

川 肴



成都传媒集团
成都时代出版社

唐 毅 著

文化天府系列丛书 第一辑

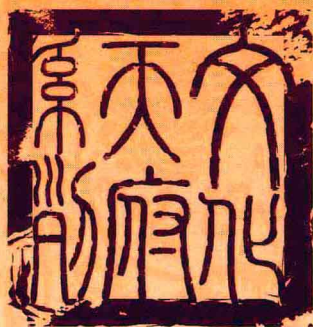
VARIOUS TASTES OF SICHUAN FOOD

蜀酒蜀茗，川菜川蔬，饮食文化之至宝，肴饌艺术之华珠。茗饮之事始于蜀，盖碗茶源于成都。芳荫蜀茗冠六清，洞天仙茶腋生风。更有“美酒成都堪送老”，当垆涤器成蜀风。剑南烧春郫筒酒，水井坊西庐窖东。“川食”一名产生于南宋，“川饭”开店到当时开封。好辛香，尚滋味，川菜正宗传统。百味一体，一菜一格，南北兼融。因蜀味东坡蒸豚，大赋《老饕》：忆珍盘放翁炒烹，自称“老子”嘴馋堪笑。麓昔“新津韭黄天下无，东门饊肉更奇绝”，而今东坡肘子东坡饼，麻婆豆腐钟水饺，三千品种走向世界，令世人未尝举箸敢忘吾蜀。

百 味



文化天府系列丛书 ● 第一辑



Cultural Tianfu Series



Cultural Tianfu Series

川 百味

文化天府系列丛书·第一辑

唐毅 著

成都传媒集团
成都时代出版社

图书在版编目(CIP)数据

川肴百味/唐毅著.-成都:成都时代出版社,2009.3
(蜀文化十二体系)
ISBN 978-7-80705-409-2

I. 川… II. 唐… III. 饮食—文化—四川省 IV. TS971

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第045329号

川肴百味

CHUANYAO BAIWEI

文化天府系列丛书

丛书编委会主任 郝康理

丛书主编 谭继和

唐 毅 著

摄影 周孟棋 王达军 罗韵希 姚 远 王 效 喻 磊
李绪成 严永聪 杨永赤 周勇良 雨 婷等

出品人 秦 明
责任编辑 陈德玉
责任校对 张 霆
装帧设计 经典记忆文化传播有限公司
责任印制 莫晓涛

出版发行 成都时代出版社
电 话 (028)86619530(编辑部)
(028)86615250(发行部)
网 址 www.chengdusd.com
印 刷 四川省印刷制版中心有限公司
成品尺寸 143mm × 210mm
印 张 3.5
字 数 85千
版 次 2009年3月第1版
印 次 2009年3月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-80705-409-2
定 价 18.00元

著作权所有 违者必究。举报电话:(028)86697083

本书若出现印装质量问题,请与印刷厂联系。电话:(028) 83048191



编委会

编委会主任

郝康理

编委会副主任

蔡少远 尹建华 谭继和

主 编

谭继和

副主编

章 夫

编 委 (以姓氏笔画为序)

于 波 凸 凹 张 擎 林成西 段 英

查有梁 唐 毅 黄剑华 章 夫 梅铮铮

蒋 蓝 遥 远 谭继和 黎孟德

B I A N W E I H U I

总序

呈献在读者面前的这套丛书，叫做“文化天府”。这是一种颇有新鲜感的提法，有它特殊的韵味。人们热爱成都的秀山润水，热爱成都舒适的生活环境，为“天府之国”的成都加了不少修饰语，诸如锦绣天府、神秘天府、诗意天府、安逸天府……有趣的是，这些修饰语都离不开蜀文化，是从蜀文化这个根上生出来的。

