

Less is more

你的簡約生活幸福提案

文／張靜安 圖／編輯部

偶而，你也這麼覺得嗎，人們常常想要的很多，但真正需要的，其實並不多。

渴望物質上的林林總總，卻不自覺模糊了人生清單的優先排序

使人迷失在攀比的迴圈裡，卻又往往深受其害仍不自覺。

「少即是多」的生活藝術，有機會使我們回歸生活的初心。

以減法哲學，體會生活的有苦有樂的美妙之處，讓每一日變得愈加豐富。

讓簡約內化為在日常生活中的DNA，而不是左支右絀的難堪。

你的幸福感，來自於他人羨慕的眼光？

電影「購物狂的異想世界 (Confessions of a Shopaholic)」一片改編自蘇菲金索拉 (Sophie Kinsella) 同名原著，在西元 2008 年金融海嘯後上映，尤其發人深省。

闡述故事主人翁麗貝卡 (Rebecca)，個性古靈精怪又天生樂觀，和閨蜜一起在五光十色的大蘋果紐約市生活，她原本夢想能到自己最喜歡的時尚雜誌工作，但並不順利，反而得到同一家出版公司的財經雜誌青睞，擔任起理財專欄作家的的工作。

而事實上喜愛玩樂的她非常會購物，因為購物成癮的緣故，大學畢業後雖已工作了一段時間，不但一分錢也沒存下，反而因為對名牌商品沒有絲毫抵抗力，瘋狂購物而債臺高築。

於是作為財經記者的她，一方面教人如何理財，而另一方面自己又諷刺地難



以自拔的揮霍無度，只能選擇不斷自圓其謊和不聞不問來逃避債務過程中，引發一連串無法收拾的窘境情節。

這部透過輕鬆調性帶出購物成癮的狂想時尚喜劇，原著小說熱銷再版超過二百萬冊，更締造全球 1.083 億美元票房的故事，很可能是很多人生活的縮影。

One piece 的穿著，除非萬不得已，最好別出現第二次，免得被認出已亮相或已過季的風險。

但現代人經營人脈的社交場合多，商務的、同學朋友的、同事的、還有親戚間的聚會，每次出場總希望穿搭出質感兼時尚有型，所以衣服本身得有特色，若不濟，就得透過項鍊、耳環、手鐲、戒指、手錶、絲巾、胸針、帽子、圍脖多不勝數的獨特配件添風采。至於大配件錶、包和鞋絕對是得單獨挑出來的品項，於是幾個鍾愛的時尚品牌，蠶食鯨吞霸道地占據了衣櫃不說，又與時俱進地逐漸進駐居住空間的所有稍微留白的角落。

這些挑動你渴望的時尚精品雖可愛，也不時讓上班族的你感到阮囊羞澀的窘迫。然而，你以為僅僅是「愛美」，才讓人不自覺地變得貪婪嗎？

其實，更多的渴望來自於我們往往太想要塑造出他人的眼光中更美好的自己。

Less is more, 北歐式生活的幸福感

西元 2015 年出版《Less is more, 北歐式的自由生活提案》一書，內容中提出了使北歐人幸福感滿滿的減法生活提案，絕妙之處動人心弦引發熱賣狂潮。

作者本田直之(ほんでん ちよくし)認為：由物質生活中獲得的幸福感，建立自他人臉上流露出的羨慕眼光。

簡單地說，就是攀比後的優勝感。

透過各樣物質或身份的堆疊，營造出個人獨有的品味或價值感，衣服穿搭，名錶首飾，交通代步工具，房產，學經歷，小孩的成就等等，無一不是可以獨立出來檢視的項目。

但是，本田直之發現從物質獲取的幸福多是短暫而淺碟的，也容易引發類似「購物狂的異想世界」故事中的財務失控等等的社會問題，而隨著比較而來的身心壓力，以及失落感引發的憂鬱、躁動又是另個運動的面向。

而近年在日本年輕人中間出現的所謂草食族，是個社交疲乏下產生的極端例子。

「草食男女」一詞的出現，來自西元 2006 年女作家深田真紀(しんでんしん

き)，她觀察日本社會因經濟走弱，30 歲以下年輕男女出社會後，正面迎接年功制的土崩瓦解，以及政府放任派遣制度興起的無助；低薪化影響下，使他們無法負擔壓力，對性愛變得冷感，只專注個人興趣培養的普遍現象。後來甚至還衍生出「絕食男女」，用來形容對社會戀愛更加冷漠的日本年輕人。

