

【中华食趣文丛】中·华·酒·文·化

吴国群 著

醉乡记



中华食趣文丛

中 · 华 · 酒 · 文 · 化

吴国群 著

醉乡记

江苏工业学院图书馆
藏书章



图书在版编目(CIP)数据

醉乡记:中华酒文化/吴国群著. —杭州:杭州出版社,2006.7

(中华食趣文丛)

ISBN 7-80633-642-7

I.醉… II.吴… III.酒—文化—中国
IV.TS971

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 122903 号

醉乡记

中华酒文化

吴国群 著

出版发行 杭州出版社 (杭州市曙光路133号)

电话:0571-87997719 87997689 87997580

邮编:310007

责任编辑 张 磊

美术编辑 张 磊

封面设计 张 磊 赵 路

制 版 杭州天一图文制作有限公司

印 刷 浙江全能印务有限公司

开 本 880mm×1230mm 1/32

经 销 浙江省新华书店

印 张 6.25

字 数 138 千

图 片 112 幅

版 印 次 2006 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-80633-642-7/TS·3

定 价 25.00 元

《中华食趣文丛》序

傅璇琮

杭州出版社前一时期计划编印一套大型学术文库《西湖丛书》，其中的《西湖全书》、《西湖文献集成》，正陆续出版，受到学界的关注；今又推出极富文化魅力和欣读韵味的散文小品《中华食趣文丛》，肯定也将受到社会的赞赏。杭州出版社力求弘扬民族优秀传统文化，渴望满足广大群众的健康审美趣味，这种务实、创新的识见，对当前出版社改制于文化产业领域来说，是颇值得注意的。

中华饮食应当说是我们传统文化极受人们关切的组成部分。我们前辈学术大家也多将此与文化、艺术等结合，作新的探索。如鲁迅先生于1927年在广州有一学术讲演，题为《魏晋风度及文章与药及酒之关系》，后收于《鲁迅全

集》第三卷《而已集》。这篇文章论魏晋文学,着重剖析那一时期文人独特的生活行迹和精神寄托,文章抓住药与酒这两样当时带有社会性的事物,就把那时的文人写活,也从而把那一时期的文学风貌清楚地勾勒出来。又如20世纪著名诗人,长期在清华大学、北京大学执教的林庚教授,他就曾以饮酒作为比喻,说“魏晋人好酒,酒似乎专为人可以忘掉一切”;又将魏晋人与盛唐人喝酒的风态加以比较,谓:“酒对于魏晋人是消极的,是中年人饮闷酒的方式;唐人的饮酒却是开朗的,酒喝下去是为了更兴奋,更痛快的歌唱,所以杜甫有‘李白斗酒诗百篇’的名句”(见其所著《中国文学简史》第259页,上海文艺联合出版社,1954)。这种将酒与文人生活方式、心理状态有机结合,是很有启示意义的。

事实也确乎如此。如陶渊明六十余岁归居田园时,“闲居寡欢”,正好获得名酒,于是“无夕不饮”,并在一秋之内,以“饮酒”二字为题,写了二十首诗(见毛氏汲古阁本《陶渊明集》卷三)。又如杜甫于唐玄宗天宝时在长安,怀念时在江南的李白,“渭北春天树,江东日暮云”,很想再与这位挚友叙谈,于是深致情意:“何时一樽酒,重与细论文”(《春日忆李白》)。这两位诗人名家都把酒与个人的感慨、友人的情怀深深联系在一起。

不止是酒,饭菜也能引起人的情致。如江东名士张翰,西晋时仕宦于洛阳,时政局已趋于动乱,他就“因思吴中菰菜、莼羹、鲈鱼脍”,抒感云:“人生贵得适意耳,何能羁宦数千里以要名爵”,并有歌云:“秋风起兮木叶飞,吴江水兮鲈正肥。”(见余嘉锡《世说新语笺疏·识鉴》)

又如唐开元时诗人孟浩然,应农村一位友人之邀,到他家中作客,“故人具鸡黍,邀我至田家”,面对“绿树村边合,青山郭外斜”的清雅环境,心情舒畅,于是临走时,向主人表示:“待到

