

再探中国古代建筑环境理论之“吉”

□刘杰



之中。这样，建造房屋、使用房屋的主人就放心了，就会信赖建筑者的设计，相信用这样的设计建造的房屋会给自己带来好运。

当然，同样必须引起高度重视的另一方面是：建造房屋、使用房屋的主人，在使用自己的房屋时，也同样会遇到一个“吉”与“凶”的问题。这就要求每一个房屋主人都具有在使用房屋时判断房屋吉凶的基本知识、要预防“房屋病”。这又引出一个结论：要达到一种完美的境界，为房屋主人造福，不仅是建筑者应具备的基本功，而且还应该是每个房屋主人必需熟悉的生活常识。

建筑者与使用者如何共同努力完成好这个社会任务，意义深远。

精神、心理层面看“吉”屋之意义

除了上述由建筑的本质衍生的“吉”屋之意义外，还有一种关于建筑环境的“吉”，是精神、心理层面的“吉”。“吉”归根结底是给予人精神上的愉悦，反之，会给人不快，甚至惊悚的感觉。

这里举几个例子：
例1：几年前，杭州某地曾发生一起恶性凶杀案。案情传开后，整栋大楼竟无人居住。为什么会如此呢？
虽然现代人往往会嘲笑风水迷信等神秘文化，但事实上这些文化一直在潜移默化地影响着人们。人们可能不再像古人那样迷信风水，但是人们的潜意识里却仍然保留着那些根深蒂固的信念。比如，在某房间发生过凶杀案后，该房间会被视为“凶屋”，住宿该屋会感到“晦气”，心态、生活会由此受到不良影响。

这种感觉有时候并不是理性的判断，而是一种古老的信念在潜意识中的影响。虽然我们无法用科学的方法证明“凶宅”对房屋本身的影响，但是人们对此的恐惧和排斥却是显而易见的。就像发生过凶杀案的小区充满了阴霾，虽然大部分居民并不是直接受害者，但是他们心理上却总是感到与“凶宅”太过接近，觉得自己的生活会受到影响。

这种信仰的力量是非常强大的，它在不经意间影响着人们的思想和行为。虽然时代进步了，但是我们依然无法摆脱这些神秘文化的影响，因为它已经深深地植根于我们的文化中，成为了我们思考和行为的一部分。这一事件迅速发酵，也让那个本来安静的小区充满了阴霾和压抑。即便那些住在凶案发生房子周围的居民们知道自己房子并没有受到影响，他们也难免会产生一些不祥的念头。许多居民开始担心、担心那个凶案发生的房子周围的住宅也被带来了不祥之气。因此，那个小区开始变得冷清，越来越多的人选择搬离。房价也迅速下跌。

那完全是风水迷信、神秘文化吗？否。那是千百年来民间约定俗成、寄托着对生活的良好向往、美好祝愿、祈求吉祥的民俗，且我们从现代心理学角度作逻辑分析，可以找到解释疑之依据。

例2：千百年来，在江南地区，每逢端午节，几乎家家户户都会在门口挂菖蒲、艾叶，那是为什么？
据碑史记载，唐末战乱，冤魂无数，人心惶惶，到处都是灾难的人。一天黄巢路见到一位大嫂手携着一个小孩子，背上背着一个大孩子，好奇地问大嫂：“你背的何人，手携的又是何人？”大嫂流涕答道：“身上背的是我小叔子，手中所携是我亲生儿子。”黄巢听后，不解地问：“为何你背着大的，却扛小的自己走？”大嫂答道：“小叔子虽然比我儿子大，但我婆婆已逃散，年老体弱生死未卜，更无再生育能力。我年轻纪，就是把儿子丢了，以后还可生育。小叔子如被黄巢杀了，就断了一门香火。”黄巢一听，面红耳赤，自觉惭愧，心想：“一个妇人能这样孝顺并懂得做人道理，难得。我且卖个人情，饶了她们。”便说：“大嫂，难得你有这般好心。为避杀身之祸，你可在端午那天在门首上挂菖蒲、艾叶作标记，自会有用。”别了黄巢，大嫂携儿背叔回到自己村上，并做好心地将此话告知乡邻。一夜之间大嫂的叮咛传遍江南，尤台州地界最盛。奔午那天，黄巢指挥大军由台州方向杀奔江南而来，只见家家户户门上都挂菖蒲、艾叶，无法下手，如杀下去，又恐错杀大嫂一家，有失诺言。故而令手下兵将绕道而过，不惊扰台州百姓。此后，每逢端午，台州百姓家家户户都在门口挂菖蒲、插艾叶，遂成当地习俗。有诗为证：“艾叶为旗招百福，菖蒲似剑斩千邪。”

