



都市文化闲笔

周保雄 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

都市文化闲笔

周保雄 著

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书紧贴都市生活和都市文化,以文化闲笔的形式,介绍了酒文化、茶文化等与都市人,尤其是青年人生活学习息息相关的历史文化知识、科学知识、生活常识,以丰富人们的知识结构,提高都市人的文化素养,感悟精彩人生,提高语言交际能力。

本书是一本不可多得的休闲读物,可作为学习文科专业学生,尤其是外语专业学生的课外读物。

图书在版编目(CIP)数据

都市文化闲笔/周保雄著. —上海:上海交通大学出版社,2013

ISBN 978-7-313-09132-1

I. ①都… II. ①周… III. ①散文集—中国—当代
IV. ①I267

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 249011 号

都市文化闲笔

周保雄 著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

上海春秋印刷厂印刷 全国新华书店经销

开本:880mm×1230mm 1/32 印张:7.75 字数:190 千字

2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-313-09132-1/I 定价:18.00 元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系
联系电话:021-33854186

缘 起

我在高校外语系执教多年，深感应试教育荼毒之深。学生耗时费力，死记硬背一些单词和语法规则，却不关注篇章结构和语感语气，对原文语境和背景等缺乏深入了解和体认，尤其是不讲究语言交际时所必需的教养学识，纵然口若悬河、滔滔不绝，怎奈洋泾浜外语的表现比比皆是，内容更是空洞无物，措词或幼稚可笑，或粗俗鄙陋，怎堪重用？

也有人认为我们的外语教学只是口语较弱，其他基本功扎实。倘若真的穷究学理，倒也能够成为学问方家，可许多自诩钻研课本者，对外语的各大语法体系、主要流派基本无知，单词往往是考完即忘，虚掷了大好青春韶华。和发达国家相比，我国教育资源原本就匮乏严重，但同时又存在着如此巨大的浪费，实在令人扼腕痛惜。

我们的培养目标是要求学生厚德博学，经济匡时，可学生用外语说不出几个外国文学家、音乐家、哲学家的名字，遑论其著作和主要观点了，即便是吃喝玩乐等日常交际语言，也只是停留在很低层次，甚至可笑至极。某本流传颇广的外语教材中谈及餐饮，询问对方在何处用餐，答曰：西餐馆。问他点了什么菜，被告知是三明治。又问他是否饮酒，回答说喝了啤酒！尽管是外语问答，但这能符合社会的基本要求吗？莘莘学子死记硬背了这类货色，岂不令外国人齿冷三日！还奢谈什么在复杂的商务谈判、外事接待中承担重任？

如今的企业精英，不仅需要扎实的专业知识，也需要宽阔的视野和审美的眼光。知识经济时代，产业趋向细分化或集约化。和从前的商务洽谈不同，如今每单生意往往耗资巨大，这就更加容不得

丝毫闪失，必须把风险控制在最低限度。这样一来，传统的谈生意的谈就注入了新的意义，在业务谈判的同时无疑应增加对人品、理解力、执行力等的考察。许多企业家、投资人津津乐道于高尔夫球一杆打多少洞，这不单是热衷此项运动，也是从另一个角度考评对方的敬业程度，假如连玩都无法到位，又怎能让别人相信其业务能力呢？相信本身也是需要成本的。商务人员的许多吃喝玩乐已不同于以往酒肉式的拉拢，更看重人品和品味。一抬手一投足皆有学问，都是修养。比如日本人特别注意日常寒暄，不同场合有不同的服饰要求，鞠躬鞠多少度、滞留时间多长都有规定，倘若不懂这些，就很难融入他们的圈子，那样的话又如何游刃有余地展开商务活动？

后工业化社会，是一个以知识为基础的社会(knowledge based society)，在这个社会中，依靠科技和审美进行个性化研发将愈益重要，如果没有精彩的人生体悟、丰富细致的品味，就无法适应时代的需求。从这个角度讲，我们的学生、职场人士在谈吐上缺乏修养，少有睿智，这使得商务沟通大打折扣。比如说，我们的寒暄语还往往停留在“你饭吃了吗？”、“今天天气……哈哈”的层次，缺乏内涵，而有些职场人士把这些寒暄视为国民劣根性。而一些人士标榜自己工作雷厉风行，一开口就直奔主题，大谈价格，仿佛除了金钱之外别无他物。这种商务洽谈往往令人感觉突兀，既然你一开口就论价，对方当然也不肯吃亏，一定会就地还盘，缺少了回旋余地，这不仅不利于商务谈判，甚至让对方觉得你是金钱第一。中国现在居然被许多老外视为第一拜金大国是否也有此种因素在内呢？