文化是城市的灵魂，城市最大的特性是文化性。美国著名学者乔尔·科特金在《全球城市史》一书里，认为“神韵”（或曰‘神圣’）是全球城市的第一品质。“神韵”就是文化性，它既是城市起源和发展的第一要素，又是体现城市个性和特质的永久性的城市印记。不同性格和神韵的城市有不同的历史印记。美索不达米亚的巴比伦，城名意为诸神降临大地的“众神之门”，这就是她的永久性记忆。同为休闲浪漫型历史城市的杭州和成都，其个性和文化神韵又有所不同。杭州是“春暖花香，岁稔时康，真乃上有天堂，下有苏杭”（元·奥敦周卿：《双调蟾宫

曲》)，神韵是秾丽型的。成都是“水旱从人，不知饥馑，时无荒年，天下谓之天府也”（常璩：《华阳国志·蜀志》引古记），神韵是安逸型的。这种差异性就形成为她们各自不同的永久性城市印记。

全球发展到现代城市阶段，包含着的城市文化性和多样性就更突出了。所以，凡是世界名城，正如乔尔·科特金所说，都努力保护自己的历史印记，追寻自己的文化脉络，张扬自己的个性，发展创新的思想。世界名城巴黎就是在以罗浮宫、蓬皮杜艺术中心和奥赛博物馆形成的中心区“文化三角”与歌剧院区、香榭丽舍大街和德方斯形成的第三产业“金三角”两个区域同时受到充分保护与传承的基础上，不断发展和创新的，从而彰显出巴黎自身的神韵和特色。成都之所以能成为世界历史都市联盟的世界历史都市和中国历史文化名城，除了历史的积淀和文化的积累因素以外，还在于她始终保护着、传承着和发展着“天府”这一永久性的印记和神韵。它使来自五湖四海的城市居民的多样化天性，有可能得到激发；人们的想象力、敏感性和创造性，有可能得到唤醒。人们今天给予成都不少桂冠，诸如“中国最具风情城市”、“中国最幸福城市”、“全国十大宜居城市”、“中国最佳旅游城市”……成为人们心目中来了

就不想离开的城市。“不是成都风景好，异乡焉得忘归乎？”其深刻的原因就在于城市文化的吸引力和文化地域特色的升华和发展上。最近，全国城市文化竞争力的排行榜上，成都在上列两方面都排名第一，这也表明成都人对城市文化神韵建设的重视。

天府广场文化景观注入浓烈的蜀文化内涵，就是基于成都城市的品性特质，基于海内外人士对成都特质文化的认同度。正因为如此，我们这套系列丛书就突出了文化，用了“文化天府”这个新鲜书名。现在出了第一辑，以后还会连续不断地出下去。

丛书的第一辑是专写成都天府广场大型文化景观及其十二文化柱体系的。天府广场是城市景观体系的新亮点，是展示成都文明精华、城市个性和独特魅力的第一窗口，是城市中非常活跃的、可持续发展的公共空间。该广场景观以人性为本，以水为源，以绿为美，以巴蜀文化为魂，采用艺术设计与现代工业设计相结合的方法，利用高科技表现手段，艺术地再现神奇的巴蜀地域文化与现代都市文化的交融，传统与时尚的结合，静态艺术景观与动感音乐声光的整合，构建为“龙腾凤舞拥朝阳”的和谐天地自然之图的大景观。为深刻体现蜀文化内涵，还专门设计了展现蜀文化十二体系的文化柱。这十二体系以成都为中心，扩而及于巴蜀文化，由历史名城的生态与文态、发展历程和地方特色的民俗风情三大部分组成。这是成都文化史和巴蜀文化史上一连串光彩夺目的闪光点的再现，是蜀文化体系以载体形式出现的第一次全面展示，是成都旅游的宏观指南。

作为艺术景观，它也是城市大地艺术和广场艺术的杰作。本书就是根据蜀文化十二体系写成的，目的是为来成都的旅游者，提供十二本赏心悦目的、文化内涵深厚的、高品位的旅游读物。

