

上海服饰·女人与美丛书

诱惑年代

南妮 著

上海科学技术出版社

自序

一直对“诱惑”两个字感兴趣。诱惑是中性的，一种客观的存在。你可以迷恋于此，也可以诱而不惑。诱惑又是神秘的，它所呈现的一切表面仿佛明明白白，但内藏的深意或许要你穷究一辈子。

诱惑与魅力共生，诱惑也与毁灭结亲。在诱惑使我们被诱惑的刹那，我们是更认清了自己质朴的位置，是激发了追求高尚的创造欲，还是被刺激扰乱得心智迷失，让抱怨与自卑将生命搞得黯淡？这对每个人都是一个考验。

90年代，真正是一种“诱惑年代”，许许多多我们不曾见识的声色犬马、感官享受摆在了我们的面前，城市出奇地丰富、多维、富有潜力。这本书，便集中了我对时尚的感觉、热爱、观察与思考。我不是时尚的专业评论家，我也庆幸自己不具技术主义的苛刻与冷静。我觉得重要的不是时尚本身的科学性、物质性的完美程度，而是它激起的我们对美的思考和它所提供的反省现实与历史的一种现代化新视角，以及它对我们生活方式的点点滴滴的影响。有诱惑才有心灵生活的递进与成长。

在诱惑的年代里，在不变的宇宙前，我想，重要的永远是人；珍贵的永远是人心。



诱惑年代

上海服饰·女人与美丛书

出版·发行：上海科学技术出版社
(上海瑞金二路 450 号)

经销：新华书店

印刷：江苏太仓印刷厂

开本：787×1092 1/32

印张：4 字数：80 000

印数：1—10 000

版次：1998 年 7 月第 1 版

1998 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 7-5323-4636-6/TS·390

定价：10.00 元

目录

精 致

水果茶 / 2

龙井虾仁 / 4

玻璃酒具 / 6

火烧冰淇淋 / 8

绿薄荷 / 9

樱桃番茄 / 11

阿鼠进步 / 13

阳光黄 树林绿 海水蓝 / 15

火之幻 / 17

装 扮

透明手袋 / 20

白衬衫、牛仔裙与夏日的背心 / 22

情人节的午后 / 24

小一号 / 27

心情第一 / 29

热爱 CD / 31

烟 / 33

脚边的风情 / 36

道具 / 38

智慧、人性的服装 / 39

美容丸 / 42



美景

衣香酒香书亦香 / 46

化妆办公桌 / 48

迪斯科舞厅 / 50

红木家具 / 52

窗帘与靠垫 / 54

条纹与碎花 / 56

发光的灯与不发光的灯 / 58

干花与水果 / 60

七彩心事 / 61



发烧

仪式 / 66

明星发型 / 68

偶像 / 70

高速诱惑 / 71

马艳丽和刘辽辽 / 73

看瓷 / 75

上海小姐 / 77



谁坐吧凳 / 79

家族照相簿 / 81

香车美人 / 83

来不及“淑女” / 85

有缘 / 87

发烧 / 89

买下一种生活 / 91



反拨

超市 / 94

城市的洞 / 96

做白领不做老板 / 98

娱乐圈 / 100

权力的男人和颓废的男人 / 102

迪尼罗的西装 / 106

玻璃幕墙 / 108

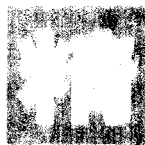
困倦的男人 / 110

成名之后 / 111

夏天的欺骗 / 112

改变生活的方法 / 114

在时髦的背后 / 117



致



水果茶

水果茶的名字很像鸡尾酒的名字：欧陆梦幻、欧陆野莓、印地安之夏、赤道风光……

水果茶的外观很像干花，用塑料袋装起，皱皱的叶片，沉沉的暗红、暗黄，闻一闻，仿佛也有干花那样的芳香。水果茶的成分组成是干果和浆果。

水果茶喝起来就是水果茶的味道：微酸，酸甜，淡淡的玫瑰红散发着玫瑰淡淡的香。

水果茶是盛在细洁的白瓷茶碗中喝最好，其色、香、味能尽情展露。玻璃杯喝像喝汽水，用酒杯喝像喝红葡萄酒。前者失之粗犷，少了品茶的细腻、含蓄，后者又太夸张，失之家常的朴素、平和。

用白瓷的茶壶一次次给客人添加果茶，也是一道很美的秩序，水果茶的芬芳会随着高高的水注而溢满四周……那更是一种气氛：享受温馨、回忆、友情的叙述，即使偶尔会有一些淡淡的忧愁。

水果茶不像绿茶、红茶也可以一个人喝，它更适合群体的氛围，这点和酒很像。独自喝酒有点借酒浇愁的味道，而独自冲一壶水果茶，则有些自恋的嫌疑，因为它太温情、暖色，并且具有美学趣味。