日本人口比我国少很多，但世界第一、二大报都是日本报纸。日本的生活节奏很快，许多人喜欢过夜生活，可是，仍然有很多公司职员喜欢看早报，据说读晨报给上班族寒暄时增加了话题。渡边淳一的小说《爱的流放地》就因为是在早报上连载，而成为当时上班族的一大话题。其实，就质量而论，《爱的流放地》远不如他的《失乐



园》。日本人谈判，高层人士往往注重礼仪，避谈细节，细枝末节由手下人去沟通。而一般的商务谈判也少有例外地先来一通寒暄，这给人际关系增加了一层润滑剂，哪怕谈不成，还有人情在。

《文心雕龙》中就有“情以物迁，辞以情发”，如果我们在日常寒暄中加入人文关怀和知识含量，肯定会事半功倍。

如今，欧美，甚至台湾，越来越多的 CEO 来自于文学艺术专业的毕业生，因为领导艺术本质上是与人打交道的艺术，文学让人懂得如何更好地与人和睦相处。懂得审美，可以使企业决策更加阳光。商务沟通中的文化要素也愈益重要。好的商务洽谈往往始于寒暄，在谈天说地中拉近彼此关系，无论是时事新闻还是音乐、电影，看似信手拈来，其实充满内蕴，富于机锋，这已经引起很多商务人员的关注。然而，随着时代的发展，停留在这个层面的交际已经远远不够，复杂多变的商贸活动愈益需要独到的眼光和精辟的分析，而笔者把 MBA 的商务案例分析导入到商务洽谈之中，在喝茶饮酒、休闲健身的闲聊中随时展现自己的分析能力和解决难题的能力，把文化要素导入到商务沟通之中。

与庞大的应试教育体系相比，我们可能只是卡夫卡《城堡》里的 K，但我依旧希望别人能从我的讲授和文章中得到些许启发。

除了课堂讲授，我曾开设博客，撰文供学生讨论，类似于第二课堂的网络版。许多文章系有感而发，但更多的是提供一个视角或一个话题展开讨论，启发学生思维，培养问题意识，使得博文既是一个讨论平台，又是一个系列的案例研究。比如说茶文化、酒文化在中日文化中都占有重要的位置，日本职员下班时大多不是直奔家里，而是找同事或客户聚餐，一个晚上往往要连喝几家酒店，即所谓的喝梯子酒。饮酒作乐，普世相同，但日本职员饮酒往往还是工作的延伸。他们模仿 communication 杜撰出了一个单词：nominication，意为一边喝酒一边在交际中收集信息。长时间喝酒需要很多话题，而话题中能看出人的品位和理解力，如果暗藏着深意或商机，那才

深得应酬之三昧。本书貌似庞杂，但若从商务沟通的实际运用来看，倒是极其实用的。

商务洽谈往往少不了酒宴茶会，看似即兴的语言交锋也能收到意外的良效。本书酒文化系列文章不但有对白兰地、威士忌、香槟的欣赏，也有对日本清酒和烧酎的感悟，更重要的是在这个话题下可以借机发挥。《令人 Feel More 的人头马》中不仅分析产品的市场定位，反映了广告之重要：轰炸式的广告使得人头马早期在中国远远超出轩尼诗，同时也揭示了轰炸式广告之弊端，表明维持品牌必须做出不懈的努力。这个案例对我们引进品牌或者制定品牌战略都具有借鉴意义。《19 叁Ⅲ老场坊》以工部局宰牲场为论题，介绍优秀历史建筑，也是从一种全新的角度研究海派文化，还可以引发对创意园区的选址、老式建筑的重新开发等问题进行深入探讨。同样是论述旧建筑，《叶家花园》告诫学生不光要研究书面材料，更要善于发现我们视若无睹的美好和商机。《老柴的第一钢协》，不但从音乐结构、内容来分析，更是比较不同的指挥家、演奏家、不同的版本来理解柴可夫斯基的不朽名作，万一遇上外国发烧友，绝对能够与其一较长短。欧美主流社会热衷的不是摇滚而是歌剧，《Vissi d'arte, vissi d'amore》不仅是对 20 世纪最伟大的女高音——卡拉斯掬一捧同情之泪，也是对普契尼的礼赞。《French Kiss》通过一个谐谑电影引出话题，有德法文化的比较，更重要的是像季羨林那样努力通过古今中外典籍的对比研究，来发现问题和解决问题。