重阳日,还来就菊花”(《过故人庄》)。一次普通的农庄会聚,一次鸡黍饭菜的热情对待,将怡静秀美的农村风光与淳朴诚挚的情谊融成一片。

我这里所举的几个诗例,也就是因这套文丛所标的“中华食趣”而引发的。这套书将源远流长、丰富多彩的中华饮食文化,以漫谈随笔的形式,生动有趣的笔调,作系统而重点的阐述,应当说是极为吸引人的。如徐海荣先生的《菜羹谈》,阮浩耕先生的《品茶录》,吴国群先生的《醉乡记》,分别以名肴、清茶、美酒,阐发其实用价值与艺术价值;而周新华先生的《调鼎集》,则又从各种独具特色的饮具食器,表现出社会各个层面多样化的审美要求;张科先生的《老饕赋》,生动记述历代名人对饮食生活的情趣与感受,使看似平淡的生活散发出富有诗意的真味。

中华民族文化是一个整体,它是由许多各具特色的地区文化和社会文化所组成和融汇而成的,这也使得我们整个民族文化多姿多彩。我觉得,这套《中华食趣文丛》既生动传播多门类的饮食文化知识,又能提高和丰富当今读者的生活情趣和精神素质,当也可促进传统文化史的综合探索。这确是杭州出版社强化社会责任意识的可贵追求。

2004年11月,于北京

一握琼浆论价值 文化尽在超然中

(代序)

酒,作为一种日常的饮用食品,一般人只知其有嗜好的、营养保健的、或是作为商品的经济价值,而对酒之与“文化”之部相关联,因而具有文化价值,难免觉得茫然。说来也不奇怪,因为长期以来,人们对于“文化”这一概念一直是歧义时出,未能取得一致的界说。据美国人类学家克鲁伯等合著的《文化、关于概念和定义的检讨》统计,仅从1871年至1951年的80年间,西方有关的定义就不下于164种。惟其内涵过于宽泛,常易使人无所适从,此其一;中国古代“文化”一词又历史相沿惯指文治教化、礼乐典章制度,与今天的“文化”概念同词而异义,作为一种传统观念,亦易影响人们对“文化”一词的理解,此其二。而我们这里所指的却是现代意义上的“文化”,但仍是一个从集合的角度确定下来的弹性较大的广义概念,即指人

类所创造的物质文化和精神文化的总和。

酒,作为一种精神的物化产品,从形式上看是物质的东西,但透过其物质形式却能反映出人类的文化演变发展状况。

从纵向视角看,首先是一切历史悠久的传统名酒从偶得天然到人工酿造,历经能工巧匠的技艺改进,直至风格定型、名扬天下的过程,均反映着一个民族源远流长的科学技艺、科学美学、营养保健的认识水平和价值取向,以及对生态环境的认识和利用等方面的演变发展历史,因而具有其本体文化价值。

其次是传统的历史名酒,从家酿户藏、自制自饮至作坊酿造、网络运销以至于工厂化大规模生产和世界性销售的发展过程,以及其中的起伏兴衰,无不感应着民族和国家的经济、政治、外交、财政、法制等方面的重大变化以及社会的整合、变迁和流动的状况,因而可以作为一个历史时期的透视点,浓缩着巨大的广义历史文化价值。

再次,凡传统名酒的酒名、酒装、酒具、酒格(色、香、味、性)及饮酒方式等又都与其产地、消费地域人民大众的特定生活方式、民间习俗和传统文化意识紧相关联,因而又具有民俗学等方面的文化价值。

其四,酒的色香味和酒精综合作用于人的感官和神经,能使生理快感和情感愉悦并生,体力劳动者用来解乏,脑力劳动者用来释烦,因心力劳顿而积淀潜藏于前意识、潜意识、无意识中的睿智奇思、精论灼见、真知挚情源源而出,把盏酬唱,隔阂顿消,灵感忽来,妙语连珠,或对酒当歌,或即席挥毫,名人、名酒生出无数名诗、名书、名联、名曲、名画,留下无限丰富的卓具文化价值的审美感受和文学艺术遗产。

从上述意义上说,历史传统名酒史不啻是其产地或消费地域的一部“液态”文化史。

从共时视角看,酒的品种是多层次性的,酒的价值也是多层次同时存在的。共处同一社会或世界的人们,由于经济状况、生活习俗、文化修养不同而形成的酒需求的层次性差异,足以反映出同时代人的价值观念,尤其是文化价值观念的层次结构和演变趋势。