水果茶与酒的区别在于：酒是热烈的，公众之中因此弥漫着活力与热情。水果茶是温馨的，它在喝它的人之间传递着舒适与安然。酒是古典音乐，水果茶是轻音乐。酒是油画，水果茶是水彩画。酒是金发碧眼的西洋美女，水果茶是

清新妩媚的东方淑女。

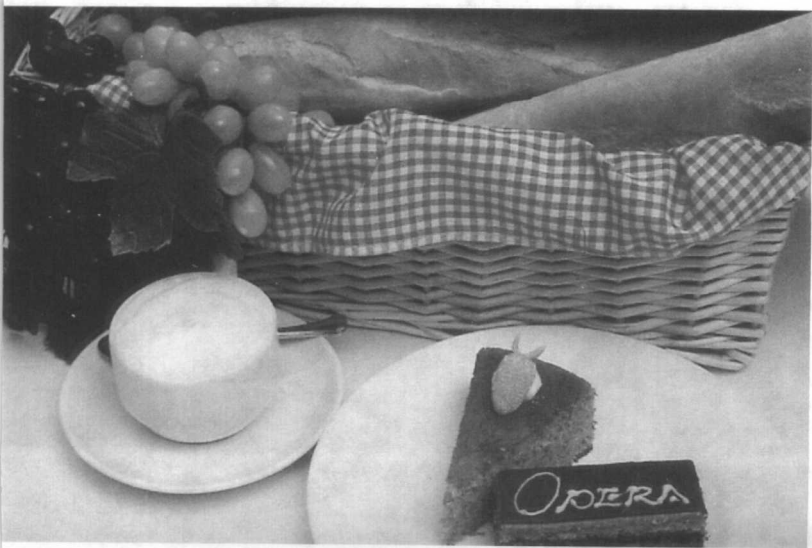
男人会喝酒是一条好汉。而女人爱喝水果茶则是一个好女人。



龙井虾仁

一桌全是用茶做成的菜。童子鸡是在绿茶中浸了10个小时的。牛肉是煨红茶烧成、不放酱油的。鲈鱼与茶叶、话梅一块蒸。蛋羹的一半是绿色茶茸。此外，还有茶糕、茶松、茶裹腰果……这么多的名堂想出来，也是难为了老板的煞费苦心。

以茶做菜，用的是它的色与香。茶糕、茶松之类无不如此，绿绿的颜色首先已使人赏心悦目，更不用说闻之更加愉悦。但所有的菜都以茶烹之，就有些呆了。鸡、鱼、牛肉之类，本身是各有其鲜味的，一概以茶味夺之，吃出的都是茶





味，岂不埋没了“天才”？

想出开茶食菜馆的人是聪明的，文人、雅士、茶客哪有不附庸风雅之理？但道道菜都让茶挤一脚，却是聪明过了头。茶这个，茶那个，吃到最后辨不清谁是谁了。况且，以茶入菜皆是极费功夫之事：浸、掏、碎、揉等等，菜一盘接一盘密密地上，可一点不显功夫的宝贵，一滥，难免“噱头”不保、妙言自破。

朋友说，杭州有一道名菜叫作“龙井虾仁”，风味别致，誉满天下。没有吃过这菜，却是好生向往。想来杭州的菜馆一定是在普通的菜肴之中隆重推出这道“龙井虾仁”，这才使它有鹤立鸡群的显贵的吧！倘若道道是茶做了角色的菜出笼，这道“龙井虾仁”也不会叫响天下了。

想象起来，这道“龙井虾仁”，或是虾仁浸泡于茶中而烹成，或是虾仁旁以绿色龙井作一点缀。满桌的茶菜吃在嘴里，最后念念不忘的，竟是这见所未见、尝所未尝的“龙井虾仁”了！

稀奇的东西实在不要贪多，多而全，反有点糟蹋它了。



玻璃酒具

如果要收藏什么，第一个肯定是收藏玻璃酒具。

欧洲的豪富贵族之家一般都有陈列各种玻璃酒具的柜子，酒杯多为水晶的、有年代的、出自著名产地的，价格昂贵如同珠宝，通常是传了几代人的

的，已经作为一种炫耀门庭、家族、实力气派的装饰。它们偶尔也会被用一用，但看的意义、供人参观的意义已远远大于日常实用。可能是贵客临门请饭的一种待遇；也可能在婚宴喜庆及一切大型晚宴上派上不可或缺的用场，所谓“养兵千日，用在一遭”。