我本生性闲散，不求闻达，虽涉猎中外文学，然耽读老庄释典，兼修酒经茶道。与诸生乱侃野狐禅，居然积累小文数十篇。禅宗不立文字，却留下语录无数。踏雪无痕，莫若雪泥鸿爪。是故将历年拙文汇集一册，谨供读者参考，也聊记自己的一段心路历程。

作者

2012.6 于上海

目 录

碧螺春	1
我与花茶	5
漫谈蓝山咖啡	9
趣谈人头马	14
令人 Feel More 的人头马	20
精彩绝伦的轩尼诗	25
鹊桥酒仙	30
永远向前的尊尼获加	34
酒中名士——波摩	39
酒中名媛——Moët & Chandon	42
武士心	45
无酒不成欢	47
戏说酒禅	49
乌龙酒谭	52
闲话日本酒	55
我与黄花梨	60
漫说骨董	63
我爱斯特拉文斯基	66
老柴的“第一钢协”	69
Vissi d'rte, vissi d'amore	72
九月的高跟鞋	76





永远的 Zard	79
Vitas 旋风	83
秋蝉	88
达明一派的《你还爱我吗》	91
19 叁Ⅲ老场坊	94
叶家花园	99
花园是人们隐秘的快乐	103
漫说漫画	106
《罗生门》是怎样走向海外的	109
《东京物语》中的命名	113
French Kiss	116
画鬼易、画犬难——漫谈《艺伎回忆录》	122
闲话温泉	125
三亚之游	130
吾唯知足	134
风中芦苇	138
外语教学中的文化导入	142
中日命名趣谈	146
杂议商品命名的成败	150
一字之差,意境迥异——名称表记中的大学问	154
上海世博园里的天价日本料理——料亭“紫”与龟甲万的营销策略	157
酷评和服	163
KUSO 与恶搞文化	167
日本人的数字观	171
中日端午之异同	174
漫谈敬语	178



实名敬避和随声附和	183
生命如歌	186
秋日私语	188
新年随感说教养	191
小论规则	194
良宽二三事	198
野狐禅	201
烧香与佛教	204
耶诞欢乐	207
枫丹白露	211
清明时节雨纷纷	214
闲愁	217
病榻谵语	220
眼见是虚说幻觉	222
Romance grey	224
职场风云	227
欢乐英雄	230
散伙饭	233
六月校园六月风	235

碧螺春

十大名茶虽有排序，实则各有千秋，未必一定要分出伯仲。但就名称而言，十大名茶都有明确的地域分布，西湖龙井和黄山毛峰完全是因地取名，武夷岩茶、祁门红茶用产地和色泽突出特色，质朴至极。六安瓜片、信阳毛尖、君山银针可归一类，但也只有君山银针略有文采。安溪铁观音颇为牵强，庐山云雾略具诗情，相比之下，洞庭碧螺春可谓异军突起，占尽春色。

太湖洞庭，气候温润，湖光山色，相映成趣。史传东山碧螺峰的石壁上有野茶数株，算是碧螺春之初祖。但若和西湖龙井的命名如出一辙，起名碧螺峰，那简直是韵味顿失。一个春字，虽仅一字之差，但足可流芳百世。

碧螺春原名叫“吓杀人香”，极具吴方言之特色，却也着实俗陋。据清代王应奎《柳南续笔》载，碧螺春原本是山野之茶，不足为贵。康熙某年，茶农按候采摘，但筐不胜贮，故将多余的茶叶置于怀间，叵料茶得热气，异香忽发，采茶者争呼“吓杀人香”。公元1699年，康熙南巡，驾幸太湖，吴县巡抚宋荦以“吓杀人香”献呈。康熙嫌其名不雅，遂赐题该茶为“碧螺春”。康熙的风流逸事不胜枚举，御赐碧螺春一事也莫辨真伪，但不管如何，就茶名来说，这不啻为一段风流佳话。采茶者女性居多，江南女子清秀脱俗，虽不似香香公主体生异香，但鲜叶入怀，突增异香，难免会给碧螺春增添几分旖旎想象。

