

酒场文化第一人木空
为您解读中国式酒场

酒杯里的中国

JIU BEI LI DE
ZHONG GUO

木空◎著

半杯酒品尽五谷醇香，
一部书写透入世智慧。

线装书局

酒场文化第一人木空
为您解读中国式酒场

酒杯里的中国

JIU BEI LI DE
ZHONG GUO

木空◎著

半杯酒品尽五谷醇香，
一部书写透入世智慧。



线装书局

图书在版编目(CIP)数据

酒杯里的中国 / 木空著. — 北京 : 线装书局,
2013.1

ISBN 978-7-5120-0836-6

I. ①酒… II. ①木… III. ①酒—文化—中国—普及
读物 IV. ①TS971-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 314640 号

酒杯里的中国

作 者: 木 空

责任编辑: 杜 语

装帧设计: 鹏轩设计

出版发行: 线 装 书 局

地 址: 北京市西城区鼓楼西大街 41 号(100009)

电 话: 010-64045283 64041012

网 址: www.xzhbc.com

经 销: 新华书店

印 制: 北京天宇万达印刷有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 15

字 数: 200 千字

版 次: 2013 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

印 数: 00001—10000 册

定 价: 29.80 元

自序 中国式酒场就是酒杯里的中国

为这本书起名,着实费了一番周折。我武断地定为《酒杯里的中国》,并征求相当一部分人的意见,得到的回复很振奋,甚至有人说我太有才了。我的确有种成就感,不是说我的书多么多么好,那需要由读者评判,而是指我起的书名“高富帅”,自己越看越兴奋。不是吗? 中国有酒杯,酒杯里有中国,只要把酒杯写到位,中国肯定会跃然纸上。

生活在当今社会,绝大多数人都端过酒杯,至少看见过酒杯。把中国社会浓缩化,中国就是一个酒杯的社会,大中国可以浓缩到小酒杯里。端酒杯,就要去酒场,于是我顺势向酒场进发。中国式酒场堪称酒杯里的中国,如果用酒场替代酒杯,置换成“酒场里的中国”,似乎更加准确,但是有点俗有点滥,也缺乏“酒杯”的动感和形象美,所以我打破自己的常规思维,破天荒地搬出酒杯当道具,把酒场留在书中央。

由于我出版了五本与酒场有关的文学作品,网友和媒体把我誉为“中国酒场文化第一人”,你们就吹吧,反正吹牛不上税。我只不过在量上占优,比别人多写了两本,距离质量齐观差老鼻子啦,没甚可牛的资本。待到《酒杯里的中国》出版上市后,若能再取得广泛而热烈的反响,再有人替我吹,我没准就会半推半就了。哈哈,我似乎有点飘飘然,但绝非梦话醉话,是在学崔永元实话实说,你看宋丹丹都在偷偷地笑了。

有一种向往,愿意到书里抛头露面。比如我的外甥女婿刘国昌,生长在渤海岸边,在村委会里混事,酒量一般却酒风豪放,这两年过春节,被我儿子携同几个小表兄弟灌醉过几次,当然他是小姑爷,按当地风俗必须挨灌,醉了方显他为人实在,对老婆无限忠诚。他强烈要求我把他写到书里去,以他“为有醉酒

多光荣”的心态,来诠释《酒杯里的中国》。这种敢于担纲的男子汉精神,常常让我感动。

也有一种我担心的担心,叫做怕被我写到书里。几位特别亲近的朋友半真半假地开玩笑:你就写吧,看以后谁还敢与你喝酒;大家喝酒可要小心点,别让木空实录到书里去。我也许一笑置之,也许解释几句,但其实心里特不是滋味。我丝毫没怪罪朋友们的意思,却为“读书喜对号入座”的如此普及而悲哀。我不清楚别的作家如何处理作品与现实的关系,更不排除他们照搬现实及熟人事迹的可能性,但我创作的文学作品绝对规避该规避的现实,毕竟我是个求真务实的俗人,凡是最亲最近的哥儿们、朋友、同事、同学等等,只要是发生在他们身上的故事,一概拒绝入驻我的书,我更不会为了情节的需要,去编排我最亲的人们。因为,我的指导思想很明确,写书是业余爱好,如同别人钓鱼搓麻的娱乐活动,要在写中玩或玩中写,切莫为书而书,为凑情节而无端地得罪同事朋友们。我宁可停止创作,也不敢拿最亲们的事说事。所以,对我抱有怀疑态度的最亲们,请相信我的分寸,请相信我的世俗,请相信我的善意,请相信我把握现实与文学结合的技术。

