

红豆诗三百首

顾城诗



江南大学图书馆



91568101

红豆诗三百首

顾城之题



图书在版编目 (CIP) 数据

红豆诗三百首 / 《中华诗词》杂志社, 红豆集团编. - 北京: 作家出版社, 2002

ISBN 7-5063-2540-3

I. 红… II. ①中…②红… III. 诗词-作品集-中国-当代 IV. I227

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 103216 号

红豆诗三百首

编者:《中华诗词》杂志社 红豆集团

责任编辑:林金荣

装帧设计:南国

出版发行:作家出版社

社址:北京农展馆南里 10 号 邮码:100026

电话传真:86-10-65930756 (出版发行部)

86-10-65004079 (总编室)

E-mail: wrtspub@public.bta.net.cn

http://www.zuojiaclubanshe.com

印刷:无锡市广新印刷厂

开本:850×1168 1/32

字数:200 千

印张:7.25

插页:8

印数:001-8000

版次:2002 年 12 月第 1 版

印次:2002 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 7-5063-2540-3/I·2524

定价:16.00 元



作家版图书, 版权所有, 侵权必究。
作家版图书, 印装错误可随时退换。



△红豆集团董事局主席周耀庭(右一)、著名诗人、原中宣部副部长贺敬之(右二)、中华诗词学会会长、原国家文物局局长孙轶青(左二)、中国作协书记处书记高洪波(左一)在“二十万大奖寻当代王维”新闻发布会上就座,图为贺敬之发表热情洋溢的讲话。



△图为七夕“红豆·相思节”诗词大赛全体评委在大赛终评结束后与红豆集团常务副总经理顾建清合影。前排左起:丁芒、郑伯农、周笃文、顾建清、杨金亭、林从龙、蔡厚示;后排左起:张结、欧阳鹤、丁国成、张文廉、李元洛。

▷图为贺敬之(右二)、孙轶青(右一)、周耀庭(右三)给七夕「红豆·相思节」诗词大赛一等奖获得者刘征颁发奖金和证书。



△8月15日下午,台湾著名诗人余光中,参加完七夕“红豆·相思节”活动后,来到红豆集团参观时,为七夕“红豆·相思节”题字:“一粒红豆,千年因缘。”