每一时代都存在着酗酒、嗜好性饮酒、保健养生性饮酒、交际性饮酒或品尝欣赏性饮酒等不同层次的酒需求;取其刺激价值者,或因落后愚昧,或因精神空虚自轻自贱、自暴自弃,嗜烈性,爱高“度”,置伤身害群于不顾,惟求一醉方休;取其养生价值者,追求消忧解乏,平衡身心,显示了科学意识和“人”的价值的自重;取其交际、审美价值者,既求适度的生理快感,亦求情感满足,更求美感享受,视酒为艺术食品、工艺精品,重于酒的文化价值。

从这一意义上说,或一时代的酒的层次结构,无异是这一时代文化价值观念的“液态”透镜。

如果说,价值是指客体与主体需要之间的一种特定的肯定与否定的关系,那么,酒的价值奥秘,是否在于它既积淀、浓缩着无比深厚的时(历史的)、空(地域的)文化内涵,又外延着越来越具魅力的超越时空的(美学的、交际的)文化价值。其多层次的价值系统,恰能满足古今中外不同时代,不同地域、不同层次需求主体各取所需的要求,因而也就能与之建立起牢固的“肯定”关系。

【目 录】

一握琼浆论价值 文化尽在超然中(代序)

养生已有确证在 药性尚待作深研 / 1

“液态蛋糕”非虚言 / 4

水好酒醇宜养生 / 6

酒事尚须夫人虑 / 8

屡作国礼意在“和” / 9

上品必具“本体美” 赏、品、酌、饮均相宜 / 11

“融和、谐调”宜品赏(酒体美) / 14

“豪饮、细酌”辨刚柔(酒质美) / 20

“雄放、超然”妙不同(酒调美) / 28

佳境渐入贵有度 “酒思美”在微醺时 / 35

感知致敏酒初时 / 35

酒中联想孕“兴会” / 37

酒酣快感得超然 / 39

好酒尚须美器斟 奇盅趣杯巧夺魂 / 46

酒器入诗成大观 / 52

自古酒具奇趣多 / 56

令筹剑壶增酒兴 / 58

生命律动得酒时 无往不在礼俗间 / 61

闻名即醉“女儿红” / 66

中外罕见酒润发 / 67

造屋竟用酒浇梁 / 68

远古风度“稳笃公” / 69

耕读必以酒敬师 / 71

人鬼未了“社戏”情 / 72

千古悲情生死恋 一樽苦酒和血饮 / 74

樽前悲情泪阑干 / 75

千古绝唱《钗头凤》 / 76

相思人比黄花瘦 / 77

座中高朋樽常满 共将诗酒趁年华 / 80

雪夜访戴王徽之 / 80

金龟换酒两诗仙 / 84

元白唱和醉乡近 / 87

劝君莫棹酒船回 / 89

辛帅诗酒交挚友 / 91

酒行如泉声如潮 / 93

名士荟萃白马湖 / 94

总理用酒贵有道 / 96

惊酒劝梁胡适之 / 98

最是乡思萦羁旅 离情别绪寄酒中 / 99

饮水而醉汉郑弘 / 102

稽山无“贺”酒船回 / 103

浊酒一杯家万里 / 105

酒人酒诗咏酒乡 / 106
每饭必酌“泰斗”情 / 107
把酒论世悼故人 / 108

以酒成礼藏心计 酒中谋略载汗青 / 110

用酒如神越君臣 / 111
酒令亦能杀佞人 / 112
周郎佯醉行反间 / 114
辨才失宝诗酒中 / 115
杯酒竟可释兵权 / 117
周韶借酒得从良 / 118

唤来“酒神”壮自我 豪勇陡增气如虹 / 120

借酒神功少年侠 / 123
醉后刺虎陆放翁 / 124
狂鼓醉成千古骂 / 125
刃颈不画陈洪绶 / 126
焦大训主酒作胆 / 128
貂裘换酒亦堪豪 / 129
醉题反诗一书生 / 130

幽默惯与樽作伴 酒激潜智灵感生 / 132

曲水流觞出书圣 / 133
阮囊羞涩一钱看 / 136
瞬间即成“颠倒令” / 136
“天”诗换船斗太守 / 139
因酒强志挫讹诈 / 141
执觚评书“讥”似“谐” / 143