中国式酒场,充满了真真切切的人情世故,写这些难免让它牵着鼻子走。我靠中国式酒场起了点家,靠它把我引入烦恼之地,又如白岩松的名句,我是“痛并快乐着”。

我的酒场我的杯,我的酒杯我的酒,酒杯里有中国,就是酒里有中国。酒中业绩大,杯里工作长。我是酒场酒杯和酒的受益者,当别人喝了一肚子忘情酒时,我却把酒场酒杯和酒水当成纸与笔,化作中国当代社会最焦点的缩影,展示给众多的酒场参与者,你说行,我还真觉得自己能。

中国式酒场就是我坚守文学创作的图腾,我会像爱护眼睛那样呵护它。感谢中国式酒场送来的创作灵感,引领我沿着文学小路从容地走下去,只要酒场仍在,我的创作不停。



目 录

总论 中国式酒场是中国人首选的交际场所	001
第一章 组织酒场是门不大不小的学问	011
第二章 扎实做好酒场准备事宜很重要	020
第三章 参加酒场必须进行必要的形象设计	032
第四章 谁来启动酒场开席的按钮	041
第五章 酒场上与礼仪相关的那些细节	049
第六章 按照自己的酒场角色行事	057
第七章 如何成为调节酒场气氛的高手	067
第八章 劝酒需要技巧并掌握火候	077
第九章 拒酒的关键在于软硬兼施	087
第十章 获得别人好感在于自己好好表现	097

第十一章	酒场上哪些人最不受欢迎	109
第十二章	酒场上立于不败之地的秘籍	121
第十三章	酒场上怎么说话得体又受听	132
第十四章	酒场上出现了争执怎么办	143
第十五章	酒场上逃避喝酒的战略战术	154
第十六章	酒场上处于哪些情况容易醉酒	164
第十七章	喝酒前后应注意哪些保护措施	176
第十八章	如何处理关于酒场的十大关系	185
第十九章	勘破喝酒者心理看人性	198
第二十章	结账环节尽显酒场人风度	208
第二十一章	从细节做起来个完美收场	218
后记	期待下场酒的到来	224
附录	木空之不可不知的 110 条酒场语录	226

总论 中国式酒场是中国人首选的交际场所

因为我无缘出国,也很少参加西式酒场,就连西餐也基本不沾,只对中国式酒场感兴趣并有所研究,所以本书所探讨的酒场都贴中国标签。

首先,介绍中国式酒场的几个鲜明特点

解读中国式酒场文化,必须简单概括几个酒场特点,便于把握酒场文化的基因,找到它产生发展的合理性和必然性。

我读过若干关于酒以及酒场的书,企图走点捷径,复制粘贴一下权威观点。但遗憾得很,这些书模式化有余,缺乏系统性,最多只能撷取只言片语,没一本书能告诉我中国式酒场的特点。无助的我,只好打消小聪明,开动自己的脑筋进行梳理和总结。也别说,我硬在无中生出几个有来,却并未费多大劲。看看下面几句主题词,就会明白中国式酒场的基本属性和特点。

第一句:最历史

中国式酒场不是当代的产物,它是历史的产物,沿着历史的轨迹一路走来,又形成独立鲜明的当代特色,从没因时代的变迁而消失,却被历史积淀出文化。如果上查它的家谱,可以追溯到几千年前的旧社会。

