

公厕成东京美学名片：散策改建后涩谷，日本真有“失落的三十年”？

日本的年青人、资本、动力与希望，看来都过度押注在东京了，也只有东京，是往更精细先进文明繁华的方式继续探索



圆球型公共厕所hi toilet，由佐藤カズー/disruption lab team设计，东京厕所计划（Tokyo Toilet Project）其中一部份。 摄：Takaaki Iwabu/Bloomberg via Getty Images

东京在疫情后重启经年，步伐像日经指数般快得惊人。最显而易见的表象变化是外国人满布街头，电子支付比我们想像中普及。当人们还在谈论那“失去的三十年”之时，东京却表示出像从来没有失去过一样。

涩谷是此刻这个东京的恰切比喻：一种迈向未来乌托邦首都的野心，结合日本生存老智慧的情怀。去年11月，涩谷车站的八公像前举办了一个秋田犬蹯蹯活动，为了纪念忠犬八公的百岁诞辰。这头全日本最著名的秋田犬，事迹人尽皆知：主人上野教授突然逝世，牠当然不知什么是生离死别，依旧到车站等待永不再回来的教授下班，一等就是十年。那个忠贞守诺与岁月悠长的拉锯是如此赚人热泪，以至东京涩谷区要把这段传奇以纪念铜像的方式刻铭。

要让人记得，最好，就是要有说不完的故事。城市亦然。正如忠犬八公已离开了一百年，涩谷也从来不乏犬的故事。近年的另一则，是在那有名的“世界中心十字路口”，高楼上的立体屏幕，展示了另一头充满kawaii感的秋田犬。新技术中，那头标志式萌化的秋田犬一度在每个整点报时，差不多要从广告牌里跳下来扑向围观途人。



涩谷车站的忠犬八公像。摄影：李照兴

这也是东京citywalk堪玩味之处，老地方被拆去，但又以另一种新的形式获取新生，既见证时间流逝，复目睹灵根再植。并不像其他过度野心但罔顾历史的城市开发计划，只把一切推倒重来。

人们喜欢蹀躞于某个街头，甚至选定某一个纪念像去作等人地标，总带着对那地方的情感与记忆。不可能选择一个既无故事又没共同经历也难以辨识的地方去相约，而这也是东京citywalk堪玩味之处，虽然老的地方时而被拆去，但有时又以另一种新的形式获取新生，让游于其中既见证时间流逝，复有目睹灵根再植之妙。并不像其他过度野心但罔顾历史的城市开发计划，只把一切推倒重来。

多少年来，特别是涩谷周边变化莫名，但魅力依然，由近百年前八公犬到去年温德斯电影《Perfect Days》（新活日常）内的公共厕所，所谓经典的城市，全赖有这些说不完的传说故事。最妙的citywalk，最好也就是不要按既定的路线，而只需顺着道听涂说，借文本让身躯迷于其中。

涩谷改建计划：一种“款待”哲学

Thomas Heatherwick设计的麻布台Hills，终于真正把花园城市建筑的概念，用别致的波浪线条外型，以绿廊、藤架、山丘作结构，形成步道与绿化带穿插于商业空间之中。

当说到“迷”，也就得由另一段东京故事引入。不知不觉，《迷失东京》（Lost in Translation）原来已是二十年前的老电影。有一天英文版的《Japan Times》煞有介事做了个回顾，当中提到一个变迁，正是涩谷这两三年间的大幅改建。



Thomas Heatherwick 设计的麻布台 Hills。摄：Ahmet Furkan Mercan/Anadolu via Getty Images

如今再难有那种夜店冲出来在街上乱跑拍完就走的即兴追逐了。环绕车站就围，被多栋巨型商场以环形天桥串连。除有已成天台观景热点的Shibuya Sky之外，正要完工今夏开张的还有樱花Stage，东急等大型发展商要落地创造一个Greater Shibuya。

这种离开地面，把活动挪到建筑楼层上的极致表现，是宫下公园，一个像纽约Highline由旧铁路架空轨道及车站改建而成的公共设施。挤满游客之余，难得也是东京带孩家庭常利用的户外场所（有攀岩、滑板等活动）。在平衡游客观光与原住民两方所需这古老问题之上，东京可称为现存世界文明极致之都还是有其道理。

