

风情日本

孙秀萍 著

青島出版社
QINGDAO PUBLISHING HOUSE

风情日本

孙秀萍
著

图书在版编目 (CIP) 数据

风情日本 / 孙秀萍著. — 青岛 : 青岛出版社,
2016.11

ISBN 978-7-5552-4825-5

I . ①风… II . ①孙… III . ①游记 - 作品集 - 中国 -
当代 IV . ① I267.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 283479 号

- | | |
|------|---|
| 书 名 | 风情日本 |
| 著 者 | 孙秀萍 |
| 出版发行 | 青岛出版社 |
| 社 址 | 青岛市海尔路 182 号 (266061) |
| 本社网址 | http://www.qdpub.com |
| 邮购电话 | 13335059110 0532-68068026 |
| 策划编辑 | 杨成舜 |
| 责任编辑 | 刘 迅 E-mail: siberia99@163.com (日本方向选题投稿信箱) |
| 封面设计 | 祝玉华 |
| 封面插图 | 裴梓彤 |
| 照 排 | 青岛佳文文化传播有限公司 |
| 印 刷 | 青岛双星华信印刷有限公司 |
| 出版日期 | 2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷 |
| 开 本 | 16 开 (889mm × 1194mm) |
| 印 张 | 15.75 |
| 字 数 | 210 千 |
| 印 数 | 1-5000 |
| 书 号 | ISBN 978-7-5552-4825-5 |
| 定 价 | 32.00 元 |

编校印装质量、盗版监督服务电话 4006532017 0532—68068638
印刷厂服务电话 0532-86828878

建议上架: 日本文化、旅游

序 Preface

近年来,中日文化交流日渐频繁。通过去日本旅游的亲眼所见,国内媒体对日本的报道,还有相关书籍的出版,人们发现了一个多姿多彩的日本。为了让国人了解真实的充满异域情趣的日本,原想把这本应该叫做《非常日本(二)》的小书,起名《实情日本》,可是编辑认为还是叫《风情日本》好,于是恭敬不如从命。

现在的日本已经是个现代化百年的文明国家,生活习俗、社会风气、独具特色的匠人精神、照顾他人感受的处世方式,都很值得借鉴。他们对小事的认真态度、商业服务一丝不苟的精神,让人不得不为之叹服。不断创新使日本诞生了很多先进的理念和独具特色的新技术、新商品、新习俗,然而,日本人并没有抛弃传统,且试图对其进行保留和传承。为了让健康而科学的日本料理走向世界,料理专家走进大学,和专家教授一起,尝试着把日本料理量化、科学化,对日本料理进行了科学的分析,证明吃日本料理,不仅有易于健康,还能够使人体营养均衡。日本料理也被认定为世界非物质文化遗产。本书第一章将会介绍日本人如何吃出新花样。在第三章中,笔者将带你周游日本,享受身临其境的快感。

由于经济长期低迷,日本人不得不寻找新的市场、发明新技术。逆向思维,作为一种新的思维方式,让日本人开辟出一片新天地,在困境中发明出新产品,确实做到了在夹缝中求生存。日本的医疗服务也很发达,细致入微。

入口即化的药片,让你在没水的情况下也可以顺利服药。为了减少医疗费支出,政府制定国民健康计划,并要求企业帮助员工进行健康管理,还有紧急救护 APP,让医疗急救在最短的时间内完成。

很多人奇怪,为什么日本人给人很有素质的感觉?其实也没有什么特别,本书将会通过深入日本的幼儿园考察,为你揭开谜底。环保新尝试,防灾新理念,老年人的幸福生活,青年人的择偶奇招……日本人缤纷多彩的生活说不完,道不尽。还是废话少说,欢迎你翻开第一页,走进真实而精彩的日本。

孙秀萍

2016 年 10 月于日本

· 第一章 · 吃出新境界

1. 海鲜冰激凌 / 003
2. 迎春要吃“惠方卷” / 004
3. 料亭“菊乃井” / 005
4. 清酒和烧酌 / 007
5. “食堂”不寻常 / 009
6. 有种职业叫“品饭师” / 012
7. 米饭很讲究 / 013
8. 年夜饭好看不好吃 / 014
9. 禅寺料理很特别 / 016
10. 道歉也有专用点心 / 018
11. 宴请奥巴马的寿司店 / 021
12. “吃土”证明食品安全 / 023
13. “莫言馒头”传佳话 / 024
14. 樱花好看也好吃 / 025
15. 到茶乡去“吃”茶 / 027