说历史不是我的强项,以我的皮毛历史知识卖弄,酒场的最前身叫筵席,它起源于原始的聚餐和祭祀。遥想当年,古人们席地而坐,大碗喝酒大口吃肉,要多快活有多快活。时间向前推移,不断活化丰富了酒场的内容,如同软件版本一样,隔段时间就要改造升级,酒场也从前世走向今生。它原本是一件很神



圣很单纯的事，却变得越来越复杂和流俗。

这样纯理论性的概述，或许难以说服旁观者的一双慧眼，但举几个既似传说又确实存在的古典酒场，便足以说明酒场中含着特色的超酒场文化。如“鸿门宴”“杯酒释兵权”“煮酒论英雄”“千叟宴”“贵妃醉酒”“打金枝”等等，都是以酒场为载体，喝酒不过是形式和道具罢了，关键部位在于酒中酒后。或酒里斗勇斗智，或借酒进行政治层面的绝杀，或用酒笼络天下人心，或酒后尽现风流面目，或把酒当成消愁的良药。甚至可以这样定义：哥喝的不是酒，是性情；哥说的也不是酒，是文化。

什么东西一旦与文化挂钩，而且能披上历史的袈裟，这个东西就不再单纯，就可以冠之以文化美称。中国式酒场就属于这种东西。

第二句：最群众

中国式酒场扎根于中国全社会，无处不在，具备全民参与性。如果说中国人没喝过酒或很少喝酒，我肯定相信，但要讲没参加过酒场没见过酒场，我拍着屁股提反对意见。因为中国式酒场经过历史的传承，已经深入到各阶层各角落，与民心民风相联系。富有者喜欢到五星级酒店摆阔气，花天酒地不言愁；贫穷者买瓶劣酒也要招待朋友和客人，体现热情和周到。没有多少钱，几个人凑钱也要凑成酒场喝几杯。高兴时或郁闷时，都愿意叫几个人喝酒，在酒场上与自己共享情绪的正负极。许多时候有理由要喝，没有理由创造理由也要喝，甚至根本不需要理由都要喝。

中国人对酒场普遍存在宽容的心态，反对者固然有之，但多数人认同酒场的实质意义，说是把酒场上升到面子工程也不为过，其中更不乏自己不见得参加酒场，却积极主动组织酒场的场面人。有些人口口声声说酒场败坏了社会风气，然而当需要用酒场说事时，他们比谁都主动。酒场根植当代中国社会根植当代人心中，成为社会交往与联系的首席场地。

中国式酒场存在如此浓厚的群众基础，谁也不能阻止它进军文化的步伐。它所展示出的一些现象和行为，本身就是文化，这种文化也是由全民所创造。

第三句：最情绪

中国式酒场是情绪发泄地，成为现代人首选的交际娱乐场所，是展示身价和身份的 T 型台，是连接外地人陌生人的小纽带。

记得看过一部小说，书名叫《有了快感你就喊》，还唱过一首歌，《男人哭吧哭吧不是罪》。现实生活真如书中、歌中那样直接就好了，至少能节省若干多余的付出。但现实不是书也不是歌，许多因素制约着情绪的自然流露。人们喜怒哀乐及特殊需要，应通过合理的渠道表达才算正常，否则容易挂上另类的头衔。选来选去，酒场无疑成了最好的选择。

战友同学聚会，接待上级领导，生日婚礼谢师宴，求人办事套近乎，哥们朋友凑热闹，单位同事加夜班，凡此等等，酒场反映的内容五花八门，但万变不离其宗，那就是表达情绪。想讨好想感谢想发泄想尽兴，都会摆到酒场上表达，而且面对中国国情，也只有酒场能担起这个光荣艰巨的任务。我不敢断言摆开酒场就能达到目标，但没有酒场却是万万不能。酒场在展示酒风的同时，还传达着虚拟又实在的文化。

第四句：最学问

这句主题词，是拙作《小酒场》封腰上的半句话，全句是“小酒场大学问”，出版社绞尽脑汁当卖点宣传。虽然《小酒场》是我创作，但我只为写而写，根本没考虑酒场外的风景，是出版社提醒了我，又推动我挖掘中国式酒场的基本面，把酒场研究到底。