◁ 初评评委在选稿。

▷ 工作人员在拆阅、输入参赛作品。



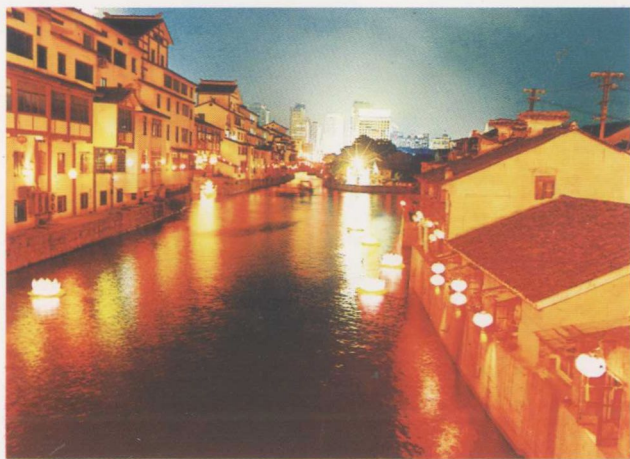
统计参赛作品得分。
◁ 工作人员在认真





△七夕“红豆·相思节”期间,无锡市委书记蒋定之(右)、红豆集团董事局第一副主席周海江(左)与吴小莉(中)留影。

▷第二届七夕「红豆·相思节」期间,无锡市民在古运河畔欣赏数千盏河灯与岸上彩灯遥相辉映的美景。



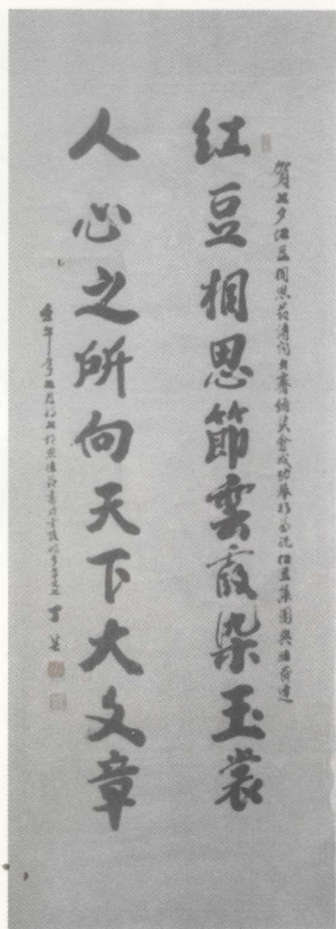


△红豆树平均数年开花一次,而且大多为花开几枝。而1998年,红豆树花繁满枝,成为当地一大奇观。图为红豆树开花时的胜景。

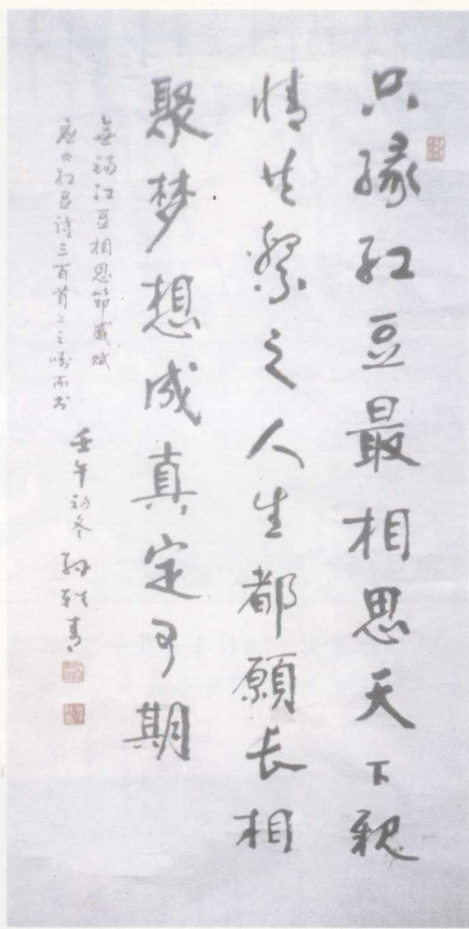
色的
红豆。

▷图为殷红似血、质地坚硬、永不





△著名诗人丁芒先生为七夕“红豆·相思节”题词：红豆相思节云霞染玉裳，人心之所向天下大文章。



△在第二届七夕“红豆·相思节”期间，中华诗词学会会长、原国家文物局局长、中国书法家协会员理事孙轶青欣然题词：只缘红豆最相思，天下亲情共系之。人生都愿长相聚，梦想成真定可期。

红豆诗三百首
丁国成

情至不能已 氤氲化作诗

——序

丁国成

太湖红豆，状如心脏，色似血红，晶莹可爱，美丽动人。尤其动人的是早在南朝梁代就广为流行的红豆传说：昭明太子萧统编纂《昭明文选》之余，到古塘镇（即今红豆集团附近）集市，巧遇聪明伶俐、美貌如花的尼姑慧如，顿生爱慕之情。慧如也久慕太子的才学人品，同样一见钟情，春心激荡。然而，在封建礼教严如斧钺的并佛教盛行的社会，太子、尼姑之间的爱情断难实现。慧如归去，相思成病，数月而终。萧统闻讯，赶到庵中哭祭，并种红豆两颗，以示相爱不分，又将庵名题作“红豆庵”。两株红豆树神奇般地长成合抱，变为一树，历千年而不衰，至今老干挺拔，枝叶葱茏，傲立于太湖边上。到了唐代，王维写出了千古绝唱《相思》诗：“红豆生南国，春来发几枝。愿君多采撷，此物最相思。”既是传说，自然还有不同说法。

太湖红豆，天下称奇，不止奇在传说，还奇在特性：质地坚硬，不怕锤击；鲜艳红亮，永不变色；不能移植，拒绝苟活；也不年年开花、岁岁结果——必逢奇事奇情，树才局部开花，满树开花结果，要等六十年方能轮回一次。这岂不是坚贞爱情和忠诚品德的最好象征吗？！

金代诗人元好问的《迈陂塘》词中有句：“问世间，情是何物？直教生死相许。”李蕴珠的《金缕曲·送别》说：“情字难描画。问从

序

来,有谁量过,相思尺码?”“心头红豆原无价”。人世间忠贞不渝的爱情,具有无与伦比的伟大力量,的确使人能用性命作报答,会以生死相心许。朱振和的《红豆歌》也说:“情之为物何奢侈,直教世人许生死。”而爱情向有广狭两义:狭义的爱情,专指男女间的情爱;广义的爱情,则泛指人类博爱。红豆相思,就既含前者,又含后者,即狭义爱情之外,尚有亲情、友情、乡情、民族之情和故国情思。正如一位诗人所说,红豆是有形的情,情是无形的红豆。这是人间最为真挚、最为纯洁的神圣感情,确实能够感天动地、征服世道人心。博爱之情,不能自己,便形诸文字,化为诗篇,照样感人至深。这就是《红豆诗三百首》异于一般爱情诗集,也别于普通获奖诗集的独特之处。