与其他茶叶颇为不同，碧螺春是茶、果间作。太湖洞庭温和湿润，东山、西山宛如花果山，桃、李、梅、橘等比比皆是。茶树与果树





间种，花果芬芳仿佛沁入茶树肌理，茶叶久染香气，就好比在不断窖制。碧螺春的内质特征被概括“一嫩三鲜”：叶嫩色鲜艳、香鲜浓、味鲜醇。后面两鲜是指碧螺春带有某种难以言表的花香果味，不明就里的话，就难以把握碧螺春的特质。

我曾骑车赴东山购买碧螺春再去无锡二泉泡茶，意气之盛绝不输于东瀛茶人。但相比之下我更喜欢喝龙井。两者俱为茶中绝品，可碧螺春香得绚丽，龙井却有寂然悠长的禅味。碧螺春的栽种有点类似文士择邻而居，而它的香味常令我联想到被誉为最佳单一麦芽苏格兰威士忌——Bowmore。波摩那熏香里既有泥煤的阳刚，又有海藻的阴柔，可谓是刚柔相济，具有一种岩礁般的沉稳，又仿佛是久经江湖历练的标志。如果把龙井比拟为深闺处子，那碧螺春宛如沙龙名媛，风采照人。

碧螺春的品质特点是：条索纤细，卷曲成螺，茸毛遍布，白毫隐翠。和其他高级绿茶相仿，碧螺春是春分前后开采，清明前采摘的茶叶——明前茶，其质量最优。所谓的“一嫩三鲜”中的一嫩，是要求新芽初展一芽一叶时就得及时采摘，随即进行精挑细拣，每500克碧螺春含嫩芽达5~6万个，再经杀青、揉捻、搓团、炒干而制成。碧螺春必须是当天采摘当天炒制，可见其季节性极强，人工耗费颇大。明前茶品质高，数量少，价格自然极其昂贵。谷雨之前炒制的雨前茶嫩度略逊明前茶，但考虑到早春气候多变，地域环境今非昔比，明前茶和雨前茶的差异有时未必就有书本渲染的那么大。碧螺春的炒制要诀是“手不离茶，茶不离锅，炒中带揉，连续操作，茸毛不落，卷曲成螺”。因为是特嫩鲜叶，火候控制极为精妙，稍一不慎，哪里还有什么碧螺春，几乎就是一锅梅干菜了。茶叶毕竟以喝为主，我宁可购买一些卖相欠佳但味道纯正的新茶，也不要喝火候失控的茶叶。

碧螺春以形美、色艳、香浓、味醇这四绝而著称于世，它芽叶色



泽银绿隐翠，汤色碧绿清澈，要想将之一览眼底，一般以无色玻璃杯或白瓷茶盅为妥。碧螺春芽叶极其娇嫩，故冲泡时方法与一般茶叶相反，是先倒入沸水然后慢慢放入茶叶。这样做的好处是开水微微降温，茶叶在慢慢降落的过程中徐徐展开，尽显芽叶天然丽姿。若先放茶叶后注水，茶叶上的白毫受水冲击会使茶汤显得混浊。泡碧螺春尤其忌讳加盖紧闷，一闷的话茶叶就会泛黄。可是，先注水后放茶叶，要想观赏碧螺春如白云翻滚，雪花飞舞，不啻痴人说梦，人云亦云。按照我的经验，现在的饮水机多有温度显示，只要把温度控制在75度左右即可。如果怕饮水机两次污染，可以用水壶把矿泉水煮沸，用冷热水相换来调节水温，这样，飞流直冲叶片，就能充分观看碧螺春犹如雪浪喷珠、春醉杯底的妙曼了。

用紫砂壶泡新茶，虽然可缓缓释放茶香，但不能清晰地显示出新茶的嫩碧。日本茶道多用我国唐朝的抹茶法，重视汤色，却难以欣赏茶叶的变化之妙。对日本茶道而言，茶叶嫩度并不是第一位的。日本人把《文心雕龙》中“岁有其物，物有其容；情以物迁，辞以情发”发挥到极致，形成了其独特的季节感，殊不知区分明前茶、雨前茶，重视茶叶嫩度，这也是季节感的一种体现。宛如明清家具的高度发达，明清茶文化也把唐宋茶文化发展到了新的境界。

