

GREAT TASTE

品位轻松谈

【进入品位生活的最佳入门书】

欧阳圣恩 著



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社



品位

Great Taste

轻松谈

【进入品位生活的最佳入门书】

欧阳圣恩 著

广西师范大学出版社

· 桂林 ·

本书经城邦文化事业股份有限公司授权，
出版中文简体字版本。非经书面同意，
不得以任何形式任意复制、转载。

著作权合同登记图字：20 - 2003 - 069 号

图书在版编目(CIP)数据

品位轻松谈/欧阳圣恩著. —桂林:广西师范大学出版社, 2003.9

ISBN 7 - 5633 - 4166 - 8

I . 品… II . 欧… III . 生活 - 知识 - 通俗读物
IV . Z228

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 067333 号

广西师范大学出版社出版发行

(桂林市育才路 15 号 邮政编码:541004)
网址:www.bbtpress.com

出版人:萧启明

全国新华书店经销

发行热线:010 - 64284815

北京世艺印刷有限公司印刷

(北京市通州区永顺镇乔庄村 邮政编码:101100)

开本:889mm × 1 194mm 1/32

印张:9 字数:100 千字

2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月第 1 次印刷

定价:35.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

<推荐序>

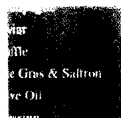
品位存在 / 王琦玉

认识欧阳兄的媒人要算是那些手卷古巴雪茄了，那也是多年前的事。今天他要我帮他来篇推荐序，实在不敢高攀，但要我写一些颂扬他的词，可能就可写成几本书了。

自己接触美酒美食的人实在很多，但真正用“心”在享受这品位的，欧阳兄算是佼佼者，而还能诉诸文字成册的，惟他独尊。每次跟欧阳兄把夜，浅酌纯麦威士忌，轻吐古巴手卷雪茄，他那深厚的天文地理知识，总能串成一段精彩的故事。像这样的美好时光，使我久久难忘；像这样的亦师亦友，人生能有几个。

回顾欧阳兄的人生社会历练，不管是著名企管杂志总编辑，或参与成立奔波两岸的海基会，他对品位生活的了解，随着他的国际社交领域的拓宽而不断丰富，绝对无可置疑。更珍贵的是他把他多年来的品位体验，付之于文字，让更多人能分享，就像“好东西就要和好朋友分享”。

在文中，他认为品位是一种艺术，而欣赏和体验美好的事物是一种天性、一种愉悦，这启发了我把泡澡也当成了一种品



位、一种艺术，因为我在其中得到了愉悦。他也提到，品位来自各个层面，食衣住行娱乐，他连我吃蚵仔面线对碗的执著都可以拿来比喻，就像他说的，品位可以无所不在，只要喜欢，空间无限。

我也很难把品位拿来去教育人或刻意去学，惟有自己去体验、感受，进而懂得去欣赏、喜爱；品位需要鉴赏力，但鉴赏的尺度因人而异，因文化亦有变化。我对品位的了解来自那近7年在欧洲流浪的日子，不管是因为工作的关系，还是所受到的教育，就像我在法国的普罗旺斯那两年，随着环境的影响，即使在屋边拔来不知名的香料草，放入烘烤的春鸡，喝的是隔壁壮阿伯酿的6块钱一桶的葡萄酒，那种感觉也是一种品位。

结合自己体验过的生活，在读欧阳兄的文章时，特别有感受，不管是香槟、雪茄，还是鱼子酱，甚至度假以及米其林美食，都勾起我的怀旧品位。像这样地拜读这本书，也是一种品位。

今晚，我饮的是 Talisker, Single Malt Whiskey 苏格兰纯麦威士忌，口里含着古巴手卷的 Bolivar Robusto 雪茄，耳边激荡人心的声音是 Art Tatum 的钢琴爵士乐，我还躺在浴缸里，沾湿的手翻着欧阳兄的稿，此际此刻品位存在。



Great Taste

推荐序

<自序>

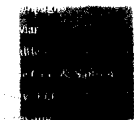
拥抱品位 / 欧阳圣恩

和有品位的人在一起，不但如沐春风，自己也觉得有了品位，就好像《007》James Bond 的电影看多了，就自以为是那位风流倜傥、打遍天下无敌手的情报员了。

这种虚拟幻境在电脑里，可以化身万千，很容易美梦成真；在真实世界里，即使学会十八般武艺，也无法到达 James Bond 的境界。可是品位，这既虚幻又存在的感觉，经由耳濡目染和培养，也就是说借由社会化的过程，要成为品位一族，有迹可循。