· 第二章 · 奇俗说不完

1. “灵能”不可怕 / 033
2. 妖怪成为摇钱树 / 035
3. 新泻正月“扔女婿” / 037
4. 菊花喜庆不悲哀 / 038
5. 穿衣酷爱黑白色 / 039
6. 也爱红包 / 041
7. 神秘的“巫女” / 042
8. 男装丽人街上行 / 043

9. 相亲活动花样多 /045
10. 痴迷手相很平常 /048
11. 点“大”火送“灵”上黄泉 /049
12. 迷信禁忌多 /050
13. “挂牌”过大年 /052

· 第三章 · 地方有奇景

1. 熊本：恋人胜地心形桥 /057
2. 伊势：在民间吃“神饌” /058
3. 道后：日本最古温泉 /061
4. 秋田：新年生剥鬼自来 /063
5. 奈良：明日香村都是博物馆 /066
6. 熊本：婴儿邮箱很“顽强” /068
7. 爱媛：打造自行车旅行新文化 /070
8. 荻市：明治维新遗迹多 /073
9. 岩手：重灾区在苦恼中振兴 /075
10. 秋田：人口最少的“部落” /082
11. 静冈：小丸子作者故乡乐事多 /085
12. 京都：传统文化与尖端技术融合的古城 /087
13. 宫城：有个地方叫猫岛 /094
14. 青森：稻田画故事多 /096

· 第四章 · 生活方式求出新

1. 毛巾也有鉴定师 /101
2. 客厅里面有菜园 /103
3. 个性影院很流行 /105
4. 自动售货机什么都能卖 /107
5. 化妆有奇术 /108
6. 主妇爱考营养师 /111
7. 作业服不一般 /112
8. 主妇爱上新调料 /114

9. 结婚收礼要“还礼” / 115

· 第五章 · 日本式服务很多彩

1. 黑暗服务流行中 / 119
2. 超人气孵化演员咖啡厅 / 121
3. 逆向思维有商机 / 122
4. 御用都是高级品 / 125
5. 洗屋工匠很敬业 / 127
6. 驾校教你生命最重要 / 129
7. 花样翻新话公厕 / 131
8. 探秘特别高度救助部队 / 133
9. “便利屋”名不虚传 / 135
10. “家属”也能用钱租 / 137

· 第六章 · 宇宙、巨奖及其他

1. “宇宙女孩儿”热 / 141
2. “宇宙”也能做文章 / 143
3. 新奇文具惹人爱 / 145
4. 到处可见桃太郎 / 147
5. 中巨奖也低调 / 148
6. 迎宾馆故事多 / 150
7. 红色遗迹汉阳楼 / 152
8. 国际动漫节促新风 / 153
9. 温泉名字很有趣 / 157

· 第七章 · 不讳死的日本人

1. “终活”旅行很盛行 / 163
2. 临终之前找“墓友” / 164
3. 葬仪有新风 / 166
4. 晚年相亲很积极 / 166
5. 老年公寓新趋势 / 168

6. 养老机构种类多 / 169
7. 摸索高龄社会新模式 / 172
8. 年轻人与老年人合住很时髦 / 173
9. 特殊的招工广告 / 174
10. 老年人讲座花样多 / 174
11. 老年人市场受重视 / 175
12. 创下世界纪录的 105 岁 / 177
13. 老人如何排遣烦恼 / 178

· 第八章 · 环境保护有新风

1. 怎样处理“地沟油” / 183
2. 日本人爱用环保袋 / 185
3. 垃圾收费成趋势 / 188
4. 没有垃圾可扔的小镇 / 189
5. 自带水壶成文化 / 190
6. 核废料处理是难题 / 191