不讲究玻璃的名贵与质地，收藏酒具亦可以是一件很正常、很平民的事。

收藏的好处，首先是你认识了种种酒杯的用途。鸡与鸭混淆，是一件缺乏常识的事。该喝饮料的杯子拿去斟酒，显出一种没有细节、不讲品味的粗拙。

细细分别起来，大致也就那么几种：宽口矮直身的古典杯，多用于盛载加冰块的烈性酒和古典鸡尾酒；直身高杯以盛载软饮料为主；高脚水杯多见于豪华西餐厅，主要用于盛载矿泉水和冰水；锥型的鸡尾酒杯，是鸡尾酒的专用杯；上



窄下圆的用于盛载白兰地；而上圆下窄的是红葡萄酒和用其制作的鸡尾酒的专用杯；郁金香型香槟杯，用于盛载香槟酒和香槟鸡尾酒；笛型的、半月型的，也通常盛载香槟酒及香槟鸡尾酒；啤酒杯带柄且通常较大；甜酒杯、利口酒杯的容量一般都在50毫升内；雪利酒杯的形状也是特小的倒三角型，一眼即可识别。容易混淆的是高脚酒杯，盛冰水的与盛红葡萄酒的皆圆肚高脚，于是只能从容量大小上来区别两者：略大的，在200~250毫升，是水杯；红葡萄酒及红葡萄酒鸡尾酒的酒杯比水杯小，只能盛放120~200毫升。

喝什么是次要的，玻璃酒具给你的是一种“图腾”。圆型与锥型给你不同的刺激。你在生活细节与细节的分别中，品味到人生所拥有的优越与质量。同样的饮品，你搁在不同的容器里喝，感觉就是大不一样。比如白兰地，你盛在碗里饮如同喝白开水一样粗糙可笑。而你端起有着细细的玻璃柄的白兰地酒杯喝，你或许就会想到放一张CD听听，你预设桌上有一枝鲜花更好，你作着与情人浪漫旅游的打算……

玻璃酒具，收在家里的玻璃酒具，是你对生活的尊重态度，是你对自己的珍惜，是你开发未来的一种启智。所以，玻璃酒具有“形而上”意味的。它是实用的，又完全是审美的。它是日常状态的，又一定是有永恒思想的。

不喜欢日本人用的陶瓷酒具，色泽是雅丽的，形状是精巧的，瓷也细洁润朗……不喜欢的原因可能就在于瓷的不透明，以及陶瓷酒具的过于小巧玲珑。不透明与小巧很容易组成一份“暧昧”与“小气”。喝酒只成一种宣泄，酒友之间的交流仿佛也揣上一份功利与阴谋。

玻璃酒具使人想到欢笑，而小小的陶瓷酒具则使人想到哭泣。笑与哭是如此不同的两种境界，喜欢与不喜欢也只能这样泾渭分明了。

火烧冰淇淋

原来以为火烧冰淇淋光是好看。乳白色的冰淇淋上突然窜起火红的光焰，好不神奇。电影里，侍者在冰淇淋上点火的情景很像放焰火的场面，奇

幻而兴奋。冰淇淋火焰瞬间而灭的事实，也像极了焰火。

真的在西餐馆点了一客火烧冰淇淋，尝之，才知，它不仅好看，还很好吃。

火是由冰淇淋上浇的白兰地点燃的，火焰透明而干净。烧过后，冰淇淋上留有咖啡色的一圈圈焦痕，好吃的就是那焦痕。奶的味道由“烧”而去掉了油腻肥醇，有焦痕的冰淇淋香、有嚼劲、干松。

这是一家中法合资的西餐馆。由此想到火烧冰淇淋确是非常适合法国人、非常法国化的。只要有太阳出来，就会在露天咖啡馆坐上一天；除了死亡，生命天天都是节日的法国人，是会有那种在冰淇淋上制造一份奇丽的念头的。

浪漫飘逸，在生活的小细节上也充满创造与享受。法国人的身躯透出那种尽情享受的奢雅幽糜。没有规矩可循，也弃绝呆板平庸，法国人的性情就是“火烧冰淇淋”——在常规的底上，也要来点小小的奇迹。

这一刻，尝着火烧冰淇淋，我们也充分享受着身心的松弛和对生活的满足。



绿薄荷

绿是一种太生机盎然、太刺人眼目的颜色，人难有鲜艳的生命力与之抗衡。绿色成为液体，缓解了那种过分的浓烈，于是，一杯绿色的饮料或绿色的酒会使人爱不释手。

“绿薄荷”的情结就此而来。

不仅有令人心醉的绿，“薄荷”两字即在人的眼中掠过清凉的感觉。中国文字的神奇也在这儿，“薄荷”与“咖啡”与“白兰地”一样，字的意象即使你认可了物品的性质，甚至色香味也如在面前。“咖啡”与“白兰地”虽来自英语的音译，但在人们的习惯中，它们的中文名完全道出了饮品的意境。

薄荷则完全是土生土长的，从老祖宗那儿一直延续到现代，作药引，也作饮料。那种清凉爽口是可口可乐不能替代的。还没有哪一国的哪一种新造人工饮料可以喝出薄荷的那种带有大自然气味的扑鼻清香。