回溯日本文化根源，日本人称Omotenashi，一种“款待”哲学，在于面对公众的面貌仪态，加上毫无保留用心出发的诚实，给客人以真心实意接待和服务（当然也可以伪装出来，但至少表面上接待得体）。居民，游客，不分彼此，都是客，要好好对待。也正是这种处处体现于城市设施中的被款待周到情怀，令人逛得愉悦。

涩谷改建计划只是东京都此前面向奥运趁机升级的项目之一，事实上，整个都内到处动工，新型商场此起彼落。不远处，原宿车站刚改建开放，舍弃了旧车站的古典风惹来恶评。但Thomas Heatherwick设计的麻布台Hills似乎很快就为这波东京新建筑潮挽回失分，不在于它有现今东京最高的大厦森JP塔（330米），抑或Teamlab新的Borderless展览移师这儿，而是终于真正把花园城市建筑的概念，用别致的波浪线条外型，以绿廊、藤架、山丘作结构，形成步道与绿化带穿插于商业空间之中。

起伏多层次的动线与视野，以及日本最擅长的“其实花了很大功夫但看来很自然以为没怎花功夫”的园艺绿化，确实又刷新了多功能综合体的标准。如果你去过同一位英国建筑师以类似的概念建成的上海天安千树，就知道在不同城市，执行力及成品可以如此不一样。

如果你去过同一位英国建筑师以类似的概念建成的上海天安千树，就知道在不同城市，执行力及成品可以如此不一样。



涩谷市内到处动工，新型商场此起彼伏。摄影：李照兴

符号帝国：小红书指引突然糟蹋

许多人觉得逛商场并非citywalk正业，说必须要回归到小民小巷，但我当然要扭转这说法，把商场之旅包纳到citywalk之中，只是看点不一样。

批评大商场千篇一律或商店的标准化欠特色当然有其理据，但东京商场或机场车站的好逛，需要逛，往往不只在shopping或要出行，而是单单留意它们的空间设计、功能创造，以至更多不起眼的细节。

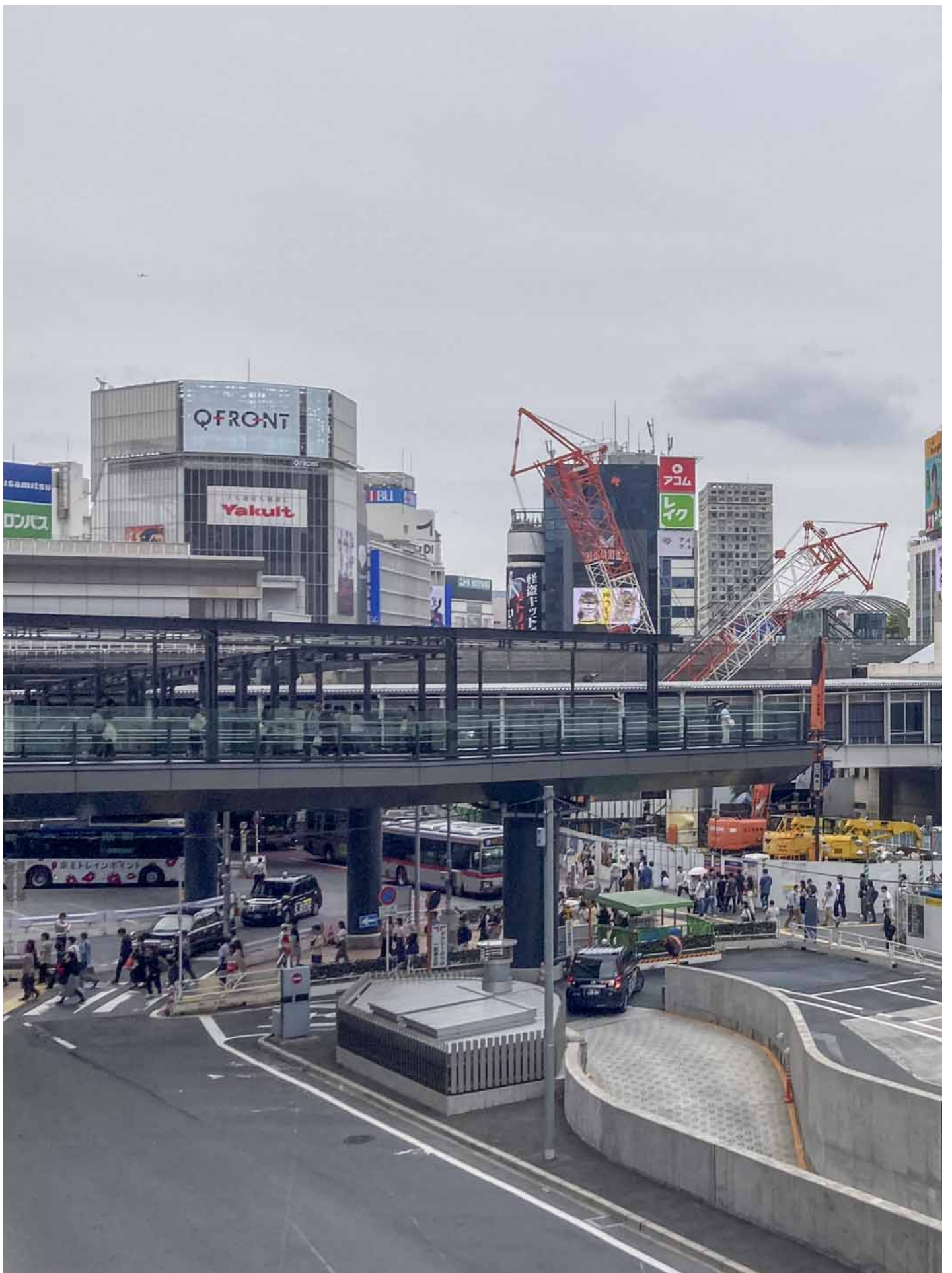
作为一个城市指示牌标式迷，那么多年的城市考察，个人最感兴趣之一，即为由机场下机出来一刻，在一个陌生城市中，那些directory是如何设计，如何尝试让你不迷路，如何引导你去到要去的地方。简单如惯用不同颜色去区分铁路行车路线；走到月台上等车，详细得你所站的位置是哪车卡的门；街上的水渠盖根据当区文化特色画上图案。