这部情诗之不同凡响,不仅由于作品内容非比寻常,而且由于诗集本身兼有双重的特殊使命:其一,通过七夕“红豆·相思节”诗词大赛获奖作品的结集出版,进一步推动中华诗词创作、特别是情诗创作的日渐繁荣,促进当代王维的不断涌现;其二,随着这部情诗的广泛传播,逐步增强广大群众的民族文化意识,从而引起社会普遍关注并踊跃参与七夕“红豆·相思节”,让东方“相思节”与西方“情人节”并驾齐驱、各展风采,而不是用洋人的“情人节”代替中国的“相思节”;使中华民族文化与世界各国文化取长补短、相映生辉,而不是听任世界文化吞没民族文化,因为哲人说得好:越是民族的,便越是世界的。

“红豆·相思节”定在“七夕”,决非心血来潮、随意而为,而是红豆集团创始人、董事局主席、九届全国人大代表周耀庭先生经过几年深思熟虑的结果。他认为,传统文化是中华民族的根基所在。他还有句名言:“名牌的一半是文化。”因此,他在致力经营企业经济的同时,十分重视以爱为核心的企业文化建设。牛郎织女七夕鹊桥相会的神话传说,虽然尽人皆知,但由此爱情故事演化而来的

“七夕节”，却久已被人淡忘，几乎名存实亡。如今，红豆集团大力倡导七夕“红豆·相思节”，使这个古老节日重放光辉，正是缘于弘扬民族文化。周耀庭先生说：“牛郎种田，织女织布，牛郎织女是劳动人民的代表。我们‘红豆’（集团）的‘红’字就是女‘工’在织‘丝’，代表织女，‘豆’字代表种豆的牛郎，加之唐代诗人王维的红豆相思诗，我认为我们红豆集团应该、也愿意为宣传推广七夕‘红豆·相思节’做出自己的努力。”这番话再次表明，红豆集团创业之初就以弘扬民族文化为己任。——顺便插一句：据报道，国内规模最大、影响最广的“2002年中国企业策划案例暨策划人奖评选”月前在京揭晓。全国人大常委会副委员长布赫亲自为获奖单位和个人颁奖。周耀庭先生凭借七夕“红豆·相思节”这一绝佳案例，荣获“中国著名企业策划家”称号；这一案例还获得“中国企业策划案例特别金奖”；红豆集团企划部长、此次大赛组委会副主任王竹倩女士荣获2002年“中国最佳策划师”称号。

“七夕节”又称“乞巧节”从汉代开始，风靡华夏将近两千年，充分反映了历代人民对牛郎织女坚贞爱情的赞美和向往。甚至连封建朝廷都不例外，其风俗“官掖间犹尚之”（陈鸿：《长恨歌传》）。唐中宗李显，在景龙二年（公元708年）七月七日，曾经宴会群臣于两仪殿，并要群臣应制赋诗，杜审言、李峤、刘宪、赵彦昭、李义、苏颋等都写了《奉和七夕宴两仪殿应制》同题诗，歌咏牛女故事。中宗还让李行言唱《步虚词》歌，“上频叹美”（见《全唐诗》）。唐玄宗李隆基“仰天感牛女事”，与贵妃杨玉环“密相誓心：愿世世为夫妇”（《长恨歌传》），因而白居易的《长恨歌》中说：“七月七日长生殿，夜半无人私语时：‘在天愿作比翼鸟，在地愿为连理枝。’”

历代歌咏牛郎织女以及七夕相会的诗篇，多不胜数。《诗经·小雅·东山》即说：“跂彼织女，终日七襄。”汉代乐府诗说：“迢迢

牵牛星，皎皎河汉女。”东汉班固的《西都赋》有句：“临乎昆明之池，左牵牛而右织女。”三国时代曹植的《洛神赋》：“叹匏瓜之无匹兮，咏牵牛之独处。”南朝宋代谢惠连诗：“沉吟为尔感，情深意弥重。”南朝陈代江总诗：“婉婁期今夕，飘飘渡浅流。”至唐以后则诗更多：“万古永相望，七夕谁见同”（杜甫），“天上分金镜，人间望玉钩”（李贺），“年年乞与人间巧，不道人间巧已多”（宋·杨朴），“见说人间方恤纬，可知天上不停梭”（明·冯琦），“若为尽泻银河水，夜夜相逢不待桥”（清·陈确），“金风吹老鬓边丝，如此良宵醉岂辞”（清·林则徐）……倘若再将历代情诗与之汇集成书，那就不知要编多少卷册了。