酒化横财为义举 / 144
把盏调侃可解颐 / 145
巧对师爷同乡乐 / 148
师爷谑指酒麝水 / 149
雁冰赌酒背“红楼” / 151
巧妇吟“杜”穷作乐 / 152
赖酒亦须会“对课” / 153

且借“杜康”释悲愤 人间路窄酒杯宽 / 156

一腔悲愤姿特秀 / 159
醉中百态阮步兵 / 160
谪仙恃才傲权宠 / 161
辛帅醉里看吴钩 / 163
奇才尽显狂酒中 / 164
读《骚》饮酒歌残阙 / 166
“辛酸”蘸酒写“荒唐” / 167
把酒论世酒微醺 / 168
浪漫狂飙借酒起 / 169

酒中自有真趣在 物我两忘是至境 / 171

盗饮被缚毕吏部 / 176
酒会唱和乐群饮 / 178
对酒自羞二知音 / 179
诚斋月下得奇趣 / 180
以人评酒称精辟 / 181
醉画之“神”即酒神 / 182

養生已有確證在

葉性尚待作深研

酒作为一种物质文化,其价值首先在于它适应于人的“派生需要”的营养价值。关于酒的养生价值,素有肯定与否定之争,但双方持论均不免失之笼统。细议之,当有古今与品种之分。

古人颂酒,大都持心理快感角度,骚客、画家、文人、书家颂酒之作,多有出神入化、妙不可言的夸张,而医家论酒,则持生理保健的理性态度,均从适量有益、过犹不及的辩证视角立论。

东汉大哲学家王充曾说:长寿之道,在于“养气自守,适食则酒”(《论衡·自纪篇》)。

明人杨慎亦曾说:“酒,乳也。所以养老寿也。”(《升庵外集》)

还是明朝大医药学家李时珍在他的药学巨著《本草纲目》中说得比较辩证:

酒,天之美禄也。面曲之酒,少饮则和血行气,壮神御寒,消愁遣兴;痛饮则伤神耗血,损胃亡精,生痰动火。

至于这“少饮”与“痛饮”之别,其实并无绝对的



明·陈洪《蕉林酌酒图》(局部)

量化标准。还是孔子说得好——“唯酒无量,不及乱”(《论语·乡党》),意即酒量因人而异,以饮后神志清醒、行为稳健、气血安宁为宜。

古人及后世的以酒养生大都重在酒药并用,单是《本草纲目》提供的药酒方就有六七十种,见诸其他医药著作及民间的配方之多,更是不胜枚举。中药中的植物类药如参、芪、桂、术、黑枣、胡桃及诸多活血行瘀的



孔子像

伤药,动物类的虎骨、鹿茸、蛇蝎、龟甲、鱼、鳖、虾、蟹、地龙、蚕沙等等,几乎大半均可浸泡成药酒,治疗各种疾病,滋补各类虚损,因为:

酒能引诸经,……味之辛者能散,苦者能下,甘者能居中而缓;用为导引,可以通一身之表,至极高分;味淡者则利小便而速下也。(《本草纲目》)

可见,引药入于脏腑,善走经络表里,调和平衡各种药味扬长避短,此三者,乃是我国中医药学对酒的养生疗治功用的独到发现。

今人从现代营养学标准论酒之养生价值则更重化验分析数据与人体摄养需要的关系,这就不能不对酒之品种有不同评价。



清代营业写真·做酒

“液态蛋糕”非虚言

世上的酒不外乎两大类：一是发酵酒；二是蒸馏酒。发酵酒是最古老的酿造酒，无论是无史可稽及从《周礼》开始的有史可稽阶段，发酵酒历经了自然发酵、天然曲蘖和人工曲蘖发酵三步改进，直至近现代的微生物工业中的多菌种混合发酵阶段，其技艺可谓早已臻于至美；蒸馏酒在我国的出现较可靠的依据应是《本草纲目》：

烧酒非古法也，自元时始创。其法用浓酒和糟入甑，蒸令气上，用器承取滴露……其清如水，味极浓烈，盖酒露也。

据李约瑟发现，早在南北朝时，中亚人已将这种高度蒸馏酒带入中国作为贡品，而此种酿造法在中国的普及则要到元朝中亚人大量来华之后。

据现代科学化验，隶属蒸馏酒类的茅台、五粮液、汾酒、泸