当然，后来又延伸出源于对“吉”的期盼、憧憬的新意：菖蒲叶片呈剑型，象征驱除不祥的宝剑，插在门口可以避邪。方士们称它为“水剑”，后来的风俗引申其为“蒲剑”，可以斩千邪。清代顾铁卿在《清嘉录》中有一段记载“截蒲为剑，割蓬作鞭，副以桃梗蒜头，悬于床户，皆以却鬼。”

在民间传说中，艾草是神灵的宝剑、兼招百福。艾草是一种药用植物，在我国古人认为，艾草插在门口，可使身体健康，可以辟邪。有关艾草可以驱邪的传说流传很久，主要是它具备医药的功能而来。像晋朝的《荆楚岁时记》中记载曰“鸡未鸣时，采艾似人形者，搗而取之，收以灸病，甚验。是日采艾为人形，悬于户上，可禳毒气。”也有人在房屋前后栽种艾草，以求吉祥。台湾民间流行端午贴“午时联”，其意与灵符同：“有午时联”：“手执艾旗招百福，门悬蒲剑斩千邪。”

端午节门口悬挂菖蒲艾草的习俗还有这样的神话传说：在远古时候，水怪想淹一些地方用来做他的地盘，可是这样的想法被天上的神仙知道了，神仙怜悯地上的百姓，便想了一个方法，神仙砍了艾草和菖蒲做成宝剑，先去找水怪决斗，在经过了几天几夜以后，神仙终于胜利了。水怪答应神仙，只要是神仙的子孙，那它就不去侵犯，如果做不到，就让神仙做法砍死。神仙答应了，他们就说好，只要在墙上挂艾草和菖蒲的人家，那就属于神仙，没有的，那就归水怪所有。端午节时，水怪乘浪头来了。当浪来到一户人家的屋檐下的时候，水怪总会看见这家屋檐下挂着一束像宝剑一样的艾草和菖蒲，跑了许多的地方，只淹了一些没人的空房子。最后，天黑了，水怪只好悻悻回府。

原来那天决斗后，神仙就把手中用来做宝剑的艾草和菖蒲洒到了人们住的房子上面，所以到了端午，才出现了这样的情景。后来，到了端午节的时候，人们就会在自己家的墙上挂一些艾草和菖蒲，来吓退水怪，以此来保护自己的房屋和财产。

这是神话传说。远古口头文学作品，一般反映了当时人们对自然的认识和征服自然的愿望。这些用奇丽的幻想来组织的故事，富有浪漫主义色彩，如女娲补天、后羿射日等。神话是远古人类对所观察或经历的自然界或社会现象的解释和说明，只是它经过了“幻想”的加工，成为了想象中的“神化”了现实生活。神话反映着远古人类解释自然（或社会）并征服自然（或社会）的愿望。

神话只能产生在史前的远古时代，它是人类还没有能力对自然现象和社会现象作出符合实际的解释时代的产物。

关于端午节门口悬挂菖蒲艾草的习俗的神话传说，相传数千年而不衰，实际折射出了民间祈福求“吉”的内心的寄托。文中有这样一段文字：
例3：鲁迅有一篇寓言式文章《立论》。其中有这样一段文字：
我梦见自己正在小学校的讲台上预备作文，向老师请教立论的方法。
“难！”老师从眼镜圈外斜射出眼光来，看着我。“我告诉你一件事——一家人生了一个男孩，合家高兴透顶了。满月的时候，抱出来给客人看，大概是想得一点好兆头。
一个说：‘这孩子将来要发财的。’他于是得到一番感谢。
一个说：‘这孩子将来要做官的。’他于是收回几句恭维。
一个说：‘这孩子将来是要死的。’他于是得到一顿大家合力的痛打。”

