

饮食文化 与 现代旅游

胡爱娟 著

浙江大学出版社

饮食文化与现代旅游

胡爱娟 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

饮食文化与现代旅游/胡爱娟著. —杭州: 浙江大学出版社, 2009 .9

ISBN 978-7-308-07018-8

I. 饮… II. 胡… III. 饮食—文化—旅游资源—研究—中国 IV .F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 159268 号

饮食文化与现代旅游

胡爱娟 著

策划组稿

孙秀丽(sunly428@163.com)

责任编辑

封面设计

刘依群

出版发行

浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排

版

杭州大漠照排印刷有限公司

印

刷

杭州杭新印务有限公司

开

本

710mm×960mm 1/16

印

张

10

字

数

164 千

版 印 次

2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

书

号

ISBN 978-7-308-07018-8

定

价

25.00 元

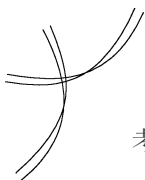
版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571) 88925591

前言

中国饮食文化研究历史从 20 世纪 80 年代以来发展很快,中国饮食文化研究的基本脉络,即由对烹饪业的重视引发了对烹饪文化的研究;由对烹饪文化的研究,向茶文化和酒文化研究发展;由对技术文化或食物的研究,扩展到对饮食风俗的研究;由注重对饮食文化历史的研究,扩展到对近现代饮食文化的重视;由中国的饮食文化拓展到西方饮食文化和中西方饮食文化的比较研究;由偏重资料整理,发展到学术性和实用性研究。在这一发展过程中,研究者的视野也由初期的侧重文字学、史学、文学,扩展到对哲学、美学、民俗学、心理学、消费学、社会学、政治学、宗教学等多学科知识和方法的综合运用。总体来看,饮食文化的实用性研究相对较少。旅游六要素“食、住、行、游、购、娱”中“食”放在第一位。我国旅游饮食业的迅猛发展、餐饮市场的日渐繁荣和对外交流日益频繁,传统中国饮食文化既能给消费者带来“文化”的享受,也能给旅游经营者带来现实的或潜在的巨大商机,同时也吸引着越来越多的外国人的目光。饮食文化是旅游文化多元组成中的重要一环,是彰显民族文化的窗口,是吸引游客兴趣与消费的重头戏,需进一步深层次发掘与创新各民族饮食文化底蕴。旅游饮食经营者要花心思设计经营饮食文化,丰富旅游产品,提升服务品位,满足旅游消费者精神文化和物质文化的需要,使消费者来消费、享受饮食文化,从而促进旅游经济发展。

本书分为七章,在分析研究饮食文化与现代旅游的关系基础上探讨了中国饮食文化中的食文化、茶文化、酒文化、宗教饮食文化、饮宴文化及饮食观念等在现代旅游开发中的运用和创新设计。此书可成为旅游工作者,旅游、烹饪、食品专业学生,饮食文化爱好者的参考书。书中的一些饮食文化资源的开发利用方式和建议、饮食文化旅游产品的设计可以供旅游管理部门和旅游经营部门参



考借鉴。

笔者从事旅游管理教学与研究多年,主讲餐饮服务与管理、酒店礼仪、饮食文化等课程。本书在写作过程中借鉴和参阅了大量文献,众多专家学者的真知灼见和研究思路、研究方法,给笔者以莫大的启迪和帮助,他们丰硕的研究成果是本书立论与写作的前提和基础。在写作出版过程中,得到我院科研处韦进教授、浙江大学出版社孙秀丽老师的支持和帮助,在此一并表示衷心的感谢。

由于笔者理论功底、学识水平方面的欠缺,虽殚精竭虑,终感力不从心,遗憾颇多。书中谬误之处诚望各位专家、读者批评指正。

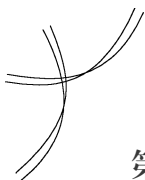
胡爱娟

2009年4月

目 录

第一章 饮食文化与现代旅游的关系	1
一、饮食文化及研究内容概要	1
二、饮食文化的特点探析	2
三、现代旅游发展趋势与理念的更新	4
四、饮食文化的旅游开发策略探讨	9
第二章 民俗食文化与现代旅游	16
一、民俗与饮食民俗概述	16
二、传统食民俗分析	18
三、少数民族食俗	39
四、民俗饮食文化旅游开发应用与创新	49
第三章 茶文化与现代旅游	64
一、我国茶文化的形成与发展	64
二、我国饮茶方式分析	68
三、茶馆的旅游休闲作用探析	71
四、弘扬茶文化,倡导茶旅游的途径	73
第四章 酒文化与现代旅游	80
一、我国酒文化的起源与发展脉络	80
二、酒道与酒礼探析	83
三、酒文化的旅游功能及旅游产品分析	88
四、酒文化旅游设计创新策略探讨	90





第五章 宗教饮食文化与现代旅游	92
一、佛教文化资源与旅游应用	92
二、道教文化资源与旅游应用	98
三、伊斯兰教文化资源与旅游应用	103
四、基督教文化资源与旅游应用	106
五、宗教旅游资源的开发和利用	108
第六章 饮宴文化与旅游	114
一、饮宴文化探究	114
二、宴会综合艺术的旅游表现	118
三、饮宴礼仪分析	125
四、饮宴礼仪与旅游服务	133
五、主题宴会的旅游运用	138
第七章 传统饮食科学观念及跨文化探析	142
一、传统的饮食科学观念	142
二、传统饮食观对当今的影响	146
三、跨文化交流——中西饮食观念差异探析	149
参考文献	154

第一章 饮食文化与现代旅游的关系

一、饮食文化及研究内容概要

中国的饮食文化源远流长,历史悠久,独具特色。自古以来,我们的先人就把饮食列入文化艺术的范畴,不仅仅满足于单纯的生理之欲,更要求色、香、味、形、器,甚至环境、礼仪、风俗等等全方位的审美、协调,同时还与诗词歌赋、琴棋书画、音乐舞蹈、戏剧曲艺紧密结合,构成了一个深具东方特色的饮食文化氛围,成为古老华夏文明中的一朵奇葩,在中华文化中占有重要的地位。

关于饮食文化的概念,众多专家有不同的说法。

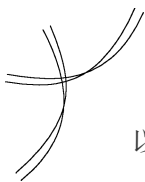
较早的文献是季鸿昆的定义,他认为:饮食文化是人类社会发展过程中,人类关于食物需求、生产和消费方面的文化现象,既包括人与自然的关系,也包括食物与人类社会的关系。因此,各个时代的饮食文化形态,应由当时当地的社会形态、生产力水平和生产关系所决定。其中的核心问题是食物生产和消费方面的科学技术。广义的饮食文化是指人类社会整体文化的一部分,包括饮食科学技术、饮食艺术和狭义的饮食文化,如饮食风俗礼仪。

林乃桑认为,饮食文化是人类不断开拓食源和制造食品的各生产领域和从饮食实践中展开的各种社会生活,以及反映这两者的多种意识形态的总称。

赵荣光认为,饮食文化是指食物原料的开发利用、食品制作和饮食消费过程中的技术、科学、艺术,以及以饮食为基础的习俗、传统、思想和哲学,即由人们饮食生产和饮食生活方式、过程、功能等结构组合而成的全部食事的总和。

也有学者认为,饮食文化作为一种综合性的文化现象,是关于一个国家或民族饮食活动的内容及表现形式的总称,主要包括饮食种类、原料生产、加工工艺,以及以饮食为基础的民俗风情、宗教礼仪、伦理教化、人际交往等。

还有学者认为,饮食文化指饮食、烹饪及食品加工技艺、饮食营养保健以及



以饮食为基础的文化艺术、思想观念与哲学体系之总和。

各学者从不同的角度对饮食文化的内涵进行了界定。由于没有统一的定义标准,所以观点繁杂,众说不一。我们认为,“饮食文化”是一个涉及自然科学、社会科学及哲学的普泛的概念,是指食物原料开发利用、食品制作和饮食消费过程中的科学、技术、艺术,以及以饮食为基础的习俗、传统、思想和哲学,即由人们食生产和食生活的方式、过程、功能等结构组合而成的全部食事的总和。

饮食文化是关于人类(或一个民族)在什么条件下吃、吃什么、怎么吃、吃了以后怎样等等的学问。因而它便由食物原料(生产、开发、选择、分类等),加工技术和制作工艺,保藏、保鲜,饮食商业和服务,加工工具和饮食器具,以及有关习俗、制度、心理、思想等组成,形成了自己的特定领域。

对上述领域的具体研究,便形成了诸如原料学、烹饪工艺学及食疗保健、饮食思想、饮食考古、饮食商业和服务(行业发展、楼馆建设布局、饮食心理、公共关系、服务设施等)、饮食风格、饮食典籍和食品化学、营养学、储藏保鲜等科技文化、思想理论研究的具体分支。以上诸项,又均可从史的角度作分别和总体的研究,从而构成饮食文化作为一门独立学科的体系。其中研究的重点为食事的形态、方式、过程、规律与社会、历史功能。本书主要从中国饮食民俗文化、中国茶文化和酒文化、中国宗教饮食文化、中国饮宴文化、饮食礼俗等方面探讨其在现代旅游中的运用。

二、饮食文化的特点探析

(一) 菜肴品种丰富

仅从菜肴上看,汉族地区就有八大菜系和十大菜系之说,十大菜系是:鲁、川、粤、闽、苏、浙、湘、徽、京、沪,均带有浓郁的传统色彩和地方韵味,每个菜系又都有自己的代表菜肴,总计不下数千种。我国少数民族食风奇异,特别是满、回、壮、傣、蒙、藏等民族都各有自己独特风味的菜肴,品种繁多,别具情调。除菜肴外,还有饺、面、馍、糕、团、粽、饼、果、粥等特色食点,品种也有上千种之多。

（二）烹制技法高超

主要烹制方法有炒、烩、烧、炖、煨、煮、蒸、煎、炸、爆、熘、焖、涮、拌、炆、酱、冻、卤、糟、醉、烹、氽、扒、勾芡、挂霜、蜜汁等。不同的技法适合不同的菜肴烹制,其刀功、火候、用油、用料、炊具等均有差异,十分考究。对于烹调效果,力求精美和完美,注重“色、香、味、形”的综合性评价。在精湛的烹调手法和技艺之下,往往能变粗糙为精致,化平淡为神奇^①。

（三）选用原料广泛

饮食原料既以五谷杂粮、果蔬肉蛋为主体,又有各种山菜野味、水产海鲜等珍稀产品为补充。厨师看重原料的品种,更讲究原料的品质、鲜活度以及不同品种的配伍。品质优劣有标准,鲜活程度有定规,内行人一看便知;配伍也有许多经验和禁忌,循此可增色增味。只要烹制得法、配伍得当,优质鲜活的普通原料照样能成为美味佳肴。

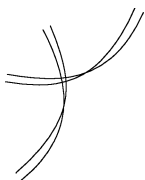
（四）文化内涵丰富

在饮食文化中,有历史、伦理和礼俗上的讲究,比如几乎每道名菜名点都有其来历和典故,比如文人骚客、才子佳人的逸事,帝王名臣的传说,可给食客增添情趣。在各种筵宴上,形式、程序各有定式,不得造次;座次、礼仪均有规范,按长幼尊卑,不可逾越;有文学、美学、艺术上的追求,菜点的命名典雅得体,有些富有文采,给人以美味加美名的享受,有些极富想象力,寓意深刻,耐人寻味。注重饮食环境,强调餐饮时的心理感受和精神状态,要求场所、餐具、气氛等协调自然。还有营养学和医学上的要求,许多菜肴、食点因对人体具有某个方面独特的保健、滋补功能,而被有意识地加以利用,“医食同源”的传统观点为医学界和餐饮界所认同,各种食疗、养颜方法大行其道,药膳、药酒、补膏、补饮在中医领域中也一直扮演着重要角色。^②

中国丰富多彩、博大精深的饮食文化,为开辟饮食文化特色旅游提供了宝贵的资源。

① 李海平:《江南市镇旅游文化研究》,浙江大学出版社2008年版,第5页。

② 王刘刘:《论我国的饮食文化与旅游业发展》,《黄山高等专科学校学报》2001年第5期。



三、现代旅游发展趋势与理念的更新

随着旅游业的发展,第一,经济、技术及研究水平的提高,世界先进旅游模式的引进,为旅游产品的开发经营提供了新的模式和市场;第二,游客的消费心理日趋成熟,需求越来越趋理性化,旅游消费方式出现明显变化;第三,新旅游者的出现。著名旅游学者 A Uliana Poon 在其《旅游技术与竞争战略》中提出了“新旅游”(new tourism)的概念。他认为与“旧旅游”(old tourism)相比,旅游者已经发生了很大的变化。新旅游者在旅游经验、价值观念、生活方式、人口结构、弹性追求、独立追求等方面出现了新的特点(见图 1-1)。^① 发展变化主要体现在以下三个方面^②:

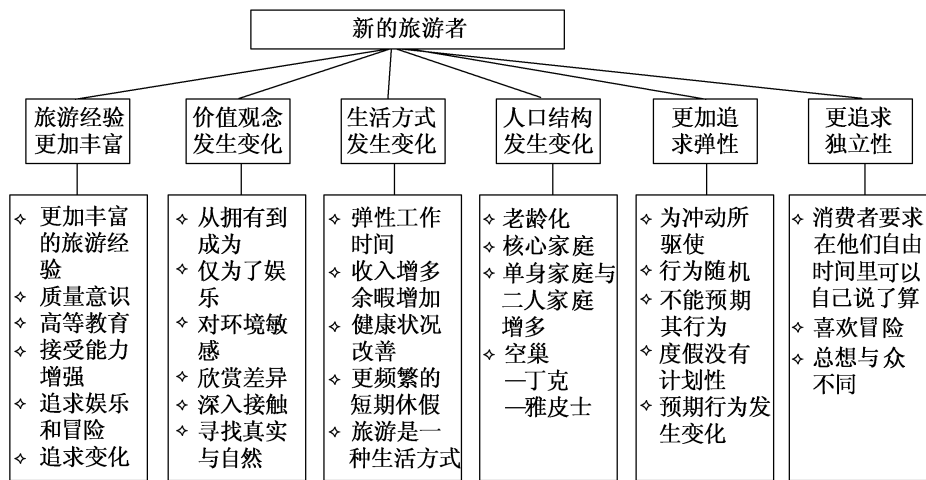


图 1-1 新旅游者

(一) 旅游消费方式的变化

1. 旅游方式选择

由观光为主到多种选择。在经历了旅游初始阶段以观光为主的旅游方式

^① 谢彦君:《基础旅游学》,中国旅游出版社 2004 年版,第 29 页。

^② 麻益兵:《民俗文化的现代旅游表达》,北京大学出版社 2008 年版,第 67—69 页。

之后,根据不同的目标诉求,人们更多地选择其他旅游方式。如:以获得感官刺激和精神震撼为目标的身心体验游,包括传统观光及部分现代体验型旅游;以释放压力、享受生活、促进健康为目标的度假疗养游;以消磨闲暇、“减负”、“释能”、休养身心为目的的身心休闲游;以增长学识、提升自我为目标的教育拓展游,包括会培、科考、采风、拓展训练等;以党政事务或经贸事务为目标的公务商务游,包括党政、经贸等相关会议,会展、购物、经贸洽谈、商品交易、市场考察等。现代旅游中,游客选择出游方式还有综合性特征,如商务结合休闲,度假结合学习考察,观光休闲结合获取艺术创作灵感的采风等,一般是以一种方式为主,结合其他一种或多种方式。

2. 游客组织形式

由传统团队到自由组合。随着旅游个性化要求的日渐提高,人们已越来越难以容忍传统团队组织形式带来的呆板单调,而交通的便捷和信息技术的进步,又为出游者解决旅游要素限制提供了必要条件。人们更多的是以个体或家庭、朋友、同事以及具有共同目标诉求的人组合的形式出游,这导致了旅游消费方式实质性的变化,体现在旅游目的地选择的广泛化、旅游活动的个性化、旅游方式的多样化、旅游目标的多功能化等方面。

3. 旅游目标要求

由满足好奇到多功能化。瑞士学者 H.Schmidhauser 在 1989 年提出旅游动机模式,认为人们借助旅游可以达到以下四类目标:一是弥补日常工作 and 生活环境所带来的种种匮乏,如社会交往、自由奢华的匮乏,接近自然、户外休闲的匮乏,运动娱乐、经验发现的匮乏;二是消除生理和心理紧张、行为压力和单调生活的乏味以及由此引发的疲倦感;三是增长见识,满足好奇心,陶冶情操,实现自我价值;四是自我回报,自我沉溺。传统旅游消费模式主要追求第三类目标,在实际过程中被动地部分实现另几类目标,因而主要对旅游吸引物的视觉冲击力要求较高。现代旅游已从一种奢侈享受逐步变为一种日常的生活方式,目标诉求的最大特征是主动追求各类目标,重视旅游产品的文化内涵。从群体来看,游客目标要求具有多重性,而具体到个人和特定团队,则又呈现出差异性和个性化特征。

4. 旅游服务要求

由简单要素到整体质量。在传统旅游消费模式中,游客服务要求主要集中



在吃、住、行、游要素的解决上。现代旅游注重整体服务质量,表现在:

(1) 旅游诸要素质量要求的全面提高,强调舒适度与回报价值。如导游及其他服务人员素质,交通工具、住宿、饮食的环境档次,旅游吸引物的文化内涵,旅游购物的价廉物美等。

(2) 旅游线路内容和时间安排的科学合理。如交通、吃住及其他各项活动的时间长短、时程安排与个人体力、爱好的匹配程度,每个时间段特别是夜生活内容的充实程度。

(3) 获得愉悦体验的内容方式的高品位。人们追求健康养生、益智文明和协调完美的愉悦体验,逐渐厌恶和摒弃低级庸俗的取乐方式。现代旅游要求在带来物质享受的同时,更多地带来高层次的精神享受。

(二) 旅游开发经营方式的变化

1. 旅游产品开发

景区点——目的地。传统旅游开发以企业自主开发景区(点)为核心,其他要素则围绕这个核心逐步形成,因而常常出现各要素不同步、不配套或过于分散、各自为战的状况。现代旅游开发以建设旅游目的地为目标,采用整体式开发策略,主要表现在:

(1) 开发内容的综合化。强调旅游要素的齐全、配套、互补和质量。在功能设施上,除传统的旅游六要素外,还注重休闲、会培、商务、医疗、信息、权益维护等建设;在旅游吸引物上,注重生态、经济与文化主题的搭配;在时程安排上,注重各时间段特别是夜生活内容的设置;在具体要素产品上,注重质量档次的互补配套。

(2) 开发方式的整体化。强调统一规划和同步开发,注重资源整合,形成板块效益。一般由政府牵头规划,突出中心城市或特大型旅游胜地的辐射效应和品牌效应,企业开发相关产品必须符合规划要求;注重各要素产品的同步开发,实现整体效益的最大化。

(3) 赢利模式的产业化。旅游赢利逐步从以景区门票收入为核心的“门票经济”阶段向以旅游购物、旅游娱乐等综合型收入为核心的“产业经济”阶段转变,并进而逐步形成以旅游为核心的链条型和关联型产业集群。

2. 旅游经营方式

由单体到联合。传统旅游企业各自为战的局面已不能适应现代旅游发展

需要,旅游消费的流动性特征、市场竞争的激烈化和国际化、旅游企业自身存在的“小、弱、散、差”都迫使旅游经营从单体走向联合。这种联合体以提高市场竞争力、谋求更大利润为目的,通过联合实现优势互补、资源共享、品牌共建,具体表现在:

(1) 旅游企业组织的规模化、链条化。联合体是相关旅游要素企业的联合,也是开发商、批发商、代理商、零售商关系的联合,具有跨行业、跨区域、链条式的特征。由此形成的利益共同体与国际通行的“垂直分类”体系相近,有效地实现了优势互补、资源共享,也有利于较大影响力品牌的创建和恶性竞争的规避。

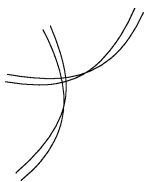
(2) 旅游产业活动的专业化、一体化。联合体内部实行分工合作制,各单体通过专业化提高能力、效率,整个联合体通过团体采购和体内业务循环,降低成本,获得批零利差和垄断利润。在品牌建设上采取整体策划,统一形象、统一措施,有利于节约成本,提高宣传效益。

(3) 旅游企业管理的信息化、网络化。联合体管理对信息化、网络化要求较高。由于联合体各成员都具有独立法人资格,其合作主要通过建立在利益基础之上的协议及信息沟通来进行,加上服务对象的流动性和服务要求的微细性、及时性,需要便捷的信息网络系统来保证。另外,为了最有效地将联合体内各成员的服务信息统一向外发布,也需要信息网络的支持。

3. 旅游运行模式

由点线型到板块型。传统旅游运行模式是以旅行社为核心,以旅游线路串连景区与旅游诸要素,形成点线型结构体系。随着市场需求的变化和不同利益主体合作规模的扩大,这种模式的缺陷越来越明显。此外,城市旅游服务功能和旅游目的地建设普遍得到了强化,为新的旅游运行模式的确立提供了必要条件,这使传统旅游运行模式的改变成为必然。

在板块型旅游运行模式中,单体型的景区及要素企业的功能扩展为依托城市辐射的旅游目的地功能;旅行社功能进化为以交通企业为主体的服务商和散客服务体系,即旅游服务中心功能。目的地为游客提供各种要素设施,旅游服务中心则为游客提供信息咨询、沟通联络及交通、导游、维权等各种必需的便利。此外,游客还可以利用城际合作协议和网络等信息服务手段,获得更多的知情权和选择权,从而更充分地实现其个性化、经济化目标诉求。同时,这种直接取决于游客选择的市场化运行模式也较好地解决了不同利益主体间的矛盾,日渐成为主要的旅游运行模式。



4. 旅游市场促销

由景区点分别促销到目的地营销。点线型运行模式中,旅游促销以各景区点相互争夺旅行社或直接客源为主要特征。板块型运行模式则采用目的地整体营销方式,其主要特征有:

(1) 品牌形象的同一性。通过提炼目的地区域内旅游吸引物中的精华元素,形成统一的和最具冲击力的品牌名称、口号、标志,通过广泛宣传形成核心品牌;同时围绕核心品牌,形成系列化的主题形象,给人以深刻而丰富的品牌印象。

(2) 营销行为的整体性。一般由政府牵头组织,统一策划,统一实施。讲求合理分配人力、物力,突出重点,点面结合;讲求营销内容、对象、形式的系列化、层次化、组合化;讲求步调统一,凝聚多方力量,形成宣传合力。

(3) 营销效益的综合性。以提高目的地整体吸引力为目标,集中力量统一营销,不仅降低了成本,提高了受众广度和影响深度,而且较好地避免了区域内的恶性竞争。现实中,它还突破简单适应游客口味的“消费导向”局限,不同程度地达到了“引导消费”的高层次营销目标。

(三) 旅游市场主客体关系的变化

1. 旅游市场地位关系

由卖方主导到买方主导。中国旅游市场早已迈入买方时代,“以游客为本”已叫响多年,其本质含义就是最大限度地满足游客的多样化目标诉求。旅游吸引物、旅游配套设施、旅游服务都要体现这种需求的个性化。在具体实践中,针对游客个体目标诉求的差异性,我们提出“让游客自己找快乐”的理念,努力给游客最多的选择机会,让游客有施展才华的机会,让游客有提升自我的机会。

2. 旅游产品生产关系

由卖方独立生产到买方参与生产。旅游市场买卖双方关系不是完全对立的,在现代旅游环境下,游客通过旅游活动过程发现美、传播美,一定程度上成为旅游产品的促销者;通过角色参与和互动交流获得个性化的感官刺激和精神震撼,同时,也为同伴带来愉悦与和谐,一定程度上成为旅游产品的生产者;通过实际体验为旅游产品建设提出建设性意见,一定程度上成为旅游产品的改进者。据此,我们提出“游客本身是旅游资源”的理念,游客是旅游产品的消费者,

同时也是旅游产品的共同生产者。游客是旅游吸引物,游客是旅游服务者,游客也是旅游服务质量的提升者。

3. 旅游产品市场关系

由一次性消费到重复性消费。价值与价格是游客市场选择的决定性因素。传统旅游为适应观光游需求,自然景观(物)成为产品价值的核心,产品内涵无法改变。为解决进入性问题和达到“震撼眼球”的效果,基础建设一般投入巨大,向游客出售的价格也相对昂贵,因而对游客个体来说,只是一次性奢侈型消费品。而现代旅游注重弥补匮乏、释放压力、自我提升、自我沉溺等目标诉求,更强调低成本进行重复性消费。据此,我们提出,文化要成为旅游产品价值的核心,旅游产品要成为一种可更新的产品,旅游要成为一种低成本的日常性消费。

四、饮食文化的旅游开发策略探讨

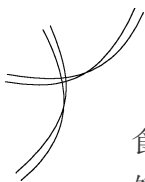
(一) 饮食文化的旅游价值分析

近年来,随着旅游产业的发展,单一的观光游览已不能满足旅游者不断变化的需要,人们渴望在欣赏自然人文景观的同时,希望对各类文化深入理解,进行交流或者沟通,文化旅游成为目前开发的一个热点。我国饮食文化源远流长,博大精深,文化旅游的发展正好给饮食文化提供了一个舞台。因此,如何抓住这一契机,挖掘饮食文化,发展特色旅游项目,弘扬中华饮食文化,开拓城乡饮食文化旅游资源,促进饮食和旅游的双重发展,无疑具有重要的研究意义。

所谓饮食文化旅游,就是指将饮食文化与旅游活动相结合,以品尝美食、了解中国饮食文化为主要内容,以游览所在地的自然景观与人文景观为辅助内容的特色旅游。它不仅仅只是简单的饮食特色旅游,而是一种高层次的饮食文化旅游。它是以各具特色的各色食物、饮食程序、方式、规则等为旅游外在吸引物,使旅游者在参与制作、品尝各色食物的同时,得到审美的旅游活动。

1. 饮食文化旅游的主要特征

(1) 文化性。中国是人类烹饪文化最为丰富的国家之一,具有鲜明的民族特色。科学而精湛的技艺,健康而丰富的美食,吸引着众多的旅游者。中华美



食是我国得天独厚的旅游资源,高超的烹饪美食及由“食”而生的种种文化、烹饪技艺,富有民族特色,是我国饮食文化旅游最具魅力的旅游吸引物之一。旅游产品的魅力在于其独特性。

(2) 艺术性。中国饮食文化将饮食作为一种高雅的艺术,讲究色、香、味、形的完美统一,并将食品作为艺术品,将绘画、雕塑、乐舞乃至诗词等艺术作品运用于饮食菜肴之中,在构图、色调、造型乃至命名等方面刻意求美、求精。同时,我国饮食还非常重视饮食器具的美。在饮食器具上绘有各种花卉、山水画、游龙戏凤,诗情画意,无所不包,给食者以视觉享受。美食配美器,相得益彰。总之,中国饮食文化,其烹饪技巧的复杂和深奥,其外在美与内在味的完美结合,使中国饮食文化成为绚丽多彩的,给人以强烈美感和文化享受的艺术佳品。

(3) 经济性。现代旅游是一种社会和文化行为,同时它也是一种经济行为。旅游是综合性产业,它能与其他产业联合发展,或带动相关产业的发展。饮食文化旅游融饮食产业和旅游业于一体。饮食文化旅游的开发要与饮食产业的发展政策和措施结合起来,与旅游的发展策略结合起来。其开发与发展策略是旅游业和饮食产业谋求发展的一项重要经济举措。

(4) 体验性。美国学者约瑟夫·派恩与詹姆斯·吉尔摩在1998年《哈佛商业评论》中提出“体验式经济时代已经来临”。“体验旅游”被学者认为是继观光旅游、休闲旅游之后的一种新的旅游方式。这是必然的。从旅游者的角度来看,人们出游的动机不外乎求知、求新、求异、求乐的精神和心理体验。相对于吃食物,旅游者更注重观看特色食物的制作过程,甚至亲自尝试制作一些特色食品。与其他旅游活动相比,体验性和享受性是饮食文化专项旅游最显著的特征。如在有的乡村旅游中体验“豆腐文化”、“酿酒文化”,人们在旅游活动过程中,不仅可以满足吃的要素,而且在此过程中了解了饮食文化知识,参与其中,体验饮食活动所带来的乐趣。

2. 我国饮食文化旅游开发的可行性

(1) 菜肴种类繁多,地方风味浓郁。首先,中国幅员辽阔,复杂、多样的自然地理条件,为人们提供了多样的动植物原料品种。我国生物资源的丰富,为饮食原料的选择、加工、配料提供了广泛的选择空间,为菜点与烹调提供了广博的原料来源。从菜肴上看,汉族地区就有鲁、川、粤、闽、苏、浙、湘、徽等八大菜系,均带有浓郁的传统色彩和地方韵味。就菜品数量而论,目前有据可考的鲁菜有2500种,粤菜有2000种,苏菜有3000种,川菜有4000种之多,如果加之繁花似