中国式酒场存在着明白却深奥的信息，为啥动意请客，怎么组织酒场，如何突出主题，拿什么招劝酒拒酒，怎样才能受人欢迎，凡此等等的大问题或小细节，既有明约定又有潜规则，参加酒场的人若对此一窍不通，肯定要败走酒场。

酒场的本义随着时代变迁，越来越向着世俗化、功利化的方向发展。曾经程序化、规范性的礼仪，曾经风花雪月般的优雅，曾经红袖添香的意境，离我们渐行渐远，酒场成为“小圈子”“小势力”“小公关”“小情绪”“小风景”的集散地，变得越来越实用越来越直接。基本的礼数成了奢侈品，人们更渴求酒里的话外



音,以及酒场生发的“富”作用。

我注意观察时下中国酒场的走向,斗胆地下个小结论,纯粹正宗的明约定尽管少得可怜,有时还是空头支票逗你玩,执行到位也很困难。其实人们最关注的是那些打着明约定旗号或深藏不露的潜规则。正所谓明而不亮,潜而不暗,甚至中国式酒场的核心在于潜规则,得潜规则者得理想。这就是某些人腻味酒场却离不开酒场的主因,酒场文化的确说也说不清楚。

第五句:最舞台

中国式酒场是才艺大比拼的小舞台,谁能笑到最后,酒量固然占据重要地位,但真正起决定作用的,全凭酒商加情商指数的高低。

坐在酒场上的人形形色色,各抱不同目的,因而所揣心思也相异。这样一来,有的人爱张扬,有的人爱低调;有的人喝酒豪放实在,有的人喝酒虚伪小气;有的人热情周到,有的人看身份下菜碟;有的人说话得体讲分寸,有的人胡吹乱擂瞎白话;有的人出口成章引经据典很学问,有的人少言少语特死板。还有其他类型的人,限于篇幅不一一列举。由于表现形式的差别,往往给人留下不同的印象,进而影响酒场效果。

一般情况下,酒场人的外在表现形式,是其综合素质的展播,说穿了也是情商指数在画线。情商决定酒商,酒商决定能否在酒场上笑到最后。对某些人讲,高情商高酒商是从娘肚子带来的,但多数人的情商酒商,依靠酒场实践的锻炼。参加酒场的次数多了,自然而然熏染些酒场文化,并逐步地提升应对酒场的水平。文化可以转化为情商,搞定酒场从学习酒场文化开始。

站在酒场这个舞台上,没必要为作秀失去自我,但必须适应不同的造型灯光和音响,可以不去破坏别人的声望,但应当保持自己的良好形象。我反复强调提高酒商情商,无非是想让每个参与者,在酒场舞台上展示得更充分更精彩。

第六句:最风俗

不同地方有不同地方的风俗,要想快速了解当地风俗,到酒场看最为直接。不少人与我的认识相同或近似:酒风即民风,酒俗即民俗,酒性即人性。当

然这仅仅是相对的提法,不能绝对化,不过其中不乏硬道理。

山东是儒家文化的发源地,所以山东人在酒场上最讲礼仪,什么主陪主宾制等通用行为准则,山东人坚持得最到位,谁都坐不错位置,坐错了位置是要挨罚的。与山东人喝酒讲究平均平等,只要你酒量行,保证你醉到最后。东北人豪放热情,酒场上最能说明问题。东北人喜欢以酒代言以酒示好,尽情地陪客人喝出豪情,只要客人不言散,东北人不惜把自己整倒。内蒙古人喝酒轻易不言散,即使自己喝到位,也要陪美客人,实在没办法,就动用民族风情,唱歌又献哈达,由不得你不喝醉喝美。同在河北领地,邯郸人与沧州人喝酒大相径庭,沧州人喝酒实在得有点傻,只能比客人多喝,可邯郸人心眼多,大概受河南酒文化的影响,他们光敬客人酒,自己嘴不陪着喝却用眼看着。广州人喝酒就很国际化,轻易不劝酒,敬酒也没多少词,客人喝多喝少随便喝,倒是北方人常反客为主劝广州人喝。

