

研究性学习丛书

畅游神州

古都北京

(下)

的民俗与旅游

编著者／海燕
远方出版社



研究性学习丛书·畅游神州

古都北京的民俗与旅游(下)

编著者 海燕 等



远方出版社

责任编辑:王顺义

封面设计:绿 茶

研究性学习丛书·畅游神州 古都北京的民俗与旅游(下)

编 著 者 海燕 等
出 版 远方出版社
社 址 呼和浩特市乌兰察布东路 666 号
邮 编 010010
发 行 新华书店
印 刷 北京兴达印刷有限公司
版 次 2004 年 10 月第 1 版
印 次 2004 年 10 月第 1 次印刷
开 本 850×1168 1/32
字 数 3000 千
印 数 3000
标准书号 ISBN 7-80595-983-8/G·344
总 定 价 1286.00 元
本册定价 12.60 元

远方版图书,版权所有,侵权必究。

远方版图书,印装错误请与印刷厂退换。

前 言

改革开放以来,中国旅游业经过二十多年的发展,已由过去的政治性外事接待部门转向经济性产业。目前,中国旅游业在接待能力、外汇收入、旅游设施的建设、旅游资源的开发和保护、旅游人才的培养及旅游交通等方面都取得了举世瞩目的成就。产业规模和经济总量不断扩大,旅游业收入增长速度一直高于国民经济总体水平。

现阶段,中国旅游业随着改革开放的深度和广度的不断增加,已逐步融入世界旅游经济体系之中,成为国际旅游业中一个充满活力、富有潜力且具有相当规模的有机组成部分,中国旅游市场也成为世界旅游市场中一个令人瞩目的高速扩张部分。与此同时,旅游产业在中国的产业地区也在逐步提高。它对其他相关产业的带动作用,对产业结构的优化作用,对剩余劳动力的吸纳作用,对总需求的拉动作用及货币的回笼作用等等逐渐被人们,尤其是各级决策者所认识。许多地方已将旅游产业定位于“支柱产业”、“带头产业”、“先导产业”等,以及发挥对地方经济发展的带动作用。

旅游类的书浩如烟海,随便一个书店,和旅游有关的书总是满满几个架子,会写字的人,肯定写过游记或因旅游引发思考的

一些散文,于是老来收集在一起,就是一本旅游书。还有诸如摄影师、画家、音乐家,甚至政治家,他们由于四处游走,也留下不少游记或画册。再加上各类旅游手册、指南等等,旅游书在书海中可以说占很大比重。这时候,我们必须有选择的阅读。

国内许多旅游科研院所和专业策划机构也纷纷加入旅游品牌建设的大军,以最大的热情投身到中国旅游品牌建设的事业之中。在参与多个不同类型旅游品牌建设与管理的实践中,创立了中国第一个完善的品牌管理模型。中国旅游面临千载难逢的发展机遇,与时俱进、超过自我,必将成为旅游业同仁的行动指南,品牌战略也将成为推动中国旅游业健康发展的重要力量。

——编者



目 录

MU LU

北京人说的“您”	(1)
京城的吉祥求福语	(2)
“带福(蝠)还家”	(3)
北京新方言	(4)
满大街都是爷	(6)
中外快餐战京城	(8)
茶馆、茶座、大碗茶	(10)
京城服饰竞纷呈	(12)
滚滚保健潮	(13)
满天风筝谁牵线	(14)
遛鸟与养鱼	(16)
“赛会”谓之“串套”。	(17)
京城鸽子迷	(18)

京城夜生活	(20)
京城老人乐趣多	(21)
现代婚恋方式	(23)
一束鲜花传真情	(24)
老北京的交通工具	(25)
风味美食	(27)
豌豆黄儿与艾窝窝	(28)
应时满汉糕点	(30)
炒肝儿、灌肠与熏鱼儿	(31)
爆肚与羊头肉	(33)
炸酱面、麻酱面与打卤面	(34)
馅饼、烧饼和馄饨	(36)
荤饺、素饺和汤饺	(38)
岁时礼俗	(39)
腊八与祭灶	(40)
除夕守岁迎新年	(42)
春节拜年与忌门	(44)
春节拜年说贺卡	(45)
元宵满城闹花灯	(46)
竞渡熙游庆端阳	(48)
中秋拜月吃月饼	(49)
形态各异的兔儿爷	(51)
重阳登高吃花糕	(52)
冬至祭典与消寒会	(53)