在当代，世界性的旅游潮流正显现出观光旅游向回归自然、回归文化的高层次体验旅游发展的趋势。文化心理的美感享受和心灵感应，是旅游者高级层次的体验，是境界最高的旅游。它使旅游者从开始的悦目赏心、物我相偕的第一境界，进入到怡心畅神、物我相融的第二境界，再经过升华，达到物我两忘、神与物游的第三境界，体味到自然与人文和合的“中和美”，在激起人们高度美感的同时，激发人们创造的灵感。这既需要旅游者主体具有欣赏眼界和文化修养，也需要旅游客体即景观景物有可供神游的品位。蜀中山水自有清晖，清晖自能娱人，成都和巴蜀景观拥有这样第一流的神品性。我们相信以天府广场为体验起点，扩而及于成都和四川，加上旅游者第一流的体验和高尚的文化素质，“一盆巴山蜀水”就一定可以读出“万卷天府之国”的韵味来。“文化天府系列丛书”愿为引起海内外游人对神奇神秘神妙的巴蜀文化的恒久的兴趣和热诚的探索而努力。

文化天府系列丛书编委会



导引

谭继和

城市广场景观是城市环境文化创意形态的艺术，它追求的是城市悠久的历史文脉与当代城市的创造精神完美的结合。成都天府广场向来是成都数千年城市文脉的传承中心地。古蜀时代，这里是王都郊野森林。隋为龙躍池，唐为摩诃池，得名于梵语“摩诃宫毗罗”，是“广大有龙”的意思。前后蜀时为蜀王宫宣华苑，“展得绿波宽似海，水心宫殿似蓬莱”（花蕊夫人：《宫词》），就是这个风光佳丽的皇家园林的写照。明洪武时建为蜀王府，俗呼“皇城”。清康熙四年改建为乡试贡院。“文革”中惨遭拆除，文脉中断。现在的天府广场新文化景观，就是为延续城市历史文脉、展示城市历史文化个性和现代时尚创新的风采而设计的。它采用艺术设计与现代工业设计相结合的方法，利用了高科技的表现手段，艺术地再现神奇的巴蜀地域文化与现代都市文化的交融、传统与时尚的结合、静态艺术景观与动感音乐声光的整合，让市民和海内外游客以广场为起点，感受巴蜀格调、巴蜀气派和巴蜀神韵。现在就请读者沿着广场景观造化的途径，对悠久而独特的蜀文化来一番舒心悦意的神游吧。

整个景观以和谐太极图立基构园。和谐太极图又叫做“天地自然之图”(清·胡渭:《易图明辨》),源于远古,是中华民族文化的宇宙发展模式。天府广场借地得景,利用地铁枢纽站上升下沉地势,构筑为东阳鱼池与西阴鱼池,二者相交,表示一黑一白的太极两仪,阴阳消长,寒暑往来,春秋交替,和谐相长,象征城市既古老厚重又充满青春活力。该图是依据汉代“西道孔子”,也是“东道孔子”的成都郫县人扬雄的天、地、人和谐的太玄图,相传由宋代修道于四川安岳的陈抟传给邵雍,再传给青城山的一位隐士,然后流传于世。这说明这张图,既是我们民族和谐宇宙观的原点的体现,又涵孕着丰厚的蜀文化因素。

在太极图池的中心,人们看到了太阳神鸟的巨大造型。这个神鸟富于动感,入夜五彩缤纷,莹澈流光交曳,体现了古蜀人以太阳神崇拜为中心的天地太极、阴阳相化相生的观念,涵孕了追求光明、追求智慧的精神。细心的游客可以看出每只神鸟都有三爪,这叫做“三足金乌”。“日中有三足乌”是华夏族原始的太阳神崇拜形象,这是世界原始民族太阳神崇拜的三大系统之一。这个图由四只神鸟绕日飞旋,好一幅“四凤朝阳”景象。广场大地内圆外方的园景设计取材于金沙出土的玉琮形象,来源于古蜀人“天包地外,周旋无端”的浑天说理念。扬雄最早信仰盖天说,后来信服浑天说,浑天说也成为蜀人的传统理念。