锦的各少数民族风味菜,更是多若繁星^①。此外,酒文化与茶文化是中华饮食文化中的两颗明珠。茶文化和酒文化是中国饮食文化的重要特征之一,也是一项开发潜力较高的文化资源。它们的发展是中国古代科学技术、社会风俗、文学艺术等众多学科发展的综合反映。而关于茶、酒的传说、诗词、歌舞、茶道酒俗及各种造型精美的茶器、酒器,对旅游者而言更是一道独特的风景线。

(2) 烹饪技法绝伦,富有艺术美感。中国烹饪有一套系统的工艺技法,从选料、洗涤、切配、预熟、烹制、调味、勾芡,直至装盘,是一个精细复杂的工艺流程。烹调的方法很多,主要的熟制方法有炒、烩、烧、烤、炖、煮、蒸、煎、炸、爆、溜、拌、炮、酱、冻、卤、糟、醉、烹、余、扒、挂霜、蜜汁等。不同的技法,其刀功、火候、用油、用料等均有差异,十分考究。对于烹调效果,力求精美和完美,注重“色、香、味、形”的协调统一,讲究色泽美、香味美、滋味美、造型美。中国烹饪技法对中外游客具有很大的吸引力。

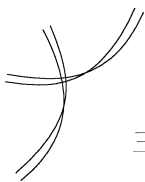
(3) 饮食蕴涵文化,文化融于饮食。中国饮食的魅力不仅源于其高超的烹饪技艺,更在于它所蕴涵的文化内容。中国的饮食文化之所以能在世界上独树一帜,经久不衰,其中最重要的一个原因便是中国将饮食与文化完美结合,形成了一套完整的、独立的基础理论体系:“医食同源的辨证观”、“奇正互变的创造性思维”、“五味调和的境界说”和“孔子食道”。其中尤以早在商周时期就已确立的“五味调和”理论影响最深。^② 中国烹饪重“和”,与儒家的中庸之道以及古典哲学、古典美学中的审美尺度有关。“和”体现在饮食上,就是肴饌的大小、多少、干稀、软硬、厚薄、浓淡、荤素、甜咸、生熟、冷热等对立因素的恰当处置,料、味、水、炉、法、器、名、色、香、质、形、时、养等质量指标的相辅相成,以取得整体上自然统一的审美效果,极富中国传统文化特色。

(二) 我国饮食文化旅游产品的开发现状

饮食文化旅游是将饮食文化与旅游活动相结合,以品尝美食、了解饮食文化为主要内容,以游览自然景观与人文景观为辅的特色旅游方式。目前,我国饮食文化旅游尚处于起步阶段,其开发经历了三个层次:风味美食游、药膳保健游、饮食文化游。在现阶段,从体验角度看,很多饮食文化旅游产品的开发存在

① 朱晓翔:《中国饮食文化旅游开发研究》,《商业经济》2008年第10期。

② 刘军:《论中国的“烹饪”文化》,《成都理工大学学报》2003年第9期。



三个重要问题：

1. 盲目跟风,产品主题不强

很多餐厅盲目地追求多、杂、全,导致口味的不地道,使旅游资源在无形中被转移和破坏。由于家家仿照,就难以把握原汁原味,使各大菜系纷纷串味,失去了原来的风味特色,失去了我国饮食文化独特的魅力,这也是对我国饮食文化的一种直接破坏。

2. 品尝旅游为主,文化体验不足

目前,饮食文化旅游资源的开发基本上以品尝佳肴为主,而深厚的几千年饮食文化传统却被忽视。旅游者所看到的往往是菜肴的色、香、味、形,用完餐后,留在印象中的只是一时的美味,对一道菜的文化并没有根本的了解。

3. 以享受为主,参与性体验不强

品尝美食能令人心身舒适,这主要是体现在生理上的享受,而参与食物的制作过程则更多地满足了人们的求知欲和好奇心,人们的满足感更多地是体现在心理上的愉悦。遗憾的是,目前国内很多饮食旅游产品端到旅游者面前的往往是已经加工完毕的食物成品。

(三) 我国饮食文化旅游的开发策略

尽管目前饮食文化在旅游产业的开发中不是很理想,但从长远来看,我国饮食文化旅游市场是一个充满生机和活力、蓬勃发展的大市场,蕴藏着巨大的消费潜力,因此要充分挖掘饮食文化这一旅游资源,开辟一些有效的转化途径,采取一些针对性强、扎实得力的措施。

1. 真正把饮食文化作为重要的旅游资源来开发

旅游资源是旅游业的发展基础^①,饮食文化旅游资源的开发与其他旅游资源开发相比,投入是较少的,而回报率却较高,且可不断利用,所以绝不应把饮食文化摆在其他资源的附属或可有可无的地位。从中央到地方,从政府机关到企事业单位,从生产开发者到消费者或旅游者,都必须树立大旅游的观念,要走大旅游、大市场、大发展的路子。一定要对它予以高度重视,立足当前,着眼长远,制定合理的发展政策和发展规划,使之在旅游业发展中占有一席之地。

^① 甘枝茂、马耀峰：《旅游资源与开发》，南开大学出版社 2007 年版。

2. 加强饮食文化的宣传促销

开发特色旅游项目除了餐饮、烹饪界本身要注重宣传外,更重要的是在旅游业的对外宣传促销中,把饮食文化作为必不可少的内容,有些景区和旅游城市,还将饮食文化作为专题隆重推出。在旅游线路的编制中,也应考虑饮食文化的介入,将饮食或穿插在一些线路中间或编制专门的饮食文化旅游线路。在各地各类旅游节庆活动中,可以把饮食文化当作一种富有特色的人文景观和促销项目,借机推入旅游市场。此外,还可以开展一些具有特色的美食旅游活动项目,如:

(1) 茶文化与书场艺术结合。饮食文化与书法艺术可以结缘,当人们饮食兴起可以即兴题壁绘画赋诗,“把酒酹滔滔,心潮逐浪高”。有些饮食文化旅游项目尚可与地方戏剧、武术表演相结合。过去文化艺人的“跑堂会”,也可以为我们今天所用,为旅游业和人们的生活增添艺术性的色彩。在茶馆、茶楼、茶亭里一边品茗,一边听评书、相声、评弹或欣赏歌舞,既享受了不同层次的饮食文化,又接受了民间艺术的感染,同时更是人们休闲放松的好机会。

(2) 与酒文化体验之旅结合^①。我国自古以来,酒文化就与旅游有着不解之缘,若能让酒文化在旅游文化中扮演重要角色,占有一席之地并发挥其特殊作用,那将对旅游开发尤其是国际旅游的开发起到有力的促进作用。可以通过举办酒文化节与对各类酿酒厂如葡萄酒、米酒、白酒、啤酒的参观了解以及参与赏酒、品酒、购酒和各种游戏比赛活动,让游客完全沉浸在酒文化的洗礼和熏陶中,从而获得一系列的感观刺激,得到精神的享受和自我的提升。

(3) 民族食铺与民族风情展示^②。中国是一个多民族国家,包括了 56 个民族。每个民族又都有着自己的特色食风和民风。在特定的旅游点或村民寨,把饮食文化糅进浓郁的地方民族风情、民俗习惯中,便构成了一道多情有趣的风景线。

其他形式的特色美食旅游活动项目还有主题性美食节与美食街建设、专门餐饮与保健美容旅游等等。

3. 培养饮食文化专业人才,提升旅游品质

人才是饮食文化旅游开发的保障。高等院校的烹饪、旅游专业以及中

① 柳敏:《论体验经济时代的葡萄酒体验旅游》,《商场现代化》2006 年第 10 期。

② 杨丽:《试析饮食文化特色旅游》,《云南地理环境研究》2001 年第 9 期。

专、职业学校应尽可能设置饮食文化专业或把饮食文化作为必修课。培养的饮食文化或烹饪专业的学生不仅要求烹调技法上训练有素,而且要注重文化内涵和内在素质,为宾馆、旅馆、酒楼、饭店等培养较高层次的专门人才。培养一批具有良好服务意识和专业服务水平的人才队伍,共同发展饮食文化旅游。

4. 建立饮食文化传承和发展的机制

中国饮食文化旺盛的生命来自两个方面:一是深厚的文化底蕴。这一点它本身已经具备。二是有吐故纳新、自我进步的特性,这一点尚须下工夫。^①为此,饮食文化业要在切实促进旅游业兴旺发达、自身实力不断增强的基础上,实现继承与创新、传统与新潮、保持民族特色与吸收外来精华的结合,建立起开放、变革、自强、充满活力的运行机制,不断繁荣和发展,成为旅游业中一种取之不尽、用之不竭的资源。

5. 明确产品主题性,营造文化体验氛围

好的饮食文化旅游产品的“创意主题”不仅能调整人的现实感受,增强体验感觉,而且能提高产品的品位和吸引力。在设计主题时,应突出当地的历史文化和特有文化,分析本土因素能否体现当地的精神和符合旅游者的需求。

6. 增强参与性,体验饮食文化的乐趣

对于饮食文化的参与性,不仅能激发旅游者的乐趣,更可以让旅游者从中感受到饮食文化的内涵,并且在自己动手的过程中得到一种精神的陶冶。这一点在韩国的饮食文化产品开发中很受重视。2005年11月,在韩国釜山举行的“韩国宫廷饮食特别展”上,推出了在电视剧《大长今》里出现的20余种宫廷料理以及多种韩国传统食品,充分展示了韩国饮食文化的魅力。在展会上,参观者不仅可以品尝美味佳肴,还有机会亲自参与制作。一名记者在做“花三瓶饼”时说:“饼好吃,制作更有趣。”脸上露出孩子般的笑容。我国饮食文化旅游产品的开发在这方面可以借鉴。

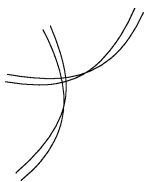
7. 增加挑战性,体验饮食文化中的刺激感

适度的挑战性饮食文化旅游能使游客忘却自我,在挑战中追求刺激,获得

^① 何宏:《饮食文化对旅游发展的影响》,《社会科学战线》2007年第2期。

极佳的旅游体验。瑞士苏黎世的“概念餐厅”是一个成功的典范。它让游客体验盲人的黑暗世界,生意异常火爆。顾客进入餐厅后戴上遮光眼罩,小心翼翼地体验盲人的感觉,除了吃饭时找不着食物、衣服弄脏等让人哭笑不得的小插曲外,有的甚至在结账时也不知道吃了什么。国内的饮食文化旅游开发在这种创意上还较少,可以深入挖掘挑战性体验,开发不同等级的项目。





第二章 民俗食文化与现代旅游

一、民俗与饮食民俗概述

(一) 民俗

民俗,又称风俗、习俗、民风、风尚、风俗习惯等。民俗是民间社会生活中传承文化事象的总称,是一个国家或地区、一个民族世世代代传袭的基层文化,通过民众口头、行为和心理表现出的事象。这些事物和现象,既蕴藏在人们的精神生活传统里,又表现于人们的物质生活传统中。

民俗的形成,有着经济、政治、地缘、宗教、民族、语言等诸多方面的因素。民俗具有历史功能、教育功能、娱乐功能,它不仅在人类社会的发展中起着承前启后的作用,而且在今天的社会主义物质文明和精神文明建设中,也具有积极作用。

(二) 饮食民俗

饮食民俗是指人们在筛选食物原料,加工、烹制和食用食物的过程中,即民族食事活动中所积久形成并传承不息的风俗习惯,也称饮食风俗、食俗。食俗一般包括年节食俗、日常食俗、人生仪礼食俗、宗教信仰食俗、少数民族食俗等内容。

研究、整理中华民族食俗对于发掘中华民族的优秀文化遗产,进行传统教育,增强民族自豪感和民族自信心,增进各民族之间、中国人民同世界人民之间的了解和友谊都有积极意义,对于进一步丰富中国各民族的饮食,使之更加科学化也有积极作用。在研究中华民族食俗的同时,应注意贯彻执行有关的民族政策和宗教政策,应注意发扬有利于人们身心健康的好习惯,倡导移风易俗,革

除那些不利于饮食卫生、束缚生产发展,甚至封建迷信的陈规陋俗。


(三) 饮食礼俗

饮食礼俗是与仪礼、礼制、礼仪相关并且在民间流传已久的饮食风习。饮食礼俗系饮食礼仪、饮食礼制、饮食仪礼、饮食礼貌、饮食礼节等概念的通称。其中,饮食礼仪是人们在饮食活动中应当遵循的社会规范与道德规范;饮食礼制是被国家礼法所肯定的饮食典章制度和重要经籍;饮食仪礼是宴会时为表示某种敬意而隆重举行的各种仪式;饮食礼貌是餐饮活动中表示敬重与友情的日常行为规范;饮食礼节是饮食礼仪和饮食礼貌的综合评价。总之,作为“礼”的一个重要组成部分,饮食礼俗是饮膳宴筵方面的社会规范与典章制度,餐饮活动中的文明教养与交际准则,赴宴人和东道主的仪表、风度、神态、气质的生动体现。

饮食礼俗食礼的涵盖面很广,可按多种方法进行分类。如按时代划分,有原始社会食礼、奴隶社会食礼、封建社会食礼、资本主义社会食礼和社会主义社会食礼;按民族划分,有汉族食礼和少数民族食礼;按阶层划分,有宫廷皇家食礼、官府缙绅食礼、军营将士食礼、学院士子食礼、市场商贾食礼、行帮工匠食礼、城镇居民食礼和乡村农夫食礼;按地域划分,有东北、京津、黄河中游、黄河下游、长江中游、长江下游、西北、西南、东南、青藏高原等饮食文化区。

自古以来,中国就是“礼仪之邦”、“食礼之国”。懂礼、习礼、守礼、重礼的历史,源远流长。据《礼记·礼运》记载:“夫礼之初,始诸饮食。”而最早出现的食礼,又与远古的祭神仪式直接相关。对此,《礼记·礼运》有一段概括性的描述,其大意是:原始社会的先民,把黍米和猪肉块放在烧石上烤炙而献食,在地上凿坑当作酒樽,用手掬捧而献饮,还用茅草扎成长槌敲击土鼓,以此来表示对鬼神的敬畏和祭祀。后来食礼由人与神鬼的沟通扩展出人与人的交际,以便调节日益复杂的社会关系,逐步形成吉礼、凶礼、军礼、宾礼、佳礼等“先秦五礼”,奠定了古代饮食礼制的基石。

食礼诞生后,为了使它更好地发挥“经国家、定社稷、序人民、利后嗣”的作用,周公首先对其神学观念加以修正,提出“明德”、“敬德”的主张,通过“制礼作乐”对皇家和诸侯的礼宴作出了若干具体的规定。接着,儒家学派的三大宗师——孔子、孟子、荀子,又继续对食礼加以规范,补充进仁、义、礼、法等内涵,将其拓展成人与人的伦理关系,“以礼定分”,消患除灾。他们的学生还对先师



的理论加以阐述、充实,最后形成《周礼》、《仪礼》、《礼记》三部经典著作,使之成为数千年封建宗法制度的核心与灵魂。由于强调“人无礼不生、事无礼不成、国无礼则不宁”,食礼与其他的礼,就成为奴隶社会和封建社会贵族等级制度的社会规范及道德规范,成为维系压迫、剥削制度的思想工具。不过,古代食礼中也有一部分积极健康的内容,这就是人与人之间的行为准则和宴会、餐饮上的礼尚往来。在长期的流传过程中,它被广大劳动人民群众所接受,演变成各种合理的饮食礼仪与礼俗,成为中华民族优秀的文化传统之一。

二、传统食民俗分析

(一) 中国食民俗追溯

中国是一个食文化大国。中国人很早形成并一贯坚持的看法是将饮食列于食、色两者的首位。“民以食为天”(《史记·酈生陆贾列传》卷九七),食是最重要不过的,如俗谚所云:“人生万事,吃饭第一。”不仅位序第一,还是最重要、最基本的生活内容:“开门七件事,柴米油盐酱醋茶。”件件都与饮食有关。庶民百姓如此,国家管理者的大政亦本于此:“八政:一日食……”(《尚书·洪范》卷一二,《礼记·王制第五》卷一一)国家大事千头万绪,搞好民食是第一项大政。几千年来,老百姓耕种、收获、吃饭,吃得饱就是“太平盛世”,吃不饱,便来一场“革命”。“吃”成了中国改朝换代最直接、最普遍、最根本的原动力与导火线。

正是因为食事在民生和国政中居有如此重要的地位,因而食事很早以来便受到历代各阶层人们的高度重视,所以我们民族远古时代的“礼”——最早的社会精神文明建设便与之结下了缘:“夫礼之初,始诸饮食。”《礼记·礼运第九》(卷二一)早在遥远的尚未发明陶器的古代,先民们便郑重地将精心洗过的米、仔细撕开的小猪肉置于火塘中烧得极热的石块上炙熟后祭献给鬼神,以表达自己的敬畏之情、祈祷之意。待到人死之时,人们则反复呼喊他的名字,让他的魂魄归来,然后用生米、熟肉来祭死者。这是汉代学者对上古历史文化的理解。那时,在人们生产和生活中,无论是吉祥还是凶丧的大事都要祭告鬼神,即他们所理解的人事与自然万事万物的主宰们,总是要拿他们有的最贵重美好的食物献祭。食物既是人们的养生之物,也是他们用以“通灵”的工具。礼,是少不了

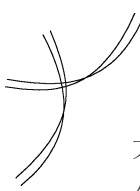
食物的,要通过食物的烹饪和献祭来演示和完成。照春秋至汉代时学者的理解,这种“礼之初”是陶器发明以前的事,距今至少有 8000 年左右的历史了。从人类的食生活文明发展历史来说,那是在陶烹时代之前的燔炙时代。如同那个希腊神话中的斯芬克斯用以难人的缪斯谜语适合于全人类一样,“夫礼之初,始诸饮食”的结论也应当是人类远古时代精神文明与食文化发展的一般规律。

很显然,人类的饮食生活,是一定历史阶段文明基准与文化风貌的综合反映。这种食文化与民族文化的关系是无所不在的生命机体的结合,也就是说,任何一个民族的文化都具有相当浓厚强烈的“食”的色彩。这种情况,越是在历史的来路上追溯得越久远便越明显。食文化这种广泛渗透生活各个领域的特性,决定了它是一个普泛的范畴。

但是,一个民族的文化也有自己的个性,各个民族的食文化间也有许多差异,包括表象的差异和思想心理差异。当我们对中华食文化的发展作了系统的历史考察,尤其是对中外文化的历史发展作了一番比较之后,我们发现,几乎没有哪个民族能像中国人的祖先那样,在自己的饮食生活中倾注了如此多的注意力,有如此深刻的理解,有如此辉煌独特的创造力。也就是说,中华民族的历史文化,有更为鲜明和典型的“饮食色彩”。民族文化的这种“饮食色彩”不仅表现在餐桌上,而且表现在中国人食生活的全部过程之中,更表现在对自己食生活、食文化的深刻思考与积极创造、孜孜探索中。

在春秋时期,作为中国文化最杰出代表的孔子就曾提出“脍不厌精”的观点。历史上,不管皇家贵族还是平民百姓,不管是在普通家居生活中还是在重大社交礼仪上,“食为上”的观念可谓是深入人心,这种整体性的文化环境对食文化的研究传扬起到了关键作用。同时,地理环境、气候物产、文化传统以及民族习俗等的多样性和差异性也为中国食文化的发展提供了特殊的物质和文化基础,使中华大地的食文化呈现出丰富多彩的特征。

传统食文化的核心是菜肴风味。“色、香、味”等的区别产生“风味”:具有一定亲缘承袭关系,菜点风味相近,知名度较高的地方菜肴流派形成“菜系”。中国菜肴素有“四大风味”、“八大菜系”之说。四大风味是鲁、川、粤、淮扬。这四大代表性风味相互之间有极大区别,比如“粤味”讲究“清而不淡,鲜而不俗,嫩而不生,油而不膩,夏秋力求清淡,冬春偏重浓郁”。而“川味”则以麻辣见长,但味型多样,常用的就有 20 余种,可谓“辣出风韵”。八大菜系一般指鲁菜、川菜、湘菜、苏菜、浙菜、皖菜、粤菜和闽菜,加上京菜和鄂菜,也称“十大菜系”。除各



大菜系之外,地方小吃和家常菜也显示出不同的风味特征。中国小吃历史悠久,品种繁多,民族特色和地方风味极为浓厚,几乎每一个县市城镇都能拿出多种具有鲜明地方特色的小吃来。

菜肴风味的区别主要源自用料和烹调方法的差异。中国菜用料十分讲究,其特点主要体现在三个方面:一是“广”,所谓“花草蛇虫,皆为珍料;飞禽走兽,可成佳肴”,这一特点在粤菜尤为突出。二是“精”,称得上“精细入微”。对原料一方面有年轮(老嫩)、季节、产地等整体选料要求,如川味的“酱香辣”,其原料必选郫县豆瓣或元红豆瓣;另一方面还有部位、方式等具体取料的讲究。史传明末清初冒辟疆请客,用羊两百只,实际上只用其唇下肉。动物肉类取用有许多秘而不宣的方式,据说有些动物要通过剧烈运动甚至是抽打,让血充分渗入肉体,肉味才能鲜美。三是“多”。一个菜系中仅调味品经常就达上百种,而且很多调味品本身就是多种味道的混合,其效果已远远突破“酸、甜、苦、辣、咸”五种主味。如川菜中辣椒与其他辣味料合用或分别使用,就出现了千香辣、酥香辣、油香辣、芳香辣、甜香辣、酱香辣等十余种不同辣味;还有表现不同层次麻辣的红油味型、麻辣味型、酸辣味型、糊辣味型、陈皮味型、椒麻味型、椒盐味型、芥末味型、蒜泥味型、姜汁味型等,使辣味调料发挥了各自的长处。

中国菜烹调方法可用“体系完整、种类齐全”来形容,常用的有溜、焖、烧、余、蒸、炸、酥、烩、扒、炖、爆、炒、砂锅、拔丝等,而且每一方法都有具体步骤和细分方法,并有若干名菜制作使用案例。尽管方法众多,运用之妙还是在厨师的手艺上。中国菜对厨师的“悟性”及其所表现出的技巧熟练度、运用灵活性要求很高,即使有了菜谱,对事关口味的火候、关键调料通常也是以“少许”、“若干”等非定量词表达,结果全看厨师经验。厨师手艺还表现在对食物原料多方面的辨识能力和粗加工能力上,专业厨艺学习常常在“刀功”一项训练上就要花费一年甚至更长的时间。

食用方式的差异也是食文化内容之一。与西方分餐而食的方式相对应,中式拼餐制是最明显的特点。从中国自身比较,传统上不同阶层、不同民族、不同地区之间的差异也相当明显,主要体现在与气候、物产、经济社会地位,以及其他生产、生活习俗相适应的场地、器皿、氛围、礼仪等方面。比如,同样以“火锅”为核心的食用方式,各地在其功能运用上也有煮、涮、温等不同特点。

食文化更为广泛的内容表现在相关衍生文化上。传统上,中国菜肴不仅讲究“色、香、味、养”,还讲究“形、名、意、用”。后四个元素特别是“名”、“意”实际

上就是对衍生文化的追寻。比如闽西山区农民宰了年猪,将一副大肠洗净、沥干,一片片切入沸滚的油锅,炸脆蘸盐吃,唤作“一片柔肠”。另将一叶猪肝连胆洗净,放去半个胆的苦汁,另一半让它渗入猪肝,然后风干,切成大片,蒸熟,再改刀切小片,供吃。这种入口苦、回味甘的猪肝,唤作“肝胆相照”。透过这些菜名、相关故事及其他饮食现象,我们可以探寻不同民族、不同地区的自然、人文历史,以及政治、经济、社会、生态等诸多方面的文化现象、文化发展规律、方向等深层次内涵。

中国食文化中也存在不少与现代理念不相契合的方面,主要是在环境保护、营养搭配、能源节约等方面。如与驼峰、熊掌、猩唇、鹿尾等传统“八珍”食材相关的动物现今都成了受保护对象,许多地方名菜如“龙虎斗”等也为动物保护组织所不容。在营养方面,尽管也强调“养”,但较多的是强调其药理作用,即“食疗”作用,与现代营养搭配理论有较大的内涵区别。由于过分注重“味、香、色”,中菜存在明显的“过分烹调”弊端,这不仅影响食用者对营养的充分吸收,而且造成能源的浪费。对于这些,应顺应历史发展方向努力进行改进。

(二) 中国节日食礼俗

传统节日起源于民间的生产、生活及人们驱邪避灾、弃恶扬善的善良愿望和美好追求,它对民间生活产生了很大影响,其民族性、地区性很强,影响到政治、经济、文化、历史等方面,是民族文化中的重要组成部分。我国自古就是个农业国,在长期的农业生产中,许多节日是由古代历法年月日和节气时令结合构成的岁时,后来由于生产、生活、信仰活动的安排,逐渐发展形成了大大小小的节日,并在长期的社会传承中,成为我国的民间传统节日。而传统的节日食俗,又是民族食俗的集中体现。在中国从岁首到岁末,普天同庆的传统节日几乎连绵不断,而且多姿多彩。这些富有社会意义、生活情趣和时令特色的节日,都有其不同的内容、食俗和庆祝方式。透过这些食俗,我们可以了解人们在饮食方面的喜好、风尚、习惯及其内涵,从民俗角度研究中国传统饮食文化,具有不可忽视的特殊意义。

礼俗与节庆的礼仪活动,是我国传统文化的一个重要组成部分。我国汉族地区现在例行的节庆日,一年中按其时间顺序有:元旦、春节、元宵节、花朝节、清明节、五一国际劳动节、端午节、夏至节、中元节、中秋节、国庆节、重阳节和冬至节。汉族的各类岁时节庆日差不多都有相应的特殊食品和习俗。如春节除



夕,北方家家户户都有包饺子的习惯,就寓含着亲人团聚、阖家安康的意义和祝愿;而江南各地则盛行打年糕、吃年糕的习俗,寓含着家庭和每个人的生活步步升“高”(糕)的良好祝愿。另外,汉族许多地区过年的家庭中往往少不了鱼,象征“年年有余”。元宵节的食、饮大都以“团圆”为要旨,有圆子、汤圆等。各地风俗不同造成一些差异,如东北在元宵节爱吃冻果、冻鱼肉;广东的元宵节喜欢“偷”摘生菜,拌以糕饼煮食,以求吉祥。端午节吃粽子的习俗,被赋予深厚的文化意义,它把深切怀念杰出诗人屈原的爱国主义精神和浓重的乡土感情结合起来,千百年来传承不衰;端午节的饮雄黄酒、佩香袋则将保健效用和信仰心理作用结合为一体,成为既驱虫又避邪的吉祥饮品。中秋节的月饼,与自然天象的圆月相对应,寓含了对人间亲人团圆和人事和谐的祝福,月饼既成为自然景象的象征物,又被赋予浓重的文化意义。重阳节也称“敬老节”或“老人节”。重阳节的食物大都是以奉献老人为主,吃花糕、螃蟹,有些地方还吃羊肉和狗肉。祝福老人,避邪躲灾,祈求健康是重阳节的主题,食俗也围绕这些方面而成一种较为独特的文化体系。其他诸如开春时食用的春饼、春卷,农历十二月初八吃腊八粥,寒食节的冷食,农历二月二日吃猪头、咬蚕豆,尝新节吃新谷,结婚喜庆中喝交杯酒,祝寿宴的寿桃、寿面、寿糕等,都是在历史发展中形成并且一代代传承下来的节日习俗中的特殊食品和具有特殊内涵的食俗。

1. 元旦

在当代,元旦指公元纪年的岁首第一天。自公历传入我国以后,元旦一词便专用于新年,传统的旧历年则称春节。而在此之前,元旦一直是指农历岁首第一天的。元是“初”、“始”的意思,旦指“日子”,元旦合称即是“初始的日子”,也就是一年的第一天。

1949年9月27日,中国人民政治协商会议第一届全体会议决议:“中华人民共和国纪年采用公元纪年法”,即是我们所说的阳历。为了区别农历和阳历两个新年,又鉴于农历二十四节气中的“立春”恰在农历新年的前后,因此便把农历正月初一改称为“春节”,阳历1月1日定为“元旦”,至此,元旦成为全国性的欢乐节日。新一年,总是给人们带来美好的祝福,中国人民以各式各样的方式迎接着新年的到来。

2. 春节

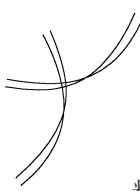
春节俗称“新年”,是我国民间最古老、最隆重、最盛大的一个传统节日。时

间在农历的正月初一,是农历的一岁之首,处于“秋收冬藏”和“春播夏耘”之间的农闲季节,所以民间过年前后的活动很多,从腊月二十三的小年——祭灶开始,到正月十五——元宵节结束,以除夕夜和正月十五的闹灶火为节日的两个高潮,主要内容有:守岁、吃年夜饭、拜年、贴对联、贴年画、放鞭炮、走亲戚、闹灶火等习俗。

相传在古时候有个叫“年”的孩子,为替乡邻驱除腊月三十晚上必来村中夺食人畜的“夕”,不畏艰险,用其聪明和智慧终于赶走了“夕”,为人们争来了一个欢天喜地的正月初一。为纪念这个叫“年”的孩子,人们就称农历正月初一为过年,而腊月三十晚被称为除夕。