曾在中药店买过一小包晒干的薄荷叶，是皱的，黯淡的模样，放在水中煮一会儿，竟是一锅鲜绿，清凉的水，好看，好闻，





好喝，放在绿豆汤中，或兑以汽水，便合制成了美味的新型饮料。

嫌煮水麻烦，就去买一瓶薄荷酒，通常是30度以下的低度利齐酒，在你准备的辅助品中只需滴上那么几滴，瞬间就可带来一个全新世界。

薄荷鸡尾酒在夏天的意义，如同圣诞老人之于圣诞节。种种薄荷鸡尾酒，其名、其形、其味会令人惊喜兴奋。享受的不仅仅是一杯可口的饮料，而是一种生活方式。沉醉在那莹莹的碧绿中，你感觉不到夏的炎热与白昼的冗长，你会想，“生活方式”这种东西是以20世纪末人们的感觉、悟性、聪明与几代人的文化积累共同创造出来的。

我知道有这样几种薄荷鸡尾酒的配方：

1. 绿色天使——在高身杯中加入1盎司金酒和1/2盎司薄荷酒，搅匀后再加入雪碧，以柠檬片或绿樱桃在杯口作点缀。

2. 清凉世界——在高身杯中加入1/2盎司薄荷酒，再加入矿泉水至杯满，调匀后以绿樱桃点缀。

3. 环游世界——将1盎司金酒、1/2盎司薄荷酒和1/2盎司菠萝汁摇匀，以菠萝片作点缀。

4. 绿色阿拉斯加——在香槟杯中先加入2/3盎司伏特加酒，再加入1/3盎司薄荷酒，以绿樱桃点缀。

5. 薄荷菲士——在高身杯中加入1盎司薄荷酒、1盎司柠檬汁、1匙白糖和1只蛋清，摇匀后再加满苏打水，最后以柠檬片或樱桃在杯口作点缀。

你愿意试试吗？

樱桃番茄

这样的一捧，真使你爱不释手。橙黄，半透明，颗颗像椭圆形的橄榄那么大，名曰“樱桃番茄”。好名字，好形状！

咬一口，是番茄，却不如普通的番茄味纯、味浓。樱桃番茄清淡、略酸、略甜，一切是小号、小型、小味的，与那玲珑可爱的“学名”意境相符。

若你去吃西式自助餐，就一定会为缤





纷眩目的色彩感染而打动。种种生菜都有一番异国风光。绿色的西兰花，紫色的花椰菜，颜色鲜艳，名堂动听，但吃起来却不比我们传统的蔬菜可口，也许是不习惯。

中国人的蔬菜是爱用油炒的，楞是再碧绿生青的颜色，经若干时间的烹饪，也会变得黯淡无光。洋人吃蔬菜喜欢凉拌，怕营养流失是一个原因，看重蔬菜的鲜艳之色也是一个原因吧。

同样是讲究色、香、味，洋人对“色”的注重可能更胜于中国人。仅仅是一块牛排之类的东西，也会用带有花边的精巧瓷盆装，再配土豆片、柠檬片、番茄片作点缀，那些红红绿绿的辅助物不光为吃，更是为刺激你的视觉，刺激你的视觉亦即刺激你的食欲。

试一试，在一盘色彩鲜艳的食物前，你真的更容易被诱发食欲。可能那种被调动起来的兴奋不仅是来自胃的，还来自精神的悦愉、审美的灵感，来自创造话题、创作氛围的需要。讲究餐具的雅致色彩，道理也是一样。

西式午茶也统统做成了一道风景。杯、碟、壶自是要精致优雅的，小口的一块蛋糕装在大盆子里，一朵粉红色的花的图案就伏在蛋糕旁，白瓷的边上，还有一颗淡绿色的樱桃，晶莹的立体色彩衬得那粉红的花蕊图案也栩栩如生……你吃下了蛋糕，吃下了那颗樱桃，也自然“吃”下了那朵花。这样的蛋糕你便不用再来第二块——现代人的食欲就是如此这般：胃口越来越小，质量要求越来越高。文明的世界在越益发明种种的“秀色可餐”。

色，即是味。不是吗？

阿鼠进步

买下一个老鼠造型的陶罐是打算送给一个属鼠的朋友。陶罐拙朴简单，整个圆鼓鼓的罐体是老鼠的身体，突出的尖尖一角算是老鼠的嘴鼻，再有便是两只竖起的耳朵，很醒目地高高凸起，鼠的形象是写意的，唯写意而显大气美观，尤其是罐上“阿鼠进步”四字，更是透出疏朗中的随意，叫人喜欢。

这样的罐，你可插干花，也可养鲜花，也可做烟缸，也可纯粹作案上的小玩。