· 第九章 · 健康管理学问多

1. 公司对职员很关爱 / 195
2. 健康管理 APP 很有人气 / 197
3. 药店可免费检查糖尿病 / 199
4. 全职主妇注重精神健康 / 200
5. 电视台领着国民做体操 / 203
6. 护眼市场新品多 / 204
7. AED 及救护知识很普及 / 205
8. 减盐食品种类多 / 206
9. 买烟容易吸烟难 / 208
10. 重视预防生活习惯病 / 210

· 第十章 · 医疗领域人性化

1. 日本药店很温馨 / 215

- 2. 谈病情避免使用难懂术语 / 217
- 3. 不需水服的药物 / 219
- 4. 打针不痛讲究多 / 220
- 5. 护理机器人很得力 / 220
- 6. 医院注重管理患者心情 / 222
- 7. 企业配设产业医生 / 223
- 8. 医院指南很齐全 / 224

· 第十一章 · 孩童教育有特色

- 1. 裸保育在争议中普及 / 227
- 2. 亲历公立幼儿园的一天 / 228
- 3. 电视播放道德教育节目 / 231
- 4. 政府推进癌症教育 / 232

· 第十二章 · 日常防灾最重要

- 1. 注重确认安全出口 / 237
- 2. 小学防灾训练内容多 / 238
- 3. 家里常备防灾包 / 239
- 4. 公寓住宅也防灾 / 240



吃出新境界

日本人看似刻板保守,实际上却很有创新精神。也许是因为平日生活过于压抑,日本人搞起笑来无拘无束,在饮食等日常生活方面,也总是追求新奇刺激,制作出很多新食品,吃出了新境界。

1. 海鲜冰激凌

日本的冰激凌花样繁多。传统冰激凌已经难以满足现代人的食欲,新奇口味的冰激凌成为新宠。海鲜冰激凌让人既好奇又有些费解,毕竟海鲜是用来做菜的,并非甜点呢。

在日本香川的任意一家高速服务站,都可以买到多种口味的海鲜冰激凌组合。这种海鲜冰激凌每组6种口味,统称“不可思议的海鱼冰激凌”,每种口味都有一个非常好听的名字。比如用螃蟹做的叫“唱起优美的歌儿”。这个名字看似和螃蟹无关,但是在日语发音中有“螃蟹”这两个字的谐音。包装盖上和“螃蟹”同音的两个字加大突出,并配上螃蟹图,让人一目了然,知道这是螃蟹味的冰激凌。此外还有“可爱的大虾”“章鱼海岸物语”“小干白鱼根据地”等冰激凌。这些冰激凌口感独特,吃到嘴里,先是奶油随冰激凌融化,随后鱼、虾、蟹的味道渐渐浓厚,回味绵长。当然也有人认为,那种浓厚的海鲜与奶油混合味简直是让人受罪。鲷鱼冰激凌评价还不错,名字同样采用日语谐音叫“吃了就喜欢”。主要原料为牛奶、葡萄糖、砂糖、鲷鱼骨、鱼油等。因为加入了鱼骨,所以还有补钙功效,因其味道鲜美而受到欢迎。还有一种

用乌贼的墨制作的冰激凌,虽然那浓密的黑色让人望而生畏,但是独特的口感和味道为它吸引了很多粉丝。海鲜冰激凌原本是为了宣传当地特产而制作的,因广受好评而变成了长期生产的食品,但是只有在指定的销售点才能买到。

在日本,用特殊材料制作的冰激凌还有很多。辣根是大家都知道的调料,日本人用它佐伴生鱼片,可以起到杀菌的作用。在辣根的主要产地静冈县,辣根也被用来做成冰激凌,味道很不错。辣根土豆片等食品亦是风味独特。静冈还是茶叶、鳗鱼的产地,因此也有鳗鱼冰激凌,而抹茶冰激凌则在日本各地都可以买到。鸟取县还有一种用黑米做的冰激凌。这种冰激凌把做好的米饭冷冻后,再加工成冰激凌,有饭香味,比较容易被大众接受。该县的一家酱油老铺还研制出酱油冰激凌,咸甜适度,堪称绝品。

2. 迎春要吃“惠方卷”