太极图东西侧鱼眼各设计有腾龙音乐喷泉一座。两个腾龙形象与中原龙的大气、厚重、庄严不同，而是小巧玲珑、飘逸浪漫，为羊头。这是蜀龙顺从自然、随意变化，大可藏于天地，小可化为蚕蜀的形象体现，三星堆出土的龙形正是羊头，这是古蜀人的第一崇拜物。两龙飞跃在天，象征着中华民族文化的两大主体：黄河文化龙与长江文化龙。四川位于黄河上游与长江上游之间，是又一处两河流域文明，是长江上游文明起源的中心，以其独有的“江源文明”优势，对长江文化龙作出了独特的贡献。此外，利用地铁站出入口设计有老成都的天书地画，下沉壁面则设计有雄险幽秀的天府形胜图。

游客观看到这里，可以得出一个鲜明的印象，我们可以用这样一句话来概括：这真是一幅壮丽大气的“龙腾凤舞拥朝阳”的和谐太极天地自然之图的大景观。

身游广场壮丽景图中，扑面而来、触及眼帘的是四周壮耸环立着的十二根文化柱，实际上是利用十二根灯柱做成的。它展现了以成都为中心的蜀文化十二大体系，上有相关体系的说明文、旅游线路图以及英语翻译文字。底座形象取自三星堆顶尊跪坐神像的昆仑座，顶端为太阳神鸟球形灯。

这十二大体系由历史名城成都的生态与文态、发展历程和地方特色的风情民俗、现代时尚都市文化等三部分组成。

“水润天府”展示城市文明伴水而生，巴蜀文化是上善若水、崇尚自然的水文化。“和谐天使”展示大熊猫和传承她的神奇八百万年生态家园。这两大体系展现了巴蜀自然世界无边的神奇，那是锦绣的天府。

“天下名城”、“古蜀文明”、“智慧诸葛”、“仙源故乡”、“文宗在蜀”、“巴蜀红潮”等六大体系，展现成都作为世界历史都市和中国历史文化名城发展的历程。成都是古蜀文明起源和发展的中心，是以“智慧诸葛”为中心的三国文化胜地，是古蜀仙道和中国道教的故乡，是“文宗自古出西蜀”的孕育地，是“引起中华革命先”的红色革命文化的发祥地。这六大体系展现了巴蜀文化世界无尽的神秘，那是诗意的天府。

“锦城丝管”、“川肴百味”、“科教华章”三大体系展现地方特色的风情民俗、科教时尚，展现成都作为古代东方音乐之都的风采。“民族花灿”体系则表现四川14个世居少数民族的风情与艺术。巴蜀民族之花绚丽多彩，巴蜀文化正是以四川盆地盆底的汉族文化为主体，同盆周以及横断山脉的少数民族文化相融合而组成的。这四大体系展现了巴蜀心灵世界无穷的神妙，那是安逸的天府。

锦绣·诗意·安逸，宜人·宜居·宜游，造就了得天独厚、品位极高的天府之国旅游资源的神韵。这里向海内外游客奉献的十二本书，就是因天府文化神韵的感召而写出来的。一本书介绍一个体系，包含它的文化内涵、渊源、欣赏的视点、游玩的景区、旅游的线路乃至旅游资讯。游客一册在手，既可坐拥神游一个体系，亦可以兹为起点，导游天府，体验神韵，不亦悦乎，不亦乐乎！





川肴 百味

蜀酒蜀茗，川菜川蔬，饮食文化之至宝，肴饌艺术之华珠。茗饮之事始于蜀，盖碗茶源于成都。芳蕝蜀茗冠六清，洞天仙茶腋生风。更有“美酒成都堪送老”，当垆涤器成蜀风。剑南烧春郫筒酒，水井坊西沪窖东。“川食”一名产生于南宋，“川饭”开店到当时开封。好辛香，尚滋味，川菜正宗传统。百味一体，一菜一格，南北兼融。因蜀味东坡蒸豚，大赋《老饕》；忆珍盘放翁炒蕙，自称“老子”嘴馋堪笑。曩昔“新津韭黄天下无，东门彘肉更奇绝”，而今东坡肘子东坡饼，麻婆豆腐钟水饺，三千品种走向世界，令世人未尝举箸敢忘吾蜀。

蜀文化十二体系记（撰稿/谭继和）

蜀文化十二体系之四