这篇文章的本义不在讨论“吉”，然而并不影响它揭示了一种中国人因袭已久的传统思维、审美眼光，即图“吉”。一切不吉的话语、行为是不受欢迎的。不吉的自作自受，则心理会谨慎惶恐、备受煎熬；“不吉”的事弄到别人头上，则会大概率“得到一顿大家合力的痛打”，并从此与人“结梁子”。

例4：古代风水大师有“宅屋四周忌种桑”“柿子树下拍死人”“无花果不能种植于私家庭园”。为什么？因果与谐音，因柿子的谐音为“逝”，堪舆学建议私家庭园不栽柿树，一来是为了防止受到诅咒而没有香火可传，以致后继无人；二来也是为了防止家中孩子被“触霉头”，从而导致生病甚至早夭。

以上凡例，是古代建筑环境理论特有的、并不反科学的、精神与心理层面的求“吉”。当我们研究古代建筑环境理论、完善现代环境生态学理论体系时，不能忽略了这个现象。

不可低估精神、心理因素对人的生命进程的作用

环境生态学认为，“精神心理因素对人的生命进程有着不可低估的作用”。

精神、心理均具有主观性。其中，有很大一部分，是通过人的感觉、神经系统反映出来的状态，可因为人的主观意志所控制；也有一部分不通过人的感觉、神经系统反映出来，而是人体自身所固有的本能，如某些内脏的活动，某些物质的体内运行和性情的变化等等，反映为一些不以人的主观意志所能控制的状态。这些状态的存在，往往成为人的生命的“保护神”，不知不觉地使人在其同环境的抗争中获胜，“自动”地使人取得了对环境的适应。

这两种“反映”，是人的生命得以在世同环境中存在的关键之一。在一定条件下，可以说：它们既是人的自我调节机制的“灵”，又是人能够同环境相适应而得以存在的“魂”。

人所共知，人的感觉器官存在相当大的局限性，眼耳鼻舌身所能感受的范围并不令人满足。正因为如此，人们凭借自己的聪明才智和辛勤劳动，同时运用科学技术，一方面去研制工具和器械，一方面去探索精神心理的深层课题。其目的很明确，就是要增强人的感受环境的能力、适应和改造环境的能力，以及向自然和社会索取的能力，以提高人的生存、生活和发展质量。这里，要特别强调的是：“房屋空间”环境因素，既是一种环境对人产生的客观性

影响，也是人自身的精神、心理主观性作用的组成部分。应该看到，“房屋空间”这一种环境因素中，精神、心理起着相当显著的作用。

“房屋空间”作为环境因素的客观性，不仅是指它作为客观存在的一种环境因素，而且还指它对人的健康生命的影响而导致房屋病的大量存在。

人的生命旅程，从出生到死去，到底应该有多少时间？

我们通过现代生命科学规律的研究和实验，得出的推测性结论是：人的自然寿命应该是120~180岁。我国同世界其他国家的生活实例都证明这个结论是真实的。1953年我国人口普查，百岁以上就有3384人，世上还有活到180多岁，甚至到200多岁的寿星。据史料记载，我国寿命最长的人叫李清云，活了256岁。李清云生于1677年（清，康熙十六年），卒于1933年，是清末民初初年的中医中药学家，也是世界上著名的长寿老人。在他100岁时（1777年）曾因在中医中药方面的杰出成就，而获政府的特别奖励。在他200岁的时候，仍常去大学讲学。这期间他曾接受过许多西方学者的来访。李清云一生娶过24个妻子，子孙满堂。他认为自己健康长寿的重要原因之一是始终保持内心平静、情绪稳定、心胸开阔。