品位是一种境界和能量，甚至可以形成一种品位指数，来量化一个人的品位程度。闻名国际的精致生活大师 Zino Davidoff 就说：“品位是一种高品质的生活形态。”

在讲求传播效果的今天，许多广告都强调它们的产品多么有品位，但是物化的品位还是需要人来衬托使用，因此我认为品位是潺潺活水，经由她的洗涤，让生活色彩化、艺术化、精致化。品位的鉴赏虽然因人而异，大体上欣赏美好事物的标准，放诸四海而皆准。寒士之居没有大屋深院或雕栏绣户，但总有些人可以在有限的空间巧手布置，化陋室为品位空间而获



得喝彩；陶渊明看着暮归的飞鸟、盛开的秋菊、傲霜的青松、初升的弯月，能在心灵深处激起喜悦的浪花，许多人也有同感；这种品位的鉴赏哲学不受时光流转、社会变迁而改变。

从20世纪60年代中期踏入社会，我转换了十余次工作跑道，惯看各种行业与不同时代的品位之士，从他们身上，我感受到品位不分阶级身份，那种形之于内发之于外的气质与习惯，令人打心里感到愉悦舒适。

于是我试着从衣食住行休闲等各种角度，将品位做系统化的诠释叙述，同时也重温昔日当记者的奔波与钻研；除了既有的经验与心得之外，特地到新加坡住进向往已久的 Ritz-Carlton 饭店和吉隆坡最好的 Mandarin Oriental 饭店 club 楼层，实地收集资料、补拍图片；更远到有美食终极城市之称的蒙特卡洛和北美最迷人的法语城市魁北克，为这本书未尽详细的部分做了收尾的工作。

为了写作，不断品尝各种佳肴美馐，可是美食当前必须先拍照才食之有味；在纽约 Macy's 百货的超市为鱼子酱摄影，被黑人警卫视为商业间谍，差一点被驱逐出去。然而在追求品位的过程里，生活的意境无形中更加提升，而且乐在工作，既能为品位列出方程式，同时体验大亨和普通大众的品位，那种撷取片刻即成永恒的记忆将常在我心。



<前言>

生活的飨宴 品位的人生

张潮的《幽梦影》在论闲情逸趣时说：“艺花可以邀蝶，叠石可以邀云，栽松可以邀风，贮水可以邀萍，筑台可以邀月，种蕉可以邀雨，植柳可以邀蝉。”远在清朝时，所谓“品位”是着重精神层面的风雅情趣；随着时光的流逝移转，生活品质不断提升，价值观念快速变迁，品位的含义有了多种不同的解读。

品位的各种解读

在《山居岁月》(*A Year in Provence*)这本书里，因描写法国南部城市普罗旺斯而闻名的美国作家梅尔(Peter Mayle)，对品位解释为Expensive habits，就是指一种昂贵的习惯，根据他的观察与研究，品位是富豪的花钱习惯，是金字塔消费形态顶端的象征。

《纽约的秋天》(*Autumn In New York*)这部电影里，男主角理查德·基尔(Richard Gere)称品位为Great taste，



就是指一种鉴赏力。鉴赏力虽然因人而异,不过还是有大多数人公认的价值标准;在这种解读下,品位甚至还可区分为传统、古典、现代和新潮前卫的品位,也就是说不同阶层与年龄的人,对品位的鉴赏会产生落差,观感会不一样。

美国 *Taste* 杂志总编辑哈里斯(Andy Harris)认为品位是很难捉摸、难下定义的,如果一定要形容它,应该是意味着品质、简单和安逸舒适。(It denotes quality, simplicity, and ease.)

闻名国际的大卫杜夫(Zino Davidoff),强调品位是一种“高品质的生活形态(Life Style)”。

中国台湾《美丽佳人》(*Marie claire*)总编辑杨玫直言品位等于精致。

我认为品位是一种艺术,一种优越感,而且是一种习惯。

品位的光谱相当长,集合了许多元素,每一个元素都扮演着关键角色,来衬托品位完美迷人的光环,品位衬托出优质生活与精致生活,因此本书就是介绍创造这些美好生活的信息,并且以小百科的方式做较为细腻的描述。品位的层面相当广泛,放眼所及,“品位”这两个字几乎随处可见,但如何能融