国家对碧螺春按质量分为特一级、特二级、一级、二级、三级五个等级，其中特一级、特二级最为名贵。但如今造假高明，许多现炒的茶叶，其鲜叶甚至不是当地所产。清明前后去杭州，不少现炒的龙井，其鲜叶有的竟然来自安徽！茶叶嫩度、色泽可以乱真，但味道一喝便知。许多茶叶尽管贴有质检标志，但不开汤还是容易上当受骗。

沏上一杯新茶，清香四溢，抿一口顿感神清气爽，涤虑荡俗，心灵超越，不过新茶多饮容易上火，我一般是工作提神喝老茶或乌龙茶等，休闲聊天时品味新茗。好茶到手，浅斟啜饮，巧妙地运用舌蕾



细细品味,这是一种无比享受,也是某种学习。品茶不同于牛饮,要求极其敏锐的感觉,倘若表述不清,就意味着对茶缺乏认识。相同的茶让刘姥姥和妙玉喝,效果肯定不一样。在碧螺春的幽幽茶香里分辨茶味、果味,这不仅是为了提高茶艺,也是把感官发挥到淋漓尽致。

日本茶道注重形式仪轨,之所以产生那么多的繁文缛节,无非是为进入茶道境界作铺垫。而形式化的注重也使它更能自成一统。我国茶文化貌似随心所欲,无甚章法,这既有多民族国家喜欢删繁就简、注重实用的影响,也可美言之,说我们的茶文化超越了固定模式,讲究哲学和生活上的享乐。这种过于自由也阻碍了我们茶文化的分门别派。

我们不乏《红楼梦》中妙玉奉茶的那种讲究,手捧香茗,观赏嫩叶的飘摇,灵魂徜徉于清雅的茶香之中,本该静寂的心情竟然上升到了感官的极致,施施然仿佛进入了茶禅合一的境界。禅虽标榜不立文字,但如若没有为数众多的禅宗语录,恐怕也不容易流传至今。和品鉴名酒、香水一样,要鉴别碧螺春与其他茶叶的异同,这需要精准的语言描述。碧螺春,不仅涤烦疗渴,也让我们理解了茶叶史上的一个辉煌,更促使我们关注茶文化的国际交流和发展。

高档碧螺春还有一个特点,就是当喝茶结束时品茶者往往舍不得将茶叶倒掉。看着那依旧碧绿光鲜的茶渣,许多人会情不自禁地把它吃个精光,这和抹茶一样环保,但比抹茶直接粉碎茶叶外形又要风雅许多,大概也是由于伊吓杀人香?

我与花茶

可能是由于祖籍潮汕，承绍饮茶风尚，长期以来，比起无酒不欢，我几乎是不可一日无茶。家里从来不会断档的饮品就是茶、酒和咖啡。

小时候常被家里差遣去买茶叶，看着店堂里许多大玻璃罐分门别类地贮存不同的茶叶，颇觉有趣。但那时自己的兴趣爱好实在过于广泛，想不起来究竟何时开始饮茶。真正开始热衷饮茶已是大学时代，一方面是对茶文化有了相当的认识，另一个原因是少许有了点零钱。当时曾在清明前特意骑车去苏州东山采购碧螺春，然后到无锡用二泉冲饮。骑车也到过湖州，可惜未能觅得顾渚紫笋的芳踪。

很早就读过陆羽的《茶经》，也熟悉不少茶道逸事，无数次领略十大名茶以及多种极具特色茶叶的“芳容”和清香。茶道谦和典雅，理解不难修习难。说是茶可清心，但真的要清心却未必事如人愿。品茶看似容易，假如不具备相当的功力，很难对茶汤做出准确的鉴别。

喝咖啡我一般选择清咖，喝洋酒大多净饮或只加冰块而不嗜爱鸡尾酒，喝茶亦然，我特别不喜欢花茶，感觉浓烈的茉莉花香掩盖了茶叶原有的清香，流于俗艳。只因不少日本朋友喜欢花茶，馈赠要投其所好，为了挑选优质花茶，也就品尝了不少。