庙会文化	(55)
新春佳节逛厂甸	(57)
万人空巷赶庙会	(60)
热闹的民间花会	(62)
天桥平民市场	(63)
“天桥的把式光说不练”	(65)
天桥乐茶园	(66)
地坛庙会	(68)
龙潭湖庙会	(69)
戏剧曲艺	(71)
唱、念、做、打的京剧	(72)
票房与票友	(75)
曲艺和“杂耍馆子”	(77)
相声	(79)
评书	(82)
工商重地	(84)
“寸金之地”王府井	(85)
东 四	(87)
西 单	(89)
鼓楼前	(91)
大栅栏商业街	(93)
中关村电子一条街	(94)
今日琉璃厂	(96)
商业新风俗	(98)

鬼市和夜市	(99)
行业店铺	(100)
开张吃三年的京城古玩业	(102)
京城搬家业	(103)
新旧典当行	(104)
“便当”上街真便当	(106)
商业禁忌旧俗	(107)
京城店铺的招幌	(109)
京城店铺的匾额	(110)
旧京店铺的招牌和“标记”	(112)
“济世活人”的同仁堂	(113)
“八大祥”与瑞蚨祥	(115)
百年老店内联升	(118)
仿膳饭庄话今昔	(120)
过午不候的砂锅居	(121)
粥摊起家东来顺	(123)
酱菜飘香的六必居	(125)
乾隆御封都一处	(126)
银锭桥畔烤肉季	(128)
王麻子剪刀厂	(130)
京华艺苑荣宝斋	(131)
特种工艺	(132)



北京人说的“您”

中国是礼仪之邦，北京是“首善之区”。北京人的行起坐卧，待人接物，尤其是说话，特别讲究文明礼貌。

“您”与“你”，本来都是指自己的对方，但北京人在家里对长辈、平辈；在工作单位对上级、平级；在工厂里徒工对师傅；在学校里学生对师长；店铺，尤其是服务行业的营业员对已成年的顾客，都必须称“您”，而不称“你”。这是一种习惯礼貌用语。小孩自从会说话时起，家长必教育他，对爷爷、奶奶、爸爸、妈妈都不能称“你”，必须称“您”。一旦违犯，必遭训斥，说“长这么大了，得学点礼貌，不能见人就‘你我他仨’的！”

“您”字是北京人对他人的尊敬称呼，与其他礼貌用语配合起来更显得和善可亲。例如早上出去散步，见了熟人必说“您喝茶啦？”中午见面则说“您吃饭啦？”遇到好久不见的朋友则说“您这程子可好？您府上都好？”对方必说：“托您福，托您福！”向对方发问时也须突出“您”字，如“这件事不知您的意下如何？”要求对方办某件事时，还须在“您”字前边加个“请”字，如“请您多分心吧！”“请您酌情力办吧！”送给对方礼物时也说：“请您笑纳！”道歉时说“请您原谅！”甚至买东西时，店员把东西包好，双手递给顾客，满脸笑容他说“您够花的吗，您甭给啦！”当然，这是一种收钱时的礼貌用语，把面子全给了顾客，顾客必如数付款，绝对没有一位能说：“好，我正不够花呢，对不起，我不给啦！”

如果三位在一起谈话,凡是说到“他”字,若指长辈、平辈,必用“您”字,如“明天我有点事就不奉陪了。”说着,便指着第三者说:“我看让他陪您去好了。”对于不在场的长辈亦一律以“他”称呼。例如:有朋友问“您老爷子(指父亲)在家吗?”如在家,必说“他在书房给朋友画扇面呢,您稍坐,我给您回话去!”如果不在家则说,“对不起,他没在家,今天有个喜事份子,行人情去了,请您改日再访吧!”