连公共交通车站的站牌，都可能有松本零士、宫泽贤治的作品插图。商场中男女厕所、育婴室、吸烟室的别致符号指引设计层出不穷，又或引用罗兰巴特书名的最直白字面意思：符号帝国。

在不同的名人故乡城镇，连公共交通车站的站牌，都可能有松本零士、宫泽贤治的作品插图。商场中，各种有关男女厕所、育婴室、吸烟室的别致符号指引设计层出不穷，简直就如身处一个标示设计的天堂，又或者引用罗兰巴特那书名的最直白字面意思：符号帝国。

但现实中迷路必然发生，这才来到城市闲逛的精华所在。所以也确实难以想像，有说现今受欢迎的小红书citywalk东京攻略,是要具体到指定在哪一个地铁口出来，向右走多少步之后即能拍到画面中“既有东京塔又看到最多樱花”的角度。没有别的比这些刻板攻略更糟蹋闲逛的意义，反过来，也没有别的比在旅途上的“意外迷失”更令人着迷：

你尝试依照指引，但过程中可能一个不留神错过了或错读了，结果你离开了原轨迹，但又将错就错，发现了一些预计以外的好奇点。



涩谷改建计划只是东京都此前面向奥运趁机升级的项目之一，事实上，整个都内到处动工，新型商场此起彼伏，车站外围被多栋巨型商场并以圆形天桥串连。摄影：李照兴

公共厕所即文化名片

伊东豊雄、安藤忠雄、坂茂、隈研吾、片山正通、藤本壮介、槇文彦、Marc Newson 等人选择一所公共厕所提出改建方案。连清洁工人的制服，都由日本潮人Nigo去操刀，简直就是日本文化软实力的集体发声。

最近最典型的“迷失”之趣，是碰到一个全凭声控的公厕，符号和文字指引表达了要用这罕见的操作方式，但想像一下，若日文英文口语都不好，又或者读错了，甚至是哑巴，那就不能如厕？