除夕又称“大年三十”。这一天,家家户户要吃年夜饭,又称年夜饭、团圆饭、宿岁饭。年夜饭与平时吃饭不同,一是全家团聚,无论男女老幼,都要参加家庭宴会。为此,除夕前几天,外出的人便纷纷赶回家过年,没有回来的人,在吃年夜饭时也要给他留一个席位,摆上碗筷,象征他也回家团聚了。这是中国家庭具有凝聚力和向心力的表现。二是传统上吃年夜饭的时间多选择在夜间(黎明或晚上),取一家人团聚不被人打扰之意。三是食品丰富、种类繁多,荤素菜肴齐备,席中一定要有酒有鱼,取喜庆吉祥、年年有余(鱼)之意。人们吃年夜饭不仅要吃饱,还要喝足,即使是平日不许沾酒的小孩,此时也可品尝酒味。一些地区在除夕时,皆多煮年夜饭,称之隔年饭、隔年陈、留岁饭、年根饭、岁饭,多准备春节食品,吃年夜饭时有吃有剩,寓年年有余之意,剩饭作来年的“饭根”,意为“富贵有根”。还有些地区在除夕包饺子时,要往其中置钱、糖、枣等,并且各有寓意,如吃枣寓意早得子,有钱的饺子象征发财致富,有糖的饺子象征生活甜如蜜。

自大年初一早上开始,十天左右的拜年活动便拉开了帷幕。男女老幼,穿戴一新,互相走访祝贺新年,恭贺新禧。晚辈向长辈拜年,祝愿长辈健康;长辈们通常要给孩子发“压岁钱”。古代压岁钱用来压恶驱邪,帮助孩子们过年。古人认为小孩子魂魄不全,需要压岁,到了现代,变成一种祝福,以求孩子岁岁平安,幸福成长。它蕴涵了亲友之间团结和睦的良好愿望。在拜年时,一般要请客喝茶、留客喝年酒,并在春节期间相互请客宴饮,名曰“年节酒”、“喝年酒”。南朝梁宗懔撰《荆楚岁时记》中说,荆楚民间是日“鸡鸣而起,行于庭前爆竹,以辟山臊(魑)恶鬼。长幼悉正衣冠以次拜贺,进椒柏酒,饮桃汤,进屠苏酒、胶牙汤,下五辛盘,进数干散,服却鬼丸,各进一鸡子”。南宋时的《梦粱录》云:新年临安(今杭州)城无论贫富,“家家饮宴,笑语喧哗”。



春节期间民间有食年糕、拜年用年糕之俗。清代《天津志略》称：元旦食黍糕，曰“年年糕”。道光年间《安陆县志·风俗》也讲：“村中人必致糕相饷，名曰‘年糕’。”年糕多由糯米或黏小米制成，谐音年（黏）年（黏）高（糕），寓意“步步高”，一年更比一年好。

拜年客人进门后，主妇们先给客人敬茶一杯。旧时汉口称加有红枣、瓜仁、莲子等物的糖开水为“元宝茶”。清代叶调元《汉口竹枝词》云：“主客相逢吉语多，登堂无奈磕头何。殷勤留坐端元宝，九碟寒肴一暖锅。”注云：“正月饮酒用元宝杯，谓之‘端元宝’。”元宝杯是在酒杯上绘有元宝或钱币图形，以示吉祥发财之意。后来用“元宝茶”，一般取红枣沿腰切口，四周嵌入瓜仁，冲白糖开水。考究一点的红枣、莲子、桂圆羹也称“元宝茶”。1915年刊《汉口小志》云：“拜年客来，多留吃元宝茶，或摆果盒以待。”果盒中装有年糕、蜜枣、糖莲子、柿饼、花生等，分别寓意年年高、早生贵子、早日高中、连生贵子、事事如意、花着生。

喝“年酒”是拜年活动的重要组成部分。年酒的主要形式有普通客人走亲拜友时主人所设的酒宴，这一类最为普遍；第二类为专为“新婿”、“新客”以及其他特殊需要而专门设置的酒宴；第三类为“团拜酒”。拜年喝年酒的时间一般为正月初一至十五，多在正月初十以内，有的至正月底。年酒除酒必不可少外，主人当尽其所有制作美味佳肴。《帝京岁时纪胜》所载清代北京的情形是：“什锦火锅供饌。汤点则鹅油方补，猪肉馒首，江米糕，黄黍托；酒肴则腌鸡腊肉，糟鹌凤鱼，野鸡爪，鹿兔脯……杂以海味山珍，家肴市点。纵非亲厚，亦必奉节酒三杯。若重戚忘情，何妨烂醉！”^①

春节还有其他一些习俗，如守岁、贴春联、贴年画、倒贴“福”字，表达对来年的祝福。大都反映了劳动人民美好的祝愿，具有浓厚的生活情趣。

春节的忌讳。在我国很多地方，大年初一扫地的时候，都忌讳从屋里往门外扫，认为这样会把家里的财扫出去，一年都无财可发。要扫地需从门口往屋里扫，并把这叫做“捞财”。吃饭时忌讳摔碎盘、碗等，认为这很不吉利，如果实在不小心打碎了杯盘碗盏，要及时说“碎碎（岁岁）平安”。节日期间忌讳说不吉利的话，如忌讳与人谈论与死、病、灾有关的话题，与此有关的字眼也要回避。还忌讳这时与家人或朋友吵架。

^① 赵荣光、谢定源：《饮食文化概论》，中国轻工出版社2000年版，第131页。

3. 元宵节

元宵节又称正月十五、元夕节、上元节、灯节。该日为满月,即“望”日,象征团圆、美满。是日,要进行祭天,合家团圆,祈求丰年。

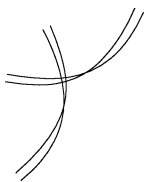
关于元宵节的起源,主要有四种传说:一是庆祝汉朝周勃、陈平平定“诸吕叛乱”。当时,周勃、陈平叛,迎立刘桓为汉文帝时正值正月十五。此后,每年汉文帝都要出宫,与民同乐,共同庆祝,并定为与民同乐日,京城家家张灯结彩,以示庆贺——“闹元宵”。二是汉朝祭祀东皇太一神。唐朝徐坚《初学记》载:“汉家祀太一,以昏时祠到明;今人正月望日夜游观灯,是其遗事。”三是汉明帝时为弘扬佛法,下令正月十五夜燃灯。即正月十五在宫廷和寺院会聚僧众,“观佛舍利点灯敬佛”,令士族庶民都挂灯,逐渐演化为民间盛大节日。四是道教的陈规。道教有“三元”节,分别将正月十五、七月十五、十月十五定为上元、中元、下元三节,到时举行隆重的祭祀活动。其实,元宵节的节俗意义与岁首密切相关。这不仅因为它在时间上与元月连接,意味着春节的最后终结,而且传承了古代太阴历的岁首部分习俗,古人重视月亮盈亏变化对自然物候和人生命节律的影响,而正月十五作为新年的第一个望日(月圆之日)更有特殊的意义。

元宵节可以说是整个新春佳节的高潮和尾声。此后,春耕全面展开,人们也将开始新一年的辛苦与忙碌。为了笑对即将来临的辛苦工作,笑对辛劳的人生,人们便在正月十五这一天创造欢乐、享受欢乐,主要有以下民间习俗:

(1) 灯会。按民间习俗,正月十三日灯节便已开始,俗称“头灯”,到十五日晚上,更要在自己家门口张灯。现在各地在正月十五都会举行盛大的灯会。灯称作“花灯”、“彩灯”。用竹、藤、麦秆、绫绢等材料制成的灯笼,是中国传统的精美艺术品。民间常从春节开始到元宵前夕,开始动手扎花灯,加上利用现代科技制成的各式灯,使灯会更加丰富多彩,千姿百态。

(2) 吃元宵。元宵是用糯米粉捏成里面带馅的圆子,所以又称“汤圆”、“圆子”、“浮圆子”,寓意团圆、吉祥、平安、喜庆。当天晚饭后常合家外出逛灯市。十六日称为“残灯”,灯节到此为止。江浙一带要到十八日,下灯后家家吃面条,俗称“上灯汤圆下灯面”。

(3) 闹灶火。元宵节民间有“闹灶火”的习俗。形式多种多样,活泼、有趣、热闹,如:耍龙灯、舞狮子、划旱船、踩高跷、扭秧歌等,给节日增添了欢乐的气氛。



4. 清明节

清明在每年农历三月间,阳历4月5日,与农历七月十五日、十月十五日合称“三冥节”,都与祭祀鬼神有关。清明节,又名鬼节、冥节、死人节、聪明节、踏青节。清明本为二十四节气之一,但是,由于它在一年季节变化中占有特殊地位,加上寒食节的并入,清明便成为一个重要节日。此时,风和日丽,春光明媚,“万物至此皆齐而清明”。旧时清明节前两日为晋文公哀念介子推而定的“寒食节”,这天要禁火冷食,以示对死者的纪念。日久天长,寒食节的原意已被湮没,逐渐与清明节融为一体,所以悼念先人成为清明节的一项重要节俗。活动的内容有扫墓、踏青、放风筝等。

(1) 扫墓。到墓地植树,除草添土,祭奠故人。学校常组织青少年集体去烈士陵园祭扫烈士墓,表达对先烈的哀悼和缅怀之情。旧时民间还流行携带鸡肉、水果、酒到墓地祭供;北方则在坟头压上三张黄表纸,表示对祖先的缅怀。目前这种风俗在乡间还有保留。

(2) 吃清明饼。江南一些地区,民间以为清明生子最佳,谓“聪明儿”,并有抱婴儿向邻里乞讨清明饼的习俗,俗称“讨清明”。“清明”谐音“聪明”,谓孩子日后容易抚养,健康聪明。祭祖用清明饼,有孝顺之意。每逢清明,浙江一些地区的孩童妇女便纷纷采集野荠、青蓬等,回家浸泡在水中,再捞起挤去其汁,然后切碎和入粉中,揉成面团,以作青饼,故称。有的做成畚斗状,谓之“畚斗饼”,意为粮食丰收,有粮可装;有的做成犁头形,寓耕作顺利;有的做成各种动物状,如‘清明羊’、‘清明狗’。”

(3) 踏青。《东京梦华录》载:“清明日,都市人出郊,四野如市,往往就芳树园囿之间,杯盘酬功,抵暮而归。”这种活动后被称做踏青。清明时节,天朗风清,绿草茵茵,人们三五成群来到郊外游玩,在春气中舒展沉寂了一冬的身心,振奋精神。

我国民间在这天还有放风筝的习俗。风筝又称纸鸢、鹞子,它的历史已超过两千年。山东潍坊市举办的国际风筝节,已成为国内外风筝爱好者旅游观光的盛大节庆活动。除此以外,还有吃青团子、抛球、拔河、荡秋千等活动。

清明是我国民间一个重要的节令。旧时汉族民间有清明戴柳、插柳的习俗,清明不戴柳已是一种禁忌。清明戴柳的习俗据说是与寒食节禁烟有关,认为这一习俗是从晋文公为祭介子推,号令百姓家家插柳禁烟的故事沿袭下来。这从另一方面说明戴柳是祭祖的一种重要形式。

5. 端午节

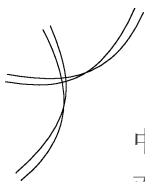
也叫端五节、端阳节、重五节,时间是每年的农历五月初五。这个节日的真正起源是古代华夏人对传说中的祖先——龙的祭礼活动。由于爱国诗人屈原死于这一天,后来端午节的纪念活动又与屈原联系在一起。流传至今的习俗有龙舟竞渡。这是一项历史悠久的水上竞技运动。越王勾践时期每年举行盛大的图腾祭祀活动。在疾鼓声中,人们划着龙形的独木舟在水上作竞渡的游戏,现今主要成为群众性的娱乐项目。另外还有一些习俗:

(1) 插菖蒲、艾蒿。采集菖蒲、艾蒿、蓼叶和楝树叶,挂在大门两边,用以驱邪消毒。农历五月为仲夏之月,瘟疫滋生,贻害民众,因而驱毒避害的风俗丰富多彩。如配挂香包,并以五色丝线缠在手、脚和脖子上,除昆虫,散浊气,驱毒保洁。

(2) 吃粽子。粽子又叫角黍。汉代曾有“食过五月粽,寒衣收入枕。不食五月粽,寒衣不敢送”的民谚。可见它既是一种夏令食品,又是标志季节转换的节物。然而人们并不满足这种客观存在,又为其起源赋予了许多动人的故事传说,而流传最广、影响最大的是纪念屈原说。南朝梁吴均《续齐谐记》载,屈原于五月初五日投汨罗江,楚人哀之,乃于此日以竹筒贮米,投水祭祀他。汉建武年间,长沙区曲忽见一士人自称三闾大夫说:“闻君当见祭甚善,常年为蛟龙所窃。今若有惠,当以楝叶塞其上,以彩丝缠之。此二物蛟龙所惮。”曲依其言。今五月五日作粽并带楝叶五丝花,遗风也。也许是粽子成为祭品,具有了特殊意义。这个特殊意义使端午节及其节日食品粽子的影响不断扩大,以至于中国的邻邦朝鲜、韩国、日本、越南、马来西亚等国也时兴过端午节并吃粽子。粽子的品种也因习俗、爱好的不同而不同,如形状有三角形、锥形、斧头形、枕头形等,馅料有火腿馅、红枣馅、豆沙馅、芝麻馅、肉馅等。这些品种众多的粽子不仅表达了人们对丰收的祈求,对先民的崇敬,也实实在在地丰富了人们的饮食生活,客观上为人们幸福生活创造了条件。

6. 中秋节

中秋节也叫秋节,时间是农历的八月十五。按照中国历法,农历八月是秋季之中,而十五又是仲秋之中,故称“中秋”、“仲秋”。中秋时节,正值桂花开放,清香四溢,加上十五月亮正圆,“一年月色最明夜”,秋高气爽,分外明丽,因此“花好月圆”是中秋节一大特色。旧时人们爱于此时折桂作瓶供,放置卧室之



中,馥郁的香气令人心旷神怡,这天家家户户尽可能合家团聚,共度良宵。然而,中秋节的形成及其与月饼之间产生的对应关系却经历了漫长的历史过程。

秋天是收获的季节,五谷飘香,瓜果满园,人们怀着喜悦的心情收获这一切。面对丰硕的成果,人们便产生了感激之情,感谢大自然的恩赐,而月亮即是大自然的杰出代表,又是中国人推算节气时令的重要依据,于是据《周礼》记载周朝就有了祭月、拜月活动。随后,很长一段历史时期,人们都于中秋时祭祀月神,庆祝丰收。直到隋唐时代,人们才在祭月、拜月之际逐渐发现中秋的月亮最大、最圆、最亮,从而开始赏月、玩月,形成了以赏月、庆丰收为主要习俗的中秋节。唐人欧阳詹《玩月诗序》言:“八月于秋,季始孟终,十五于夜,又月之中。稽于天道,则寒暑均;取于月数,则蟾魄圆……升东林,入西楼,肌骨与之疏凉,神气与之清冷。”在中秋这个良辰美景、赏心悦目之时,历来讲究“民以食为天”的中国人自然不会忘记与美酒佳肴相伴,但最初产生的是赏月宴会。据史料记载,唐高祖李渊就曾于中秋之夜设宴,与群臣赏月。在这次赏月宴上,他与群臣一起分享了吐蕃商人进献的美食——一种有馅且表面刻着嫦娥奔月、玉兔捣药图案的圆形甜饼。这种饼也许就是后世“月饼”的始祖,只是当时还没有“月饼”的称呼,并且只是偶然食用,不具备普遍意义。到宋朝时,中秋节赏月宴非常盛行,而且也有了“月饼”的称呼和品种,但是中秋节与月饼还没有密切联系。最早记载月饼的是宋朝吴自牧的《梦粱录》和周密的《武林旧事》,但都未将月饼与中秋节联系起来。《梦粱录》在卷十六“荤素从食店”中列有月饼,说明它是市场面食品的一种,在卷四“中秋”则叙述了中秋节赏月宴的盛况:“王孙公子,富家巨室,莫不登危楼,临轩玩月,或开广榭,玳筵罗列,琴瑟铿锵,酌酒高歌,以卜竞夕之欢。至如铺席之家,亦登小小月台,安排家宴,团圆子女,以酬佳节。”

月饼成为中秋节的主要节日食品大约在元明时期。相传元朝末年,人们不堪忍受残酷统治,朱元璋乘机想发动起义。为了统一行动,有人献计:将起义时间写在纸条上,藏入月饼中,人们在互赠月饼之时便可得知。于是,起义得以成功,最终推翻了元朝统治。这一传说表明,中秋吃月饼的习俗在元朝已很普及。到明朝,关于中秋吃月饼的习俗已有许多记载。明田汝成《西湖游览志余》卷二十“熙朝乐事”载:“八月十五谓之中秋,民间以月饼相赠,取团圆之义。”明刘若愚《明宫史》言:此日“家家供月饼瓜果,候月上焚香后,即大肆饮啖,多竟夜始散席者。如有剩月饼,仍整收于干燥风凉之处,至岁暮合家分食之,曰团圆饼也。”此时,月饼至少已有两重意义:一是形如圆月,用以祭拜月神,表达对大自然的

感激之情;二是饼为圆形,象征团圆,寄托人们对家庭团圆、生活幸福的祈求与渴望。正因为月饼具有丰富的文化含义,才在以后的岁月里有了极大的发展。如今,月饼品种繁多,形成了粤式、苏式、京式三大流派,影响深远。

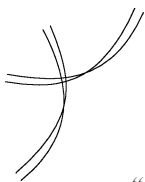
7. 重阳节

重阳节,又称“重九节”,时间在农历的九月九日,因为《易经》有“阳爻为九”的记载,九为阳数,两九相重、日月并阳,故称“重九”或“重阳”。其饮食习俗是登高野宴,饮菊花酒,吃重阳糕。近年,随着我国人口平均寿命的增长,老年人数迅速增加,正式将重阳节确立为老人节。这天,社会各界举行各类活动,表示对老人的尊敬。

重阳时节正值暮秋,天气明显转凉,寒风乍起,草木黄落,一些地方的人们将它视为寒气新到和秋冬交接的节点。而此时,农家的秋收基本结束,已经有时间休息娱乐了。重阳节的起源应当是来自上古的自然崇拜,但后来则被赋予了趋吉避邪、养生长寿的主题,并且主要体现在登高野宴的习俗上。三国时曹丕在《九日与钟繇书》中言:“岁月往来,忽复九月九日,九为阳数,而日月并应,俗嘉其名,以为宜于长久,故以宴享高会。”

在重阳节登高野宴上,三大节日食品和物品必不可少,即菊花酒、重阳糕和茱萸佩。汉朝的《西京杂记》载:“九月九日,佩茱萸,食蓬饵,饮菊花酒,令人长寿。”蓬饵是重阳糕的原型。《齐人月令》也记载:“重阳之日,必以糕酒登高眺远,为时宴之游赏,以畅秋志。酒必采茱萸甘菊以泛之,既醉而返。”关于重阳饮食习俗的来历,有两种传说:一是“孟嘉落帽”,二是“桓景避灾”,而后者影响更大。南朝梁人吴均的《续齐谐记》载,东汉年间,汝南的桓景随费长房游学。一天,费长房对他说:“九月九日,汝南将有大灾,赶快通知家人缝制布囊,装入茱萸,然后将茱萸囊系在手臂上,登山饮菊花酒,此祸可免。”桓景依言照办,果然平安无事,傍晚回家时却发现鸡犬牛羊全部暴死。从此,九月九日佩茱萸饮菊花酒,世代相传,成为风俗。唐代诗人王维《九月九日忆山东兄弟》诗:“独在异乡为异客,每逢佳节倍思亲。遥知兄弟登高处,遍插茱萸少一人。”

湖南民间多在重阳节造酒,称为“菊花酒”。如澧州民间在“重阳”之日,士大夫携酒登高,各家采蓼及菊叶为曲,酿秫和芦稷为酒,以备终年祭祀、宾客之用;酿糯米酒,熬而藏之,作为养老之需,统称“菊花酒”,也叫“万年春”。菊花酒是用菊花和黍米酿制而成,菊花有清热解毒、明目祛风、滋阴益肾等食疗作用,能够切实地促进人体的健康长寿。



而重阳糕大多用新收获的黍米制成,不仅用于尝新,更在于它的美好寓意,“糕”谐音“高”,是生长、向上、进步、高升等的象征,以此祈求生活的顺利、幸福。

吕原明的《岁时杂记》记载,宋朝人在九月九日天亮时,“以片糕搭儿女头额,更祝曰:愿儿百事俱高”。华北、东北一些地区,民间过去还把重阳称为“女儿节”,这一天母家要迎回出嫁女,食菊花糕。明沈榜《宛署杂记》:“用面为糕,大如盆,铺枣二三层,有女者迎归,共食之。”《帝京景物略》卷二:“九月九日……面饼种枣栗,其面星星然,曰‘花糕’。糕肆标纸彩旗,曰‘花糕旗’,父母家必迎女来食花糕。”陕西临潼从九月初一起,娘家要给女儿、外孙送糕,糕用米制成,谐音“高”,取步步登高之意。后因当地缺米,便用面塑宝塔,上附龙、鸡、鱼等动物形象。

8. 冬至节

冬至节,又名冬节、交冬、亚岁、贺冬节、小年。时间在公历12月22日后,农历十一月间。冬至日,北半球白天最短,夜间最长,标志着冬天到来。其节日食品较多,主要有馄饨、羊肉、粉团等。

冬至前后也是大量贮藏农作物及其他食物原料的重要时期。《月令七十二候集解》言:“十一月中,终藏之气至此而极也。”至此,一年的农事忙碌即将或已经结束,五谷满仓,牛羊满圈,该是人们初享劳动成果的时候了。因此,人们十分看重这个日子。许多研究者认为,大约在汉代,冬至就已成为一个节日。而魏晋之时,人们将其庆贺规模扩大,使之仅次于春节过年,又有“亚岁”之称。到唐宋时代,人们更加重视冬至节。《东京梦华录》载:“十一月冬至,京师最重此节。虽至贫者,年之间,积累假借,至此日更易新衣,备办饮食,享祀先祖。”民间以这天为吉日,家人团聚,祭祀祖先,过节庆贺。

冬至前,按民间习俗要吃“胡葱烧豆腐”。中医认为,入九以后是进补身体的大好时机,所以凡家中或亲朋挚友中有老人的,常在冬至前赠与补品。

冬至节是阴阳交替、阳气发生之时,食馄饨暗寓祖先开混沌而创天地之意,表达对祖先、对大自然的缅怀与感激之情。此外,羊肉也是冬至的节日食品。《明宫史》卷四载,冬至节“吃炙羊肉、羊肉包、扁食、馄饨,以为阳生之义”。羊与“阳”同音,寓意阳气发生。同时,羊与“祥”通,古代常把“吉祥”写作“吉羊”。《汉元嘉刀铭》言:“宜侯王,大吉羊。”因此,食羊又寓意吉祥,企盼生活吉祥幸福。

(三) 居家日常食俗

1. 餐制

餐制是从生理需要出发,为了恢复体力而形成的饮食习惯。据赵荣光、谢定源的研究,在上古时期,人们采用的是二餐制。^❶殷代甲骨文中有“大食”、“小食”之称,它们在卜辞中的具体意思分别是指一天中的朝、夕两餐,大致相当于现在所说的早、晚两餐。早餐后人们出发生产,妇女采集,男人狩猎,晚归后用晚餐,餐制适应了“日出而作,日落而息”的生产作息制度。

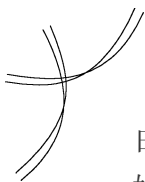
古人把太阳行至东南方的时间称为隅中,朝食就在隅中之前。晚餐叫飧,或叫晡食,一般在申时,即下午四时左右吃。古人的晚餐通常只是把朝食吃剩下的食物热一热吃掉。现在晋、冀、豫等省一些山区仍保留着一日两餐,晚餐吃剩饭而不另做的习惯。

生产的发展,影响着生活习惯的改变。至周代特别是东周时代,“列鼎而食”的贵族阶层,一般已采用了三食制。《周礼·膳夫》中有“王日一举……王齐(斋)日三举”的记载。据东汉郑玄解释,“举”是“杀牲盛饌”的意思。“王日一举”是说“一日食有三时,同食一举”,指在通常情况下,周王每天吃早饭时要杀牲以为肴饌,但中、晚餐时不另杀牲,而是继续食用朝食后剩余的牺牲。“王斋日三举”则是讲,斋戒时不可吃剩余的牺牲,必须一日内三次杀牲,使一日三餐每次都食用新鲜的肴饌,这种做法当时称为“齐(斋)必变食”(《论语·乡党》)。斋戒时每日三次杀牲,正是以一日三餐的饮食习惯为基础的。

大约到了汉代,一日三餐的习惯渐渐为民间所采用。《论语·乡潮》中说:“不时,不食。”是说不到该吃饭的时候不吃。郑玄解释为:“一日之中三时食,朝、夕、日中时。”郑玄是以汉代人们的饮食习惯来注解孔子这句话的,这说明汉代已初步形成了三餐制的饮食规律。那时第一顿饭为朝食,即早食,一般安排在天色微明以后。第二顿饭为昼食,汉人又称馈食,也就是中午之食。第三顿饭为晡食,也称飧食,即晚餐,一般是在下午三到五时之间。

虽说一日三餐的餐制自汉代之后已在民间普遍实行,但有些地方还有随着季节不同和生产需要而采用二餐制的,有些穷苦人家,也常年采用二餐制。但社会上层,特别是皇家饮食并非如此。按照当时礼制规定,皇帝的饮食多为一

❶ 赵荣光、谢定源:《饮食文化概论》,中国轻工出版社2000年版。



日四餐。班固《白虎通义·礼乐》中说,天子“平旦食,少阳之始也;昼食,太阳之始也;晡食,少阴之始也;暮食,太阴之始也”。可见,饮食餐数的实行情况主要因饮食者身份地位的不同而存在着差异。总体上看,直至今日,一日三餐仍是人们日常饮食的主流。

2. 食物结构

汉族是我国的主要民族,其传统食物结构是以植物性食物为主。主食是五谷,辅食是蔬果,外加少量的肉食。一些以畜牧业为主的少数民族则是以肉食为主食。

从新石器时代始,我国即已进入农耕社会,人们的饮食以谷物为主。但因各地自然条件存在差异,谷物种类有所不同。我国存在以黄河流域与长江流域两种不同的主食类型,前者以粟为主,后者以稻为主。稻几乎是南方水田唯一可选的主食作物,而在北方旱地则有粟、黍、麦、菽等作物可供选择。黄河流域的仰韶文化以粟为主食,除了粟适应黄河流域冬春干旱、夏季多雨的气候特点外,还与其产量高、耐贮藏、品种多、能适应多方面需求有关。粟在古代曾作为粮食的通称,其别称“稷”(狭义),与“社”一起组成“社稷”,是国家的象征。

战国以后,随着磨的推广应用,粉食逐渐盛行,麦的地位便脱颖而出。北方的小麦逐步取代了粟的地位,成为人们日常生活的主粮。而南方的稻米却历经数千年,其主粮地位一直未曾动摇。不仅如此,唐宋以后,水稻还源源不断北调。中国历史上先后出现了“苏湖熟,天下足”,“湖广熟,天下足”等谚语,苏湖、湖广均为盛产水稻之地,这反映出水稻地位的重要。

明清时期,我国的人口增加很快,人均耕地急剧下降。从海外引入的番薯、玉米、马铃薯等作物,对我国食物结构的变化产生了一定的影响,并成为丘陵山区的重要粮食来源。

我国古代很早就形成了谷食多、肉食少的食物结构,这在平民百姓身上体现得更加明显。长期以来,肉食在人们食物结构中所占的比例很小。而在所食的动物食物中,猪肉、禽及禽蛋所占比重较大。在北方,牛羊肉占有重要地位;在湖泊较多的南方及沿海地区,水产品所占比重较高。直至今日,虽然我国食物结构有所调整,营养水平有较大提高,但仍保持着传统食物结构的基本特点。据1989年《中国统计年鉴》的统计资料,1988年我国人均年消费粮食249.1千克、食用植物油5.9千克、猪肉14.9千克、牛羊肉1.6千克、家禽1.8千克、鲜蛋5.8千克、水产品5.7千克、奶类10.6千克、食糖6.3千克、水果

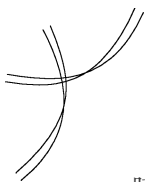
10.6 千克、蔬菜 133.5 千克。这些数据尚包括年节、喜庆宴会所消费的量在内。可见,人们日常所食的动物性食物是有限的。不过,近年来,随着改革开放,经济水平的提高,这种状况有所改变,尤其是经济条件较好的地区,肉食比重已有明显增加。

3. 饮食特点

在一个特定的社会形态中,作为社会构成的基本单位,家庭的饮食状况或“饮食文化”在相当程度上反映着社会饮食文化的基本特征。当我们以一个特定的社会作为饮食文化的研究对象时,其社会成员的居家饮食是不可忽视的内容,因为,即使是在以快节奏、高效率为特点的现代都市,绝大多数人的大部分饮食问题也还是在家中解决的。中国家庭的传统是主妇主持制作,菜品多选用普通原料,制作朴实,不重奢华,以适合家庭成员口味为前提,家常味浓。