延年益寿是人类共同愿望。那么人长寿的秘诀是什么？
现代科学家、社会学家曾就人类长寿要因、奥秘，对东西南北广大的人群做调查，得出的结论是：心态，是长寿的第一秘诀。

2022年初，在南京举行的《欢度百岁——江苏长寿老人风采》出版座谈会上，推出了一份《江苏省百岁老人调查报告》。报告对百岁老人长寿原因、生活方式进行了探究。比如，现代养生提出，吃素食长寿、吃腌菜致癌，对这些百岁老人并不适用。乐观、愉悦、知足的心态是长寿的第一秘诀。

心态极其重要。当然，“吉”，让人居之而安的重要“空间环境”，是人们，尤其是老年人心情愉悦的充分必要条件。

综上所述，迷信，讲科学，取大“吉”，乃王道。祈“吉”主要来自两个层次。第一层次是建筑空间之“吉”，来自合乎科学（空间环境生态学）的设计、建造与使用；第二个层面是来自心理上、精神上的美感与愉悦。两者同等重要。当我们深入研究古代建筑环境理论之“吉”时，一定要正确把握所谓“吉”屋的两个方面。

“吉”的第一要素是人与环境的适应

健康是“金”，无价。修心的最高境界是“无我”；养生的最高境界是“无疾”，无疾便是大吉。

如何做？必须从五个方面入手：境，身，心，灵，道。

第一重要的就是环境，怎么顺应环境，人与环境如何适应。

生活环境是生命的“根”，直接影响人的一生（生存、生活、生命、事业、命运），要做到“安居乐业”，必须与环境相协调。

上海交大生活环境综合研究所与上海易杰环境科技有限公司研发团队历经一甲子接力探索，创立的《空间环境生态学》，是研究建筑环境的基础科学学科，揭示建筑环境与人的健康之间的关系的基本规律，指导人们建造和使用建筑环境以提高其生存、生活和发展质量的一门新型学科。

古人对环境的选址、建造、居住、

生活、使用等进行了不懈的努力，不断探索、实践，总结出很多很有价值的经验、理论，我们后人要去伪存真、去糟粕存精华，继承和发展相结合，将现代发现、创造的新环境学科补充、融合进去，使之升华，使之更加科学化。

人类进行一切活动（居住、办公、商业、企业、区域、城镇……），必须在舒适的“环境”中进行，顺境者“昌”，逆境者“亡”，据此衡量环境的好坏、优劣、顺逆、吉凶。空间环境生态学总结出了“十八种环境”来恒定，使之顺之。

随着社会经济进步，人民生活水平的提高，住房装饰的进步可谓日新月异。但人们应切记，万变不离其宗，住房装修一定要遵循六字原则：方正、平整、简洁。平面设计要考虑空间（通畅）、构成（棱角）、色彩（浅色）、家具（安放）、水系（铺设、方向）、强弱电（合理）、书房（智慧）、客厅（吉祥）、厨卫（功能、安全）。要根据十八种环境的独立性以及相互的影响性综合考虑，进行整体布局，真正给房屋居住人带来吉祥、好运、享用一生。除了平面指点外，还要考虑屋里的顶部装饰，以防卧室吊顶不吉。

东西方对“吉”的祈盼和求索相通

对空间环境的“吉”之求索，是一个世界性问题。《空间环境生态学》的基本原则可以适用于世界各国人居环境的研究。东方和西方对科学的观念有所区别，但这不会影响到人类在空间环境领域对“吉”的共同愿望和共同求索，也不会影响到空间环境领域对“吉”的共同实践。

目前，世界各国的人居环境研究机构正在考虑全面地提高人类的生存质量和生活质量，其中最关键的问题是要解决空间环境同人的健康之间的关系。尽管在空间环境的许多方面做了许许多多的工作，解决了许多多的问题，但是，“房屋病”的客观存在，毕竟向人们敲响了警钟：要重视对防治“房屋病”的研究，才能更有效地实现人类对空间环境的“吉”的愿望和求索。