这圆球型公共厕所hi toilet，由佐藤力ズー/disruption lab team设计，属于去年刚全落成投入使用的东京厕所计划（Tokyo Toilet Project）其中一部份。日本令人叹服，在于连说“公共厕所即其文化名片”也绝不为过。没有夸张，把东京厕所计划连到其宣传电影《Perfect Days》，涩谷这17间公共厕所，都可以成为观光旅游打卡点，可见日本创意城市branding之厉害。



《新活日常／我的完美日常》（Perfect Days）剧照。

东京厕所计划原本是日本财团（Nippon Foundation）联合涩谷区政府为奥运而作的城市更新项目，本来也是东京2020城市branding一部份。因疫情关系，原计划延期，但疫情后出来的时机，却刚好承接着日本疫后开放的旅游盛世。本意是改造涩谷区内十七个旧公共厕所，起城市振兴也便利用者和游客之效。

项目实际最大出资及参与者是优衣库的新一代掌门柳井康治，通过邀请十六位日本乃至全球有名建筑师及设计师和时尚潮人，包括名师如伊东豊雄、安藤忠雄、坂茂、隈研吾、片山正通、藤本壮介、槇文彦、Marc Newson 等，每人选择一所公共厕所提出改建方案，落成后，又有相对丰富资金投入营运提升清洁管理素质（譬如改建前清洁工是一天打扫一次，改建后初期是一天三次），连清洁工人的制服，都由日本潮人Nigo去操刀，简直就是日本文化软实力的集体发声。

把东京厕所计划连到其宣传电影《Perfect Days》，涩谷这17间公共厕所，都可以成为观光旅游打卡点，可见日本创意城市branding之厉害。

由此，十七所集中在涩谷区的公厕，像景点一样，也就成了一条新的旅游citywalk路线。由惠比寿车站旁佐藤可士和设计的方形白厕所出发，每个厕所所处位置也反映了涩谷的多样性。惠比寿车站旁那个，就在吸烟范围旁，早上还能看到没收好的烟盒，似乎反映了上班族的人流惯性。但走到神宫通公园安藤忠雄那蘑菇型厕所，就发现多为小孩玩耍出没。



东京厕所计划原本是日本财团（Nippon Foundation）联合涩谷区政府为奥运而作的城市更新项目。摄影：李照兴



东京厕所计划原本是日本财团（Nippon Foundation）联合涩谷区政府为奥运而作的城市更新项目。摄影：李照兴

东京厕所计划原本是日本财团（Nippon Foundation）联合涩谷区政府为奥运而作的城市更新项目。摄影：李照兴

东京厕所计划原本是日本财团（Nippon Foundation）联合涩谷区政府为奥运而作的城市更新项目。摄影：李照兴

讲到最争议也最富色彩的，当是坂茂设计的春之小川社区公园厕所无疑。它在不进去把门反锁之前，是显示为透明，即外面仍能看清内里，只有进去并反锁后，颜色玻璃才会变为不透明。坂茂的原意是为了解决调研中其中一项公众对公厕的担心，即为不少女士会害怕公厕内是否有其他人在。

这对首次见或运用这厕所的朋友而言都会做成些微困惑，但好处是它确是像一个小问号，把人们从日常一连串的理所当然中释放出来，像当头棒喝，忽然叫人停一停，思考一下：噢！是否真的如此？这也百分百诠释了上述的“迷”的趣味。

非传统庶民策散：老铺子里的年轻人

这种老玩意的再魅潮流化，同时体现于电影还没来得及细讲，东京当前另一股生活消费发展趋势，大可称为东京老钱汤的更新改造运动。

厕所计划的另一作品，是找德国导演温达斯去拍摄宣传。原本一个命题作文，一步步再演变成一套后来众人皆知的剧情长片，并为役所广司带来康城最佳男演员奖的《Perfect Days》。如今看来，此片简直就是东京这疫后新时代的最强阵容宣传片无疑。唯宣传得法，令人看完过后，不仅回味，同时也想要一探片中角色平山先生的日常足迹。

他作为清洁工人所打扫过的这些设计师厕所，他午饭拍摄“木漏れ日”的公园，他去过的下北泽的唱片店，他洗涤自身的老区中的钱汤等等，形成了一种非传统旅游概念的东京庶民策散。