(1) 家庭饮食的差异。人们居家饮食的实际状况是千差万别的,其间的差异有时确实有天壤之别,就像唐代诗人杜甫所说的那样——“朱门酒肉臭,路有冻死骨。”在不文明时代或社会尤其如此。造成这种状况的因素是多方面的,但社会的政治、经济和文化状态,以及具体家庭所处的地域、社会地位、经济状况、生活观念、家庭人口结构等因素具有决定性的影响。例如,在城乡差别明显的时代或社会,城市家庭与乡村家庭的饮食状况就具有明显的差异。典型的情况如:城市家庭的基本饮食供给必须从市场购得,而乡村居民的基本饮食供给大多依靠自种自食;城市居民外出就餐的机会较多,而乡村百姓则较少有外出就餐的需要。以家庭所处的地域而言,由于不同地域或地区的自然条件、经济水平和社会文化传承差异的客观存在,而使不同地域或地区的饮食文化具有各自的风貌。例如,江南人喜欢喝黄酒,北方人喜欢饮白酒;农耕民族以谷物为主,游牧民族以肉食为主,如此等等。值得注意的是,地域或地区饮食习惯上的差异,通常会在生活于此的人身上打上难以磨灭的印记,甚至相伴终身。当然,从社会的角度看,家庭饮食差异给人最直接的感受是由于经济因素而造成的,不同家庭在饮食消费层次上的差别,自古以来就有“富人一席饭,穷人一年粮”之说。

(2) 家庭饮食的类型。从中国社会的实际情况出发,我们认为大致可以将家庭饮食的类型作以下的划分,即首先在城市与乡村之间进行区分;其次,对城市和乡村家庭进行再度区分,即各自再分为奢侈型、享受型、小康型、温饱型和贫困型等。其中:



奢侈型：一味追求饮食生活的高品质，而不惜工本，不计代价，只为享受“美味”和得到饮食消费心理上的满足——尤其是排场、规格、奇特。

享受型：注重饮食的安全、营养、卫生，讲究饮食的滋味，高品质食物是其消费的主体，有明显的“家庭特色”，乃至特色食物。

小康型：饮食无忧，主副食供应比较均衡，以中等品质的食物为主，偶尔也会品尝一下高档食物。

温饱型：一日之基本饮食需求有所保障，主食能够得到保证，但副食供给欠缺。

贫困型：难以维持基本的一日饮食之需。

不同类型家庭饮食状况的差异主要表现在饮食观念、膳食结构、制作技术、进食方式等方面，而这些方面又与特定时代或社会的整体饮食文化发展状况息息相关。

(四) 待客食俗

请客吃饭与人情往来是日常生活中不可缺少的内容，由此也形成了许多与待客和人情往来相关的饮食民俗。其中，待客之礼是主要的内容。在人情往来中，讲究“礼尚往来”，相互馈送食物是中国传统的习俗，并在一些主要的传统节日中得到集中的表现，如端午的粽子、中秋节的月饼、重阳节的花糕等等。

“客来敬茶”、“客来敬烟”是中国传统的待客之礼，古今皆行。敬茶时，又有“茶七酒八”之说，以斟半杯为礼貌。在古代待客礼俗中，有“子女不上桌”之俗。请客吃饭时，多由家长作陪，如子女上桌，特别是媳妇、女儿上桌，则被视为对客人的不敬。对作客之人而言，留碗底，即餐毕碗盘之中尚有剩余食物，是对主人的大不敬。但少数地方亦有留碗底以表主人诚心待客之意者，如江西、湖北一些地区过去流行的“尝一留三”之俗。

(五) 乔迁食俗

乔迁食俗是指旧时民间新屋落成或搬进新居时，摆酒款待亲朋好友的饮食礼仪。

“乔迁”二字典出《诗经·小雅·伐木》：“伐木丁丁，鸟鸣咽嗟，出自山谷，迁于乔木。”这是用小鸟飞出深谷登上高大的乔木比喻人的居所改变，步步高升。乔迁之礼多在亲朋好友之间举行，届时亲友携带礼物登门祝贺，主人摆酒宴款

待,表示感谢。此礼传播深远,至今犹存。

1. “暖房”

又称“闹屋”或“温居”,是汉族地区古时的乔迁食礼。唐人王建的《宜词》中便有“太仪前日暖房来”的诗句。南宋吴自牧的《梦粱录》亦载:“或有新搬移来居止之人,则邻人争借动事,遗献汤茶。指引买卖之类,则见睦邻之义,又率钱物,安排酒食,以为之贺,谓之‘暖房’。”元明间陶宗仪的《南村辍耕录》和清人李绿园的《歧路灯》,也有类似的记载。至近代,广西一带称其为“入火酒”,又称“进火酒”。即先搬一盆旺火到新房中,象征日子会过得红火兴旺,然后再搬其他器物。等到收拾停当,亲朋好友前来祝贺。舅家须送“发糕”与“小鸡”,意为“家财大发”和“六畜兴旺”;主人置酒招待,应备“苹果”和“糍粑”,意为“家宅平安”和亲邻今后“亲密无间”、“彼此关照”。

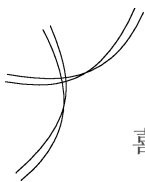
2. “升火庆”

是滇西泸沽湖畔摩梭人(纳西族的一支)新屋落成后的升火礼宴。他们认为火是房屋的“心脏”,首次升起烈焰熊熊的灶火能保证未来的日子红火。升火前,主妇要在正房内砌一方形火塘,底部放一个装满银圆、粮食、松子、鱼干、酥油、彩珠、火镰、火石的陶罐,上面再覆盖从狮子山女神洞中取来的泥土,火塘正上方安放一块象征祖宗神位的锅庄石。

升火的时间请喇嘛占卜选定,多在正午红日当空之际。吉辰一到,由两位男女长者背水架锅,用火把点燃火塘中的薪柴,随即取出火把在满屋飞舞,将沸水满屋泼洒,此为“净屋”;接着用五谷祭锅庄石。最后设宴,招待前来观礼祝贺的亲友。整个升火庆典,鞭炮、土雷、火枪、乐鼓、海螺号、歌声、笑声喧腾不息,极为火爆热烈。

3. “贺火塘”

是川东、湘西、鄂西的土家族村寨新屋落成后的民俗庆宴。因其间有搬迁三脚架,请祖先火塘神等仪式,故名。其做法是:在鸡鸣之际,路上无人时,由火把引路,迅即将火塘上的三脚架(据说此乃祖先神的头角)搬进新屋,准确安位,再搬其他物件。接着亲友乡邻鸣放鞭炮,送礼祝贺,举行点火仪式。待火焰腾空,主人忙用鼎罐饮饭做菜,众人围着火塘四言八句念诵祝词,饮酒吃肉。祝词的内容,可追溯火塘源流,颂扬神功;可讲述主人家世,赞美新居吉祥千秋;可祝贺主人从此富贵荣华,儿孙满堂。如“十杯酒,祝主东,火塘烈焰满屋红;福禄寿



喜样样有,光宗耀祖永昌隆”之类。

此外,乔迁食礼在少数民族地区还有“拥担达”(哈尼族)、“竹楼酒”(傣族)等称谓,大多与崇拜火神、祖灵有关,带有原始宗教礼俗的遗风。

(六) 人生仪礼食俗

1. 诞生礼

人生仪礼是指人的一生中,在不同的生活和年龄阶段所举行的仪式和礼俗。诞生习俗包括求子、怀孕和诞生三个环节,在每个环节都有与食物相关的内容。

在求子阶段,主要是亲朋好友向希望生子的家庭及妇女馈送一些有象征或兆吉意义的食物,如花生、红枣、桂圆、莲子、南瓜、鸡蛋、芋头、生菜等等。

在怀孕阶段,主要是孕妇的饮食讲究,其基本的“理论”与传统中医的饮食滋补观点一脉相承。至今,有些地方的老人仍会告诫孕妇不要吃兔子,否则生出的小孩可能会是“兔唇”(唇裂);不要吃荸荠,否则生出的孩子可能会残疾。苹果、桂圆、鸡蛋一类的食物则是孕妇应该多吃的食品。

随着婴儿的呱呱坠地,一系列的诞生礼仪便正式开始。这些礼仪大都含有为孩子祝福的意义。民间流行的生育仪礼最常见的有“三朝”、“满月”和“抓周”等,产妇的饮食也有讲究。

孩子出生后,女婿要到岳父母家“报喜”。因地域不同,具体做法稍异。如湖北通城家贫者用樽酒、艇肉,家庭富裕者用猪羊报知产妇母家。浙江地区报喜时,生男孩另用红纸包毛笔一支,女孩则另加手帕一条。也有分别送公鸡或母鸡的。有的地方则带伞去岳父家,伞置中堂桌上为生男,置于大门背后为育女。陕西渭南一带则带酒一壶,上拴红绳为生男,拴红绸则为生女。安徽淮北地区女婿去岳家时,要带煮熟的红鸡蛋,生男,蛋为单数;生女,蛋为双数。产妇的娘家则要送红鸡蛋、十全果、粥米等。送粥米也称送祝米、送米、送汤米。礼品中多有米,故名。有的还要送红糖、母鸡、挂面、婴儿衣被等。在山东,产儿家要煮面送邻里,谓之“喜面”。在浙江、安徽等江淮地区,则要向邻里分送红鸡蛋。在湖南蓝山,要用糯糟或油茶招待客人。

婴儿降生一个月称为“满月”。一般人家这天要“做满月”,或称“过满月”,置办“满月酒”,也称“弥月酒”。主家宴请宾客,亲友们要送贺礼,并给婴儿理发,俗称“剃头”。外婆家和亲朋好友将会携礼前来祝福,其礼品多为食物和小

儿用品。婴儿降生 100 天称“百日”，举行庆贺仪式，吃百家饭、穿百家衣、挂百家锁是重要的活动，以祝福小孩健康成长，长命百岁。

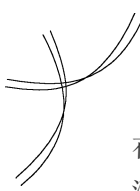
婴儿出生满一年，称周岁。有“抓周”，或称“试儿”之俗。这是一种预测周岁幼儿性情、志趣或未来前途的民间仪式。一般在桌子上放些纸、笔、书、算盘、食物、钗环和纸做的生产工具等，或以盘盒盛抓周物品，任其抓取以占卜未来。抓周时亲朋要带贺礼前往观看、祝福，主人家必备酒席招待。此俗至迟于北齐时即已形成。如北齐颜之推《颜氏家训·风操》云：“江南风俗，儿生一期（即一周岁），为制新衣，沐浴妆饰，男则用弓矢纸笔，女则刀尺针缕，并加饮食之物及珍宝服玩，置之儿前，观其发意所取，以验贫廉愚智，名之为试儿。”此外，《东京梦华录》、《聚宝盆》、《红楼梦》均有类似的记述。小孩在此日一般吃鸡蛋、面条，预兆未来健康顺利。有些地方还有包周岁粽的习惯。

2. 婚礼

婚礼，是人生仪礼中的又一大礼，历来都受到个人、家庭和社会的高度重视。古称婚礼为“六礼”，就是婚姻所必须遵行的六种仪礼。不过古今六礼，不尽一致，历代都有变更。最早的六礼是周人所制，《礼记·昏义》中讲，婚礼有纳采、问名、纳吉、纳征、请期、亲迎等六种礼节。纳采相当于近代的“说媒”，男家请媒人到女家说明来意，征求女方家长意向。若女方认为所提的男方堪称“门当户对”，则开具女子的年庚八字，交媒人持返男家。问名相当于近代的“订婚”，要互换庚帖。主要是双方交换正式年庚，除写明男女生辰八字外，更详注各方三代及主婚人姓名、荣衔、里居等。纳吉在古时为卜吉，后演变成“小聘”。小聘是指男家致送女家的订婚礼物，一般为女子所用的衣饰及少量财礼。纳征即“纳币”、“下财”、“聘礼”，是男家将订婚时所议定的财帛、礼饼、衣服、布帛、首饰等物，按原议数量在迎娶之前数日，盛饰仪仗送到女家。请期是男家决定某月某日迎娶时，将吉日预告女家。亲迎是新郎躬率鼓乐仪仗，迎娶新娘以归。近代婚礼一般从下聘礼开始，到新娘二天回门为止。

结婚三日食俗。结婚当天、第二天和第三天，这几天有婚事的家庭酒宴活动频繁。与饮食有关的活动主要有：女家的“送亲”宴会，男家的“迎亲”婚宴、交杯酒、撒帐、闹房、拜水茶、新妇下厨房、回门等。

结婚当天上午，新郎在亲友的陪同下到新娘家“取亲”。女家设宴会款待女婿、媒人及来宾，女家亲友及邻里也参加筵宴。然后择时“发亲”。到男家后，新娘与新郎并立，合拜天地、父母，夫妻互拜，然后入房“合卺”。合卺指新婚夫妇



在新房内共饮合欢酒的意思,意为新人自此已结永好,相当于现在的喝“交杯酒”。新娘进洞房后有撒帐习俗。此俗汉代已有。高承《事物原始》中讲,李夫人初至,帝(汉武帝)迎入帐中共坐,欢饮之后,预人站在桌旁,等媒人一到,一声恭喜为暗号,则强相“敬酒”,必灌至呕吐狼狈不堪而后已,旁观者都捧腹大笑,然后又迎入大堂,待以上宾之礼。

新婚第二天,新郎和新娘一起拜谒舅姑(公婆)及男家各尊长,并敬献女工巧作之物,舅姑及各尊长也向新娘回赠礼物。一些地区还特为新娘设宴,称“陪新姑娘”,来宾、尊长参加宴会。清道光年间湖南《永州府志》载:这一天要招待客人饮茶食果,谓之“拜水茶”。当地风俗尚茶食。蔬菜、水果用盐腌制后,俗谓之“咸酸”;或用糖蜜饯加工制作,谓之“蜜饯”。宴会时,酒菜未上,先设茶食。婚礼所用茶食,由女家制办,送至男家,多者可达十数担。妇女终年辛勤劳作,有的需要准备数年才能满足嫁女之需。

新婚第三天,新娘要“下厨房”一试手艺。三朝下厨的习俗由来已久,唐代诗人王建有诗云:“三日入厨下,洗手作羹汤。未谙姑食性,先遣小姑尝。”此时贺喜亲友大都离去了,但有一些近亲女眷,如家族中的姑妈,姻亲中的舅妈,以及平辈的表姐妹们,则趁“吃喜酒”的机会在一起叙叙家常,多聚几天。女客们都挤到厨房凑热闹。新娘在众目睽睽之下,穿起围裙,洗净铁锅,小心翼翼地选用事先准备好的各种作料,做成羹汤,然后请小姑品尝。因为所做羹汤不知是否合乎婆婆的口味,而小姑子熟悉婆婆的口味喜好,所以让小姑先尝。

下厨礼之后,新娘于当天“回门”。回门也称“双回门”、“归宁”,古称“拜门”。新婚夫妇一块回门,取成双成对吉祥意。这是婚事的最后一项仪式,含有女儿成家后不忘父母养育之恩、女婿感谢岳父岳母恩德及女婿女儿婚后很恩爱等意义。新郎至岳家,依次拜岳父母及女家各尊长。岳家设筵,名曰“接新女婿”。新郎入席居上座,由女家尊长陪饮。午饭后,新婚夫妇即可返回,也有新娘留住娘家几天的。新娘返夫家时,往往要带一些食品回去。

3. 寿辰礼

生日是人生值得庆贺的日子,中国人尤为注重逢十的生日。汉族习惯上将生日庆贺分为两类:60岁以下谓之“过生日”,60岁以上谓之“做寿”。30岁、40岁一般既不过生日,也不做寿。浙江民间有“男不做三,女不做四”之说。生日饮食通常有特别的安排,以向过生日的人表示庆贺和祝愿。蛋糕和面条一般是必不可少的内容。各地因风俗上的差异在生日食俗的表现形式和内容上亦有

所区别。礼品有寿桃、寿面、寿联、寿幛等,并要饮寿酒,大办宴会庆贺。“做寿”时,后辈通常要向其献“祝寿桃”。此俗与神话传说的西王母所植仙桃有关。民间祝寿之桃多以面制成桃状,可以实心,也可包馅。寿面一般长1米,每束须百根以上,盘成塔形,作为寿礼敬献寿星,必备双份。

因“酒”与“久”谐音,故祝寿必用酒。酒的品种因地而异,常为桂花酒、竹叶青、人参酒等。寿宴菜品多扣“九”、“八”,如“九九寿席”、“八仙菜”。除上述面点外,还有白果、松子、红枣汤等。菜名讲究,如“八仙过海”、“三星聚会”、“福如东海”、“白云青松”。

4. 丧葬礼

亲人亡故,出殡、服丧期间,家人往往以特定的饮食方式表示对亲人的悼念,因而形成丧葬食俗。丧葬食俗包括对亡人的食物供奉和对家人的饮食限制,具体形式和内容因民族、地区的不同而有所差异。

三、少数民族食俗

我国是一个统一的多民族的国家,共有56个民族。汉族约占全国总人口的94%,所以在习惯上就把除汉族以外的其他民族,称为少数民族。少数民族人口虽不多,但分布极其广泛,分布于约占全国总面积的50%~60%的土地上。

(一) 部分少数民族食俗

1. 蒙古族食俗

蒙古族主要聚居于内蒙古自治区,新疆、辽宁、青海、吉林、甘肃、黑龙江、云南等地亦有分布。牧区主食以牛肉、羊肉和奶及奶制品为主,农区以米面为主,喜饮奶、酒、茶。奶有马奶、羊奶、牛奶及奶茶;酒以白酒、啤酒、奶酒及马奶酒等为主;嗜饮红茶和奶茶。典型的蒙古族食品有:烤全羊、手把羊肉、奶豆腐、蒙古馅饼、蒙古包子、奶茶、蒙古炒面、炒米、泡子酒、稀奶油、奶皮子、新苏饼、烘干大米饭等。

食物制作以蒸、烤、煮、烧、炸、氽等方法为主,味型以咸鲜、糖醋、胡椒、烟香、奶香、姜汁、蒜泥、葱香、麻辣等为主。一般一日三餐,早餐多为馍馍、酥油、奶茶,中餐不定时,较为简单,晚餐有肉、汤等。通常席地而食,合餐为基本进餐



形式。进餐时习用刀或“手抓”。进餐时讲究礼节,以长者、宾客为上。

蒙古族一年中最重要的节日是年节,又称“白节”或“白月”,节日食品主要有手把肉、饺子、烙饼、辞岁酒等。待客的最高礼遇是全羊宴加马奶酒。

2. 满族食俗

满族主要聚居黑龙江、辽宁、吉林、内蒙古、河北等地。主食以米、面、高粱米、玉米和小米等为主。肉食以猪肉为主,部分地区禁食狗肉。蔬菜以酸菜、萝卜、豆角等为主。

传统的满族烹饪技术较为简单,清代以后其食物结构、饮食风俗、制作技艺等均发生了很大的变化,尤以汉族对其的影响为大,但一些基本的传统仍得以保存。传统上农忙时一日三餐,农闲时一日两餐。喜欢把小豆、粳豆与米和在一起煮饭。部分地区在夏季喜食“水饭”,即把煮熟的高粱米饭或玉米糝子饭用清水过后再泡入清水中,吃时捞出。

饽饽是满族最具代表性的食品,有许多不同品种,如:栗子面饽饽、豆面饽饽、苏叶饽饽、菠萝叶饽饽、年糕饽饽、搓条饽饽等。其他有影响的食品还有火锅、酸汤子、白肉血肠、萨其玛、清东陵糕点等。

3. 回族食俗

回族人口分布较广,较为集中者有宁夏、甘肃、新疆、青海等地。回族信奉伊斯兰教,无论何地的回族均遵守《古兰经》所约定的饮食禁忌,不食猪、马、驴、骡、狗、自死动物、动物血,不食相貌怪异的动物,动物宰杀前需经阿訇或做礼拜的人诵经,否则为不法之物而不能食用。

回族一般以米、面、玉米、青稞、马铃薯为主食,肉食有牛肉、羊肉、骆驼肉、鸡、鸭、鱼、海鲜等。回族不饮酒、不嗜烟,喜饮茶及用茶待客。西北地区回族的盖碗茶、三香茶、五香茶、八宝茶和罐罐茶较为知名。回族烹饪技术具有自己的特点,烹法上以煎、炒、烩、炸、爆、烤等见长,味型以酱香、糖醋、香辣、咸鲜等为特色,尤擅牛羊肉和油炸面食的制作。

回族的主要节日有开斋节、古尔邦节和圣纪节等。开斋时要欢庆三天,屠宰牛羊招待亲友,节日食品多达二三十种。部分地区的回族在过阿述拉节时,以所产的五谷杂粮拌以牛羊杂碎煮食,宴客时上手抓羊肉及用鸡制成的各种菜肴。

合餐为基本进餐形式。一般为一日三餐。油香和馓子是回族普遍喜爱的

食品。宁夏回族喜食面食(汤面、臊子面)和调和饭(米调和、面调和)。民间宴席颇有讲究,婚宴菜肴在8~12道之间,不用单数。宁夏南部的宴席以五罗四海、九魁十三花、十五月儿圆等而闻名,五种热炒齐上桌谓之“五罗”,四种带汤汁的菜同时上叫“四海”,九魁、十三花、十五月儿圆则是九碗、十三碗、十五碗的美称。

知名的回族食品有油香、馓子、万胜马糕点、白运童包子、金扒鸡、羊筋菜、伊斯兰烧饼、牛羊肉泡馍、翁子汤圆、绿豆皮、牛干巴、回族油茶等。

4. 藏族食俗

藏族主要聚居于西藏自治区,甘肃、四川、青海、云南等地亦有分布。信奉佛教。主食以青稞、荞麦、蚕豆等为主,副食有牛肉、羊肉、猪肉,过去蔬菜很少,现在较为常见。部分地区不食飞禽和鱼类。喜饮茶酒,其酥油茶、青稞酒闻名于世。

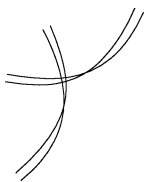
藏族的炊餐灶具自成一格,且不同地区有不同风格,酥油茶筒、奶茶壶每家必备,灶为三角形铁架,藏刀既是厨具又是餐具。烹饪方法较为简单,以烧、烤、煮等为主。

藏族一般日食三餐,忙时则三、四、五、六餐不等。合餐为基本形式。无用筷之习,基本餐具为刀和木碗。吃糌粑、肉食时习用手抓。一般不用别人的碗,亦不用自己的碗在别人缸中舀水。活佛、喇嘛餐前要诵经,一般藏民常在饭前沾酒或茶在桌上点三滴,以示供佛。宴席上饮酒时,主人将第一杯酒先饮三口,斟满后再饮尽,然后大家自由饮用。饮茶时,客人需待主人把茶捧到面前才可接过。吃饭时讲究不满口、不出声、不越盘。

藏族的重要节日是藏历年,其时家家必备用酥油炸制的各式各样的果子,用彩色酥油制成的羊头和长方形的五谷斗。藏历七月一日为“雪顿节”,雪顿节原意是“酸奶宴”,节间每家均要制作大量的酸奶以供饮用,并有到野外饮茶喝酒的习惯。此外还有“望果节”、“沐浴节”、“降冬节”等。

传统藏族宴席实行分餐制,食物无主副之分,道数亦无定数。一般首道食物为玛米饭,最后一道为酸奶,其他常用的食物有肉脯、猪膘、奶酪、血肠等。席间不饮酒,首、末两道食物非食不可,前为吉祥之象征,后为圆满之意,其他食物可食可不食。

典型的藏族食物有糌粑、炸果子、“推”水油饼、猪膘、酥油、风肉、酥油茶、酸奶、奶酪、奶疙瘩、奶渣、玛米饭、青稞酒、血肠等。



5. 维吾尔族食俗

维吾尔族占新疆总人口的 $\frac{3}{5}$, 大部分聚居在天山以南, 伊犁和北疆各地也有散居。维吾尔族信奉伊斯兰教, 家庭、婚姻、饮食等诸方面均受到宗教的影响, 因此具有信奉伊斯兰教民族所共有的饮食禁忌, 禁食猪肉、马肉、驴肉、骡肉、狗肉、动物血及自死的牲畜。维吾尔族人讲究卫生, 尤其注意饮水清洁。吃饭时, 不能随便拨弄盘中食物, 也不能随便到灶台前面。盛饭或与人交谈时禁忌吐痰, 吃剩的残骨要放在自己面前的桌布上, 不可乱扔。

维吾尔族饮食很有特色, 一种用白面或玉米面制作的在特别的火坑中烤制而成的形似面饼的面食被称为“馕”, 是维吾尔族家常主食之一。在维族村镇上, 家家户户都修有馕坑。

维吾尔族人吃馕是有讲究的, 都是用手掰开后再食用, 不允许拿着整个馕咬食。烤羊肉串是维吾尔族的传统食品, 烤出的肉味鲜、香辣, 很有特色。抓饭、拉条子也是维吾尔族喜爱的食品。副食品有牛、羊、鸡肉和各种蔬菜, 但不吃素, 做菜必须加肉。

维吾尔族同其他信仰伊斯兰教的民族一样, 特别重视三大宗教节日, 尤其视“古尔邦节”为大年, 庆祝活动极为隆重, 要沐浴礼拜、宰牛杀羊馈赠亲友、接待客人。节日宴会上, 主要有手抓饭、馓子、手抓肉、各式糕点、瓜果等。维吾尔族人喜食水果, 这与新疆盛产葡萄、哈密瓜、杏、苹果等果品有关, 可以说瓜果是维吾尔族人民的生活必需品。

6. 朝鲜族食俗

朝鲜族主要分布在吉林省延边朝鲜族自治州、黑龙江省牡丹江地区、辽宁省丹东地区等。朝鲜族比较讲究卫生、讲究礼貌, 特别是其敬老美德受到各民族人民的称赞。

朝鲜族聚居区盛产大米, 主食以米饭为主, 其次是冷面和米糕。米糕的品种多, 有打糕、切糕、发糕等。朝鲜族口味以咸辣为主, 咸菜品种丰富, 式样美观, 非常可口。辣椒是每个家庭必备的调味品, 朝鲜族嗜辣不比四川、湖南人逊色。

朝鲜族的饮食特点之一是每餐必喝汤, 最讲究的是汤浓味重的浓白汤。常用于吊汤的原料有牛肉、鸡肉、狗肉、兔肉等。泡菜也是朝鲜族重要的食品之一。

朝鲜族的烹调方法以煎、煮、炒、氽、烤等为主,菜肴多清淡、软烂、爽脆。朝鲜族对猪肉的消费量相对较少。朝鲜族不喜欢吃羊肉、河鱼,也不喜欢吃馒头。朝鲜族喜欢吃狗肉、牛肉、鸡、蛋品、海味、大酱和泡菜等。常以狗肉招待客人,狗肉的法极有特色,将煮好的狗肉撕成丝,配以葱丝、姜末、蒜末、香菜、精盐、熟芝麻,食之不腥,香辣爽口。

7. 傣族食俗

傣族主要聚居在云南省西双版纳和德宏地区,在临沧、大理和丽江等地也有分布。傣族聚居地盛产水稻,傣族人以大米为主食。傣族人最喜欢吃糯米,而且用糯米加工成各种各样的食品,如把糯米装入香竹中烤制成竹筒饭,用芦叶把糯米、花生包成粽子,用米浆蒸成卷粉,用油炸成糯米油果、糯米卷等。

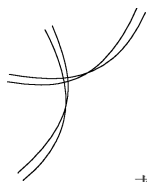
傣族人口味喜欢酸、辛辣和香味。其烹调方法主要有蒸、烤、煮、腌等。其中烤鱼很有特色,做法是先去除内脏,把葱、蒜、姜、辣椒剁成泥,放在鱼腹内,然后用香茅草包扎好,放在暗火上慢慢烤至焦黄,口感酥香而嫩。傣族人以酸竹煮鸡、煮鱼等视为待客的最佳菜肴。

傣族的“南米”(即酱)风味独特,在用番茄酱及花生、青菜、鱼、竹笋等为主料制成的各种酱中,螃蟹酱最为名贵。“南米”的吃法多种,有的用糯米饭蘸着吃,有的则同时做几种酱,然后备各种青菜或煮熟的南瓜等,不同的菜蘸食不同的酱。傣族人爱饮酒和茶,会自己酿酒。晚饭时不喝酒,而是在饭后或空闲时饮用。

8. 羌族食俗

羌族主要分布在四川省的西北山区。羌族居住地山高坡陡,石头多、土地薄,气温较低。羌族聚居地主要产玉米、马铃薯、小麦、青稞、荞麦和各种豆类,但产量都不高。蔬菜有白菜、萝卜、青菜等。羌族人平日吃两餐饭,多为“玉米蒸蒸”(玉米粗渣粒,先煮后焖而成),晚饭多为稀饭加馍馍,晚上还喜欢吃“坨坨肉”、喝白酒。“坨坨肉”用猪膘(腊肉)切成拳头大,与豆菜同煮,吃时每人一坨。

羌族的主食还有金裹银、荞面条、面疙瘩、酸汤面、玉米汤圆、炒面、馍馍等。副食品常见的有酸菜、砣砣肉、白豆腐、油炸洋芋片和腊肉等。羌族人吃马肉、狗肉和野兽肉。北川产的“羌活鱼”形似四脚蛇,羌族人也吃。还喜欢吃猪肚子骨头。猪肚子骨头的制作方法是:宰猪时,将猪骨头剔下剁短,装进猪肚里,放火坑上熏制,再挂户外晾起来,吃时从中取出些骨头熬汤。