每年的立春前日,在日本的超市或者寿司店都能看到卖“惠方卷”的招牌,有的寿司店门前还会摆起摊床。摊床上放着很多粗大的寿司卷,旁边往往还要立一块牌子,上面写着今年的“惠方”是“西北”或者“东南”。卖寿司还讲究方向,真够新鲜。原来这粗大的寿司卷是日本人为迎接春天而吃的特殊食品,叫“惠方卷”,而“惠方”就是福神所在的方向。惠方卷只有在立春的前一天才能吃,日本人把这一天叫“节分”,有季节的分界点之意。他们以吃惠方卷的方式迎接春天的到来,也期待好运跟随而至。

惠方卷并非普通的寿司卷,之所以比平时吃的寿司粗大,是因为里面卷着七种特殊的食物。为了能够让人们吃到“福气”,日本人借中国七福神的传说,用西葫芦干、黄瓜条、蘑菇、鸡蛋、鳗鱼、干鱼松等七种食材做芯包成寿司卷,并起名“惠方卷”。顾名思义,惠方就是受益的方向。日本人把岁德神居住的方向看成是当年吉利的方向。传说在节分的这天晚上,带着微笑朝着惠方,默想着今年要实现的心愿,把一个粗大的惠方卷吃进去,就会心想事成,避灾招福,生意兴隆。因此,惠方卷再长也不能切断了吃,切断了就等于

把福气切断了,是犯大忌的行为。

关于惠方卷的起源有很多传说。有资料记载,说是在江户时代末期到明治时代初期,大阪的商人们,也有说是船上的商人们,为了祈祷生意兴隆而吃惠方卷,因此流传至今。也有人说它起源于船上的商人和游女玩的一种游戏,商人让游女站在梯子的中段吃惠方卷,以避邪求福。

还有一种说法,惠方卷源于栃木县的磐裂根裂神社。在该神社举行的“节分祭”上,神职人员会向前来参拜者发放一种寿司,这种寿司叫“梦福卷寿司”。做完神事之后,神社会向每个人发放一根粗5厘米,长20厘米的寿司卷,大家一起朝着当年的惠方,伴随着鼓声一起吃。因为寿司相当于鬼的金棒,吃了便可以驱鬼避邪,而不切断就吃,有不切断缘分之意。因此有说法称,目前日本人在节分时流行吃惠方卷是起源于这个神社“驱鬼来福”的祈祷仪式。

本来,吃惠方卷的习俗主要在关西地区流行,而关东地区的人则流行在节分的时候举行撒豆、吃豆的驱鬼仪式,迎接春天。节分这天,神社或者普通人家都有人戴着鬼面,边扔豆子边说,“福进门,鬼走开”,很是热闹,这种迎春仪式最受孩子们的喜爱。有的神社不仅扔豆子,还要扔点心,甚至请著名的相扑手上阵,亲自抛洒。这样不仅可以沿袭传统,也可增加神社的知名度,是很好的宣传活动。

自2000年开始,由于商家把吃惠方卷当成一种促销方式加以宣传,现在的日本人通常在节分这天,白天撒豆、吃豆、驱鬼避邪,晚上面对惠方、吃惠方卷祈福迎春。

3. 料亭“菊乃井”

本部在京都的菊乃井不仅是一家高级料亭,也是日本政要经常吃饭的地方。这家饭店的主人叫村田吉弘。他高超的厨艺代表着日本料理的最高境界,因此也担任日本料理学院的理事长。本店堪称日本料理的重镇。村田先生要按照日本政要的指示,为各国首脑设计日本料理菜单。他是日本料理走

向世界的最佳顾问。这样的一家知名人士开的饭店怎能不令人向往。受日本关西地区振兴财团的邀请,在一个晴朗的中午,我来到了“菊乃井”本店,一睹这位知名厨师的风采,也品尝到了高级料亭的美味。

菊乃井位于京都的东山上。在大约 980 多平方米的范围内,散落着几座日式老宅,料亭的入口处翠竹青青,一座小青蛙的石雕代表着店主希望客人再来。因为“青蛙”的日语发音和“回来”相同。