“您”与“他”是最典型的北京礼貌用语,人们以此对话已习以为常。它是语言中的优秀传统文化,体现着人的尊严和人与人之间的互相尊重。

京城的吉祥求福语

北京话中有许多是自求多福,彼此祝愿的吉祥话,反映了人们对美好生活的追求与向往,折射出了时代和民族的社会心态。

新春伊始,人们互相走访拜年,彼此一抱拳,说:“新禧,新禧!祝您今年大运亨通,财帛高升!”对于“不走运”的,则说:“得啦,祝大哥今年转转运,翻翻勺!”对方则说:“托二弟福啦。俗说‘吉人必有天相’嘛,哪能总不走运儿呢?连路旁的砖头瓦块还有翻勺的时候,何况人呢!”给长辈磕头,边叩边说:“我们就盼您老人家结结实实,硬硬朗朗的;想什么有什么,一顺百顺的!”行商作古的心中“福”的概念是“财主为福”(故有将“福”写作“财主”者),见了面必互道:“恭喜发财”。进京赶考的举子心目中的



福是“金榜题名,加官进禄”,所以见面彼此必恭维道:“小弟有礼啦,祝您连中三元,指日高升啦!”

旧时,人们到庙上烧香,亦在自求多福,若问其目的,多答“求个顺延”。如给庙上写了布施,庙上的僧、道必说:“您真是广种福田,我在神(佛)前祝您身家胥庆,福寿康宁!”香客归途必买红绒蝙蝠一支插在头上,说是

“带福(蝠)还家”

多数吉祥求福语是经过提炼加工而逐渐形成的,日久,既成了人们的口头语,又见于书页。北京同全国各地一样,表现自求多福的语言、文字、图画、吉祥物,多离不开福、禄、寿、财、喜这五个年容。禄、喜、财是由福引申、联系而来。福、寿是纲,其他都是目。其习惯用语,浩瀚如海。直接表现福、禄、寿、财、喜的,如福在眼前、福寿用全、福如东海、多福多寿、寿比南山、加官进禄、财源茂盛、大道生财、生财有道、抬头见喜等。

表现于天、地、人的,如天长地久、天作之合(祝贺婚庆)、天官赐福、天缘有分、欢天喜地、人财两旺、人口平安等。

表现于颜色的,如金玉满堂、黄金万两、大红大紫、青云直上、飞黄腾达、白头富贵等。

表现于动物的,如尤凤呈祥、马上封侯(猴)、麒麟送子、鹤鹿同春、五狮(世)同居。连年有余(鱼)、喜鹊登枝等。

人们赋予某些干鲜果品以吉祥意义,用于岁时年节和婚嫁

寿庆,以为礼品。谓之“喜果”。奉送“喜果”时说些吉祥话:如柿子、柿饼,因“柿”与“事”谐音,即说是“事事如意”;桔子,因“桔”与“吉”音近,与柿子同送可说“百事大吉”;送石榴,就说“多子多孙”;送莲蓬,就说“并蒂同心”;将百台说成“和合百年”;将枣儿、栗子说成“早立子”;花生被说成“既生男,也生女,花着生”;桂圆被说成“圆圆满满”。最有趣的是北京人喜欢将数字连缀成吉祥求福语,成为祈福迎祥心态的一大特点。例如:一顺百顺、二字平安、三阳开泰、四季平安、五福临门、六合同春、七星高照、八仙上寿、九世同居、十全富贵、百事大吉、万事如意等等。

吉祥求福语也在随着时代的发展而变化,像“多福多寿多男子”、“多子多孙”等陈腐观念自然被淘汰。但如今彼此祝愿的语言除“祝您工作顺利,身体健康”之类的祝词外。仍然沿用“恭喜发财”等祝词,也感到很习惯,很亲切。