旅居夏威夷的本田直之自稱是個非典型的日本人，是工匠精神的反叛者，崇尚體驗式生活方式，他遍訪「幸福指數」位居世界前列的北歐各國，深入比較了國民生產毛額(GDP) 同樣名列全球前茅的北歐各國與日本兩地人民在收入與幸福感的相對關係。

以人民稅負率來看，日本的平均所得稅約是 30%，和大部分落在 67% 左右的北歐國家人民相比，日本人有更高的可支配所得，但從幸福感的排行上來看，丹麥、芬蘭、挪威等北歐國家皆名列前十名，而日本卻遠遠落在中後段的第 87 名。

本田直之深感好奇之餘，花了幾年深入體驗並整理了兩邊的差異後，發現了一種屬於北歐獨有的生活方式，加上國家社會福利與公司僱用制度，造就北歐人民如此享受生活的幸福感。

他們掙脫物質束縛，深刻體驗生命和

生活的樂趣，避免成為大公司制度下機械化的工作者，進而培養有質感與深度的終生愛好，讓每一日變得愈加豐富。

本田直之在經歷上，是由日本行業權威機構認證的品酒師，是世界遺產委員會會員，甚至還有小型船舶的駕駛證，在職業上，他曾經擔任過銀行的高階主管，從事日美創投公司的投資事業，還擁

有自己創辦的公司。除了這些身份之外，他也是個成功的作家，出版過四本書，總計銷售量達到二百萬冊。

掙脫物質束縛，深刻體驗生命和生活的樂趣，避免成為大公司制度下機械化的



簡單與純粹，「少即是多」的理念讓人們享受更多自由。

工作者，培養有質感與深度的終生愛好，看起來簡單的結論，他親自執行多年這套北歐人「少即是多」簡單質樸的日常模式，深感受益匪淺，對囿於物質的都市人群來說，提供了寶貴的省思與指引。

少即是多，1930年代的建築革新

少即是多，言簡意賅而直入人心。事實上，簡約主義的生活態度和美學，在上世紀初已經出現。

建築師談簡約，我們第一個想起的必然是德裔美籍的現代主義建築大師密斯凡德羅 (Ludwig Mies van der Rohe) 於西元 1928 年提出的「less is more」。

因密斯而廣受傳頌的這句話，是借用了詩人羅伯特白朗寧 (Robert Browning) 的詩句，來回應記者對何謂簡約主義 (Minimalism) 的提問。當中重點，是如何以最少的介入，對空間做出最多的影響。

Less 意味專注，簡潔，去除非必要，而抵達目標與 More 豐富並存。

挪用這個概念，說明對現代設計精神的概括，主張簡約而不簡單，高度功能化與理想化的設計理念，這個原則影響了直到現在的建築理念，洗鍊了世界建築的質量，更進而改變了世界城市的面貌。

「少即是多」的理念宗旨就是崇尚簡約，反對浮誇與矯飾。它甚至成為普羅大

眾都耳熟能詳的經典，被賦予豐富的含義，甚至上升到人生哲學層面，讓無數人奉為人生教條，相信簡單與純粹能帶給人們更多享受與自由。

簡約主義的堅實信奉者，蘋果創辦人賈伯斯

科技界的經典傳奇人物賈伯斯 (Steve Jobs)，正是簡約主義的信奉者。

攝影師 Diana Walker 於西元 1982 年拍下了一張他當時日常生活照，當年的賈伯斯只有 27、8 歲，但已經是身家超過百萬的成功人士。賈伯斯穿著他的招牌黑色上衣，盤膝坐在加州聖荷西的家中，拍下了影像。

照片中的房間裡幾乎空無一物，只有放在地板上一個黑膠碟唱機，一盞落地琉璃燈，以及他手上的一只馬克杯。

無論相片中的背景是賈伯斯特意安排淨空，還是他真的家徒四壁，都已深刻表現出賈伯斯似乎將自己的成就，歸功於高度集中和高度簡樸的生活，如僧人一樣對自我的嚴格管束和自我制約。就算身家豐厚，仍高度的控制自己居室的空間，撇除一切多餘和繁雜，騰出生活和思考的空間，藉以保持創作力和集中力。

賈伯斯翻轉了電腦手機產品的美學，直到今日仍維持追求極致的簡潔和質感，追求精益求精不斷淬煉的精華，得到許多

消費者如信仰般的推崇與追隨，而賈伯斯本人多年如一日身穿三宅一生 (みやげ いっせい) 為他所設計的黑色套頭衫，合身的剪裁和質精的面料，無需多餘裝飾，任何場域都能完美傳達出賈伯斯獨具的個人魅力。

