

## 东方的“风水”在西方热炒

## 拼了!国外房产商这样恶补“风水”



快来买我家的房, 风水好

## 老外知道:

## 中国人不爱数字“4”

爱八卦的英国《每日邮报》最近发表了题为《4层和14层怎么了?》的报道,称在澳大利亚悉尼的一座新公寓楼内,电梯楼层按钮面板上的两个数字“4”和“14”神秘消失了。而他们分析,这两个数字的消失,跟中国人有关。

故事到了这一步,并没有发展成侦探剧,原因反倒简单:在中国的普通话中,“4”谐音“死”,代表了霉运和死亡——而中国人在澳大利亚房地产市场已投资数十亿美元,并成为澳大利亚最大的海外购房群体。

而在此之前,澳大利亚某房地产商所负责出售悉尼Vaucluse的一处地产,因考虑到华人的数字避讳而更换了门牌号。这栋宅子原先的门牌号是“4”,但为了照顾中国买家的情绪,改成了“2B”——好吧,他们还得钻研得更深刻一点。

## 老外知道:

## 有“8”一定“发”

感受到数字魔力的还有美国人。《华尔街日报》报道称,美国开发商开始重视风水和幸运数字,以迎合中国买家。

比如,纽约曼哈顿高层楼盘“One57”中已有数套整层公寓被中国买家签下。这样的公寓每套售价约5000万美元(约合人民币3.19亿元)。为了迎合中国“金主”对幸运数字“8”的偏爱,房地产商将数套全楼最奢华的整层公寓安排在了80至88层。

澳大利亚一名地产经纪马尔科姆表示,在卖楼的宣传活动中,房子的门牌号码对于房子能否成功卖出起了关键作用。“如果房子的门牌号码是‘8’,便能吸引很多中国人来看楼,因为这是一个非常好的数字。”

## 老外知道:

## 房子物件摆设有讲究

除了门牌号,老外们需要学习的风水知识还很多。

比如,他们已经悟出了中国人不喜欢死胡同最里面的房子、前门与后门正对着的房子、楼梯对着大门的房子等,还得知道床脚正对着门的卧室中国人不会买。越来越多的房地产开发商和经纪人开始讲究风水,以确保房屋拥有正能量(所

谓的“气场”。

在美国奇诺岗市,一座在拍卖挂了三十个月没人买的房子,其出不了手的原因在于这座房子一打开门就看见楼梯的走势,感觉走向低处。对很多美国人而言,大而宽敞的美式楼梯象征地位,然而在中国的礼仪方面,会被定义为走向低落。

后来,美国房主根据风水师的建议,在这所房子的楼梯下铺上了一道红色的地毯,寓意能量回转,大红大紫。又在屋外的草地上修建了一个小喷泉平衡水元素,还在前门外铺上大大的祈福垫——最终果然高价卖出,都快成励志故事了。

## 老外知道:

## 豪宅讲究“藏风聚气”

当美国的房地产公司管理合伙人约琴夫·兰德和妻子打算购买一套新房时,他的华裔妻子坚称,房子的楼梯不能对着大门,因为在中国的风水学里,这种设计会使家里的所有运气从大门溜走。

但这些都还只是皮毛,对于高端豪宅,里面的门道更多。

建筑师罗伯特·海迪也有设计大量中国项目的经验。他沿南北轴线修建社区干道,并保证每家有朝南的窗户,这两者都是好风水的关键点。

美国迈阿密的丽思卡尔顿公寓就更专业了,他们特别从香港请来风水大师帕特里克·王,为楼盘指导风水布局。“王大师”精心地选择园林植物,确保楼房面朝正确方向,所有房子“藏风聚气”,并符合阴阳五行理论。尽管这个有着127套房屋的小区要到2016年年底才能建成,但现在就已经售出了一半以上的单元。

“天景豪苑”是纽约市皇后区的一座公寓楼盘,它的楼顶花园集合了风水学中的五行因素。入口的位置为了抵抗“邪气”而专门选了一个风水位,公园里的石头、植物、水池和木制品的布局也很讲究,营造出层层叠叠、错落有致的感觉。