羌族著名的土特产有茂汶和北川的花椒及茶叶。羌族人饮料主要是酒和茶。如用青稞、玉米等酿制的醉糟酒,饮用时用长竹管咂吸。城镇羌民清晨也有喝早茶的习惯。

9. 白族食俗

白族大部分居住在云南省大理白族自治州,其余散居于昆明、元江、丽江等地。大理粮食作物有水稻、小麦、玉米、薯类、荞麦等,经济作物有甘蔗、烤烟和茶叶。河湖盛产鱼类,山区有丰富的植物和动物资源。白族人以稻米、小麦、玉米、荞麦和马铃薯为主食,蔬菜品种多。白族人善于腌制肉类和咸菜,还能自制蜜饯、雪炖甜梅等果品。节庆时,白族喜欢用糯米或小麦、大麦酿造的白酒、水酒,平时嗜好酸、凉、辣味饮食。

大理洱海以产鱼著称,尤以弓鱼最有名。人们喜食沙锅菜,沙锅鱼的做法是:将火腿片、嫩鸡块、冬菇、腊肝片、玉兰片、豆腐等十几种原料按比例与鱼放入沙锅内,加上胡椒、八角、盐等调味品,置于火上用微火炖熟,此菜味道极鲜。

“乳扇”是大理白族自治州的名特产品。乳扇一般由羊乳制成,制作并不复杂,但要求精细。先将羊乳放在锅中,再点酸水(可用明矾等),当羊乳呈半固态时,用竹筷往上挑成扇状,再放在簸箕内晒干。乳扇可以生食或煮食,以煎食最为普遍。

10. 苗族食俗

苗族半数以上居住在贵州,其余分布在湖南、云南、广西、四川等地。苗族人食物以大米为主,辅以玉米、小米、高粱、小麦和薯类等杂粮。苗族人最喜食糯米。副食品主要有瓜类、豆类、蔬菜以及作为佐料的辣椒、葱、蒜等。肉类有猪、牛、羊、鸡、鸭及鱼类。

苗族人口味以酸、辣为主,尤其喜食辣椒。日常菜肴主要是酸辣味汤菜。酸菜味鲜可口,制作方便,可生食,也可熟食。平时吃新鲜蔬菜或瓜豆,也掺些酸菜或酸汤,令人增加食欲。此外,苗家的酸汤煮鱼是风味名菜,做法是:将酸汤加水、食盐煮沸,取鲜活鱼去苦胆,入酸汤中煮制而成。此菜肉嫩汤鲜、清香可口,一年四季都可以做。

苗家能加工保存熏制腊肉、腌肉、腌鱼、鱼干、香肠等,其中腌鱼是苗族的传统佳肴。方法是:将鲜鱼剖开,去内脏,抹上盐、辣椒粉,放火上方焙烤至半干,然后入坛密封,食时取出蒸熟。此鱼具有骨酥、咸辣适度、清香可口的特点。

苗族人喜欢制作豆腐、豆豉,加工猪灌肠、血豆腐等,还爱吃火锅。苗家男女都喜欢酒,大部分人家能自己酿酒。他们自制酒粬,用土产的糯米、玉米、高粱等酿出芳香的甜酒、泡酒、烧酒、窖酒等。有用牛角盛酒迎贵宾的习俗。

11. 瑶族食俗

瑶族人口较多,分布较广,各地均有独具一格的风味食品,其中的典型食品有油茶、粽粑、荷包扎等。

瑶族一日三餐,一般为两饭一粥或两粥一饭,农忙季节可三餐干饭。过去,瑶族常在米粥或米饭里加玉米、小米、红薯、木薯、芋头、豆角等。有时也用“煨”或“烤”的方法来加工食品,如煨红薯等各种薯类,煨苦竹笋、烤嫩玉米、烤粑粑等。居住在山区的瑶族有冷食的习惯,食品制作考虑便于携带和储存,故主食、副食兼备的粽粑、竹筒饭都是他们喜爱制作的食品。劳动时瑶族均就地野餐,大家凑在一块儿,拿出带来的菜肴共同食用,而主食却各自食用自己所携带的食品。常吃的蔬菜有各种瓜类、豆类、青菜、萝卜、辣椒,还有竹笋、香菇、木耳、蕨菜、香椿、黄花菜等。

瑶族的蔬菜常要制成干菜或腌菜。云南的一些瑶族喜欢将蔬菜做得十分清淡,基本上是加盐的白水煮食。有的直接用白水煮过之后,蘸用盐和辣椒配制的蘸水,以保持各种不同蔬菜的原味;肉类也常要加工成腊肉。广西的瑶族烹调肉类一般用干炒、水煮,放盐调味,用佐料的较少,肉类则要做成味道十分浓郁的菜肴,鲜肉或腊肉先炸烤至焦黄,然后再煮。

瑶族人还喜欢吃虫蛹,常吃的有松树蛹、葛藤蛹、野蜂蛹、蜜蜂蛹等。瑶族还喜欢利用山区特色自己加工制作蔗糖、红薯糖、蜂糖等。

瑶族人大都喜欢喝酒,一般家中用大米、玉米、红薯等自酿,每天喝二三次。云南瑶族喜用醪糟泡制水酒饮用,外出时常用竹筒盛放,饮时兑水。

广西地区的瑶族还喜用桂皮、山姜等煎茶,认为这种茶有提神、去除疲劳的作用。很多地区的瑶族喜欢打油茶,不仅自己天天饮食,而且用来招待宾客。

(二) 中国主要少数民族的节日及其食俗

中国是一个多民族的大家庭,各个少数民族都有自己独特的节日,他们的纪庆节日、农祀节会、交游节日加在一起多达 200 多种,而大部分节日都有相应的节日食俗。这里仅简要介绍其中一些影响较大、特色突出的节日及其食俗。

1. 开斋节

开斋节,是回族、维吾尔族、哈萨克族、东乡族、撒拉族、柯尔克孜族、乌孜别克族、塔吉克族、塔塔尔族、保安族等信仰伊斯兰教民族的传统节日,时间在教历十月一日,是阿拉伯语“尔德·菲图尔”的意译,又称肉孜节。

开斋节来源于伊斯兰教,是穆斯林斋戒一月期满的标志。按照伊斯兰教规定:教历每年九月是斋戒月,凡成年穆斯林(除患病等情况)都要入斋,每日从黎明到日落之间不能饮食。这一月的开始和最后一天均以见新月为准,斋期满的次日即教历十月一日为开斋节,节期为三天。在开斋节的第一天早晨,穆斯林打扫清洁完毕、穿上盛装之后,就从四面八方汇集到清真寺参加会礼,向圣地麦加方向叩拜,听阿訇诵经。整个节日期间,家家户户都要杀鸡宰羊做美食招待客人,要炸馓子、油香等富有风味的食品,互送亲友邻里,互相拜节问候,已婚或未婚女婿还要带上节日礼品给岳父拜节。整个节日内容丰富,气氛热烈。

2. 藏历年

藏历年是藏族人民最盛大的节日。拉萨把藏历一月一日作为新年,也有的地方以十二月一日、十一月一日为新年。

为了欢度藏历年,藏族人民一般提前一个月就开始准备年货,有用酥油和白面做成的美味糕点,有酿制的青稞甜酒,还有供佛用的物品。家家户户在大门上用干面粉画个象征吉祥如意的“卍”字。除夕之夜,各家各户都在佛像前摆好供,全家围坐欢聚,共吃“糌粑”。新年初一,一般各家都闭门自家欢聚,互不访问。从初二开始,亲朋好友互相拜年。比较亲近的朋友,还互相献哈达,以表示敬意。喝酒时,客人先用无名指在酒杯中点三下弹向空中,以示祝福,然后才开始喝酒。客人为表示对主人的尊敬,第一杯应分三口喝完,然后接着干三杯,以示谢意。

3. 泼水节

泼水节是云南傣族人民的新年,时间是在公历4月12日到4月14日,为期三天。泼水节的起源与小乘佛教的传入密切相关,其活动包含许多宗教内容,但其主要活动泼水也反映出人们征服干旱、火灾等自然灾害的愿望。节日的第一天通常到江边观看龙舟竞赛。第二天是泼水日,是三天里最热闹的一天。人们争相泼水,表示冲去一年的污尘,祝福新的一年获得幸福。上午10点左右,人们拿着盆、桶纷纷涌上街头,开始泼水,不论男女老少,也不分亲友宾客,不同

地方、不同民族的人都可以参加泼水。人们争相将水泼向对方,以相互洗尘祝福。谁被泼得多,说明他受到的祝福多,其人因此而感到体面、高兴。节日的第三天,要数“丢包”活动最有趣,这也是青年男女最喜欢的活动。丢包时,小伙子 and 姑娘们各站在一边,荷包在他们之间飞来飞去,姑娘们往往将包投给自己喜爱的小伙子,每丢一次就带来一阵欢声笑语。伴随着笑声,爱情的种子深深地埋在了双方的心中。泼水节,是傣族最隆重而盛大的传统节日,因人们在节日期间相互泼水祝福而得名。

节日期间,美食是少不了的。人们通常要摆宴会,宴请僧人和亲友。除酒、菜要丰盛外,还有许多傣族风味小吃。其中,毫咯素、毫火是这时家家必做、人人爱吃的品种。毫咯素是将糯米舂细,加红糖和一种叫“咯素”的香花拌匀,用芭蕉叶包裹后蒸制而成。毫火是将蒸熟的糯米舂好,加红糖并制成圆片,晒干后用火焙烤或油炸,香脆可口。

4. 火把节

火把节,是彝族、白族、哈尼族、傈僳族、纳西族、普米族、拉祜族等的传统节日,因以点燃火把为节日活动的中心内容而得名,时在农历六月初或二十四日、二十五日,一般延续二三天。有研究者认为,火把节的产生与人们对火的崇拜有关,期望用火除害,保护庄稼生长,祈求全村人人畜兴旺、五谷丰登。

在火把节期间,各村寨用干松木和松明子扎成大火把竖立寨中,各家门前竖立小火把,入夜点燃,使村寨一片通明。人们还手持小型火把,绕行田间、住宅一周,将火把、松明子插在田边地角,青年男女还弹起月琴和大三弦,跳起优美的舞蹈,彻夜不眠。与此同时,人们要杀猪、宰牛,祭祀祖先神灵,有的地区还要抱鸡到田间祭祀田公、地母,然后相互宴饮,吃坨坨肉,喝转转酒,共同祝愿五谷丰登。此外,各地也举行歌舞、赛马、斗牛、射箭、摔跤、拔河、荡秋千等活动,并开设集市贸易。

5. 三月三

壮族人民把农历三月三作为自己的节日,这一天,是壮族人民举办歌节的日子。从三月三起,歌节进行三天,有成千上万人参加,从早到晚歌声如潮,此起彼伏,处处都是欢声笑语。青年男女要准备好崭新的传统服饰和彩球,兴高采烈地对唱山歌,选择意中人。传统活动有盛大的歌节游行。节日那天,人们组成浩浩荡荡的游行队伍,以龙狮队、绒狮队或高跷队为前导,载歌载舞向歌节



活动的中心广场进发。抛彩球是不可缺少的节日娱乐,同时也是一项民族色彩浓郁的体育活动。另外,抢花炮也是一项普遍的体育活动,被誉为“中国式的橄榄球”。三月三内容丰富,形式生动活泼。

6. 三月街

三月街是云南大理白族的传统节日兼物资交流大会。每年的农历三月十五日至三月二十日,大理的街上人山人海,商品荟萃,汉、藏、傣、侗等各族人民也都来参加这个盛会,购买自己需要的各种商品。节日期间还举行赛马、射箭、球赛、棋赛、唱歌、跳舞等各种文化娱乐和体育活动。商品琳琅满目,有大理石制品、剑川木器,还有腾冲的玉器、永胜的瓷器等。三月街一般举办5~7天,是一个文化娱乐的大集会。

7. 苗年

苗年没有统一固定的日期,一般选择在稻谷进仓、麦种落地后的农历十至十二月间。过节的时间虽不一致,但日子必须是逢单,最长的过13天。苗年苗语为“朗卯”,是苗族人民最隆重、民族色彩最浓郁的传统节日。由于苗族居住地区广泛,在苗族人民比较集中的地区,往往几个寨子联合起来过节;各寨子依次接着过年。苗族年节之前,家家户户都忙于烧酒、杀鸡、捉鱼、打糍粑。

节日的第一天早上,人们在家摆好酒饭,先以简单的仪式祭祀祖宗,然后全家美餐一顿,开怀畅饮,以庆祝丰收。节日期间,有斗牛、赛马、走寨、坐妹、对歌等丰富多彩的活动。

节日的最后一天叫“刹搁年”,是来人最多、最热闹的一天。欢乐的人们身穿新装、吹着芦笙、唱着歌到寨外的草坪观看最富特色的斗牛活动。当一名有威望的老人把葫芦酒洒在斗牛场上宣布开始后,两条膘肥体壮的犍牛,蒙上眼罩牵上场来。两牛相遇,勇士迅速把眼罩取下,两头牛便猛斗起来。这时观众欢呼雀跃,呐喊助兴。经过几个回合,方见胜负。裁判给获胜的“牛王”披红挂彩,好不威风。

到了傍晚,男女青年便开始进行传统的社交活动——“游方”。开始时由一群男青年到村寨里唱游方歌、吹木叶。女青年听到后,便相约而至。他们在歌声中表达爱慕之情,之后一对对情投意合者傍倚树下单独相会,很多人会结为终身伴侣。

还有一项民族特色的文娱活动——“走寨”,即拜年,由二三十个穿着艳丽

民族服装的青年男女组成芦笙踩堂队,在几位老人的带领下,每到一寨,就在芦笙坪上跳芦笙舞。舞罢,观众齐声高呼“务啊,务啊!”(即“好啊好啊”的意思)表示热烈欢迎。随后,分别邀请客人到家里做客。苗族人民还喜欢在节日期间举行婚礼,这更是喜上加喜。

四、民俗饮食文化旅游开发应用与创新

(一) 旅游饮食的基本要求

旅游饮食强调文化性与实用性,文化性主要指旅游饮食能体现地方民俗饮食文化特色,并进而展示地域物产、民风、技艺等多方面的文化内容。实用性指旅游饮食必须符合旅游需求原则,强调市场性与科学性。具体来说,有以下四方面的基本要求。

1. 特色性要求

传统旅游对饮食的要求主要是“吃饱”,现代旅游则以“吃得有特色”为最主要的发展趋势,品尝当地的特色菜已逐步成为旅游的一项重要内容。特色源自饮食的内容与形式,其内容与形式包括“色、香、味、形、名、意、料、器、温、声”等几个方面。

(1) “色”指成菜的色泽(如焦黄、嫩绿、辣红等),以及菜色、器皿等整体颜色搭配的视觉效果,它取决于厨师对火候的掌握和对色彩美学的把握。食物的颜色是吸引消费者的第一感官指标,人们是通过视觉对食物进行第一步鉴赏的。“色”给人以先入为主的第一印象。有了视觉的美感,食欲才会产生。菜肴色彩的搭配组合是饮食色美的关键,高明的厨师能够根据筵席的主题将不同食物调配组合成或淡雅,或浓重,或对比强烈,或协调平和,或五彩缤纷,或清新素净的菜肴色彩乐章。

(2) “香”是指菜肴飘逸出的气味给人的感受。香味能引发人们品尝菜点的欲望和动机,人们进食时总是先嗅其气,再尝其味。人类所感知的气味大约有1600万种之多。在食物入口以前,气味就由空气进入鼻中。人们之所以把“香”单独列出来,是因为食物的香味对增进进餐时的快感有着巨大的作用。“香”主要源自原料本身,但烹制时原料搭配、过火时间及菜的热度对香度有很大影响。



好的厨师常常是这方面的高手。

(3) “味”是作用于舌的味觉的生理感受,是饮食“特色”最关键的内容。其内容除食用者对酸、甜、苦、辣、咸等味蕾感觉外,还包括食用者牙、舌、唇等对食物的脆、韧、嫩等程度的感觉,许多食物的特色主要还在后一方面,比如手擀面因其有“韧”度(俗称“面筋”),比机制面食感更好。对于味的感觉是一种体察、品尝,与美的体验在形式上非常相近。

(4) “形”指成菜、装饰物及器皿等形状结合的整体视觉效果,它取决于厨师的刀功、手法及盘载艺术。原料本身的形态、加工处理的技法,以及烹调装盘的拼摆都直接影响菜肴的“形”。刀工精美,整齐划一,装盘饱满,形象生动,则会给用餐客人以美的享受。这些效果的取得要靠厨师的艺术设计,如松鼠鳜鱼栩栩如生,冬瓜盅艳丽多彩,凤尾虾如凤似玉。利用围边进行盘饰点缀等使热菜的造型更加多姿多彩,如碧绿鲜带子松鼠鳜鱼等,镶一双紫菜头雕红蝴蝶;圆润光滑的寿桃中间摆一尊面塑的老寿星等,既使菜点更加饱满,又使得宴请等餐饮主题更加突出。菜肴的造型艺术和工艺造型不一样,形式美是手段,食用才是目的,装饰性的摆设也不宜过于繁缛,重要的是将形的塑造和色彩搭配,制造出适应饮食所需要的审美情调与氛围。

(5) “名”与“意”指菜名及各类原料组合产生的民俗意义。这两者是体现文化特色的重要方面,如名菜“佛跳墙”、“龙虎斗”;乡村民俗中此类情况也极多,如“早生贵子”、“长寿面”、“腊八粥”、“重阳糕”、“年年有余”;少数民族中如瑶族的“交心饭”、畲族的“乌饭”。旅游饮食的菜名一般应与地方民俗特征相结合,以能引起游客注意并激发其探究民俗文化的欲望。需要注意的是,旅游菜名若过分追求轰动效应或哗众取宠,常会引起游客的逆反心理。

(6) “料”指做菜的原料。菜也讲究特色,一是体现在地方特色物产上,如“山珍”(如食用菌)、“海味”;二是体现在一般地方很难吃到的特殊食物上,如“药膳”、奇特小吃(如广东一些地方将蝎子、蚱蜢、蝉炸后食用)、人工养殖的珍稀动物。使用珍稀动物作为原料虽然容易打造特色,但常常会伴随出现猎杀野生动物现象,不宜提倡。此外,极少数饭店还使用祖传或自制的特色调味品以产生特殊鲜味,对此,一般宜接受科学检测,看是否会对人体产生不利影响。

(7) “器”指盛器。不同的菜肴要有不同的盛器与之配合。配合恰当,相映生辉,相得益彰。菜肴的多少与盛器的大小相一致,菜肴的名称与盛器的叫法相吻合,菜肴的身价与盛器的贵贱相匹配,可使菜肴锦上添花。

(8) “温”即出品菜点的温度。同一种菜肴,同一道点心,出品食用的温度不同,口感质量会有明显差异。如蟹黄汤包,热吃汤汁鲜香,冷后腥而腻口,甚至汤汁凝固;再如,拔丝苹果,趁热上桌食用,可拉出万缕千丝,冷后则糖饼一块,别想拔出丝来。因此,温度是菜肴重要的质量指标之一。

(9) “声”即声音、声响。有些菜肴由于厨师的特别设计或特殊盛器的配合使用,菜肴上桌时会发出响声。比如虾仁锅巴等锅巴类菜肴、铁板鳝花等铁板类菜肴等。菜肴上桌的同时发出“吱吱”的响声,说明菜肴的温度足够,质地(尤其是锅巴炸的酥脆程度)是达标的,进而为餐桌创造热烈的气氛。相反,该发出响声的菜肴没有出声,会使就餐者觉得菜肴与价值不符,感到失望和扫兴。


2. 经济性要求

旅游餐饮价格因人、因地、因时而异,但整体上说特别注重“经济实惠”。传统团队餐饮的基本要求是“在规定价位内吃饱”,风行十人桌“八菜一汤”拼餐制,主餐一般价位在人均 20 元左右。现今团队大多有加菜现象,在长线游中,旅行社通常还专门安排一两次特色大餐,作为旅游的一项内容,如海南的“海鲜大餐”、成都的“小吃大餐”,尽管价位相对较高,但绝大部分团队都乐于接受。散客因人而异,相对来说,对“吃好”的要求高一些。这里所说的“经济”并非简单地等同于“便宜”,而是与“实惠”相联系,即与所获得的消费满意度相比,其价位是游客所乐于支付的。随着生活水平和消费透明度的提高,旅游饮食“吃好”的要求越来越高,游客对价格的承受力也越来越高,从这一趋势出发,旅游饮食重点应在特色、质量上下工夫,以提高游客满意度为目标,达到真正的“经济”要求——性价比合理。

3. 快捷性要求

旅游餐饮特别强调时间概念。团队通常要求一到则食,散客点菜等候的耐心比平时也差一些,要求点菜后尽快上菜。另外,快捷还包括第一批菜上桌后其他菜的跟进、加菜及最后结算等的快捷性。这要求旅游饭店应有一整套恰当的应对措施。

(1) 实行预订制度。即预约时间、人数、价格、菜式。这对旅行社组织的团队旅游较为适宜;对知晓联系方式的本地散客也可采用这种方式。另外,由于网络和宣传的广泛性,许多外地游客也可由不同途径获得联系方式,可以通过电话或网络进行预订。具体操作中,由于旅游时间易受交通等多因素影响,游



客真正到达时间常会推迟,需要酒店有相应的保温、保鲜等措施。

(2) 设计模式化服务程序。即预先设计基本菜式及组合,即“标准餐”,是普通旅游饮食服务点最常用的手段。具体操作上需要注意以下几点:一是要预估准备,即根据游客流量估计,预先准备相应数量的主菜、招牌菜、特色菜,特别是一些需较长时间准备而游客喜欢的菜式,更需预先准备。二是模式要简洁明了,旅游饭店的菜品种应以特色见长,不要企求多而全,一来有利于做响特色菜品牌,二来固定的几个菜式利于准备和烹制,节省时间和成本。服务程序更要简便易行,这对农家乐型餐馆尤其重要。现在农家乐餐馆服务不到位现象普遍存在,尤其在旅游旺季更是如此。

(3) 推行自助服务方式。它可以节省人力成本,较好地解决因时间、人流不够确定引起的“快捷”难题,这也是现代旅游餐饮发展的一个方向。但自助餐也有许多弊端:一是在人潮拥挤的旅游环境下,卫生性并不比拼餐制更好;二是先来者与后到者所得到的饮食质量可能有很大的差异。一般适宜于开设在旅游交通要道或其他客流量大而且较为均匀的地段的饭店。现在一般三星级以上饭店采用较多。

4. 养生性要求

旅游饮食要求“安全、卫生、健康”。具体来说可分四个层次:饮食环境及用具的净洁,饮食原料的安全与“绿色”化,营养搭配及烹制方法的科学性,对疾病的预防和辅助治疗作用。

第一层次是最基本的要求,主要参照卫生防疫部门标准实行,在此不细述。

第二层次中的“绿色”化主要指无公害与自然生产两种含义,有自己相应的生产和检测标准。目前虽然渐成时尚,但大多还仅仅停留在“慕名”上,旅游中的供需双方对其理念的理解和实际操作都极不到位。比如一些路边餐馆逢店必挂“本鸡”、“家养”,而实际供应大多是市场上卖的饲料鸡。从发展趋势来说,“绿色”化还必须加大对其内涵的宣传,并提高透明度和可靠性。城市饭店可采用相应国家权威证书等方式,想把“绿色”作为特色之一的农家饭店也要有国家权威部门认可的证书,同时采用直观展示方式,比如在菜园等地制作文字标示牌进行解释宣传,让游客现场采摘蔬菜,现选自然放养的鱼、禽等,既增加趣味性,也提高了游客的信任度。

第三层次科学性要求高,大型饭店可采取配设营养师等手段,普通饭店可通过对厨师进行营养健康知识培训来提高整体水平。

第四层次在中国有悠久历史,传统“药膳”甚至成为许多名店的招牌,但由于疾病防治是一件科学性极强的事,使用不当甚至有害无益,须十分慎重。使用“药膳”招牌的饭店,一般应通过相应方式向游客提供菜肴的选料、烹制、疗效、禁忌等相关说明。

营养、卫生是菜肴及其他一切食品必须具备的共同条件。该指标虽然抽象,但通过对菜肴的外表及内在质量指标的判断和把握可不同程度地反映营养、卫生的质量情况。比如,通过已经炒熟绿叶蔬菜的颜色判断维生素的破坏情况;通过对清蒸鱼肉的品尝,可知该鱼是否受过污染及其新鲜程度。另外,通过一席菜点用料及口味等的比较,发现营养搭配是否合理、均衡等。但有些方面不是直观易见的,比如畜肉是否经过检疫,河豚是否加工得法、不含任何病菌和毒素等,光靠外表和普通的品尝是不容易发现和把握的。因此,餐饮企业必须严格生产管理,始终重视营养和卫生,以保证菜肴品质的可靠和优良。

(二) 旅游创新菜品的开发

菜品创新是餐饮业永恒的主题。在社会飞速发展和餐饮业激烈竞争的今天,菜品创新已经成为餐饮业一个重要的课题。创新菜品的开发就是指对新菜品的研究、构思、设计、生产和推广,以扩大饭店产品品种,提高菜品质量,进一步满足市场的需要或引导市场的需要。

1. 旅游创新菜品开发的必要性

驱动新菜品开发的动力是多方面的。消费者往往偏好于选择新的菜品,广大烹饪人员也常常在自己专业技能的基础上不时地开发新的品种去适应消费者需求,餐饮企业也从经营的角度为赢得更多的消费者而做出种种努力。

(1) 新原料、新技术的发展推动着新菜品的出现。科学技术和食品加工业的迅速发展导致了许多新原料和新技术的出现,加快了菜品更新换代的速度。随着中外交流的日益频繁,国外许多食品原料源源不断地被引进到我国的餐饮市场中。如西兰花、荷兰豆、微型西红柿、夏威夷果、皇帝蟹、鳕鱼、象拔蚌等进口原材料,丰富了我国的餐饮市场。微波技术、多功能设备、自动化设备等为烹饪技术的发展变化起到了巨大的推动作用。科技的进步有利于企业淘汰旧有的、顾客不感兴趣的菜品,生产新颖健康的菜品。餐饮企业只有不断运用新的原材料、新的设备改造原有菜品,开发新菜品,才不至于被顾客遗忘而被挤出市场。

(2) 餐饮市场竞争激烈加速了新菜品的开发。由于厨房菜品无专利保护、易于被竞争对手模仿,因此造成菜品生命周期越来越短。在此环境下,如果烹调师不积极开发新的菜品,没有适销对路的菜品推向市场,饭店将会逐渐被竞争对手取代直至被淘汰出局。为了取得竞争优势或至少保持在竞争中不被淘汰,越来越多的烹调师将新菜品开发作为一项极为重要的战略问题来考虑。对于饭店企业来说,要想在市场上保持竞争优势,必须不断创新,开发新产品,增强企业的活力,才能在市场上占据领先地位。饭店企业只有定期推出新菜品,才可以提高企业在市场上的信誉、知名度和地位,并促进新菜品的市场销售。

(3) 消费需求的变化需要不断开发新菜品。随着生产的发展和人们生活水平的提高,顾客对于饭店菜品的要求也产生相应的变化:健康、味美、方便、快捷的菜品越来越受到消费者的欢迎,而传统的菜品生产模式已不足以应付市场竞争的局面,菜品若不能推陈出新满足或适应这种动态的变化,势必将被顾客所抛弃,从而退出市场竞争的行列。

(4) 菜品生命周期缩短要求不断开发新菜品。产品生命周期理论认为,产品经历其寿命周期的导入期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。而对于菜品来说,在现代高速发展的时期,消费结构的变化加快,消费选择更加多样化,其生命周期将日益缩短。当自己的新菜品获得成功后,竞争对手也可以迅速模仿,从而明显缩短新菜品的生命周期。这一方面给餐饮企业带来了威胁,企业不得不淘汰难以适应消费者需求的老产品,另一方面也给餐饮企业提供了开发新菜品适应市场变化的机会。企业如果能不断开发新菜品,就可以在原有菜品退出市场舞台时,利用新菜品占领市场,使企业在任何时候都有不同的菜品处于周期的各个阶段,从而保证企业盈利的稳定增长。

2. 创新菜品的基本类型

按技术来源,可将菜品开发方式归纳为自创方式和非自创方式两种。其中,自创方式又进一步分为独创方式和模仿方式。非自创方式可以分为联合开发、技术引进等方式。每种方式又可以根据需要和其他方式相结合。而对于新菜品来说,可归纳为三种类型:完全的新菜品、改良的新菜品和仿制的新菜品。

完全的新菜品是指采用新技术、新原料、新设备等开发出来的崭新菜品,在市场上还没有可以与之比较的菜品。这样的菜品虽然具有极强的竞争优势,但开发成本较高,耗费时间较长,而且由于菜品无专利保护、易于模仿,因此,全新型菜品的优势难以长久维持。如传统菜“松鼠鳜鱼”、“佛跳墙”最初产生时即属