和不同地方的人喝酒,必须做到入乡随俗。酒场在展示各地的风土人情,假如你以自己不变的酒风,去应对各地异样的酒俗,很可能要败下阵来。我主张,看民俗不妨去酒场考察,入乡俗从入酒场开始。

第七句:最中国

中国式酒场的压轴特点,当然非“醉”中国莫属。毕竟酒场以中国字样打头,自然要与中国国情和社会现状挂钩,体现独到的中国特色。它肯定不能与国际惯例接轨,假如按照西餐标准组织安排酒场,面目完全西化,便和中国式不沾边,再冠之以中国字样,纯粹是挂羊头卖狗肉。外国人或许还会存在疑义,责怪酒场的不纯正,把西餐中化了。

没有哪个国家的酒场像中国式酒场这么讲究,不但讲究酒场上的花样,还要讲究酒场以外的内容;也没有哪个国家的酒场像中国式酒场这样疯狂,以至于中国式酒场成为小社会的回迁地,坐在酒场喝四方,酒杯里就能喝出中国。聪明的外国人与中国人打交道,已经适应了中国的国情,往往先从中国式酒场入手,套近乎,拉关系,最终实现各种目的。读懂中国式酒场,便能读懂中国。对外国人这样明示,对中国人如此告诫。中国式酒场啊,正因为最中国,所以也最世界。



最中国是中国式酒场的看点,必须剔除糟粕和消极因素,保持传统的礼仪和优良传统,还酒场一片纯净的天。正因如此,我费时一年的时间,潜心研究酒场文化现象,旨在从正面宣讲如何操作中国式酒场,维护它的尊严,多为中国式酒场增彩,少给中国式酒场抹黑。只要人人自觉,从我做起从现在做起,中国式酒场一定能回归理想状态。

其次,讲讲中国式酒场具备的十大功能

用这么大的题目说酒场,好像口气有些托大。不过没有一个总的概论,有时不好界定我的酒场,所以说,这是迟来的酒场概论。由于缺乏纯技术层面的研究,我总结归纳的十大功能,肯定还有不少疏漏,但这些原创毕竟开了研究酒场文化的先河。

功能一:社会交往的小平台

为啥把社会交往摆在第一功能位置,这里边有些讲究。中国式酒场在历史中前行,是当代社会的缩影,人们普遍地把酒场当做社会交往的小平台。比如,你我本是陌生人,但喝过一次便互相认识了,喝过三五次酒,由于性格相仿气味相投,没准能成为好朋友好哥儿们。又如,你混在新城市新单位,没有亲信,缺乏情报信息,两眼一抹黑。怎么适应新环境是当务之急,你要多参加酒场多组织酒场,到酒场上扩大交往面,这是你积聚人气打开新局面的捷径。说得直白些,酒场这个小平台就是道具,不同人组织酒场,由于参加的人员及场地、标准不同,会取得不同的效果。如果没有酒场当平台,由此演绎的许多传说和故事,都是一片空白,甚至历史也要重新改写,许多特定的事情和任务恐怕也缺少了着落。

功能二:公关活动的敲门砖

酒场已成为当今中国社会的公关场地,无论进行何种公关活动,什么都能缺乏,唯独缺少不了酒场。酒场就是公关活动的敲门砖,因靠酒场在事前开路或事后收尾,从而使一些活动变得相对容易些。比如甲方与乙方签订商务合

同,双方要经过几轮的谈判,如果把谈判安排到酒场上,也许更能谈得投入些。又如下级向上级争取资金支持,除了必要的文字申请和谈话沟通外,如再坐到酒场上进一步巩固与落实,恐怕资金到位快一些,或许还能借酒发挥追加资金。还有,要想认识某人或求某人办某事,最好的办法是坐在酒场先熟悉熟悉,然后边喝酒边说事,往往能起到意想不到的效果。这种公关意义上的酒场,要见什么人喝什么酒,喝错了会影响公关效果。