## 老外知道:

## 比起葡萄,中国老板更关注星宿与“活水”

一些中国富人还喜欢跑去法国买酒庄。在波尔多,中国富豪就打败比利时人,成为当地头号外国业主,也是第一大买家。

当地人这样描述中国老

整理 / 陈泱

在澳大利亚悉尼的一座新公寓楼内,电梯楼层按钮面板上的两个数字“4”和“14”神秘消失了。

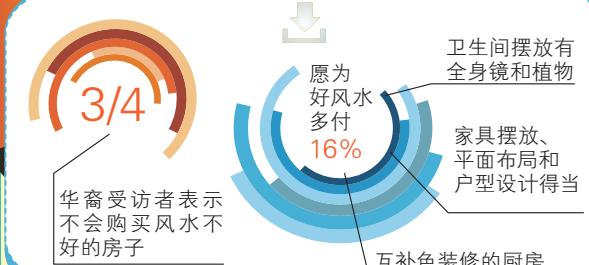
谁干的?

答案是,金发碧眼的风水师干的——风水正成为国外房地产商迎合中国买家的秘密武器,精明的商人在他们开发的楼盘上大动干戈,将中国风水及民俗融入到建筑设计中。就连房产广告也特意配上中文:“我家房子风水好,快来买哟!”



## 好风水打开“钱袋子”

随着中国人对美国房地产市场的影响力与日俱增,美国销售豪宅的经纪人也开始讲风水。BetterHomesandGardens房地产公司和美国亚洲房地产协会就针对500名美籍华人进行了一项调查。



制图 / 潘晶慧

板:庄园门口停了一辆商务车,一群中国人从车上下来,带着中介商、翻译和老婆(或老公)。他们埋首研究“城堡”与星宿运行的关系,忙着在老房子里面围着挂毯拍照,而忘了去看葡萄园。有的买家甚至提出要买有活水流经的庄园,因为事关风水。

老外知道:  
中国人忌讳多,比如“戴绿帽”

澳洲一家建筑师事务所的首席建筑师菲利普·罗星顿向澳大利亚广播公司记者透露:“有些时候我们会请风水大师来审核我

04

02

03

东方的风水西方热

## 金发碧眼的风水师

据《2015国际购房活动简介》称,中国已超过加拿大,成为美国住宅房产第一大海外买家。在美国购房的全部外国人中,中国人占到了16%。2014年4月至2015年3月期间,中国买家在美国购房的房款总额估计达到了286亿美元。

如今,风水已经成为国外房地产商必须正视的问题。美国家装频道HGTV之类的媒体已经开始普及风水常识,各路提供咨询服务的风水大师也如雨后春笋般在美国涌现。

在德国,专业研究和推广风水学的机构出现在慕尼黑、柏林、科隆等城市,随之出现的,还有一批手持罗盘、金发碧眼的风水大师。

截至目前为止,德国的各类风水协会已经多达上百个,德国的书店充斥着有关风水的专门书籍。“风水热”在德国的持续升温,促成了德国在1996年还专门举办了国际风水论坛。

目前,美国已有17所大学开设易经风水学等专业课程,至少有12所“风水”专业学校提供长达一年的课程,美国的建筑设计院或室内设计学院,都会提供资金给风水学校。每逢周末,无论是内陆的小镇还是沿海的都市,成群的听众会拥入教室,听过“风水”课程的听众不可计数。

## 风水学周边产品大热

德国首都柏林有专门的“风水超市”,出售风水产品。这对于居住在海外又希望图个吉祥如意的华人来讲,简直是太方便了。

据媒体报道,风水超市中大到屏风、画扇,小到饰品、摆件,风水产品竟有5000多种,真是应有尽有。如鹅卵石、罗盘、竹盆景等,还有特定的图画、墙纸和纺织品。此外,在德国一些大型建材连锁商店内也开辟有风水柜台,以满足日益增加的消费需求。