通过在一些国家、地区的试验，《空间环境生态学》的应用都比较成功。同时，通过在一些国家、地区的试验，揭示了一个实际情况：在发达国家和发达地区（如美国、日本、香港等）的住房建设中，在解决空间环境同人的健康之间的关系方面，对防治房屋病的研究，还是空白，患染房屋病的情况更为严重。所以，“对空间环境的‘吉’之求索，是一个世界性问题”这个命题，不仅仅是指理论学、学术上的探讨，也不仅仅是指对“吉”的共同愿望和共同求索，更重要的是客观存在的严重现实——“房屋病”正在世界范围内威胁着人类的健康。

“房屋病”的发现，世界各国要引起足够的重视，并在建筑的实践中更好地实施，提高全人类的健康水平，使之健康、吉祥。

我们应该向所有记忆力衰退、阿尔茨海默症、帕金森、中风、脑梗、三高人群等发出警示：必须重视住房环境，它是影响生存、生活、生命之根。

全世界对建筑科学性在建筑的各个领域必须引起足够的重视。求“吉”是人类共同的追求和向往。我们愿为之奉献我们的智慧。

（作者系上海交通大学生活环综研究所所长、上海交通大学“九五”重点教材《空间环境生态学概论》作者、空间环境生态学奠基人）

到的优异性能，稍加宣传即可成为重要卖点来推广，在一众涂料中脱颖而出。三，艺术性优势。卡伊莲进口产品契合当今的艺术主体潮流，整体表现力丰富、突出。这一点无疑对于家具布置上有艺术追求的需求者来说，具有不小的吸引力。四，代理优势。与国内产品厂家对自身经济效益的重视程度不同，进口品牌更加看重合约方“双赢”的最终效果，也因此有部分的优秀品牌在加盟代理上，能够让创业者通过少量的加盟费来获取进货价格优惠、品牌知名度、不定期专业培训、后勤技术支持等多方面保障，以让创业者快速建立创业自信、打入市场，尽早地获取到可观的经济收入。

记者：您认为高端艺术涂料在中国市场发展前景如何？
戴：艺术涂料进入中国市场的时间相对于意大利等国外市场要晚很多。但无论从中国人口还是从中国经济发展水平来看，都足以预见艺术涂料在中国发展潜力巨大。

据有关研究机构分析，未来中国涂料产量将以2.6%的复合增长率增长，到2025年，全国涂料产量将接近2700万吨。

相关企业要想在艺术涂料领域有所作为，需要在产品的细分方面做足功夫，无论是品牌化经营还是深入开拓细分市场，都要求涂料企业不断优化生产、销售、施工、售后等服务环节。

并非每一个建筑业的春天都能给涂料企业带来良好经济收益，摆在企业面前的并非一条坦途。但我相信，未来若干年，艺术涂料一定会成为装饰涂料界的主力军。前程似锦，任重道远。



卡伊莲艺术涂料华东地区总代理戴福琳

艺术涂料使用已非常普遍。
记者：请介绍一下卡伊莲艺术涂料在国内发展的概况。
戴：国内艺术涂料发展还刚起步，还处于前期推广期，市场发展空间广阔。艺术涂料堪称是新的市场“蓝海”。但至今艺术涂料在国内市场发展并不顺利。艺术涂料在中国市场发展已有十多年时间，部分参与企业感觉普及困难。艺术涂料区别于传统涂料的最大不同是色彩，但是家装设计毕竟是一个专业化的系统工程，装修过程中，极易顾此失彼，因强调整体色彩性而忽略整体协调。
该怎样抓销售方向才能适应当前市场？涂料企业需要推广渠道，打通建材市场、装修公司、网络电商和各地经销商等多个渠道，营造市场的新增长点。线上：搭建广告联盟。利用搜索引擎进行营销。微信营销。线下：门店占领市场。线上线下结合，优势互补。
涂料企业需要在品牌化建设和精细化服务方面做足功夫。艺术涂料在施工上的高难度，注定涂料企业不可能单纯通过传统经销商来完成销售与施工服务，因此，建设从生产、销售到施工服务一条龙的专业团队势在必行。