北京新方言

地道的北京话就像一杯醇厚的酒,听来透着顺溜儿。近些年,随着时代的发展,北京又出现了好多新鲜词儿,形成了北京的新方走在街上,也许就有人问:“哥儿们,混得怎么样?”什么叫“混”?工作干得好也叫“混”,那是自谦,但真“混”的也大有人在,所谓混吃喝,混文凭,混出国,等等,众多“混混”中,能混到钱者为“大款儿”,有名、有钱者称“大腕儿”,大款多是“下海”的人。有钱还可你“款爷”,款爷必然很会“练”。北京什么都可说



为“练”。“练摊”、“练活”(工作)，“练”得“火”的常称“练家子”，练家子往往“黑”，如狠“宰”顾客的就称“黑”，索贿、受贿者也是“黑”。

北京人说话讲究含蓄俏皮，仅一个“玩”字，就可概括出人们生活中许多雅好与情趣。票友，北京人称“玩儿票”；车迷，称“玩车”；摆弄花、鸟、虫、鱼，则称“玩儿花”、“玩儿鸟”、“玩儿鱼”；对某种特殊技艺，称“玩艺儿”，若玩儿出点花活儿，就可称为“玩几家”了。北京新方言还有很多，如称外国人为“老外”、称外地人为“老冒”，多少都有点贬斥的意思。称好朋友为“铁磁”；一人与另一人套关系为“套磁”；称找大款的女性为“情儿”、“小情儿”或“傍家儿”、“小蜜”等等。

北京新方言来源广泛，有些取自外语，有些来自方言。如“小蜜”一同，与英文称小姐为“蜜司儿”大有关系；“打的”显然源于英文称出租车为“的士”。又如“帅哥”、“靓妹”则源于方言。另有些词是；日语新用，如“下海”、“混混”，还有些词则是当代北京人自己的创造，如“老外”、“款奶奶”、“歇菜”等等。

以“歇菜”一词为例，就颇让人觉得意外。“歇菜”又可称“晕菜”，大意是弄不明白、让人不知所措的意思。粗略一看，这个词本身就让人晕菜，“晕”尚可解，与“菜”有何关系？原来，这个词是北京公交人员的创造。1989年，北京广安门要修立交桥，当时设在路口东北把角儿的59路公共汽车停车场不得不搬家，后来就迁到往南两公里外的菜户营，一块农村空地了，停车场没搬之前，59路车的调度员每天给收车后停在广安门的车辆签路单上仍上“停广”两字，迁址后则改写“停菜”二字，而该路员工和司售人员寒暄时常有这样的对话：“你今儿停那儿呀？”“今儿停菜”。“怎么歇了？”“没错儿，今儿歇菜。”这不，“歇菜”一

词儿就这么出来了。歇菜本为行业用语,能在社会上广泛传播,与公共汽车这个传播媒介大有关系。相信随着时代的发展,北京还会派生出许多新的词汇,以界定某些口语不易表达的意义。

满大街都是爷

本来,“爷”是对成年男子的通称。新、老北京话中的“爷”字最多,但意义却不相同。除了用于人伦关系上的“爷”(如管祖父叫爷爷,管伯父叫大爷等)意义始终未变外,其他“爷”字,在过去是尊称;现在则是戏称或贬称。但古今北京满大街都是“爷”。今天的“爷”可能还要多于过去的“爷”。

旧时的“爷”首先用于民间诸神上,如城隍爷、土地爷、灶王爷、财神爷……但“级别”不够的则不予称爷,如判官、小鬼、牛头、马面,都称其本名。其次是对历代封建帝王尊称为爷,这种称呼多是历史上自然形成的,大抵是根据其政绩及生平作为而决定。以清代而论,如康熙爷、乾隆爷。本来,帝王都可以称之为“爷”,而在习惯上(文学作品、人们口头上)有很多帝王不称“爷”。如雍正、嘉庆、道光、咸丰、同治、宣统。近代,唯对光绪有称“爷”者,大约是对其维新变法的肯定。封建皇帝、太后还有称之为“老佛爷”的,这显然是升了级的“爷”。如戏曲《六号门》中的把头说:“我们这个柜房是清朝康熙老佛爷封的。”慈禧西太后与康熙的政绩无法同日而语,但自称“老佛爷”,人们口头上称“西佛爷”。