功能三:礼节应酬的必修课

这个功能最好理解,酒场就是主动或被动的仪式,就是情愿或不情愿的规则。大到上司、单位检查工作,小到家里来了亲戚朋友,还有许许多多非摆酒场不可的情况。酒场是承载礼尚往来的实体,喝多喝少甚至不喝已经变得不重要,关键要有礼节、有面子。前面提的那些情况,东道主必须要破费钱物,按自身实力和来者身份摆酒场。有时明知道礼节性场合属于走过场,这个程序也一定要走,否则容易让人说不懂事太小气。轻者惹客人不高兴,重者会因小失大得罪上司,还有可能为自己以后的路埋上地雷。礼节性的酒场应该把礼节放在首位,只要礼节到了,面子有了,酒场的任务基本完成,接下来的事情客随主便或主随客便。

功能四:聚会亲和的小圈子

现在的人们一谈聚会,首先想到的是喝酒,似乎不喝出个所以然来,就对不起聚会的酒场,也有愧于聚会的称号。我与一些人谈过聚会的酒场问题,半数的人对聚会酒场存在难言之隐。有心拒绝,担心让人说三道四,可能闹个没人缘;去参加吧,又怕喝起来没完没了,大醉而归后几天还不了阳。因为,凡是聚会的酒场,都是一群具有小圈子意义的人参加,彼此间钢钢的铁关系。比如同学聚会、老乡聚会、战友聚会、文人聚会,这些人定期或不定期地聚在一起,就是靠酒场联系感情,拉动没有功利与世俗的人际关系。试想没有酒场到哪聚会?没有酒的聚会也缺少激情与真情,酒场就是聚会的原动力。所以,许多人会推掉一些无关紧要的应酬,而对特定范围内的聚会则会欣然参加。



功能五：热闹助兴的推进器

据我浅显的理解，酒是最性情的饮料，它能无中生情又能情上添情。在酒性情的作用下，本来挺斯文的人变得张狂起来，平时特别腼腆者会妙趣横生，上来比较冷清的场面，也因酒助兴而热烈奔放。经常见到这样的场面，几个人凑到一起商量些事，或临时搞个小聚会谈谈心，本想吃点便饭喝点清茶饮杯咖啡，心想事成后走人，但是怎么吃喝怎么别扭，总是找不到共鸣点。甚至，各自为吃喝，谁也懒得搭理谁。这时忽然有人提议上瓶酒，其余几人都不表示反对，这就是转机的开始，或者有人偷偷叫来酒，上桌后硬性倒进杯里，谁也不好意思拒绝。只要酒喝开了头，场面就会出现翻天覆地的变化，兴致好像从天而降，情绪赶着情绪往前走，很快达到酒场高潮。彼此间话多词密，与心事无关的趣事也应运而生。

功能六：纯粹娱乐的性情所

酒的娱乐性有着悠久的历史，酒池肉林的传说最为古老经典，二晋唐宋的文人们好酒又好色，几乎把酒场娱乐成唐诗宋词晋文章。我进行过初级研究后发现，酒的最原始功能就是娱乐娱乐再娱乐，说一百次还是娱乐。所以说，当今的某些酒君子们，依然流淌着先人们的酒基因，坚持酒娱乐毫不动摇，酒场成了娱乐活动的必选之一。没有任务没有规矩没有讲究，大家眼中只有酒，娱乐性的酒场最轻松随意，想怎么喝就怎么喝，不必太在意不必太计较，我的拙作《酒场乾坤》里写的“五种人”便彰显了百面百态。到了娱乐性酒场，一半的认定都失去了效用，娱乐本色却没有丢。我主张闲来无事时，可以适当地操持娱乐性酒场，不为别的就为巩固交情并放松心情。