花茶，北方常称香片，亦称为熏花茶、香花茶。它是利用茶叶善于吸附气味的特点，将香气馥郁的鲜花和新茶放在一起，等茶叶把

香气吸收后再将干花筛除(也有把少许干花留在茶叶里的)。

花茶一般采用绿茶,也有用红茶或乌龙茶做茶坯,选用茉莉花等鲜花进行窨制。根据所用鲜花的不同,花茶有茉莉花茶、玉兰花茶、桂花茶、珠兰花茶、玳玳花茶等,其中茉莉花茶最为普及,因为茉莉花能理气开郁、辟秽和中,对痢疾、腹痛、结膜炎及疮毒等具有很好的消炎解毒功效。烘青绿茶的清纯香味与茉莉花的香型十分协调,加上北方水质差,人的口味重,茉莉花茶恰巧能弥补这些不足,比起那些幽香清淡的茗茶,茉莉花茶在北方的销售量始终长盛不衰。

花茶的制作流程是把绿茶鲜叶进行萎凋、杀青、揉捻、烘焙,制成的茶坯分毛茶和精茶,然后选用优质茉莉鲜花窨制。茶和花一吐一吸,相辅相成。整个过程既有物理变化又有化学反应,在水湿和一定的温度下,茶叶中的多酚类缓慢分化,减少了茶坯的涩味,一部分本不溶于水的蛋白质分解为氨基酸,从而使花茶汤色深黄,滋味鲜醇。从这个角度讲,茉莉花茶要比同品种、同等级的绿茶滋味醇厚。这种工艺和酒类醇化有点相似。

茉莉花茶的优劣取决于茶坯及茉莉花的等级。茉莉花为木犀科茉莉属,喜热畏寒,七至八月的伏花产量高、品质优异。而特级茉莉花茶所用的绿茶必须嫩度好,常为一芽一叶、二叶或嫩芽多,芽毫显露;一级茶要求原料嫩度较好,条形细紧,芽毫稍稍显露;二级和三级茶所用原料嫩度稍差,基本无芽毫;四级、五级茶属于低档茶,原料嫩度较差,条形松、大,常带茎梗。高级花茶用花量多,需要多次窨花,比如,一级茉莉花茶就需经过“三窨一提”。

花茶选用纯天然植物为原料,不加任何添加剂,清心怡情,口味甘醇馥郁,符合现代养生需求。如今花茶的品种既有充分发挥传统特色的茉莉龙珠,又推陈出新,利用传统紧压茶等制作工艺,增加了多种艺术造型,把花茶制成元宝、葫芦、仙桃等富于吉祥含义的形



状,内含千日红等花卉,放在玻璃茶具内冲泡,紧包的茶叶就会舒展开来,里面的花朵徐徐盛开,煞是好看。晶莹的玻璃杯衬托出花的美丽,宛如现代派插花,可谓是茶中奇葩,富有现代审美意趣,尤其深得女性饮用者的喜爱,在日本十分畅销。为了把这种新型花茶和传统花茶加以区分,有日本人把前者称为“咲く花茶(会盛开的花茶)”,后者叫做“香る花茶(飘香的花茶)”,或者就索性把新型花茶称作“工艺花茶(工艺花茶)”。

我不太喜欢花茶这种过多的修饰,曾讥评为“茶香何须花作心?”但酒后饭余,细细观赏,杯中花茶的花朵轻轻荡漾,恍惚间也许会觉得“芳心只为君独开?”

花茶,除了饮用,也富于观赏性,估计在茶具的选择上会备受关注。以前的茶客多为男性,如今女性喝茶的逐渐增多,这既符合健康减肥的潮流,也有不少白领丽人自费去参加茶艺班,尽管收费不低,因为现在的社交场合,如果没有某些特长就 out 了。

茶道浓缩了许多文化元素,但我对那些花哨的茶艺不感兴趣。花茶增加了观赏性,但口味未必能提高多少。和日本茶道相比,我们喝茶不够精致,器具也不太讲究。就说这种新型花茶,假使没有日本客户的大量订单,估计我们的茶厂也不会大量生产。日本人喝茶偏重程式、仪礼,中国人更喜欢自由地喝茶。有朋友感慨:茶道和花道等都起源于中国,却开花在日本。文化无国界,但我们的文化却在不断地沙漠化。

我能理解友人的苦心,却不似他那样悲观。老子云:道可道,非常道。可道之道非道也。过多追求枝节,反而可能忘却了饮茶的本意。日本茶道宗师千利休也说过:归根结蒂,茶道不过就是在茶叶上注上开水,把茶汤喝下去而已。所有的程式都是言筌,当然,应该是导向本旨的工具。

同样是喝茶,品茗和牛饮迥异。品茶需要敏锐的感觉,也要有