艺术涂料在中国市场具有巨大发展空间

——访意大利卡伊莲艺术涂料华东地区总代理戴福琳

□本报记者 张玉明

记者：请介绍一下卡伊莲艺术涂料的概况。
戴：卡伊莲艺术涂料源于意大利，1944年KAEGLIAN创立至今已有79年发展史。几十年来，KAEGLIAN专注于墙面装饰涂料业务，遂发展成为国际化高端艺术涂料品牌，拥有纯正意大利血统，盛行于欧洲，是欧洲涂料行业的领导品牌。
卡伊莲作为意大利FIVAL SRL集团高端涂料品牌，业务领域分布广泛，产品包括艺术涂料、建筑涂料、水性木器漆、色浆体系等产品。卡伊莲自诞生之日起，坚持以市场为导向，以客户满意和环境保护为宗旨，设立了专业的涂料实验室，研发高品质环保涂料产品。致力于服务广大的消费者而努力，致力于建立值得广大消费者、客户信赖的、安全环保的意大利涂料品牌，希望成为被广大消费者、客户、供应商、员工，以及社区所认可的更好的涂料品牌。
卡伊莲艺术涂料产品足迹遍布多个国家和地区，获得“法国A+认证”“欧盟环保标准”“HACCP”认证等多项机构认证及荣誉。卡伊莲艺术涂料为世界各地客户提供稳定的、多样的、高品质的涂料产品。

卡伊莲艺术涂料于2019年进入中国市场。广东卡伊莲新型建材科技有限公司是意大利KAEGLIAN品牌中国区授权服务商，致力为中国消费者提供一站式环保艺术涂装解决方案。卡伊莲在中国全方位布局，以点带面，全面推进KAEGLIAN品牌在国内市场的可持续发展。至2021年，在中国有品牌旗舰店280家，专卖店180家。
记者：艺术涂料在中国市场发展目前仍面临一些困扰，卡伊莲为何选择在此时加快进军华东市场步伐？
戴：随着中国消费市场的变化，强调个性化的年轻一代逐渐成为涂料行业消费的主力群体，许多“90后”“95后”成为了消费主体，他们追求艺术生活、享受品质与物质、强调文化情趣与个性释放等，逐渐形成新的消费理念，个性化定制成为涂料行业发展的必然选择。
无论是从人们的认知角度出发，还是从装饰效果出发，艺术涂料的前身是浮雕演变而来的，并且具备比墙纸更多的图案颜色种类，它是从涂料行业里切割出来的一块领域。艺术、个性、时尚……恐怕少有哪个艺术涂料加盟承载更多消费诉求的涂料产品了。艺术涂料品

牌作为一种高端、环保、安全的天然建筑涂料，因其零甲醛释放、防火防水防潮防腐耐清洗、使用寿命长及色彩搭配丰富等特点，受到了市场广泛欢迎。
虽然目前在国内艺术涂料的发展仍面临一些困扰，但我相信，进口艺术涂料春天必将如期而至。我们需要在这个艺术涂料的短暂时季做好备战功课，只有这样，才能在将来到来的艺术涂料高速发展期间迅速占领市场。
记者：卡伊莲艺术涂料进口艺术涂料有什么优势？
戴：随着国内经济的发展，目前国内涂料市场空前巨大。产品种类繁多，不同国家或地区的品牌让人眼花缭乱。卡伊莲艺术涂料优势有四个方面：
一，知名度优势。卡伊莲比起国内品牌的最大优势是知名度高。卡伊莲艺术涂料品牌已有79年的文化积淀，在技术层面上经验远比国内品牌丰富，由此所积累的受众资源、品牌美誉度等自然要高出不止。知名度大小的程度，对于如何快速抢占市场、提高推广宣传效果和潜在资源的了解认可等方面，能够起到非常关键的作用。二，技术优势。卡伊莲进口艺术涂料有近80年历史，有完备的加工生产技术，产品具备很多独