王刚绘

准院士“情妇门”由谁来“证伪”

荣耻受面子的知识女性，应深谙“家丑不能外扬”的潜规则。除非荣耻与共的夫君“否绝了”，以至于“忍无可忍”，否则妻子不会撕开脸面自揭伤疤。何况曹“做过律师，讲求凭证说话。”又不足反科学腐败的公义之心。

段振豪似乎也有他的道理。“别说包养情妇，我没违规给任何人报过一分钱。你可以

去查。”倒也底气十足。他甚至说，自身科研任务繁重，都不知道酒吧在哪里，根本没有时间“包二奶”。况且段已进入今年中科院院士增选有效候选人名单，经过了严格的审查与公示，相关机构岂能会有眼无珠？

可常识也让我倾向于曹女士，不仅其掌握证据，且近年来科研经费，“吃喝嫖赌全

报销”的大有人在；养情妇包括非礼学子的男“叫兽”同样不乏其人。

候选院士“情妇门”毕竟不是“家务事”，不是一般的“家丑”，而事关婚姻道德、学界公德以及纳税人的知情监督权，岂能听之任之。因此，亟待职能部门包括纪检监察部门介入调查，弄清真相。

效仁

谁在纵容假“洋货”泛滥

达芬奇家居(微博)号称“意大利原产”却被曝产于国内，“洋奶粉”施恩、澳优却仅在国内有售，“源自美国”的阿诗丹顿热水器和“意大利名牌”卡尔丹顿也是国产货……仰仗洋品牌标注超高价的现象，屡见不鲜，甚至到了泛滥成灾的地步，原因何在？

首先要谴责的，当然是挂羊头卖狗肉之徒。所谓品牌战略是现代市场竞争的高级形态，品牌是企业营销的重要策略和依托。透视林林总总的假洋品牌，贴上洋标签，打出“原装进口”，身价就可以几十倍几十倍地增值，普通通的一个挎包就能摇身一变成为标榜身份的奢侈品。这样的企业故意混淆视听，浑水摸鱼，仅从消费者权益保护的角度，至少是侵犯了消费者的知情权，理应受到谴责和惩处。

其次是监管方面的空白，让一些厂商能堂而皇之地打“擦边球”，逃避监管。消费者仅凭肉眼并不能看出达芬奇家具的原产地、用料、工艺，更难判断其真实品质。正是监管的漏洞才让消费者的知情权和利益无法得到保障。

其实，假洋货泛滥的根子还在于公众普遍存在的崇洋消费心态。“外国的月亮比中国圆”、“洋货贵有贵的道理”、“价廉物美的是低档货”……长期以来形成的这种消费心理，在一些先富起来的人群中不断膨胀，对国外市场知之甚少却盲目追求所谓的欧陆风情，奢华享受，往往是自己当了“冤大头”还趾高气扬。

殊不知，近年来随着经济全球化浪潮的推进，我国迅速崛起成为“世界工厂”，“世界市场”，国内生产的绝大部分大众消费品质量和款式与世界潮流之间的差距大为缩小。不仅如此，我们的许多工厂还成为世界著名品牌的制造商、代工工厂。在这样的背景下，真假洋品牌的质量、定价问题日益受到舆论的关注。曝光的目的不是击垮一两家企业，而是让消费者树立正确的品牌消费意识和消费心态。同时，必须完善市场监管，将那些以次充好的品牌挡在门外，对卖天价蒙骗消费者的行为严惩不贷。

小敏