電動車的銷售心法，單一而專注

西元 2021 年 1 月最新出爐的富比世全球富豪排名之首義隆馬斯克 (Elon Musk)，也是電動車的創辦人。馬克斯在經營品牌時，定義出每種級距只上市一款車，從 Model S 的轎車，到 Model Y 的休旅車。集中單一車款，使電動車更專注於全自動化先進製造的開發與典範轉移，經過幾年的努力，成功大幅降低平均生產成本，讓車價愈發親民，也越為消費者所接受，接續打開新市場。

相較於如日本、德國傳統車廠，在同一級距的車海戰略，使得車廠本身必須投資多套生產線設備及相關零配件等可觀成本。回歸到效率管理的目的，就是要達到好的績效，因此，從產品規劃時就注意到專一，目標要明確而集中，也成功大幅提升先進製造工廠的效能，將競爭對手拋在後頭。

從源頭開始就設想資源應用的效率成本的设计，「少即是多」的思維，無疑產出了令人驚豔的效益。

百年飲料，投入營造無可取代品牌力

說到飲料業的百年傳奇企業，它是同類產品市占率最高的飲料，全球最知名的消費品牌之一。

該公司更是被投資市場普遍公認是最具代表性的價值投資標的之一，自西元 1892 年公司設立開始，飲料公司即以秘制糖漿和碳酸水為主力經營的明星商品，後期整合特許經營模式，使得公司以較低成本運營龐大的全球銷售網路，專注於品牌價值建立。今日全球霸主的地位與其大規模品牌行銷的宣傳密不可分。

西元 1901 年，飲料公司含稅收入接近一百萬美元，到了西元 2019 年，研調機構 Interbrand 資料顯示，該公司在全球範圍認知度高達 94%，幾乎無人不知無人不曉。同年，全球百大最有價值品牌榜單上，它和科技龍頭是唯二連續 20 年都在前十大榜單上的品牌，其品牌價值已高達 808 億美元。

市場大神投資心法，簡單而專注

從投資角度看，簡單則是看穿迷霧的洞見，投資大師看重的是事物的本質，而本質都是極其簡單的。

投資眼光精準的大師，至今依舊住在三十多年前用三萬多美元買下的房子，他

的投資祕訣正和他的生活原則一樣「簡單專注」，投資的永遠是有前瞻性的優質企業 (Business)，而不是股票 (Stock)。

市場的波動令人眼花撩亂，關注的東西越多，受到影響的可能就越大。唯有不貪不搶快，去除不必要的干擾，把注意力集中在最重要的元素，謹守原則才不容易追高殺低得不償失。

生活中做減法，可以提高生活品質；投資中做減法，則可更從容地提高成功率。

Less is more 的簡約生活，讓你更豐盛

購物狂的異想世界裡的翁麗貝卡，最終領悟了幸福的真諦，從購物成癮的漩渦抽身而出回歸自我，和帥氣聰明的男主角有情人終成眷屬，為這部經典好萊塢娛樂



掙脫物質束縛，不再迷失在攀比的迴圈裡。

電影最終以喜劇收場。而真實人生裡的你我呢？

Less is More 可運用於生活的方方面面。隨著飛速發展的科技與網際網路，爆炸式的資訊 (垃圾 ?) 把我們團團包圍，於是我們目不暇給之餘，往往跟風太多太累，卻忘了積累。

簡約的理論看似玄妙，其實道理很簡單，少了物件，多出的就是空間。在簡約的空間與人際之中，所有餘下的物件都是必須且至關重要的，讓伴侶、親人、摯友這些人際之間的關係亦更密切。

日本收納專家山口英子 (やまぐち えいし)，她悟出「斷捨離」是經過多年修習瑜伽，以及到日本高野山金剛峯寺參拜之後，看到僧侶簡單的生活而收穫的寶貴省思。這說明，「Less」或許不難，但要達到

「More」的層次，需要更高的體驗與覺悟。

發現沒，人們常常想要的很多，但真的需要的，其實並不多。

這些眼前物質上渴望的林林總總，不自覺模糊了人生清單的優先排序，使人迷失在攀比的迴圈裡，往往深受其害仍不自覺。

少即是多的生活藝術，有機會使我們回歸生活美好的初心。

掙脫物質束縛，深刻體驗生命和生活的樂趣，避免成為大公司制度下機械化的工作者，進而培養有質感與深度的終生愛好，讓每一日變得愈加豐富。

讓簡約內化為在日常生活享受其中的 DNA，而不是左支右絀的難堪。

試試吧，Less is more 的簡約讓你幸福感備增，體驗更豐盛的生活興味。🍵