于完全的新菜品。

改良的新菜品是指在原有菜品的基础上,部分采用新原理、新技术、新原料、新结构,使菜品的色、香、味、形等有重大突破的菜品。改良的新菜品具有投入少、收效快等特点,且方便制作并能快速生产。如新潮苏菜、现代海派菜、新派鲁菜等,以及各类菜点结合菜、中西结合菜、地方菜融合菜品等都属此类。

仿制的新菜品是指根据外来菜品模仿制作的菜品,有时在模仿时也会进行局部的改进或创新。如各地纷纷推出当地原料没有的法国大菜、日本料理、韩国烧烤等。川菜风行全国,对四川省以外的地区来说就属于引进川菜的一些品种进行模仿,同时也会根据当地口味调整仿制菜品的麻、辣程度。

3. 创新菜品开发的方向

中国菜品传承文化、顺应时代的饮食内涵为其不断发展、创新提供了更大的空间。从烹饪、菜品文化或人们饮食观念的角度来说,未来菜品开发的方向为:

(1) 开发营养保健型食品。食品最重要的功用即是提供维持生命所必需的营养物质,其次是提供美味享受,第三是对生命活动的调节。近年来盛行研究食品中可调节人体各种系统的因子,与之相应,为充分发挥食品对人体功能的调节作用而制成的食品,即是功能食品。世界各地试图依靠食物来保持健康之风日渐盛行,掀起阵阵保健热潮,如药膳食品走俏,黑色食品受宠,纤维食品风行,各种保健食品大流行。

当人们告别饥饿、获得温饱,开始讲究如何吃好的时候,对科学饮食的含义产生了新的看法。人们已充分认识到“吃的食物要营养保健”。而今,营养保健食品已上升到显著地位。其中,又以老人长寿、妇女美容、儿童益智、中年调养四大类菜品具有广阔的市场前途。

(2) 利用绿色食品。所谓返璞归真的菜品,即是崇尚自然,回归自然,利用无污染、无公害的绿色食品原料而制作的菜品。由于现代都市生活的紧张、快节奏和喧嚣,加之社会化大工业的发展,受抗拒污染及保健潮风行的影响,越来越多的人对都市生活产生了厌倦和不安,渴望回到大自然,追求恬静的田园生活。反映到饮食上,各种清新、朴实、自然、营养、味美的粗粮系列菜、田园菜、山野菜、森林菜、海洋菜等系列菜品日益受到人们的喜爱。

(3) 开发大众化菜品。随着社会经济的发展,人民生活水平的提高,餐饮业经营服务领域拓宽,广大居民对餐饮市场的需求越来越大,家庭劳动不断走向

社会化。特别是“双休日”的实行与节假日的增多,居民外出就餐的次数增多,消费增加,普通百姓自掏腰包进餐厅的越来越多,大众化菜品成为目前我国餐饮市场的主流,如时令菜、家常菜、乡土菜等,加之节假日推销与新菜展示等活动,以及粗粮细做、荤菜素做、下脚料精做等,对大众菜品的推广与发展起到了积极的作用。

(4) 开发中外技艺融合型菜品。现代社会的高速发展,导致了国际交往频繁,广大烹调师走出国门的机会增多,外国客人不断走进我们的餐饮市场,中外烹饪的交流越来越深入。由此带来餐饮经营多元化的局面,菜品制作技艺相互模仿、学习、扩散,各地区与国家之间在技艺和款式上取长补短,不断借鉴与融合的菜品种制作风格将更加明显。

4. 菜品创新的基本原则

创新菜随着社会的需要,在全国各地发展迅速,相当一部分创新菜点以新颖的造型、别致的口味被广泛应用,获得了良好的经济效益和社会效益,充分显示了创新菜存在和发展的价值,但不少创新菜也存在着不合情理、制作失当的现象,这就需要不断完善和推敲研究。在创新过程中,除在原料、调料、调味手段以及名、形、味、器等方面要有突破外,同时也要注意营养的合理性,使菜品更具有科学性和食用性。

(1) 食用为先。可食性是菜品内在的主要特点。作为创新菜,首先应具有食用的特性,只有使消费者感到好吃,有食用价值,而且越吃越想吃的菜,才会有生命力。不论什么菜,从选料、配伍到烹制的整个过程,都要考虑菜品做好后的可食性程度,应以适应顾客的口味为宗旨。有的创新菜制成后,分量较少,叫人们无法去分食;有些菜看起来很好看,可食用的东西不好吃;有的菜肴原料珍贵,价格不菲,但烹制后未必好吃;有些创新菜的制作,把人们普遍不喜欢的东西显露出来,如猪嘴、鸡尾等。客人不喜欢创新菜,就谈不上它的真正价值,说白了就是费工费时,得不偿失。

(2) 注重营养。营养卫生是食品最基本的条件,对于创新菜品更是应该首先考虑的。创新菜必须是卫生的,有营养的。一个菜品仅仅是好吃而对健康无益,也是没有生命力的。如今,饮食平衡、营养的观点已经深入人心。当我们在设计创新菜品时,应充分利用营养配餐的原则,把设计成功的健康菜品作为吸引顾客的手段,满足人们对营养卫生的要求。

(3) 关注市场。在创新菜点的酝酿、研制阶段,首先要考虑到当前顾客比较

感兴趣的东西。研制古代菜、乡土菜,要符合现代人的饮食需求;传统菜的翻新、民间菜点的推出,要考虑到目标顾客的需要。在开发创新菜点时,也要从餐饮发展趋势、菜点消费走向上做文章。要准确分析、预测未来饮食潮流,做好相应的开发工作,这要求烹调人员要时刻研究消费者价值观念、消费观念的变化趋势,去设计、创造,引导消费。未来餐饮消费需求更加讲究清淡、科学和保健,因此,制作者应注重开发清鲜、雅淡、爽口的菜品。在菜品开发中忌精雕细刻、大红大绿,尽量不用有损于色、味、营养的辅助原料,以免画蛇添足。

(4) 适应大众。一个创新菜的推出,是要适应广大顾客的。为大多数消费者服务,这是菜肴创新的方向问题。创新菜的推出,要坚持以大众化原料为基础。过于高档的菜肴,由于曲高和寡,不带有普遍性,所以食用者较少。因此,创新菜的推广,要立足于一些易取原料,要价廉物美,广大老百姓能够接受,这样影响力才会十分深远。如近几年家常菜的风行,许多烹调师在家常风味、大众菜肴上开辟新思路,创制出一系列的新品佳肴,如三鲜锅仔、黄豆猪手、双足煲、麻辣烫、剁椒鱼头、芦蒿炒臭干等等,受到了各地客人的喜爱,饭店、餐厅也由此门庭若市,生意兴隆。我国的国画大师徐悲鸿曾说过:“一个厨师能把山珍海味做好并不难,要是能把青菜、萝卜做的好吃,那才是有真本领的厨师。”

(5) 易于操作。创新菜点的烹制应简易,尽量减少工时耗费。随着社会的发展,人们发现在经过过于繁复的工序、长时间的手工处理或加热处理后,食品的营养卫生将大打折扣。许多几十年甚至几百年以前的菜品,由于与现代社会节奏不相适应,有些已被人们遗弃,有些菜经过改良后逐步简化了。

另外,从经营的角度来看,过于繁复的工序也不适应现代经营的需要,费工费时做不出活来,也满足不了顾客时效性的要求。现在的生活节奏加快,客人在餐厅没有耐心等很长时间;菜品制作速度快,餐厅翻台率高,座次率自然上升。所以,创新菜的制作,一定要考虑到简易省时,这样生产的效率才高,如上海的“糟钵头”、福建的“佛跳墙”、无锡的“酱汁排骨”等都是经不断改良而满足现代经营需要的菜品。

(6) 反对浮躁。从近几年来各地烹饪大赛中广大烹调师制作的创新菜肴来看,每次活动都会或多或少产生一些构思独特、味美形好的佳肴。但也经常发现一些菜品,不遵循烹饪规律,违背烹调原理。如把炒好的热菜放在冰冷的琼脂冻上,把油炸的鱼块再放入水中煮等类似的制作。

浮躁之风的另一种表现,即是把功夫和精力放在菜品的装潢和包装上,而

不对菜品本身下苦功钻研,如一款“五彩鱼米”,他投入的精力在“小猫钓鱼”的雕刻上,而“鱼米”的光泽、切的大小实在是技术平平。装饰固然需要,但主次必须明确。因此,菜品制作中,急功近利的浮躁之风不可长,而应脚踏实地把每一个菜做好。

(7) 引导消费。一个创新菜的问世,有时需要投入很多精力,从构思到试做,再到改进,直到成品,有时要试验许多次。所以,我们不主张一味地选用高档原料。菜品的创新是经营的需要,创新菜也应该与企业经营结合起来,所以,我们衡量一个创新菜主要看其点菜率,顾客食用后的满意程度。尽量降低成本,减少不必要的浪费,就可以提高经济效益。相反,如果一道创新菜成本很高,卖价很贵,而绝大多数的消费者对此没有需求,它的价值就不能实现;若是降价,则企业会亏本。因此,这样的菜肯定没有生命力。

我们提倡的是利用较平常的原料,通过独特的构思,创制出人们乐于享用的菜品。创新菜的精髓,不在于原料多么高档,而在于构思的奇巧。如“鱼肉狮子头”,利用鳊鱼或青鱼肉代替猪肉,食之口感鲜嫩,不肥不腻,清爽味醇。“晶明手敲虾”,取大明虾用澄粉敲制其晶明虾壳,焯水后炒制而成。其原料普通,特色鲜明。所以,创新菜既要考虑生产,又要考虑消费,对企业、对顾客都有益。

(三) 民俗食文化的旅游运用与创新

在漫长的历史过程中形成的民俗食文化有着鲜明的特色,蕴涵着十分丰富的文化内涵,但要应用于旅游上,还必须在形式上和内容上进行包装、改进。旅游的“吃”不仅是“吃”内容,更主要的是“吃”形式、“吃”环境、吃“气氛”,这也是旅游饮食文化的创新重点。具体来说,民俗饮食文化的旅游运用与创新主要有以下几个途径。

1. 烹制过程中的观赏性和参与性

烹制过程包括备料、加工、烹制三个环节,包装时根据游客观赏或参与需求,其设计重点是选材和场景设施安排。

从“观赏性”要求出发,食文化旅游项目包装在素材选择上可寻求“技艺型”和“稀奇型”内容。“技艺型”素材如兰州拉面、刀削面、印度飞饼,以及一些特技厨师的刀功表演(如切片、剔骨、雕花)、翻炒技术等;“稀奇型”素材指烹制过程中游客没见过而可能感兴趣的文化内容,如一些民族屠宰大型牲畜前的祭祀仪式,月饼、年糕等特色食品的制作工艺,精彩的“烤鸭”、“叫花子鸡”等特色菜烹

制方式。

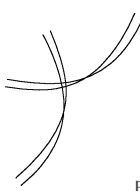
“观赏性”项目的场景设计一般采用“现场制作”模式,通过场地、设施、表演人员装饰等营造浓厚的文化氛围,有条件的地方还使用音乐、灯光等烘托现场效果。观赏型项目最关键的还是表演人员,好的表演者不仅要有一手绝活特技,还要善于把握游客心理,恰当地运用声音和形体语言调节现场气氛,并形成高潮。观赏型项目因为条件要求较高,一般为大型餐馆采用,但也不排除一些小型甚至是农家乐型餐馆,发挥地方特色优势形成特殊的观赏节目,特别是“稀奇型”题材观赏节目。如北京的“丁是丁卯是卯”餐厅是真正将厨房搬到餐桌上的饮食加工餐厅,该餐厅推出的招牌菜——活鱼两吃,让客人领略到现场制作的魅力。

相对而言,“参与性”食文化旅游项目容易设计,效果也较易达到。比如备料过程可结合具体内容设计采摘、捕猎、垂钓等内容,江南农村的摸田螺、夹泥鳅、采蘑菇等项目都是简单易行的参与项目;加工过程常见的如包粽子、磨豆腐、打年糕、做米菓、雕刀花等;烹制过程如烧烤、吊锅、竹筒饭制作、煨土豆等。参与型项目对场景、设施、人员、时间要求均可随机而定,主要是因地制宜,发挥优势,同时注意安全。它对农家乐型餐馆和民俗文化型餐馆具有突出的实用意义。

2. 食用过程的娱乐性和氛围性

食用过程包括饮食方式、饮食礼仪、娱乐活动内容,其设计重点是营造氛围,让游客在新鲜有趣的娱乐中感受文化。

(1) 进食方式上体现“相与而共食”的人生境界。饮食方式与当地物产条件、自然地理、劳作方式、宗教历史、经济水平等密切相关,传达着丰富的文化内涵,也是营造旅游饮食文化氛围的主要载体。中国饮食在进食方式上采用“共食”的方式。西方人宴客虽然也同桌而食,却是各吃各的“分餐”吃法,与中国人同吃一菜、共饮一汤不同。虽然“分餐”的吃法从卫生的角度而言是科学的,但是中国人宴饮中的“共食”所追求的则是一种人生境界。中国古代帝王通过宴饮“以通上下之情”,藉以获得国家的长治久安;民间的宴饮则是通过吃喝联络感情、消除隔阂,使家庭和睦、邻居相亲乃至民族团结。无论是文人墨客雅集宴饮的吟咏唱和,还是民间酒肆游戏的相互争逐,在对不同口味菜肴的共同品尝中,在诗情画意的宴饮氛围中,达到人与自然、人与人之间和谐的人生境界。



孔子两千多年前说：“有朋自远方来，不亦乐乎！”这句话集中体现了中国人民热情好客的传统。中国现代旅游饮食文化仍然遵循这一优良的传统，热情接待来自各国的旅游者，在宴饮中追求感情的融洽，气氛的亲切，实现主宾之间情感的交流与沟通。在旅游饮食中应充分尊重客人的饮食习惯，在“共食”的方式中运用公筷，或保持“共食”的形式实际上采用分餐的进食方式，使西方旅游者既感受到中国饮食文化和谐的诗意氛围，又能在心理和习惯上相适应。

中国南、北方及少数民族地区，传统饮食方式相当丰富，许多即使是因陋就简或就地取材的食用方式也相当有趣，极易为旅游者所追捧。如西北少数民族地区的“手抓羊”，只用一把刀，以手抓肉，撕切食之，体现了“大碗喝酒，大块吃肉”的豪情。傈僳族每人一根吸管，数人共食一瓮酒，蕴涵着一种和睦团结的亲情。哈尼族的“长龙宴”最为有趣，每逢特定节日，将各家大门的门板卸下，沿街排成长龙，摆上每家最好的菜，全村老少一起吃饭聊天，一顿饭从街头吃到街尾。除了这些方式外，饮食中坐姿改变（如游走式、盘坐式、围着火堆团坐式）对许多游客来说也是一种崭新的体验，使用起来也能产生特殊的氛围效果。对以上这些饮食方式的运用设计除要突出奇异性、注重氛围等因素外，重点还要考虑安全、卫生等因素。

（2）饮食过程中的娱乐性设计。饮食过程中的娱乐性越来越受到重视，娱乐活动的载体形式一般可分内置式、外加式和互动式三种类型。

“内置式”。是指设计相应的活动内容，让游客自我娱乐。通常应用于在类型上或精神上有密切联系的团队游客，如青年型、学生型、朋友型、同事型等团队。这类团队内的游客自我交流、合作、娱乐愿望较强，但为提高娱乐效果，饭店通常要设置一些特殊载体，包括“动机诱发”和活动设施。音乐、电视、卡拉 OK 等是一些普通饭店常用的娱乐设施，旅游饭店应结合地方民俗因地制宜设计特色化的活动，如特殊的饮食工具、民族音乐、体育器械、特色民俗歌舞光碟、专门表演场地等。使游客产生娱乐活动的冲动，并有实现娱乐目的的途径。

“外加式”。是指让游客边吃饭边欣赏特别安排的文艺表演，一般在客流量大而游客间大多相互陌生的条件下应用。如“七彩云南”，采用自助餐形式，大厅同时可容纳上千人，设有专门舞台，由演员表演民俗歌舞节目，游客边吃边欣赏。此类节目类型设计一般采用小节目组合型，可重复循环表演。一些大型饭店在大厅设置小舞台，与来宾文化层次及民俗文化特征相协调，采用钢琴、二人

转等占用空间较小的助兴式表演。民族类乐器如葫芦丝、笛子,大众化乐器如小提琴、吉他等,具有方便易携的特点,可即席进行演奏,实现近距离互动效果,因而也是许多旅游饮食娱乐中的常见方式。

“互动式”。是指专门表演人员与游客共同参与娱乐表演。这种方式应用普遍,特别是“农家乐”饮食方式最为适宜。如九寨沟的“藏家烤全羊”,其模式一般以团队为单位各自围坐一屋,在品尝酥油茶、青稞酒及现场大锅烧煮的牛羊肉的同时,表演人员先表演几个简单特色节目,然后邀请游客与其一起表演或独立表演。为避免单调,表演人员采用轮换制,即在一屋表演后转换到另一屋表演,吃完“烤全羊”,集体到户外院子里跳“锅庄”。蒙古大草原的“烤全羊”则更具历史和文化特征,更有文化深度,其整体程序包括“迎宾”、“献羊”、“祝酒”、“切食”、“歌舞”等,结合大草原、蒙古包、篝火和歌舞,实际上是一套完整的参与性民俗旅游表演,极具震撼力。此类设计中,表演技巧较简单,但对专门表演者的组织鼓动、调节气氛能力要求较高。

3. 饮食环境的愉悦性和生态性

饮食环境包括场地、装饰、设施、服务等内容,讲求舒适、愉快、健康的感受。餐饮环境根据不同的宴饮要求,或庄重典雅、富丽堂皇,或优雅别致、质朴清新,庆典、寿宴、喜宴各不相同,朋友聚会与商务宴请各有风采。除“总统套房”为代表的超豪华型设施和服务环境外,还有两种环境类型常被旅游者所青睐。

(1) 景观生态型。景观生态型可分户外型和户内型。户外型以良好的生态为前提,如海滩、草地、森林。水声、风声、鸟鸣声,花香、草香、食物香及满眼自然景观让人感到身心放松,对城市游客尤其有吸引力。操作中,最简单的就是将桌椅搬至室外,特别是农家乐型餐馆。要求较高的先要对地点进行选择,基础部分一般以防晒防水木板架空,有一定造型,周边进行绿化美化,使用帆布帐篷等防雨遮阳;高档户外餐饮场地还采用高盖顶,如亭子型,可永久性防雨遮阳。

户内型实际上也是以户外良好的自然环境为基础,许多生态景观区、濒水面山处、城郊制高点等地建造的餐馆常常吸引游客,它要求有良好的室外透视效果,如可透过窗户观赏户外原生态景观、标志性景观、城市夜景等,其包厢设计一般在景观物方向用大玻璃窗或全开放式门窗,强调无视觉障碍。另外,有些城市餐馆利用混凝土、塑料、油彩等仿真材料营造生态效果。

(2) 民俗风情型。民俗风情型也可分为户外型和户内型。与景观生态型相反,户外型以户内型为基础。民俗风情型饮食环境强调文化氛围,而且要求有明显的差异性,少数民族风情因其特质文化内涵,容易产生氛围效果。户内型环境设计中,场地要求有明显的民族建筑风格,装饰上不求豪华,但要有丰富的标志性文化元素;桌椅、餐具等设施有民族或民俗特色;服务人员穿戴民俗或民族服饰,采用民俗或民族的服务方式,同时与相应的时代特征相契合。如“宫廷式”、“园林式”、“农家式”等。

户外型在设施、服务上如户内,其位置一般要求能观赏更多的民俗文化内容,能体味到相应的民俗文化氛围。如丽江古城,许多小吃店将桌椅搬至户外街边,在品尝风味小吃的同时,放眼可看到古老的民族建筑、奇异的民族装饰、不同服装不同肤色的人群,身旁一条湍急而清澈的水流一直流向远方。整个古城老街尽管地方窄小,人流拥挤,但浓郁的民俗文化氛围仍让人流连忘返。^①

4. 饮宴文化的主题性和情趣性

在品牌化或主打型的旅游饮食中,娱乐性、氛围性必须围绕一个主题,体现整体性和自然性。一般选用具有较大兼容性的民俗事件为背景和载体,并以一个富于诱惑力的名称作为总揽。如“苗家农耕宴”、“水上人家婚庆宴”、“周王庆功宴”、“唐王破阵宴”等。这种饮食过程实际上是一种综合型的民俗文化表演,有一套完整的程序、礼仪和表演内容。饮食礼仪多体现在茶文化和酒文化上,使用得当,可增加文化趣味,深化民俗内涵。

把饮食作为人生体验的中国饮食文化“醉翁之意不在酒”,在于从色、香、味、形、器、境的和谐统一中获得精神上的愉悦,进入诗意的生活境界,充分地体验饮食的乐趣和美好。对宴饮诗意情趣的追求最早起源于文人士大夫阶层。如 353 年(东晋永和九年)三月初三,王羲之与好友谢安、孙绰等名流 42 人会集于有“崇山峻岭,茂林修竹,又有清流激湍”的兰亭,在“天朗气清、惠风和畅”之中“仰观宇宙之大,俯察品类之盛”,“一觴一咏,亦足以畅叙幽情”。文人们“曲水流觴”的宴饮与咏诗泛觴赋诗 37 首,王羲之即兴撰书《兰亭集序》,被后世称为“书法绝品”、“天下第一行书”,兰亭亦因此成为中国书法圣地。每年农历三月初三为绍兴市书法节,每逢是日,国内外许多著名书法家奔赴兰亭,怀古续胜,追仿永和风流。

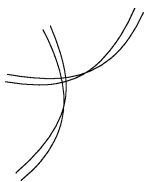
① 麻益兵:《民俗文化的现代旅游表达》,北京大学出版社 2008 年版,第 72—74 页。

唐代诗人李白、宋代诗人苏轼都曾在月夜之下抒发对人生的感慨。古今文人们在诗情画意的自然环境中宴饮,又在宴饮中追求和创造诗情与画意,对宴饮环境与过程所形成的诗意氛围的追求,已经延伸到民间,成为中国饮食文化的重要传统。唐宋以来,茶楼、饭馆或建于风光旖旎的湖边、江畔,或建于水榭花坛、竹径回廊之中,还力求通过室内环境的装饰安排,创造与自然相联系的环境气氛。茶楼、饭馆的名称选择也力求具有诗意的情趣,匾额、楹联和字、画的装点进一步渲染宴饮的环境氛围。今天我们可以把风景名胜的饭店、餐厅,设计成为具有当地文化特色和追求诗意情趣供旅游者宴饮的主要场所。

宴饮菜点命名追求意趣,质朴的如“麻婆豆腐”,雅致的如“一行白鹭上青天”(墨鱼三吃,鱼骨烧汤,面上飘着一行豌豆),蕴涵历史名人典故的“东坡肉”、“宫保鸡丁”(清末四川总督丁宝桢的家菜)等等。饭馆、餐厅的命名如“不醉无归小酒家”、“颐之时”、“听鹂馆”、“菜根香”等,显示出文人的雅兴;而“狗不理”、“姑姑筵”、“哥哥传”之类则有着民间俗文化的朴实风趣。

色、香、味、形、器、境的和谐统一,使饮食活动不仅仅是满足生理需求的行为,而且具有了明显的审美欣赏、体验的价值,而烹调与宴饮的设计与安排,则有着艺术创造的意义。





第三章 茶文化与现代旅游

一、我国茶文化的形成与发展

(一) 我国茶的起源

我国是发现、利用、栽培、加工茶叶最早的国家。古代中国人从发现野生茶树到开始利用茶,是以咀嚼茶树的鲜叶开始的。关于饮茶的起源说,归纳起来主要有以下三种。

1. 祭品起源说

认为茶与其他一些植物一样,最早是作为祭品用的,后来,有人尝食后发现食而无害,才由祭品转为菜食,再为药用,最终成为饮料。

2. 食用起源说

认为羹汤中留有固体原料的食叶法是其初始的形态,因此,同羹汤有勾芡汤和清汤一样,茶也有两种,从清汤式演变出饮汁法,并且饮汁法至少在三国时代的吴国(222—280年)就已经存在,被称为茗茶,是煎茶之祖。

3. 药用起源说

《神农本草经》言:“神农尝百草,日遇七十二毒,得茶而解之。”这里的“茶”,即后来的“茶”字。唐朝陆羽在《茶经》中,更是以此为依据提出“茶之为饮,发乎神农”。由此,关于茶与药的关系以及茶与神农氏的关系一直充满着种种神秘传说。据历史学家和考古学家的考证,《神农本草经》是后人假托神农氏之名所作,但成书时间绝不晚于西汉(公元前206年—公元前25年)时期。也就是说,中华民族的祖先在那时已经认识到茶的医药功能。然而,茶的发现和开始利用,应当看做整个神农部落时代的历史活动,而神农氏是中国母系社会向父系

社会转变的代表人物,至少已有六七千年甚至上万年的历史。

到目前为止,世界上已发现的茶树共4个系37个种、3个变种,共40种,几乎全部产于中国的南部、西部地区。其中,云南最多,又以滇南思茅、西双版纳地区分布为最多、最广,拥有4个系32个种、2个变种,共34种。这样的分布是中外任何其他地区所无法相比的。因此,这一地区被称为世界茶树原产地,有着地质学与古植物学的依据。总之,中国是茶的发源地已为世界所公认。

中国是最早将茶作为饮料的国家,基本茶类包括绿茶、红茶、乌龙茶、花茶、白茶、黄茶、黑茶。再加工茶类包括紧压茶、萃取茶、果味茶、保健茶。

中国名茶,历来受到人们的喜爱。从古到今,中国名茶有数百上千种,但长久不衰至今仍有一定产量和市场的不过百余种。对于历代名茶,典籍里常见记载,中国现代名茶也有数百种。各地有不少评比、大赛,使得许多名茶在消费者心目中地位日隆。大家乐于评说中国十大名茶,但事实上,中国从来没有进行过“中国十大名茶”的官方评选,但是既然大家乐于评说,说明茶友心中有此需要。现在流行的十大名茶说法并不尽相同,流传最广的有两个版本:一是西湖龙井、洞庭碧螺春、武夷岩茶、安溪铁观音、屯溪绿茶、祁门红茶、信阳毛尖、君山银针、普洱茶、滇红茶;另一版本是西湖龙井、碧螺春、黄山毛峰、庐山云雾、六安瓜片、恩施玉露、白毫银针、武夷岩茶、安溪铁观音、普洱茶。两个版本共涉及15种名茶。

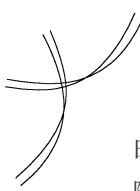
(二) 我国茶的历史发展

我国茶文化的发展在漫长的历史长河中,大致经历了四个重要的历史时期。

1. 上古至魏晋南北朝时期

上古时期,茶主要作药用,有神农氏尝百草中毒、因服用茶叶而得救的传说。而将茶叶作为饮料使用则应该是在春秋战国时期的巴蜀地区。清朝学者顾炎武在《日知录》中考证后指出:“自秦人取蜀而后,始有茗饮之事。”这个观点至今仍然为绝大多数学者所认同,因此,人们常说“巴蜀是中国茶业或茶叶文化的摇篮”。

到秦汉以后,茶叶在巴蜀颇为兴盛,并且逐渐向东传播,走向全国。西汉时期,王褒在《僮约》中写到“烹茶尽具”和“武阳买茶”等字句,说明当时的蜀中饮茶已成风尚,而且出现了茶叶市场。不仅如此,茶的饮用和生产也在这一时期



由巴蜀传到了湘、鄂、赣等毗邻地区。如湖南茶陵的命名就很能说明问题。茶陵是在西汉时设置的县,唐以前写作“荼陵”。《路史》引《衡州围经》载:“荼陵者,所谓山谷生茶茗也。”即是以其地出茶而名县的。魏晋南北朝时期,荆楚和江南的茶叶生产有了较大发展。《广雅》言:“荆巴间采茶作饼。”这里将“荆、巴”并提,表明三国时,荆楚一带的茶叶生产制作技术已基本与巴蜀相当。《桐君录》言:“西阳、武昌、晋陵皆出好茗。”晋陵是今常州的古名,其茶出宜兴,表明东晋和南北朝时期,长江下游宜兴一带的茶叶也开始有名起来。

2. 唐宋时期

唐朝时期,中国茶业有了迅猛的发展,主要表现在三个方面:一是茶叶产地遍布全国各地。陆羽在《茶经》中就列举了许多产茶的州县,所谓“八道四十三州”,划分了我国八大茶叶产区。从地域分布看,产茶区覆盖了今四川、陕西、湖北、云南、广西、贵州、湖南、广东、福建、江西、浙江、江苏、安徽、河南等 14 个省区;而其北边一直伸展到了河南道的海州(今江苏连云港),也即是说,唐代的茶叶产地达到了与中国近代茶区几乎相当的局面。二是茶叶生产和贸易蓬勃发展。《膳夫经手录》载:“今关西、山东,闾阎村落皆吃之,累日不食犹得,不得一日无茶。”中原和西北少数民族地区都已嗜茶成俗,于是南方茶叶的生产和全国茶叶贸易便随之蓬勃发展起来。仅以当时的浮梁为例,《元和郡县图志》中说:“浮梁每岁出茶七百万驮,税十五万贯。”而中国一些少数民族习惯于饮茶后,先通过使者,后来直接通过商人,开创了中国历史上长期存在的以茶易马的茶马交易。三是茶政、茶学和茶文化逐渐产生与发展。唐朝中期以后,由于茶叶生产、贸易发展成为一种大宗生产和大宗贸易,加上安史之乱以后国库拮据,征收茶叶赋税逐渐成为一种定制。同时,茶学和茶文化逐渐产生,出现了一大批有关茶的专著,如陆羽的《茶经》、温庭筠的《采茶录》、皎然的《茶诀》等。许多人开始享用茶叶,茶宴、茶集和茶会从一般的待客礼仪演化为以茶会友、迎来送往、商讨议事等有目的、有主题的联谊活动。