入我们的生活当中?本书试着以抛砖引玉的介绍,勾勒出一个品位的轮廓和品位的生活形态,让这个普及却又有点抽象的概念具体化、生活化。

生活中的优越感

品位好像依附女萝生长的菟丝花,需要靠经济能力和消费习惯的滋润,才能孕育出来。2002年5月,我二度重游一个东方国家的首都,这个世界上较封闭的国家,老百姓只能勉强温饱,信息不能和世界接轨,人民的生活哪有品位可言?我下榻在他们顶级饭店的41楼,面临岸边处处柳树的江面,景色迷人,可是在饭店里和整个城市,想找寻一点品位却不可得。

台湾的奥美集团最近打造了羡慕上班族的人性化办公空间,京华城和微风广场是多么有品位的Shopping Mall,这些无一不是雄厚财力下的产物。抽一枝古巴雪茄,千余元转眼化为云烟,而一些名笔、西服、金表,动辄上万元至数百万元,都充分显示金钱在品位的人生里扮演了相当重要的角色。

在我的这本书里,你将会看到一些名牌、美食和昂贵消费的叙述,这些都是靠金钱堆砌起来的,如果有钱就能创造品



位，那不如写一本精品购买指南，为众人指点迷津，指导他们用名牌精品、度假住五星级饭店的club楼层、享用豪华美馐，只要甩出大把钞票就可以晋身品位。这种完全拥抱金钱财富的品位俗不可耐，也非品位的真谛。但是完全脱离金钱，却想拥有品位，那品位又像天边的晚霞，可望而不可即。

在金字塔的消费模式里，普通大众的品位还是存在的，所以在书里我推介一种观念，就是在衣食住行和休闲的日常生活之中，总要有一点让自己感到有“优越感”的东西，而优越感就是品位的重要泉源。

因此穿着、配饰如果有一些名牌，多少会有优越感，如果善用混穿哲学，没有名牌一样流露出一凡；或者佩戴一块三P的表，以Mont Blanc钢笔书写，用Alessi的精致钢壶煮咖啡，也能突显优越感和聚焦式的品位；偶尔来客时以高价的鱼子酱、鹅肝，或尝试苏门答腊奴瓦克咖啡(Sumatra Luwak Coffee, 有全球最美味咖啡之称，台北可喝到)为生活中平添一点惊喜；周末飞一趟香港，到半岛酒店来个悠闲的英式下午茶，这种Life Style就是品位。作家李昂可以搭乘经济舱远赴巴黎去享用两万多元新台币的米其林美食，晶华饭店副总经理

王琦玉,这位黄金单身贵族在家吃蚵仔面线要用进口上好瓷碗装盛,他们的执著也是一种生活品位。

简单和金钱同重

哈里斯指出,“简单”是品位的元素之一。乍看之下显得有些不合逻辑,其实正是这位总编辑多年的心得,如果需要花费很多时间或信息才能得到的品位,反而是生活中的烦恼。我喜欢香槟就是这个原因,一点基本的常识,也不需要懂太多酒牌,就能进入香槟迷人的世界;红酒我也喜欢,可是太复杂了,在餐厅里看到的净是不同国家、不同牌子的红酒。你熟悉喜爱的不一定在酒单上,不认识的法文或意大利文的酒牌,足够让你伤透脑筋。

一向鄙视速食的米其林三星美食,几乎代表法国文化,可是第一家名为“餐桌秘密”的高档法国速食餐厅,2002年2月开张,由法国23位米其林三星名厨之一的韦斯特曼(Vestman)担任主厨,准备和美国的麦当劳一较高下。但是韦斯特曼强调,他们提供的速食不会让番茄酱和美乃滋流到下巴上。言下之意,即使从卓越美食转换为速食,仍具备一贯的品位。这种



由繁入简的改变，除了争夺可观的速食市场利润外，也象征“简单”在品位中不可忽视的影响力。

在崇尚简约主义的风潮趋势下，简单就是美，简单一样可以塑造品位，穿着、生活空间的设计、妆饰、美食都可显示这种特征。

不同价值观的品位

Jaguar 汽车有一句广告名言“晋身品位，近在咫尺”，强调品位就在你身边，只要坐在他们豪华舒适的轿车里，就能进入品位的殿堂。安逸舒适是品位的过程和结果，这种舒适不仅仅是精神层面的感觉，而且是在身体感官方面确实能接触到。在舒适中带着几许优越感，穿着、生活空间、美食、休闲、度假，无一不是在追求这种境界。