《新活日常／我的完美日常》（Perfect Days）剧照。

片中平山常泡下町的澡堂，自有其从清洁打扫工作中释放出来显现他下班后另一种生活形态的施洗式“变身”志趣。他工余是个听老派摇滚乐，用旧式菲林相机拍照，看福克纳小说的old school人，但这种著重“手作”的老派爱好，却又早成为当前怀旧风下重新潮起来的lifestyle。这种老玩意的再魅潮流化，同时体现于电影还没来得及细讲，东京当前另一股生活消费发展趋势，大可称为东京老钱汤的更新改造运动。

至为重要的是，在进入浴池后，保持“默浴”即不作声。以为是老头子才光顾的街坊老铺，现在都满了年青人（有时也打破了默浴的规矩）。

Citywalk普及之下，游历城市庶民气息场所成为一种跟过往专注去主流旅游景点不一的选择。近年，譬如在吸引潮人到访的中目黑，多种攻略竟然在推荐车站旁边的“光明泉”。那是一个极小的地道钱汤，改建后外墙有“罗马入浴”式的人像绘图（虽画功不精），内里经翻新后一洗暗沉发霉的残破旧貌。

进门后脱鞋履放好，在贩卖机前选好票种，记得要抹身毛巾的话得额外租用（但这些基本配置确保了任何人无论穿着什么也可随时入浴）。至为重要的，在进入浴池后，保持“默浴”即不作声。泡一次一般不到600日圆，以为是老头子才光顾的街坊老铺，现在都满了年青人（有时也打破了默浴的规矩）。不少是工余，晚饭前后跑去暖身，也起邻里友侪共聚之效。不需泡太久，泡它半小时，在离开浴池后，弥漫身躯的暖意仍未散尽之时，来一瓶雪印或不同口味乳酪饮料。

东京钱汤再魅，结连社区

1923年关东大地震之后，钱汤内的富士山壁画被赋予另番意义。东京近乎全线摧毁，率先要重建的就是公共卫浴设施。曾陷苦难的东京平民，重建家园一天辛劳过后，在泡着钱汤洗净其身时，抬头望着画中的富士山，以示希望永存。



《新活日常／我的完美日常》(Perfect Days) 剧照。

由中目黑车站徒步上代官山并不远，先经过Forestgate，再入猿乐町信步前往茑屋旗舰店T-Site，现在此行都成了首选的自由行citywalk经典路程。在路上见识代官山当地人的逛街标配，显然是要把狗儿放在婴儿车才是本地人。T-Site旁那宠物美容店简直成为区内爱狗人士的聚脚地与宠物T台，同时观测到东京的宠物友好文化生态。

城市区域的名命是了解当地地区历史的最显易入门点。代官山，的确是一座小山，占了制高点，然后向下走，往南可经旧朝仓家沿目切坂古道折返目黑川（对，就是那条不时有人会发布川边缓跑时碰到由木村拓哉父女遛狗或陈冠希遛娃的目黑川）。代官山往北，可下涩谷。一个是山，一个是谷，东京山势起伏的形象由此加深。

由代官山“下山”到涩谷有趣是选择不同的小路，都以涩谷车站的八公像为终点的话，你可以穿过西乡山公园（是个著名的可在大樱花树下野餐的小公园）沿旧山手通下去。在仍没有太多高楼的年代，这里还是个眺望到富士山的位置。也可以穿过明治通走小町，就在这里，我乱入另一家叫“改良汤”的钱汤，首先是因为被外墙上绘有偌大的蓝色鲸鱼与海底世界吸引。内里的浴池显得狭窄，并且部份以红色的灯光照射显得过份浓烈，不过它从醒目logo设计到形式都可说是这波钱汤改造更新的典型。

最大程度诠释了东京钱汤再魅过程又结连社区的，则是近年东京下町钱汤更新最佳案例：Schemata Architects作空间及标式设计的“黄金汤”及“狛江汤”，鲜黄色元素配混凝土的灰色立面工业风，大大突出了出入浴前后可站站坐坐的空间，前铺兼卖当地啤酒，甚至索性在旁附设酿酒坊，连系社区大家轻松social之余，也彰显店主的个性化经营哲学（许多为家族经营传承去到年青一代有新想法）。

男性潮流杂志中看到的被访者，谈论著改建成带酒吧和DJ台的钱汤，甚至额外辟了一个酒作坊来酿制自己的craft beer，理念是“想用自己的手制作洗完澡后可以享受的啤酒”。