这次中华诗词学会、《中华诗词》杂志社、江苏省无锡市委宣传部、红豆集团联合举办七夕“红豆·相思节”诗词大赛，得到了国内、海外广大诗友的热情襄助，或奔走相告，互递信息；或刊发启事，代为宣传；或踊跃应征，积极参与……尤其是海外华人如美国诗友、日本诗友、加拿大诗友、港澳台诗友等等，刊登广告而不收分文，实在令人感动。因有一百多家媒体（包括诗文报刊）和众多诗友的广泛发动，特别是这次诗词大赛，触及到人性之中的敏感部分和心灵之内的人文关怀，容易引起广大诗人的普遍共鸣，导致诗思敏捷、诗兴大发，故而在短短三个半月时间内，就有三万多人次的近十一万首情诗作品涌入大赛组委会，其数量为收入《全唐诗》的诗歌黄金时代的唐诗作品两倍还多。当然，不能说现代诗人一律胜于古人，但起码都在步武前贤，努力创造情诗新篇。书中所收获奖情诗、入围作品以及名家新作，尽管艺术质量参差不齐，但其出类拔萃者堪与古典诗词相媲美，如甄秀荣的“夕阳一点如红豆，已把相思写满天”（《送别》），贾憎憎的“世外若生红豆树，神仙也有断肠时”（《读王维〈相思〉》），高昌的“生来红豆惹人怜，粒粒相思粒粒缘”（《生来红豆》），王玲的“天下红豆一并收，倾入银河

水倒流”（《咏红豆》）等，都是令人反复吟赏的佳句。而一等奖诗作、刘征的《红豆曲并序》，将叙事与抒情完美结合、浑成一体，叙事哀婉凄楚，抒情缠绵悱恻，命意精深超拔，岂只是“聊补摩诘相思诗”，简直是“一洗万古凡马空”，荣获20万元大奖，当之无愧，因为诗的精品价值难以金钱计算。《红豆曲并序》结尾点题：“安得播爱遍人间，婆娑红豆植伊甸。”这是人类的至情大爱化成的优美诗句。它使我想到一句流行歌曲美妙动听的歌词：“只要人人献出一点爱，世界将变成美好的人间。”诗人歌唱的不仅是爱情，而且还有让世界不再人为挑起纷争乃至“相争扰扰多仇怨”而变成“不重繁华只重情”的美好人间的人类博爱。但愿它既传诵于国民之口，又体现于世人之身！

红豆诗三百首
刘征

2002年7月31日于北京

丁国成，中国作家协会全委会委员、中国作协理论批评委员会委员、《中华诗词》副主编、《诗刊》编审。

序

周耀庭

一

“红豆生南国，春来发几枝？愿君多采撷，此物最相思。”这首唐代大诗人王维《相思》诗中的“红豆”指的是太湖红豆，而不是闽粤一带的红豆。据专家考证，闽粤一带的红豆属于常绿灌木，一年四季常青，和王维诗中“春来发几枝”根本不相符。而太湖红豆树属于落叶乔木，春天发芽、开花、结果，秋日果实成熟，冬日落叶。况且王维《相思》诗原题为《江上赠李龟年》，“江”自然指“长江”，从地理位置上讲，诗中描写的正好和太湖红豆位于长江边一致。但诗中所指的到底是哪一株红豆树呢？现在无锡太湖一带，红豆树留存甚少，大概有三五株，其中一株位于我们红豆集团附近，已有一千多年的历史，据考证，这是位于我国纬度最北的一株红豆树，也是唯一一株树龄在千年以上的红豆树，不难想见，王维诗中所描绘的红豆树就是此株。