古都北京的民俗与旅游(下)

在儒、释、道三教方面，儒家不称圣人为“爷”，从无“孔爷”“孟爷”之称。佛教因来自印度，“佛”本身已是最高尊称，不便再加“爷”，从无“释迦爷”、“弥陀爷”之称，但民间泛称一切佛为“老佛爷”，表示敬仰。对于俗信中的神，一律称为“老神仙”，而不称“老神爷”。道教对最高尊神你“天尊”，但对一般诸神却一律称“爷”。民间俗家对于道士称为“道爷”。但对佛教的僧人绝不能称为“僧爷”。道教宫观中的道众，凡无师徒关系的平辈，彼此见面一律称“爷”，姓张的称“张爷”，姓李的叫“李爷”。这是至今在中国大陆上唯一的正面称“爷”者。

旧时，对成年男子称“爷”是一种礼貌，一般对上司、同事一律称“爷”，以便于协作。买卖商号对顾客必须称“爷”，对年轻的称“三爷”，对年长的称“二爷”，对年纪大的称“老爷”。以便于谈生意。红、白棚里的茶房最讲礼貌用语，对成年人一律称“爷”，以便讨赏。在喜事迎娶仪式上，只有娶亲太太之说，虽然有娶亲官客(男人)但并无娶亲老爷之说，但在茶房的嘴里却喊“娶亲老爷”。对于喜事的主持人，一律称“本家儿老爷”；对于丧事的主持人，则一律称“本家儿大爷”。

旧时，称“爷”的也有反面人物。如“大酒缸”(酒店)里的老年顾客，饮酒过量后，当场撒酒疯，人称“老醉爷”。有的不会为人处世，或办事不得其法，被称为“车大爷”。还有到朋友家串门，好云山雾绕的海聊黑说一气，时人谓之“侃大爷”。

如今，北京流行语当中的“爷”，更是举不胜举。这些称“爷”者大多是生活中的侧面人物或反面人物。当然，有些只是“戏称”，但其中不无贬义。例如：对以蹬平板三轮车为业的人叫“板儿爷”。管倒买倒卖，牟取利润的人叫“倒儿爷”。管从事倒买倒卖的外国人叫“洋倒儿爷”。跨越国界倒买倒卖的叫“国际倒儿



爷”。管挣大钱或有钱的男人叫“款爷”。管招揽旅客住店,从中取利的叫“揽爷”。管包揽诉讼案件,在当事方之间斡旋,从中渔利的“黑律师”叫做“包爷”。管从外地进京,土里土气,傻头傻脑,没见过世面,处处露怯的人叫“冒儿爷”,意为“土老冒儿”。还有些“爷”是属于社会上流氓团伙的黑活,例如:管流氓叫“氓爷”;把窃盗者称为“佛爷”;把从事诈骗的称为“侃爷”(一般称“侃爷”是指善于“侃大山”的神聊者)。

当然,还有许多不上谱的“爷”。总之,新北京满大街也尽是“爷”。

中外快餐战京城

“一觉醒来,就会忽然发现街上又多了一家洋快餐”。这是近些年来北京人对街头快餐业发展的形象描述。

是的,自从1986年美国“肯德基家乡鸡”捷足先登,抢占了前门最繁华的地段之后,另一些国家的快餐公司不甘落后,纷纷进入北京市场:“匈牙利风味烤鸡”、“加拿大邦尼炸鸡”、“日本金富士炸鸡”、“比萨饼”、“加州牛肉面”、“麦当劳”在北京扎下根来,国际快餐城、环亚美食城等等先后立下门户。到目前为止,已有上百家合资的快餐店散落在北京城的各个角落,而且占据的都是北京最繁华的地区、王府井、前门、东四、西单、建国门……洋快餐已构成一股强有力的冲击波,冲击着北京的消费市场,大有攻无不克、战无不胜的气势。