到宋朝,中国的茶业出现了较大的变革与发展,主要集中在两个方面:第一,随着气候由暖变寒,中国茶区北限南移,南国茶业获得了明显发展。宋朝的常年气温一度较唐代暖期要低 2~3 度,北部特别是临界地区茶园的茶树大批冻死或推迟萌芽,直接导致了宋朝贡焙南移建瓯。而贡焙承担着专门生产御茶的任务,无论是选用的原料还是制作工艺都要求最高和最讲究,因此有力地推动和促进了闽南以至整个南方茶叶生产的发展。第二,为适应大众饮茶的需求

要,茶叶生产开始由团饼向散茶逐渐转变。这一时期,大众加入到饮茶者的行列,需要价格低廉、煮饮方便的茶叶,于是,在过去团饼工艺的基础上,蒸而不碎,碎而不拍,蒸青和蒸青末茶便逐步发展起来,从传统的生产团饼为主改变为生产散茶为主。当然这种转变主要还是在汉族地区,西北少数民族地区仍然保留了生产、消费团饼的习惯。此外,由于各地饮茶习俗的普及,城镇茶馆林立,茶馆文化得到了较大的发展。

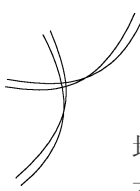
3. 明清时期

明清时期,中国茶叶全面发展,首先表现在促进和推动了各种茶类的发展上。除绿茶外,明清两朝在黑茶、花茶、青茶和红茶等方面也有了很大发展。如黑茶,据文献记载,四川在洪武初年便有生产,后来随着茶马交易的不断扩大,至万历年间,湖南许多地区也开始改产黑茶,至清朝后期,黑茶更形成、发展为湖南安化的一种特产。清以后,随着茶叶外贸发展的需要,红茶由福建很快传到江西、浙江、安徽、湖南、湖北、云南和四川等省,在福建还形成工夫、小种、白毫、紫毫、选芽、漳芽、兰香和清香等许多名品。其次,表现在各地名茶品种的繁多上。黄一正在《事物纪原》(1591年)中辑录的“今茶名”就有(雅州)雷鸣茶、仙人掌茶、虎丘茶、天池茶、罗茶、阳羡茶、六安茶、日铸茶、含膏茶等97种之多。再次,表现在制茶技术的革新上,普遍改蒸青为炒青,这对芽茶和叶茶的普遍推广提供了一个极为有利的条件,同时,也使炒青等系列制茶工艺达到了炉火纯青的程度。

此外,这一时期,中国茶叶大量出口到西方。1559年,威尼斯作家拉马席的《中国茶》和《航海旅行记》都有关于中国茶叶传播的记载。后来,到过中国和日本传教士和旅行家不断地把中国这种“药草汁液”的饮俗、效用著之于书报杂志,使西方世界对茶产生了一种钦羡之感。经过近半个世纪的宣传,当1610年荷兰东印度公司的船队首先把少量茶叶运回欧洲后,饮茶便很快在欧洲乃至世界范围内风靡开来,茶叶最终成为中国与西方贸易的主要产品之一。

4. 近现代时期

20世纪初,中国处于半殖民地半封建的社会,政府的腐败无能导致中国茶叶科学技术和经验得不到总结、发扬和利用,茶叶生产在帝国主义排挤和操纵下日趋衰败。直到新中国成立后,中国茶叶生产才进入了恢复和繁荣时期。从1950—1970年,茶园面积平均年增加7.3%,茶叶产量平均年增加5.9%,还因



地制宜、综合治理了大批低产茶园,实行科学种茶,培训茶叶科技人员,推动了茶叶生产的大发展。同时,中国茶文化也得到迅猛发展,对世界的影响也越来越大。1982年,杭州成立了第一个以弘扬茶文化为宗旨的社会团体——“茶人之家”;1993年,“中国国际茶文化研究会”在湖州成立。随着茶文化的兴起,各地茶艺馆越办越多,各地纷纷举办“茶叶节”、“茶文化节”等,以茶为载体,促进经济贸易发展。如云南的普洱茶节,福建武夷山市的岩茶节,浙江新昌、泰顺和湖北英山及河南信阳的茶叶节等。

二、我国饮茶方式分析

(一) 清茶品饮、香真味实

此种饮茶方式,中心是突出一个“真”字。它顺应自然,强调真实,保持了茶的“纯粹”。如北方人爱饮花茶,长江中下游地区好饮绿茶,西南一带推崇沱茶和普洱茶,闽、粤、台嗜好乌龙茶,沪、杭等地习惯于品龙井茶等名优绿茶。对这些茶的饮用,都是通过用开水直接冲泡,无须在茶汤中添加任何佐料,重在求得茶的真香本味,故而称之为清饮。目前,我国汉民族居住地区,多数采用这种清饮方式饮茶。

(二) 大碗急饮、止渴生津

此饮茶方式,中心是突出一个“渴”字,意在补充人体生理需要。所以,大碗急饮,稍时而别,是这类饮茶方式的主要特征。它通常见于公园门前、大道两旁、半路凉亭、车站码头等处。在中国,大凡过往行人较为集中的地方,往往设有茶摊和茶亭,喝大碗(杯)茶是这里的特色。在这些地方,对茶质量的优与劣,以及四周陈设的要求显得不甚要紧,只求整洁卫生就好。这种饮茶方式,虽然无从体验茶的真趣,却也蕴涵山村野外之情,所以,古往今来,受到人民群众的青睐。目前,在中国东南西北中,几乎在各民族居住地,都可见到这种饮茶方式。

（三）以茶点缀、意在示礼

此饮茶方式,中心是突出一个“礼”字。这是因为重情好客,是中国各民族的传统礼仪。凡有朋友进门,不管你要不要饮茶,都会奉上一碗(杯)茶,以示欢迎和亲近。特别是在一些重要场合,如接待贵宾、双方会谈、隆重会议等。每逢这类高层次的活动,宾主坐席上均摆上一杯茶,茶具高雅,茶叶高档,以示高规格、重礼仪。如活动时间不长,宾主喝茶是随意的。茶在这种场合,既是一种不可缺少的摆设,也是礼仪之举。

（四）借茶喻世、追求哲理

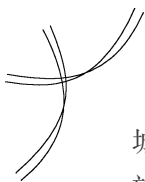
此饮茶方式,中心是突出一个“理”字。白族的三道茶是这方面的典型事例。其最初是作为长辈对子女学艺、经商、求学,或者是男婚女嫁时的一种嘱托和祝福,以后才慢慢演变成一种待客的风尚。三道茶中的每一道茶,都有不同的含义,内涵是“一苦、二甜、三回味”。它寓意做什么事,只有苦尽才能甜来,而且要做到后事不忘前事之鉴,多多“回味”,不可忘本。有的汉族居住地,茶是重要的嫁娶之礼,其实它寓意男女相爱一要像茶树那样四季常绿,百年偕老;二要似茶树那样不可移栽(这是古人的看法),从一而终;三要如茶一样,真实纯洁,好好过日子。目前,这种饮茶方式和内含配料,虽然有一些改变,但追求的哲理却是一样的。

（五）名茶名点、相辅相成

此饮茶方式,中心是突出一个“融”字。以茶佐点,品茗尝点,茶点相配,其乐融融。在这方面,最盛行的是广州的早茶。通常人们在上早班前,占据茶楼一角,泡上一盅称心如意的茶,选上两盘美味可口的点心,既品茶,又尝点,按当地人的说法,叫“一盅两件,人生一乐”。如今,各大、中城市的茶艺馆,奉上一杯清茗,捧上几碟点心,供君静静品尝,其饮茶基本方式很有点广州早茶的味道,只是前者在饭店、宾馆经营,后者多为专一的饮茶场所罢了。

（六）陶冶情操、品茶养心

此饮茶方式,中心是突出一个“情”字。这里有茶文化的继承,也有现代生活的文明,饮茶解渴已显得无关紧要,重在精神享受,身心愉悦。目前各大、中



城市涌现的高档茶艺馆,其建筑格局、环境布置、室内陈设,乃至文艺演出、奉茶施礼,都颇有讲究。在这里饮茶,实是对文化的品味,精神的升华,是一种高层次、多功能、重享受的饮茶方式。其实,20世纪80年代以来,在全球,特别是在中国、日本、韩国,其中包括我国台湾地区、香港特别行政区兴起的茶艺、茶道、茶礼演示也是弘扬茶文化,提倡茶人精神,用茶作引子,将物质文明和精神生活奉献给人民的一种艺术形式。

(七) 以茶料理、用意在吃

此饮茶方式,中心是突出一个“吃”字。中国蒙古族的咸奶茶、哈萨克族的奶子茶、基诺族的凉拌茶、崩龙族的水茶,实际是中国古代吃茶方法的延续。既作菜肴,又当食物。在这里,与其说喝油茶,倒不如说吃油茶,因为茶已成为待客的点心了。近年来,中国各地的许多城市,根据茶品特性,结合菜肴特点,除保持原有的茶菜外,还新创制了一批特色茶菜,品种在200个以上,西坪老鸭、御扇茶香骨、红茶焖肉、太极碧绿、茶松银鱼、乌龙戏水等,这些茶菜,既保持了茶的香和韵,又保持了菜的色和味,从而为饮食文化增添了一枝奇葩。

(八) 茶药相通、强身保健

此饮茶方式,中心是突出一个“健”字。茶的最早利用,就是从药用开始的。中医认为,茶兼具药用功能和保健作用,既可作单方,又可作复方,是一种重要的中药材。现今居住在湘、鄂、川、黔交界武陵山区一带的苗族、土家族喝的擂茶(打油茶),用生茶叶、生姜和生米仁三种原料配制而成,既是饮料可解渴,又是良药能保健。又如居住在云南密林中的一些少数民族喜欢喝一种叫“龙虎斗”的茶,就是将煎熬过的浓涩茶汁,趁热倒入盛有酒的茶杯中,这种茶酒相融的浓汤,趁热喝下,能去湿发汗,祛寒解表。这种饮茶方式,是居住在多湿的高山地区人民与大自然搏斗的经验总结。

可以预见,随着人民生活质量的提高,社会的进步,中国各民族的饮茶风俗也将随之而变,并将变得更加丰富多彩。

三、茶馆的旅游休闲作用探析

(一) 茶馆的形成与发展

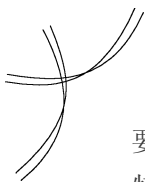
茶馆,是国人专门用作饮茶的场所,也是人们休息娱乐、买卖交易、问询议事的地方,可谓是老少咸宜、男女皆至的好去处。客人们来到茶馆,泡上一壶茶,啜茗清谈,国事、家事、心头事,无所不谈。茶馆可称得上是一个“浓缩了的小社会”。茶馆,在历史上又有茶楼、茶亭、茶坊、茶肆、茶园、茶社、茶室等称谓。虽然称呼有别,但其形式与内容大抵相同。

我国的茶馆,由来已久。据赵荣光、谢定源先生在其著《饮食文化概论》中描述:《广陵耆老传》中曾谈到一个神话故事。“晋元帝时(317—322年),有老姥每旦独提一器茗,往市鬻之,市人竞买,自旦至夕,其器不减。”这与现今的茶摊十分相似。南北朝时,又出现供喝茶住宿的茶寮,它可说是现今茶馆的雏形。而关于茶馆的最早文字记述,则是唐代封演的《封氏闻见记》,其中谈到“自邹、齐、沧、棣,渐至京邑城市,多开店铺,煎茶卖之,不问道俗,投钱取饮。其茶自江淮而来,舟车相继,所在山积,色额甚多”。自唐开元以后,在许多城市已有煎茶卖茶的店铺,只要投钱即可自取随饮。

宋代,以卖茶为业的茶肆、茶坊已很普遍。反映宋代农民起义的古典名著《水浒传》里,就有王婆开茶坊的记述。作为南宋京城的杭州,据宋人吴自牧《梦粱录》记载:“巷陌街坊,自有提茶壶沿门点茶,或朔望日,如遇凶吉一事,点水邻里茶水。”专营的茶馆已经遍布全市。在闹市区清河坊一带,就有“清乐”、“八仙”等多家大茶坊,其室内陈设讲究,挂名人书画,插四时鲜花,奏鼓乐曲调。在街头巷尾,还有担茶卖茶的。

明代,据张岱《陶庵梦忆》记载:“崇祯癸酉,有好事者开茶馆,泉实玉带,茶实兰雪,汤以旋煮,无老汤。器以时涤,无移器。其火候、汤候亦时有天合之者。”表明当时茶馆已有进一步发展,讲究经营买卖。对用茶、择水、选器、沏泡、火候等都有一定要求,以招徕茶客。与此同时,京城北京大碗茶业兴起,并将此列入三百六十行中的正式行业。

清代,满族八旗子弟饱食终日,无所事事,坐茶馆便成了他们消遣时间的重



要形式,因而促使茶馆业更加兴旺。大江南北,长城内外,大小城镇,茶馆遍布。特别是在康熙至乾隆年间,由于“太平父老清闲惯,多在酒楼茶社中”,使得茶馆成了上至达官贵人,下至贩夫走卒的重要生活场所。

现代,无论是城市还是乡镇,无论是大道沿线还是偏远乡村,几乎都有大小不等的茶馆或茶摊。

(二) 泡茶馆已成为新的休闲方式

中国人饮茶历史源远流长,时至今日,茶这一古老的饮料,在面对各种各样的现代饮料的挑战时,越发显得历久弥新,独具魅力。常听说某种国外饮料欲占领中国市场,打出的是改变中国人饮茶习惯的口号。但这就像两个比武的人,一个使硬功夫,一个使太极。刚勇之力最终总会被阴柔之力弹回。因为外国人不明白,茶是浸润在整个民族文化中挥之不去的血液。

作为品饮之乐,越来越多的现代人认识到了饮茶的好处。《神农本草经》中记载:“神农尝百草,日遇七十二毒,得茶而解之。”《神农本草经》中记载:“茶味苦,饮之使人益思,少睡,轻身,明目。”《本草纲目》中记载:“茶味苦甘,微寒无毒,主治瘰疮,利小便,去痰热,止渴,令人少眠,有力悦志,下气消食。”综观这些品饮经验,饮茶的功效可以总结为:益思少睡、清热降火、解毒止渴、消胀气、助消化、消除疲劳、增强耐力、去痰治痢、利尿明目等,可谓有百利而无一害。与节气养生相合,喝茶也具有强大的保健功能。春天喝茉莉花茶,唤醒沉郁一冬的体内活力;夏天喝绿茶,消暑爽心;秋冬喝红茶、普洱,解腻暖身。

喝茶与喝其他饮料不同,它既可以简也可以繁。简单的,一包茶叶,一壶开水,一个大茶缸,就能享受那曼妙茶韵。繁的,典雅居室、良器好水、妙手茶艺,慢慢品赏,可谓把茶的每一个细节都再三体味。除了茶本身,整个的过程都让人赏心悦目,仿佛一场精神的SPA。

现代人生活压力普遍增大,情绪经常处于压抑状态,受到各种辐射、污染的侵害也更加常见,身体的亚健康状态倒成为一种常态。这时候,人们希望有一种东西,或者一个场所,能让自己安静下来。事实上,“茶”字本身,就给出了答案。“茶”,表示一人在草木间,回归自然,倾听天籁,闻嗅芳草,心旷神怡。再把“茶”字拆开,仿佛“二十加八十八”,正是一百零八,代表人生极乐的寿数,喝茶恰恰能使人益寿延年。所以,饮茶以其自身宁静、保健、文化的特质必然成为新的时尚。

近些年来,茶馆数量迅速增长,就是最切实的证明。并非像一些人所想像,喝茶的人只是一些老年人。对茶馆调查后得出的结论表明,泡茶馆的常客集中在 20—60 岁之间的人群中,或者交朋会友,或者家人共聚,或者雅聚清谈,或者博弈休闲。更具时代特色的是,许多商务人士把自己办公洽谈的场所搬进了茶馆。在这里,他们可以上网冲浪,可以洽谈生意,伴随着缕缕茶香,使工作真正变成了一种快乐。随着经济和文化的发展,更多的人愿意光顾茶馆,使饮茶成为自己生活中的一部分。茶馆作为一个社交场所,因为其多种功能而宾客盈门,同时也向越来越多的人传播着茶文化并倡导着一种新的休闲生活方式。

四、弘扬茶文化,倡导茶旅游的途径


(一) 建设新茶学、培养茶文化专门人才

茶学是一项实践性和创造性的科学,是一门不断发展的学科,既包括对茶叶品质及其种植、加工、贮运、销售的科学研究,也包括对茶叶影响社会发展和人类精神的理论探索,这是奠定现代茶文化基础的必须之举。如中国国际茶文化研究会多方组织世界各地茶人同道交流,《茶博览》杂志编得越来越好,浙江大学茶学系举办各种培训班,“青藤茶馆”、“湖畔居”等茶馆被评为杭州十佳温馨茶楼,都有力地推动了杭州茶文化事业并涌现出无数投身茶文化事业的人才。

(二) 发展茶馆业

茶馆是茶文化的物质载体,充分收集整理浙江省古朴浓郁的民族茶艺,结合利用现代的茶馆、茶艺,具有广阔的发展空间。茶对人心的陶冶作用,是通过人和茶、茶器、茶境的联系过程而实现的。泡茶、品茶是一种别致的艺术活动,需要调身、调息、调心,达到敬、清、和、静的状态,并与壶、杯、茶、水、境发生物我两忘的沟通。在这里,泡茶者和品茶者都处在一种特殊的审美状态中,配以古色古香的茶具和玄远空灵的乐曲,人们的心灵从现实的功利关系中超脱出来,进入清静的茶艺境界。另一方面,高雅、清静的茶馆也成为人们访亲会友、交流信息、商务会谈的理想之所。

现代茶馆如雨后春笋。例如浙江杭州改革开放以来,随着旅游业的发



展,茶馆逐步得到了恢复和发展。在湖山各风景点如玉泉顶峰、宝石山腰、云栖竹径、灵隐道上、三潭旁、九溪边,皆有品茗之所。这些茶室的建筑,与湖山景色配置相宜,室内装饰美观典雅。杭州还陆续办起了各种茶座,如在吴山顶上,或一些街头巷尾,有专供退休老人围坐清谈的“老人茶座”;一些餐馆为青年人举办了啜茗听音乐的“音乐茶座”;企业家俱乐部为企业家们开设了沟通信息、洽谈合作的“信息茶座”;科技部门开辟了“科技茶座”;园林部门在西湖碧波之上的阮公墩有“仿古茶座”;在灵隐道上更有供中外爱茶人聚会的“茶人之家”……不胜枚举。到杭州的人,抽空去茶馆坐坐,已经是一种时尚。

(三) 弘扬茶艺

1. 中华茶艺及要素

茶艺是茶文化中的艺术精华。广义的“茶艺”包括茶的栽培、制造、品饮的方法乃至整个茶文化。通常所说的“茶艺”是狭义的“茶艺”,指在茶道精神指导下的茶事实践,即如何泡好茶、如何品享茶的技艺。茶艺技能(茶艺型泡茶技能)包括备具、择水、取火、候汤、习茶等技艺;品茗的艺术包括品茗的环境、礼仪、方式、情趣等,两者结合构成中华茶艺的六要素:人、茶、水、器、境、艺。

中华茶艺是人文的,也是艺术的,它与文学、绘画、书法、音乐、陶瓷、服饰、花艺、建筑等相结合,形成特殊的茶艺文化。中国在唐代,“茶道”已广为流传,并形成一定程式。现代茶艺则已发展成为普通百姓与众多茶艺馆紧密结合的一种大众饮茶消费形式,高雅的文化艺术与普通生活、休闲的和谐结合,形成了鲜明的中国民俗茶文化特征。

2. 茶艺表演

茶艺大多以表演形式出现。日本自唐时传入中国茶艺,并予以继承与发展;东南亚其他国家也有茶艺表演;随着文化的交流和中华文化对外影响力的扩大,欧美等国也有不少茶艺爱好者。传统中华茶艺百花齐放、不拘一格,从取材角度划分,大体有三种类型。一是民俗茶艺,取材于特定的民风、民俗。以茶为主体,以当地的饮茶习惯为基础,经过艺术提炼与加工,形成富有民俗特色的茶艺表演,如新媳妇茶、白族三道茶、四川盖碗茶等。二是仿古茶艺,取材于史料及出土文物,进行艺术再现,大致反映各历史时期的饮茶风貌,如唐代宫廷茶宴、清代宫廷茶艺表演等。三是其他茶艺,取材于以茶为载体的特定的文化内

容,经过艺术提炼与加工,反映特定文化内涵,如禅茶表演、火塘茶情等。

3. 旅游茶艺的类型及创新设计


(1) “雅”式旅游茶艺表演^①。传统茶艺渗透着中国传统个人品性修养和艺术审美理念,历史上对中国知识分子和普通百姓思想影响最为深刻的儒、道、释三教的个人修为和审美观在传统茶道精神中体现得十分明显,其中道教影响尤为深刻。道教于茶崇尚贵生、乐生、养生、长生,体现“坐忘”致“静”、“天人合一”的最高境界;而品茶“四谛”——“和、静、怡、真”则融合了三教观点。从整体上看,传统茶艺强调茶所独有的色、香、味,更强调饮茶过程中的文化内容,通过雅致脱俗的茶艺程式,让人产生涤荡性灵、怡然清新的感受。从本质上说,传统茶艺表演的核心是突出一个“雅”字。

“雅”式旅游茶艺源于对传统茶艺的继承,突出地体现了我国传统茶文化的内涵。围绕“雅”字要求,场景装饰、茶艺器具、乐舞伴奏要体现“清雅”;表演者气质、装饰、动作要显示“优雅”;即使是对品赏者的口味、言行要求,也以“淡雅”为高品。基于这些特征,“雅”式旅游茶艺一般应用于以观赏为主的高档茶馆,对国内外猎奇和怀旧型游客较有吸引力,且随着茶文化宣传的扩大,其影响力还在不断扩大。

“雅”式旅游茶艺在设计中,取材可以创新,但形式、格调和精神内涵不能偏离传统茶艺特征。其最大的优势是高品位、高格调文化产生的品牌号召力,作为茶文化的精华部分,对多数游客有较大吸引力。但其特殊的格调氛围也可能同时带来“曲高和寡”的尴尬,过慢的动作程序也让习惯于快节奏生活方式的现代人感到不适应。这也导致它所追求的心灵共鸣感、哲理性、启迪性目标很难达到。因而,在旅游实践中,常常将它与其他活动串连,或以此作为活动的品牌和高潮部分,或以此作为疲劳时的休闲部分,时间安排也不宜过长。在表演与解说中,应视游客兴趣(如泡茶的手法、品茶的技巧)有所侧重。

(2) “俗”式旅游茶艺表演。传统“雅”式茶艺文化主要源自士大夫阶层的审美观。实际上,普通民间饮茶作为日常生活的一部分,大多是简单而实用的,其重心也往往不在品茶,而在人与人的交流,或是自我身心的放松。比如闽、粤的许多地方,家中来客,主人随手端来茶具,一边泡着“功夫茶”,一边同客人随意谈天说地,并不需要太多的讲究和繁文缛节。基于这种文化特征,近年来,在不

^① 麻益兵:《民俗文化的现代旅游表达》,北京大学出版社2008年版,第79—82页。



少茶叶产地,结合旅游休闲和茶叶推销,风行以品茗、休闲与茶叶销售相结合的表演模式。通常由一人或两人进行表演,游客围坐一桌。座谈交流内容除茶文化外,还经常结合民俗及旅游趣味话题;茶艺内容也常常不限于一种,因而信息量较大,趣味性较强,节奏较快,整体氛围较为轻松,游客参与机会也更多,十分符合旅游者的心理特征。与“雅”式旅游茶艺相对应,我们称之为“俗”式茶艺。尽管在形式和内容上会被部分人看成“低俗”,但从某种程度上说,它也是对普通生活的一种回归。

“俗”式旅游茶艺设计重点要考虑以下几个方面:

1) 在取材上,应强调地方茶俗民情,突出地域差异性和趣味性。即使是差不多的一些技法,以地方典故重新命名可带来意想不到的效果。展示不同风格的茶艺主要是将其中最精华或游客最感兴趣的程式、技艺集中展示,比如各类冲泡手法、水质测试方法等。对传统茶艺形式的改进也是一种手段,比如流行于两湖、两广等地的“擂茶”,云南白族“三道茶”等都是“俗”式旅游茶艺的上好题材。

2) 在场景布置上,不要强求高档,但要净洁雅致。可设计农家庭院等氛围,若有茶叶推销考虑的,可以把罐装或用其他精美包装的茶叶作为装饰;所用器具视茶艺需要和当地条件而定,应有特殊性,如“一木成桌”、“垒石为椅”等;人员装饰上要体现民族或地方特征。

3) 在游客的参与性上,除语言、行为的交流外,重点要设计一些环节供游客动手。比如在开始,即请一位游客作为助手,全程参与;“凤凰点头”、“高山流水”、“韩信点兵”之类的冲泡手法一般是游客感兴趣的,可以在技艺及内涵的讲解示范中,让多位游客进行尝试。

(3) “泛”式旅游茶艺表演。“泛”式旅游茶艺指以“茶”为主题和纽带,以多方位、多层面的民俗文化为内容,以满足旅游休闲为主体目标的一种茶文化旅游模式。“休闲性”与“文化性”是其最主要的特征。纯茶艺表演尽管题材、方式、内容等方面有较多微细区别,但其基本程序、格调,特别是文化内涵、容量方面却很难实现质的突破。从旅游追求“差异”的本质要求出发,应有更多对游客具有吸引力的载体形式。实践中,茶文化的旅游运用已有较广泛的范围:一是作为旅游品牌,如杭州梅家坞、龙井村、茅家埠的茶文化休闲游,其品牌依托即“龙井茶”原产地。二是作为氛围营造物,如成都“蜀都雅韵”表演通过茶馆式的场景、设施和服务,让游客在舒适、休闲的环境氛围中欣赏各类绝技表演。三是

作为民俗文化的载体,如许多少数民族以茶为主题迎宾礼客,展示歌舞及其他多种文化。四是作为参与型旅游的一种主题模式,如景宁畲乡“惠明茶之旅”主题畲家乐,游客从茶叶采摘开始到加工、烹茶、品茶可以进行全过程体验,其间还可全面体味畲族歌舞等多种文化。

结合这些旅游实践,麻益兵老师曾在《民俗文化的现代旅游表达》中提出了“泛”式旅游茶艺的理念和设计模式:

1)“休闲性”要求与设计。“休闲”的本质是通过恰当的方式解除身心疲劳,释放生活压力,提高生活品质。好的休闲方式不仅能消乏释压、消磨闲暇,还能陶冶性情、增长见识,进而获得新的拓展人生的资源。旅游休闲较之普通家居休闲要求更高。其设计要体现三方面的要求:

一是雅俗共赏。传统城市茶馆通常采取细分市场策略,立足本地特定层次、相对固定的客源及部分外地游客市场。而对本地人口量、外地客流量或整体消费能力偏低的普通旅游目的地来说,必须以争取尽可能多的客流量为主要目标。

二是高回报。与家居休闲(如网络、影碟、棋牌、看书、聊天)相比,外出旅游的成本支出是巨大的,对活动形式及文化内质的“差异”性和“丰富”性要求当然会更高。旅游休闲特别强调“新鲜”度和“专向”度,闻所未闻、见所未见的事物最能缓解因单调引起的身心疲劳感。但一味追求类型之“新”很容易山穷水尽,因而旅游者常常会在喜欢上某一类型休闲方式后,着重追求“细”部的新鲜度,对其具体化各层面内容进行入微的赏玩,进而形成“专向”性兴趣。茶文化本身也具备这种耐玩性,能让游客产生“越琢磨越喜欢”的休闲体会。

三是项目的互补性。要努力在形式内容上突出本项目与游程上其他项目的互补关系,要求项目本身有观赏性与参与性之间、静态与动态之间的互补。提高“互补性”可以从“衔接型互补”与“反差型互补”两个角度考虑。“衔接型互补”指在内容上与游客前一旅游项目具有连贯性,比如摘茶、炒茶后观赏茶艺表演,迎宾仪式后的茶艺招待等。“反差型互补”指从游客身心需要出发,如游客进行大运动量的旅游活动后,以观赏茶艺作为休息;观赏型的茶艺表演完成后可以让游客自己进行特色茶艺练习。