太湖红豆形状似心脏，大小三五倍于闽粤红豆，颜色殷红似血，不蛀、不腐、坚贞如一，且极难移植。著名诗人柯岩称赞太湖红豆说：“她吸收阳光雨露，不能移植，宁为玉碎，不为瓦全的精神，是了不起的诗人的品格。‘红豆’种子的不变色，拒绝腐烂，拒绝腐败，更值得称赞和学习。”“红豆是有形的情，情是无形的红豆”，红豆就是情的象征，情的化身，《红豆诗三百首》正是体现情的主题。书中辑录了七夕“红豆·相思节”诗词大赛获奖作品、入围作品二百多首、特邀作品及古诗词名篇几十首，总计诗词三百余首，又因每首诗都是吟咏红豆或嵌入“红豆”两字的，故曰《红豆诗三百

序

红豆诗三百首
周耀庭

首》。在诗集中海内外作者吟咏爱情、乡情、友情、故国情思，可以说是集中体现了新时期国人在情诗方面的最高成就。

二

1983年，在我接手濒临倒闭的港下针织厂的时候，产品的名字叫“山花”。当时，我想，一个产品要想在市场中脱颖而出，不仅要有过硬的质量、周到的服务，还要有一个蕴涵丰富文化内涵、便于传播的产品名称，而“山花”太普通、太一般了，根本不利于传播，应该给产品重新起一个好名字。但是经过一番苦思冥想后，结果并不理想。一次与朋友边饮酒边纵论古今，我忽然想到离我们企业不远的地方有一株千年红豆树，传说是南朝梁昭明太子萧统为纪念因相思而逝的恋人亲手所植，后来唐代大诗人王维又由红豆树，写下了千古传诵的诗篇《相思》。我们企业属于制衣企业，红豆本身蕴涵着相思，寄托着相思，用红豆来为企业命名、产品命名，那再恰当不过了，同时，我们也可以“红豆”服装为载体，把中华文化播撒全球。兴奋之余，我立即赶到红豆树下，抚摸着枝叶繁茂的红豆树，我激动地想，就用“红豆”这个名字了，于是以“红豆”为产品商标的“红豆”服装诞生了。

衣随诗走，诗随衣传。以“红豆”命名的红豆服装因丰富的文化内涵、过硬的产品质量，迅速受到人们的喜爱。二十年来，我们红豆集团以超常规的速度发展着。1997年，红豆集团被列入国务院120家深化改革试点企业之一。2001年红豆股份在上海交易所挂牌交易，标志着红豆由产品经营转向资本运营。现在红豆由当初单一的针织内衣发展到以服装为龙头，以橡胶、摩托车为两翼的跨行业生产格局。集团现拥有九大子公司，其中一家上市公司，85个三级企业。2005年，红豆集团的产销目标将达到105亿元。

红豆
诗三百首

三

上个世纪80年代以来，中国一直保持着高速、健康的发展态势，就是近几年国际宏观形势不好，中国经济依然一枝独秀。但我认为，一个经济大国必须是文化强国，所以在企业高速发展的过程中，我非常注重企业文化建设，我认为名牌的一半是文化，没有文化的企业不过是一个暴发户。但我也感觉到目前中国的社会中好像缺少了点什么？那就是，中国传统的文化在逐渐减少，而西方的洋文化在逐渐增多。拿洋节来说，像情人节、圣诞节、复活节，这几年一个比一个过得红火，特别是情人节，有的地方玫瑰花竟卖到一二百元一枝。中国的传统节日正在逐渐被人们淡忘。许多专家预言，21世纪是中国的世纪，那末，没有文化做支撑的经济必定会缺少长远的发展后劲。同时，物质上日益富足的人们，必然对精神方面提出更高的要求。因此，我们在大力发展经济的同时，必须坚持弘扬民族传统文化。现在西方的情人节在中国过得非常红火，其实中国也有这个节日，这就是七月七牛郎织女鹊桥相会之日。这个节日又叫“乞巧节”、“女儿节”，现在还有一些地方保留这个节日，但大多地方这一节日已经淡忘了。为什么让那么富有深厚文化内涵、寄托人们美好愿望的节日逐渐消失，而去过对中国人来说并没有文化内涵的西方情人节？从1995年开始，我就有向全社会倡导过“七夕节”的想法，当初由于各方面条件不成熟，我想，对社会宣传不见得收到非常好的效果，就把这个计划暂时放下了。

这几年，倡导“七夕”这个节日的想法在我脑海中不但没有减弱，反而日益强烈。2001年是新世纪的第一年，红豆集团的各方面发展也步入一个崭新阶段，经过我们集团领导层反复讨论、征求意见，最后决定把节日名称定为七夕“红豆·相思节”，计划通过五到