这里有一口历史悠久的水井。因为水井涌出的泉水像盛开的菊花瓣,所以被称为“菊水之井”。当年丰臣秀吉的妻子就用这口水井的水沏茶。丰臣秀吉是日本战国时代的武将,曾经一统日本,让全国贵族臣服。村田家的祖先曾经是这口水井的守护人,后来开始用这口水井的水做饭,并开起了料亭,因此料亭也起名为“菊乃井”,村田就是第三代当主。

村田所主持的日本料理学院肩负着向世界推广日本料理的重任,日本政府曾经请他为在横滨召开的非洲首脑峰会提供菜肴,而且必须是日本料理。村田先生笑着说:“这可让我难为了,非洲首脑们没有吃生鱼的习惯,可我还必须做出真正的日本料理。”他还说,“这里虽然被称为高级料亭,但是我的经营方针是让所有来客都能吃到高级菜肴。在我们这里吃午餐大约花费 4000 日元,晚餐也就 15000 日元左右,而去某些日本高级料亭就餐的费用至少是这里的 7 到 8 倍。”

菜肴一道道上来了,果然色香味俱全,炸、煮、拌,从冷盘到生鱼,冷热俱全,使用的食材也充分体现了春天的特色。菊乃井的菜式主题就是四季,主要根据不同的季节采用不同的食材,以时令特产为菜肴的原料。不得不说的是,每道菜肴的盘碗都和料理浑然一体,十分高贵优雅,美不胜收。

菊乃井室内设计为了突出料亭的特色,没有采用大厅式布局,而是采用大小不同的个室,从个室的窗户向外可以看到精心修建的日式庭园,房间内的装修和设计也独具匠心,每个房间都各有特色。比如,有一个房间房顶是尖的,村田先生说,坐在这里就像坐在一条船上,所以窗外的景色就以海为主题。礁石点在缀于山水之间,客人坐在房间里眺望,感觉自己好像是在船上。村田先生说,料亭和普通饭店的区别主要在于三点:店铺的设计风格独特,

菜肴制作肯下功夫,女将服务周到。三者缺一不可。

村田先生不仅参与了日本料理世界非物质文化遗产的申请,还在自己的日本料理学院开设了国际研修班,定期招收外国厨师到日本研修。为了让日本料理更加科学,学院还和京都大学联合起来,从科学分析的角度寻找日本料理的长处,并从学术的角度予以论证。这样的尝试不仅在日本是首次,在国际上也罕见。村田先生认为,只有对日本料理进行科学的分析和论证,才能让日本料理真正成为世界级的优质美食。

4. 清酒和烧酌

日本人爱喝清酒和烧酌。过去的日本皇室都有自己指定的酒窖和品牌。现在因为要讲公平,无论是皇室还是政府,都不能有自己专属的酒窖,而是要本着公平竞争的原则招标。即使这样,曾经的和现在的“皇室御用”品牌,仍然在民间口口相传,受到平民的青睐。

去岩手旅行的时候,巴士导游特别介绍了一种当地的酒,叫“鹭之尾”。她说这种酒是当代皇太子德仁最爱喝的。“鹭之尾”的厂家是一家建立于1829年的酿酒老店,原料取自岩手山的山泉,且因取水之处是鹭的生息之地,故将这种酒命名为“鹭之尾”。酒盒是木制的,酒瓶是黑色的,商标是龙飞凤舞的书法,苍劲有力,即使不喝也值得收藏。这种酒选取上好的大米,磨去外部,用仅剩的米芯酿造而成,属于清酒中的精品“大吟酿”。这种酒虽然属于皇室调配酒类的一种,却并不属皇室专有,商标也没有特别的标记,任何人都可以购买。

位于东京的饭仓公馆是日本政府招待外国宾客的主要会场之一。这里庭院深深,从院落到大厅都极具日本风情,而这里的宴会却常常以喝葡萄酒为主。《朝日新闻》报道,二十世纪九十年代,日本外务省几乎每年都要在地下仓库存储大约1万瓶外国葡萄酒。其中大部分是法国葡萄酒,而且产地多为著名的波尔多。所选酒窖也集中在以拉菲为首的五大高级酒窖。此外,还有10%左右的红酒产于西班牙和美国。日本也盛产葡萄酒,但是进入外务