而不同年龄层的人有不同的品位，因为他们的鉴赏力、价值观、经济能力不同。新新人类、Y时代以及e时代的少年男女，他们挂着鼻环舌环，穿着低腰垮裤，剪个贝克汉姆发型，热爱Rap唱法的周杰伦歌声，甚至一些偏差行为，都被认为是时尚和品位。他们不一定追求名牌和精致生活，却自有一套享



乐人生的标准，盛行于同辈团体(Peer Group)之中，代沟创造了不同时代的品位。

但是基本上，精致生活是多数人圆梦的目标之一，而品位是活水，让精致生活实至名归；*China Post* 发行人黄致祥曾说：“精致生活的方式应是不断地要求各方面生活品质的提升，但又能同时和周遭的环境和谐相处。”本书介绍的烟斗和雪茄这两种休闲品位，在反吸烟团体的强力阻挡之下，并不容易和周遭环境和谐相处，但是仍然有许多男女，不分年龄层，喜欢这种有别于香烟的赛神仙品位；因此除了有欢迎他们光临的专属餐厅之外，许多五星级饭店，在国内的像台北的六福皇宫、晶华饭店、凯悦饭店，高雄的金典酒店，香港的文华酒店，上海的四季酒店；国外的像澳洲布里斯本的喜来登饭店，都开辟专门让烟斗客、雪茄族可以尽情吞云吐雾的场所，这些地方有精致的装潢、宽大舒适的沙发、柔和的灯光、爵士乐和美酒，品位在这里反而更上层楼。

我认为品位是一种艺术，欣赏和体验美好的事物是一种天性，一种愉悦；享用美食、穿名牌服饰、佩精心设计的笔和表、住舒适的生活空间、抽古巴的手卷雪茄、欣赏终结三大男高音

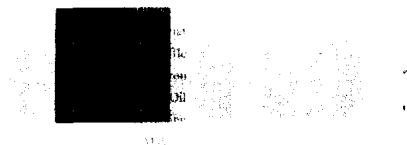


的安德烈波伽利演唱、搭乘商务舱旅游，甚至和最昂贵的品位交欢缱绻，都是一种艺术，艺术创造了优越感，成就了品位，世界原来这么美好。

也因为如此，品位自然形成许多层面，有的人注重穿着的品位，有人喜好饮食品位，有些人特别讲求休闲的品位，而金字塔顶端的消费群则可能是全方位的品位者。但要被认为是品位一族，基本上必须是一种生活习惯的反射，品位的散发是一以贯之而非间歇性或跳跃式的，品位融于生活之中，成为生活习惯的一部分。

品位就是生活形态

不论怎样下定义，品位都是一种生活的飨宴，闻名国际的精致生活大师大卫杜夫对品位的诠释，就强调是一种“高品质的生活形态”，他推出的雪茄、香烟、化妆品无一不是精品。根据传统金字塔的消费形态，通常以大众消费的底部人数最多，但是近年来感官飨宴愈来愈受到重视，金字塔中段的中产阶级，逐渐往精致消费的高层迈进，形成了沙漏型的消费形态，也就是说一个普通收入的人，开始考虑花费相当多的钱，去创



造自己喜爱的、高品质的、理想的、精致的生活形态。用昂贵的原料、精致的设计和手工制造的名牌或极品，不再只是上流社会和富豪的专利，品位已经走入了群众。

品位可以无所不在，伴随着我们一生。温柔的谈情说爱是一种品位，连离开尘世都能讲求品位，新西兰人将死者骨灰埋葬在玫瑰花下，撒葬花园，以树代碑，他们认为这是一种很有品位的往生方式。只要你喜欢，品位的空间无限。

食衣住行娱乐休闲，每个层面都可以创造品位，生活中总要有有些偶一为之的飨宴和优越感，人生才会变得更多彩多姿；美丽的人生掌握在自己的手里，只要你有一两种本书所说的喜好和习惯，你就可以尽情拥抱品位，和品位共舞。



推荐序 / 品位存在 王琦玉.....	001
自序 / 拥抱品位 欧阳圣恩.....	003
前言 / 生活的飨宴 品位的人生.....	007

品位美食

品位之一

法国米其林美食.....	003
--------------	-----

品位之二

浪漫迷人的香槟.....	018
--------------	-----

品位之三

人间珍馐鱼子酱.....	038
--------------	-----

品位之四

美食天王黑松露.....	054
--------------	-----

品位之五

鹅肝与番红花的美饕.....	070
----------------	-----

品位之六

“百变魔术师”橄榄油.....	090
-----------------	-----

品位色相

品位之七

人靠衣装风华无限.....	108
---------------	-----