功能七：人情世故的集散地

中国人遇有大事小情，除了说些客套话做些文章外，都爱用酒场抓落实，表达应该表达的情绪。似乎没有酒场当平台，没有摆酒场这种形式，自己的真情实意就不能表达，至少表达得不完整。于是乎，就有了各种形式的酒场，酒场如市场，行情不断地变化。笼统地举些例子，很能说明问题。比如：你今天给

我办事少要了钱,我得摆场酒谢谢你,哪怕花的钱比省的钱还多,不摆酒场不足以表达心情。再说,没准哪天又找人家。又如:今天是我的生日,明天是你提职三天整,半月前他家生了大胖小子,女儿在老师“小灶”的关怀下考进重点大学,还有类似的大事小情,都寄托在酒场抒心思。摆酒场理所当然,不摆反而成为另类。现在个别的大城市,竟然兴起离婚宴,虽然给酒场赋予新内容,但却让正统的人反感。当然,这也从新的角度告诉人们,酒场是人情世故的集散地。

功能八:第二职场的浓缩版

我出版过五本酒场文化随笔和小说,内容无非透过酒场看社会,看一种自觉,看一种上瘾,看一种无奈,其中包括看职场的成分。我的书名很平淡,如《小酒场》《酒场乾坤》《小酒定大局》,主要把领悟的权力交给读者。出版社出于市场运作的需要,硬生生地归纳出我作品的核心,创造了一大批名言挂在封面的腰间。什么“酒场冷暖连带官运升迁起伏”,什么“原来职场中那些台面下的事都和酒有关”。我仅从密密麻麻的腰封文字上采撷两句,上边类似的文字多着呢。我觉得,即便是那么回事,也不能这么说。潜规则已经公开化,我再啰唆几句:酒场确实是职场的浓缩版。如何请领导,和单位同事怎样说话,先敬谁后敬谁,以什么身份参加,如此等等,都是至关重要的必修课。小酒可以定大局,细节能成事也能败事。职场上的那些事,都浓缩在酒杯里。

功能九:情绪释放的晴雨表

人们最爱引用一句话:“李白醉酒诗百篇”。历史上著名的文人骚客们,何止李白,像白居易、王羲之、郑板桥、陶渊明之流,都爱摆酒场喝几杯,总想到酒场里释放情绪,萌发创作灵感。当代人也继承了先贤的传统,高兴时分,要组织哥儿们朋友们喝喝,把我的欢乐送给你,最好带回家。烦恼来临,更爱到酒里发泄情绪找同情,喝闷酒就是说的这种人。即使不高兴也不烦恼,情绪在无聊中纠结,也喜欢去酒场采风放风。因为酒是性情水,质感得要命,趁机把酒场染上感性色彩。况且喝上几杯酒,无论你怎么发泄,只要别超过了底线,没人在意你的言行,甚至能宽容你的失态表现。这要在无酒状态下,处在正规的公共场所,



受道德伦理的约束,根本不可能允许耍酒疯。酒场上最能观察人的生存状态,有了快感借着酒劲喊出来,有了苦恼随着酒精哭出来,也只有酒场具备这个功能。

功能十:不正之风的温床

有人把酒场批得一无是处,似乎摆酒场喝酒是大逆不道,缺乏从正面解读酒场的雅量。我以为酒场存在几个好处,一是可以继承中国酒场文化,二是可以联络人与人之间的感情,三是可以创造就业机会,四是通过消费酒拉动内需,五是可以冲淡减缓生存压力。但这些阳光面,往往被阴暗的物质覆盖,酒场在某种程度上脱离了本义,变得世俗化功利化,人们自然对酒场有成见。我极力主张酒场的正面意义,但对酒场的负面性看得十分清楚,如题所云,酒场是不正之风的策源地,甚至能与腐败挂钩。在中国,酒不是万能的,没有酒场却是万万不能的。因为许多见光死的事情,都是在酒场上交易成功的。只要酒场摆到位,只要革命小酒喝到位,什么禁区,统统在变通中解禁。酒场以非酒场面目出现,把酒场自己搞臭了,怨不得人们非议满腹。