《新活日常／我的完美日常》(Perfect Days) 剧照。

泡于东京钱汤，通常抬头都有一幅“富士绘卷图”壁画——无论是用任何方式呈现，有时画得略显粗糙——这却是东京人不忘的百年传统。这种“一边浸浴一边望富士山”的习俗，作为东京钱汤的标配只有大约一百年历史。首张富士山壁画出现于1912年开业的“机械汤”，到1923年关东大地震之后，钱汤内的富士山壁画被赋与另番意义。东京近乎全线摧毁，其中率先要重建的就是公共卫浴设施。曾陷苦难的东京平民，重建家园一天辛劳过后，在泡着钱汤洁净其身时，抬头望着画中的富士山，以示希望永存。

今天，在墨田区下町范围（押上站到锦系町站）的这家黄金汤，甚至坚持保留男女分隔墙只用旧款不通到顶的设计。连络周边的“大黑汤”、“樱花汤”，都由一家族经营。单看这几家的位置，也是周边新旧共融的贴切象征，因为位置虽是于下町老区，但因为都是低密度矮楼，站在哪个街角，抬头都可见到东京Skytree晴空塔，形成一种有趣的现代与过去的对话。

接手的三代目就如更多我们在日本男性潮流杂志中看到的被访者一样，谈论著改建成带酒吧和DJ台的钱汤，甚至额外辟了一个酒作坊来酿制自己的craft beer，理念是“想用自己的手制作洗完澡后可以享受的啤酒”。

日本的希望：押注在东京？

日本的年青人、资本、动力与希望，看来都过度押注在东京了。而正正就是这种不平均的超大压力与急步速，反而令活在东京必须有适合自己的生活作息爱好。

有一种现实与传闻两者矛盾下的错位，走在过份繁华的东京，总以为一直听说的“失去的三十年”是个谎言。当然也只有在东京，表面看来时间与机会都并没有失去，反而是往更精细先进文明繁华的方式继续探索，就如涩谷那永不落幕的工程围板（几年前围板的装饰图像是用亚基拉作主元素，象征未来想像力，善用了日本流行文化的亲和性）。



涩谷街上的年轻人。摄影：李照兴

但东京以外，到访的过气旅游小镇，那怕是商店大街都萧条一空。年青人都往大城市跑了，许多老头一人店做到自己不能继续，就只能关店。日本的年青人、资本、动力与希望，看来都过度押注在东京了。而正正是这种不平均的超大压力与急步速，反而令活在东京必须有适合自己的生活作息爱好。人在其中，必得找着自己的节奏，而不是永远挤在涩谷那十字路口让后面的人推着你前进。

也是在这刻，电影中平山那公园里菲林照相机拍“木漏れ日”的珍贵才显露无遗。“木漏れ日”，字面意思是“树木缝隙间漏出的阳光”，因为风吹过树叶引致漏出来的光都不一样，也意味著，那刻是不能再重复的光线与瞬间，只能碰巧遇上。人们得静下来重寻这种偶遇的瞬间。

时下流行讲chill。什么是最chill的生活？不需理会外力，找着自身的生活节奏与爱好也许就是当今的chill吧。当别人都去商场购物，你去专心看它的指路标式图示。当所有游客挤向银座，你去涩谷看公共厕所。当人们去豪华温泉旅馆，你去下町寻找钱汤后的一杯精酿啤酒。不是因为标奇立异，只为每个人在路上找到自己的爱好与步速。

正如现在涩谷车站过道里，永远有不同偶像团的巨幅肖像在轮替，每天有各种应援团友站于idol照片旁合影打卡，而正是这个涩谷最为有趣。在无数个看来长得差不多的天团idol旁边，并存着拒绝忘记Lou Reed 和卡式带的人，大家相安无事，或许还有可能会在下町的钱汤中相遇。

延伸阅读

[东京厕所计划](#)

东京钱汤专辑：Discover Japan 2024年2月号

[#我的完美日常](#) [#东京citywalk](#) [#役所广司](#) [#涩谷](#) [#东京旅游](#) [#东京](#)

本刊载内容版权为端传媒或相关单位所有，未经[端传媒编辑部](#)授权，请勿转载或复制，否则即为侵权。