2)“文化性”要求与设计。从单一的茶艺活动进行延伸,深化茶文化内涵挖掘和外延的扩展,是“泛”式旅游茶艺的本质要求,也是提高休闲共享性、回报性、互补性的根本途径。具体应用中,重点要突出三个方面。

一是兼容性。茶文化内容很多,茶歌、茶舞、茶礼及茶艺方式异地异俗;茶的类型多种多样,除前面所述普通概念的茶外,不少地方以野草、鲜花、树叶为茶,有的地方甚至把汤煮荷包蛋、羹汤等也称为“茶”;各类与茶相关的传说、故事乃至不同身份的制茶人,如“新娘”,都可演绎出不同的茶文化氛围;具有茶文化环境的地方民俗活动更是多种多样,这些都可作为文化性设计的内容。设计时可以选择恰当的载体将相关内容包容进去,并在品牌名称上予以体现,如“新娘茶”、“迎宾茶”、“农闲茶”,以吸引游客。

二是特色性。特色源自对文化内容、文化形式的选择和创新。设计时首先从民俗内容中选择游客最感兴趣并有潜力可挖的题材,按照观赏和参与需要对其形式进行改进,并通过导游解说和组织方式激发游客的热情和好奇心,形成互动活动氛围。

三是娱乐性。“泛”式旅游茶艺的民俗内容特别讲究娱乐性。氛围性设计求轻松、愉悦;观赏性设计求“奇”、“美”;参与性设计是重点,必须策划一些趣味强的活动载体,特别是有一定难度而又体现民俗文化的参与性活动,常能给游客带来印象深刻的娱乐效果。

(四) 发展茶旅游

名山名水出名茶,茶旅游具有特别的吸引力。如云南许多旅游胜地有神秘的古茶林,有浓郁的民族风情。大渡岗和其他地方的万亩茶园是人力和天工共同创造的奇境,置身其中,能真正体味到人与自然和谐的伟大力量。要把古茶树林作为自然文化遗产、现代生态茶园作为旅游观光地保护利用起来,通过重振“茶马古道”的茶文化品牌,发展茶旅游。茶旅游应当做到“一观、二闻、三采、四炒、五品、六购”,是扩展茶叶市场的重要方式。

如重庆中华茶艺山庄。重庆市郊茶竹海旅游区园区内,万亩茶园的绿海中矗立起一座高大雄伟的仿古建筑楼群。它就是集休闲、观光、品茗和观赏古代石刻园林艺术于一体的重庆市热点西线旅游之一景的永川箕山中华茶艺山庄。^①其宗旨在于弘扬中华茶文化博大精深的人文内涵,而其经济目标则在于启动重庆旅游市场,进而推进具有区域性乃至全国性影响的自然生态旅游区的开发。其主要子项目有:一是中国茶俗文化展览馆。对我国茶的起源、历史、茶

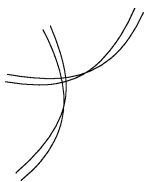
^① 刘勤:《茶文化学》,中国农业出版社2000年版,第172页。

区资源分类,名贵品种标本、茶文化发展史、制茶技术发展史以及中华民族 56 个民族各自的茶俗文化等进行实物的、文字的、图片的、影像的全方位展示。二是茶艺表演中心,以专业化的水准展示中华民族茶俗的代表性民族和流派。首先它完整地收集中国各民族不同时代、不同地区的主要代表性茶俗,同时收集世界其他代表性茶艺,如日本茶道、欧美茶艺、非洲茶艺、南美茶艺等。与上面展馆的纯展览性不同,所有展示都是“以品带赏”,实际上是一处带有展演性特点的室内精品茶坊,融观赏性、知识性、趣味性于一体的休闲去处。三是观景茶园。充分利用现有建筑的屋顶和林间茶地营造而成,强调茶与自然的融合,突出休闲性。四是以茶菜为特色的美味佳饌。一个完整的休闲园村,餐饮无疑是重点之重点,也是经济效益的主要来源之一。这里的所有餐饮项目均追求“与茶相关的特色化”。茶肴餐厅室内、露天的条件均具备。集中的好处是利于游客观赏,一方面集中巴渝目前流行的各种美食,结合当地特点有意识地将这些美食与茶结合在一起。如豆花、凉菜、老火锅的调料中加入茶叶成分,烤羊肉时将茶叶浆调入作料中,茶烧排骨,绿茶炖莼菜等。另一方面则发掘历史上的茶宴食谱,提炼出最有特色的菜品;开发出不同消费档次的茶宴食谱,辅之以茶饮、茶酒。独创箕山茶餐流派风格,展现特有的饮食文化。五是以采茶制茶为中心的观光、休闲活动。在春、夏、秋三季,茶树抽发新芽时节,由山庄组织游客到茶园现场采茶、制茶,在茶艺小姐的辅导下,练习泡茶、奉茶、品茶技艺。游客自制之茶可以购回自用。

(五) 加强茶文化的宣传和交流

除茶艺之外,茶文化中还有丰富的民俗内容。不同的产茶区、不同的民族结合不同的地理环境和生活习俗形成了多种多样的茶民俗,如茶歌、茶舞、茶礼、茶故事传说等茶文化艺术,采摘、炒制、包装、品赏等茶工艺技术。在许多传统产茶区,茶已深入到日常生活的微细之处,与其他民俗结合,衍生出更多的与茶相关的民俗内容。如创作茶歌舞、茶戏剧、茶影视、茶书画;举办茶叶节和茶文化研讨会,扩大国际交流,开拓世界市场;建设茶叶博物馆,普及茶文化知识。如上面所述的重庆中华茶艺山庄就有普及茶文化知识、扩大茶文化宣传与交流的作用。





第四章 酒文化与现代旅游

一、我国酒文化的起源与发展脉络

(一) 我国酒的起源传说

1. 猿猴造酒说

猿猴造酒的说法在许多典籍中都有记载。清朝彭貽孙《粤西偶记》也说：“粤西平乐等府，山中多猿，善采百花酿酒。”清朝李调元在他的著作中记述道：在海南时，“尝于石岩深处得猿酒，盖猿以稻米杂百花所造，一石六辄有五六升许，味最辣，然极难得”。这些证明是猿猴发现了类似“酒”的东西。江苏淮阴洪泽湖畔下草湾曾经发现过“醉猿”化石，以此推断“猿猴造酒”似乎有些荒诞不经，但是专家们认为有一定的科学道理。当成熟的野果坠落下来掉在了树洞里后，由于受到果皮或空气中酵母菌的作用而生成酒是一种自然现象，我们的祖先也有可能是受猿猴喜喝“猿酒”的启发而开始对酒感兴趣的。

2. 仪狄造酒说

据《世本》、《吕氏春秋》、《战国策》等典籍记载，仪狄是夏禹时代的人，是他发明了酿酒。《战国策》中说：“昔者，帝女令仪狄作酒而美，进之禹，钦而甘之，遂疏仪狄，绝旨酒，曰：‘后世必有以酒亡其国者。’”蜀汉学者谯周在《古史考》也说“古有醴酪，禹时仪狄作酒”，并将仪狄奉为酒的发明人。但也有人认为，酒不是仪狄所造。因为早在夏禹之前的黄帝、尧、舜，就已经有酒可饮了。所以，郭沫若说，“相传禹臣仪狄开始造酒，这是指比原始社会时代的酒更甘美浓烈的旨酒”。^①

^① 杜莉、孙俊秀、高海薇等：《筷子与刀叉——中西饮食文化比较》，四川科学技术出版社 2007 年版。

3. 杜康造酒说

晋朝江统在《酒诰》中言:“有饭不尽,委之空桑,郁结成味,久蓄气芳,本出于代,不由奇方。”这是说杜康将未吃完的剩饭放置在桑园的树洞里,剩饭在洞中发酵后,有芳香的气味传出,这便是酒的原始做法。另一种说法是,杜康是黄帝部落里一个掌管粮食的官员,因其手下渎职造成粮食发霉变质,被贬职还乡,便把这些发霉变质的粮食运回家乡,遍访民间造酒高手,总结经验,反复实验,终于酿造出美酒。后人常以杜康为酒的代名词,曹操在《短歌行》中曾说:“何以解忧,唯有杜康。”在清乾隆十九年重修的《白水县志》、清道光十八年重修的《伊阳县志》和道光二十年修的《汝州全志》中,都有关于杜康遗址,乃至杜康造酒传说的记载。一些地方至今仍有与杜康相关的地理名称,如汝阳县的杜康村、酒泉沟、空桑洞、杜康河,白水县康家卫村的杜康沟、杜康河、杜康泉等等。

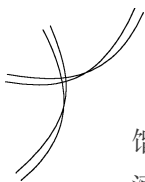
我国黄酒、白酒、葡萄酒、啤酒等,其起源和发展的情况各不相同。

(二) 黄酒的起源与发展

黄酒是中国特有的酿造酒。多以糯米为原料,也可用粳米、籼米、黍米和玉米为原料,煮熟后加入专门的酒曲和酒药,经糖化、发酵后压榨而成。酒度一般为16~18度。黄酒是中国最古老的饮料酒,起源于何时,难以考证。不过在出土的大汶口文化时期的陶器中,已有可作为糖化、发酵、储存、沥酒之用的酒器,标志着四五千年前大汶口文化时期(原始社会)已可人工酿酒。经过夏商两代,酿酒技术有所发展,商朝武丁王时期(约公元前13—前12世纪),已创造了中国独有的边糖化边发酵的黄酒酿造工艺。南北朝时,贾思勰编纂的《齐民要术》中详细记载了用小米或大米酿造黄酒的方法。北宋政和七年(1117年),朱翼中写成《北山酒经》三卷,总结了大米黄酒的酿造经验,比《齐民要术》时的酿酒技术有了很大改进。福建的红曲酒——五月红,曾被誉为中国第一黄酒。南宋以后,绍兴黄酒的酿制逐渐发达起来,到明清时已畅销大江南北。黄酒中的名酒有浙江绍兴黄酒、福建龙岩沉缸酒、江苏丹阳封缸酒、江西九江封缸酒、山东即墨老酒、江苏老酒、无锡老厂黄酒、兰陵美酒、福建老酒等。

(三) 白酒的起源与发展

白酒是中国传统蒸馏酒。以谷物及薯类等富含淀粉的作物为原料,经过糖化、发酵、蒸馏制成。酒度一般在40度以上,目前也有40度以下的低度酒。蒸



馏器具出现以后,用酒曲、酒药酿出的酒再经过蒸馏,可得到酒度较高的蒸馏酒——白酒。白酒起源于何时,尚无确考,一说起源于东汉,另一说起源于唐宋时期。唐朝以前,中国古代文献中还没有白酒生产的记载,到唐、宋时期,白酒(烧酒)一词开始在诗文里大量出现。1975年12月,河北出土了一件金世宗年间(1161—1189年)的铜烧酒锅,证明中国在南宋时期已有白酒。也有元代起源说。据李时珍《本草纲目》中记载:“烧酒非古法也,自元时始创。”在相当长的一段时间内,中国白酒的酿造工艺技术习惯于世代相传,多为作坊式生产。1949年以后,开始变手工操作为机械操作,但是绝大多数名酒生产的关键工序,仍保留着手工操作的传统。

中国白酒生产历史悠久,产地辽阔。各地在长期的发展中产生了一批深受消费者喜爱的著名酒种:1952年全国评酒会上,评出了贵州茅台酒、山西汾酒、泸州大曲、西凤酒;1963年全国评酒会上,评出了茅台酒、五粮液、古井贡酒、泸州老窖特曲、全兴大曲、西凤酒、汾酒、董酒;1979年全国评酒会上,评出了茅台酒、汾酒、五粮液、泸州老窖特曲、古井贡酒、董酒、剑南春、洋河大曲;1984年全国评酒会上,评出了茅台酒、西凤酒、汾酒、泸州老窖特曲、五粮液、全兴大曲、洋河大曲、双沟大曲、剑南春、特制黄鹤楼酒、古井贡酒、郎酒、董酒;1988年全国评酒会上,评出了茅台酒、泸州老窖特曲、汾酒、全兴大曲、五粮液、双沟大曲、洋河大曲、特制黄鹤楼酒、剑南春、郎酒、古井贡酒、武陵酒、董酒、宝丰酒、西凤酒、宋河粮液、沱牌曲酒等多种名酒。

(四) 葡萄酒的起源与发展

葡萄酒是以葡萄为原料,经过酿造工艺制成的饮料酒。酒度一般较低,在8~22度之间。原产于亚洲小亚细亚地区,后广泛传播到世界各地。汉武帝建元三年(公元前138年),张骞出使西域,将欧亚种葡萄引入内地,同时招来酿酒艺人,中国开始有了按西方制法酿造的葡萄酒。兰生、玉薤为汉武帝时的葡萄酒名酒。史书第一次明确记载我国用西域传来的方法酿造葡萄酒的是唐代。唐贞观十四年(640年)从高昌(今吐鲁番)得到马乳葡萄种子和当地的酿造方法,唐太宗李世民下令种在御园里,并亲自按其方法酿酒。清光绪十八年(1892年),华侨张弼士在山东烟台开办张裕葡萄酿酒公司,建立了中国第一家规模较大的现代化葡萄酒厂,引入欧洲优良酿酒葡萄品种,开辟纯种葡萄园,采用欧洲现代酿酒技术生产优质葡萄酒。以后,太原、青岛、北京、通化等地又相继建立

了一批葡萄酒厂和葡萄种植园,生产多种葡萄酒。进入 20 世纪 50 年代以后,中国葡萄酒的生产走上迅猛发展的道路。

在长期的发展过程中,涌现出一批深受消费者欢迎的著名品牌。1952 年,在中国第一届全国评酒会上,玫瑰香红葡萄酒(今烟台红葡萄酒)、味美思(今烟台味美思)均被评为八大名酒之一。在 1963 年、1979 年和 1983 年举行的第二、三、四届全国评酒会上,又有中国红葡萄酒、青岛白葡萄酒、民权白葡萄酒、长城干白葡萄酒、王朝半白干葡萄酒先后荣获国家名酒称号。

(五) 啤酒的起源与发展

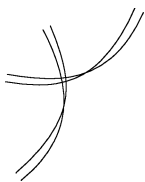
啤酒是以大麦为主要原料,经过麦芽糖化,加入啤酒花(蛇麻花),利用酵母发酵制成。酒精含量一般在 2%~7.5%(质量)之间。是一种含有多种氨基酸、维生素和二氧化碳的营养成分丰富、高热量、低酒度的饮料酒。啤酒最早出现于美索不达米亚(现属伊拉克),距今已有八千多年的历史。啤酒在中国只有百年历史,1900 年,俄国人首先在哈尔滨建立了中国第一家啤酒厂。其后,德国人、英国人、捷克斯洛伐克人和日本人相继在东北三省、天津、上海、北京、山东等地建厂,如 1903 年在山东青岛建立的英德啤酒公司(今青岛啤酒厂)等。1904 年,中国人自建的第一家啤酒厂——哈尔滨市东北三省啤酒厂投产。

中国生产啤酒的历史虽短,但各地还是涌现出一批优质品牌。自 1963 年在第二届全国评酒会上青岛啤酒被评为国家名酒后,到 1984 年第四届全国评酒会时,已有青岛啤酒、特制北京啤酒、特制上海啤酒同时被评为国家名酒。

二、酒道与酒礼探析

几千年来,中国人形成了内容丰富的饮酒之道。《礼记·乐记》中说:“夫豢豕为酒,非以为货也,而狱讼益繁,则酒之流生祸也。是故先王为酒礼。壹献之礼,宾主百拜,终日饮酒而不得醉焉。此先王之所以备酒祸也,故酒食者,所以合欢也。”这应该是中国饮酒之道的精神,其内容主要包括酒道与酒礼、酒令等。





(一) 酒 道

在中国古代先哲看来,万物之生死变化皆有其“道”,人的各种心理、情绪、意念、主张、行为亦皆有“道”。饮酒也就自然有酒道。

中国古代酒道的根本要求就是“中和”二字。“未发,谓之中”,即是对酒无嗜饮,也就是庄子的“无累”,无所贪恋,无所嗜求。“无累则正平”,无酒不思酒,有酒不贪酒。“发而皆中节”,有酒,可饮,亦能饮,但饮而不过,饮而不贪,饮似若未饮,绝不及乱,故谓之“和”。和,是平和协调,不偏不倚,无过无不及。这就是说,酒要饮到不影响身心,不影响正常生活和思维规范的程度最好,要以不产生任何不良的身心影响与后果为度。对酒道的理解,就不仅是着眼于既饮而后的效果,而是贯穿于酒事的自始至终。“庶民以为欢,君子以为礼”(邹阳《酒赋》),合乎“礼”,就是酒道的基本原则。但“礼”并不是超越时空永恒不变的,随着历史的发展,时代的变迁,礼的规范也在不断变化中。在“礼”的淡化与转化中,“道”却没有淡化,相反地更趋实际和科学化。

由传统“饮惟祀”的对天地鬼神的诚敬转化为对尊者、长者之敬,对客人之敬。儒家思想是悦敬朋友的,孔子就曾说过:“有朋自远方来,不亦乐乎!”以美酒达悦敬之道并请客人先饮(或与客同饮,但不得先客人而饮)是不为过的。封建时代,是很讲尊卑、长幼、亲疏礼分的,因此在宴享座位的确定和饮酒的顺序上都不能乱了先尊长后卑幼的名分。民主时代虽已否定等级,但中华民族尊上敬老的文化与心理传统却根深蒂固,饮酒时礼让长者尊者仍成习惯。不过,这已经不是严格的尊长“饮讫”之后他人才依次饮讫的顺序了,而是体现出对尊长的礼让、谦恭、尊敬。既是“敬”,便不可“强酒”,随各人之所愿,尽各人之所能,酒事活动充分体现一个“尽其欢”的“欢”字。这个欢是欢快、愉悦之意,而非欢声雷动、手舞足蹈的“轰饮”。无论是聚饮的示敬、贺庆、联谊,还有独酌的悦性,都循从一个不“被酒”的原则,即饮不过量。即不贪杯,也不耽于酒,仍是传统的“中和”,可以理解为一个“宜”字。这样,源于古“礼”的传统酒道,似乎用以上“敬”、“欢”、“宜”三个字便可以概括无遗了。^①

^① 赵荣光、谢定源:《饮食文化概论》,中国轻工出版社2000年版,第250页。

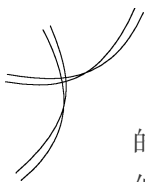
（二）酒 礼

酒礼是饮酒的礼仪、礼节。我国自古有“酒以成礼”之说。史前时代,酒产量极少,又难以掌握技术,先民平时不得饮酒。只有当祭祀的重大典礼之时,才可依一定规矩分饮。饮必先献于鬼神。饮酒,同神鬼相接,同重大热烈、庄严神秘的祭祀庆典相连,成为“礼”的一部分,是“礼”演示的重要程序。酿酒只是用于祭祀即“饮惟祀”,祀的是天、地、鬼(祖先)、神。表示下民对上天的感激与崇敬。若违背了这一宗旨,下民自行饮用则是莫大的罪过。个人如此则丧乱行德,邦国如此则败乱绝祀。这就是“酒为祭不主饮”的道理,饮酒之前要行礼拜之礼。后来,由于政治的分散,权力的下移,经济文化的发展变化,关于酒的观念和风气也发生很大改变,约束和恐惧都极大地松弛淡化了。于是,“拜”便是象征性的了。在三代以后这种酒祀虽然仍保留在礼拜鬼神的祭典中,可非祀的饮酒却大量存在了。

于是,饮酒逐渐演变成一套象征性的仪式和可行的礼节。饮前先“拜”。“拜”而后饮,就是这种象征性的仪式。表示饮者不忘先王圣训的德义,仍将循从“无醉”的先诫。至于是否真的“无醉”,就另当别论了。而可行的礼节还是要循的,尤其是在特定的礼仪或严肃的宴饮场合更应如此,如有时诸侯在一些较随便的场合饮酒,想摆脱礼的束缚都很难。《晏子》和《韩诗外传》中都大同小异地记载了这样一件事:

有一次,齐景公乘着酒兴在酒宴上说:今天我想和诸位大夫们纵情酣饮,请大家不要拘于礼。这时齐相晏婴马上进行规劝,但是齐景公不听。饮了一会儿酒,齐景公外出解手从晏婴身前走,晏婴不起身致礼,齐景公回来时从晏婴面前经过,他还是不起身致礼。对此,齐景公已有几分不快了。待到大家举杯饮酒时,晏婴不等齐景公便抢先喝了自己杯中的酒。对于晏婴一再违礼的做法,齐景公再也忍不住而大怒起来:晏子,你一向主张无礼不可,今寡人出入你不起身,举杯时你又抢在寡人前喝酒,难道这就是礼吗?晏婴连忙离席再拜,然后对齐景公说道:晏婴怎敢违背君王在酒宴上所说的不需用礼的话。我刚才的举动是遵您的旨意而办的。君王如果真的想不拘礼的话,其后果必然这样,难道能说我无礼的做法不对吗?齐景公恍然大悟,便请晏婴入席,然后按照君臣饮酒的礼仪,行三巡酒而结束了酒宴。

由此故事可知,严格区分尊卑长幼的筵席之礼是很难打破的。齐景公所说



的不用拘于礼的话只不过是酒席上的醉语而已,一旦有人真的不讲君臣之礼,他就受不了了。

我国历代的筵席之制,都是按照当时礼的具体精神而规定的。越礼而行酒饮酒不仅在官宴上不允许,就是在平民百姓的酒席上也是会遭到人们的指责或被罚酒的。这从另一个侧面证明了酒与礼的不可分。

值得指出的是,在我国历史上有许多以酣饮酒而嘲礼法的著名人物,例如“竹林七贤”的嵇康以嗜酒而著称于世,他受老庄思想的影响,提出了著名的“越名教而任自然”之说。刘伶一生嗜酒如命,作《酒德颂》,对“礼法”公开表示蔑视。至于“天子呼来不上船,自称臣是酒中仙”的李白,酒醉后“脱帽露顶王公前”大书狂草的张旭等人,也都以酒而抗礼,蔑视礼教,表现出他们追求个性解放的情操。但是,不管是以酒洽百礼也罢,以酒嘲礼法也罢,都从不同的方面证明酒与礼是密不可分的这一事实。

后世的酒礼多偏重于宴会规矩,如发柬、恭迎、让座、斟酒、敬酒、祝酒、致谢、道别等等,将礼仪规范融注在觥筹交错之中,使宴会既欢愉又节制,既洒脱又文雅,不失秩序,不失分寸。中国历史悠久,地域辽阔,文化构成复杂,在不同的风俗人情影响下,各时代、各地方、各民族的酒礼有着不同的表现形式和特点。

中国古代礼仪之中,借酒而行的特别多,从王公贵族到平民百姓,从重大庆典到普通家宴,“酒礼”几乎无处不在。从文化角度说,中国传统“酒礼”凸现了时代、地域、民族文化中的等级制度、人际关系、行为规范等方面的特征。

(三) 酒 令

饮酒行令,是中國人在飲酒時助興的一種特有方式,是中國人的獨創。它既是一種烘托、融洽飲酒氣氛的娛樂活動,又是一種斗智斗巧、提高宴飲品位的文化藝術。因宴飲者的身份、性格、喜好不同,方式也不一樣,文艺作品還常借此塑造人物形象,《紅樓夢》就在許多章回中,以“酒令”為題,生動而細緻地描繪了各個人物的眾生相。酒令的內容涉及詩歌、謎語、對聯、投壺、舞蹈、下棋、遊戲、猜拳、成語、典故、人名、書名、花名、藥名等方面的文化知識,大致可以分為三類。

1. 雅令

雅令的行令方法是:先推一人為令官,或出詩句,或出對子,其他人按首令

之意续令,所续令在内容与形式上相符,不然则被罚饮酒。行雅令时,必须引经据典,分韵联吟,当席构思,即席应对,这就要求行酒令者既有文采和才华,又要敏捷和机智,所以它是酒令中最能展示饮者才思的项目。在形式上,雅令有作诗、联句、道名、拆字、改字等多种,因此又可以称为文字令。

2. 通令

通令的行令方法主要为掷骰、抽签、划拳、猜数等。通令运用范围广,一般人均可参与,很容易造成酒宴中热闹的气氛,因此比较流行。但有时通令掳拳奋臂,叫号喧争,有失风度,显得粗俗、单调、嘈杂。其最常见的行酒令方式主要有两种:

一是“猜拳”。即用五个手指做成不同的姿势代表某个数。出拳时,两人同时报一个10以内的数字,以所报数字与两人手指数相加之和相等者为胜,输者就得喝酒。如果两人说的数相同,则不计胜负,重新再来一次。


二是击鼓传花。在酒宴上宾客依次坐定位置。由一人击鼓,击鼓的地方与传花的地方是分开的,以示公正。开始击鼓时,花束就开始依次传递,鼓声一落,花束落在谁手中则谁就被罚酒。

3. 筹令

所谓筹令,是把酒令写在酒筹之上,抽到酒筹的人依照筹上酒令的规定饮酒。筹令运用较为便利,但制作要费许多工夫,要做好筹签,刻写上令辞和酒约。筹签多少不等,有十几签的,也有几十签的。

(四) 酒 诗

诗与酒有着不解之缘,有酒必有诗,无酒不成诗;酒激发诗的灵感,诗增添酒的神韵。上古时期,《诗经》305篇作品中有40多首与酒有关。汉魏南北朝时期,不少诗人都是酒中豪杰。陶渊明视酒为佳人、情人,“无夕不饮”,“既醉之后,辄题数句自娱”(《饮酒二十首》)。领一代风骚的曹操,则高唱“对酒当歌,人生几何”,“何以解忧,唯有杜康”。李白以“斗酒诗百篇”、“会须一饮三百杯”为人所共晓,赢得“醉圣”的雅名,其现存诗文1500首中,写到饮酒的达170多首。而杜甫“少年酒豪”、嗜酒如命却鲜为人知,其实杜老先生更是达到“得钱即相觅,沽酒不复疑”、“朝回日日典春衣,每夕江头尽醉归”,直到“浅把涓涓酒,深凭送此身”的信誓旦旦、死而后已的程度。其现存诗文1400多首中,写到饮酒的



多达 300 首,超过 21%。另一位大诗人白居易自称“醉司马”,诗酒不让李杜,有关饮酒之诗 800 首。北宋时,范仲淹是“酒入愁肠,化作相思泪”,晏殊是“一曲新词酒一杯”,柳永是“归来中夜酒醺醺”,欧阳修是“文章太守,挥毫万字,一饮千钟”,苏轼是“酒酣胸胆尚开张”、“但优游卒岁,且斗樽前”。南渡以后,女词人李清照可算酒中巾帼,她的“东篱把酒黄昏后”、“险韵诗成,扶头酒醒”、“酒美梅酸,恰称人怀抱”、“三杯两盏淡酒,怎敌他,晚来风急”,写尽了诗酒飘零。到了元明清时期,无论是马致远的“带霜烹紫蟹,煮酒烧红叶”,还是杨升庵的“惯看秋月春风,一壶浊酒喜相逢”,都可以说是美酒浇开诗之花,美诗溢出酒之香。悠远的酒文化内涵,常常折射出一个地方、一个民族对酒、对人、对事的理解,集中地体现了时代、民族的文化心态。

(五) 酒 品

由于酒精对人的生理和心理的特殊影响,不同的人对酒的态度及醉酒后的举止有极大的区别。诸葛亮甚至提出“醉之以酒以观其性”的考察干部方式。不同时代、不同民族、不同地域、不同人对“酒品”的理解有较大区别,或多或少地体现出相应的文化特征,如在“尚武”环境下,“豪饮”是“英雄”性格,但也是“莽汉”的标志;中国向来视贪杯醉酒为恶习,但有些地方却以让客人喝醉为热情的标志。

三、酒文化的旅游功能及旅游产品分析

(一) 酒文化的娱乐功能

旅游有六大要素,即吃、住、行、游、购、娱。其中娱乐、愉快是十分重要的。旅游的目的说到底就是享受,心灵享受、物质享受、娱乐享受、视觉享受最终都要转变为心情愉快,脱离愉快的旅游是不可想象的。因此,在旅游开发中,是否具有娱乐功能成为留住游客的关键。酒文化的内容,许多都有娱乐的成分在里面。这是因为在古代,由于经济条件的限制,娱乐生活比较贫乏,喝酒能给生产劳动需要提供一定的能量,同时也是精神上的享受。因此许多娱乐活动都是围绕酒展开的。喝酒的娱乐主要体现在酒舞、酒歌、乐器演奏、劝酒等。值得一提

的是,这种酒文化的娱乐还体现在喝酒后,“智者”若无其事的“傲气”而直抒内心的胸臆,而“失意”者酩酊大醉时的“表演”也使游客在疲劳时得一阵欢笑,一身的疲惫顿时烟消云散。

再如少数民族地区歌舞中很大一部分与酒有关,可借敬酒展示民族歌舞文化,借罚酒促使游客参与娱乐表演;许多特别的酒礼能给人和谐热情、宾至如归的感觉,如畲族的“同心酒”礼,全桌人手挽手同饮杯中酒,热情豪放,给游客留下深刻印象。

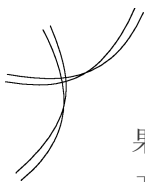
(二) 酒文化的观赏功能

对于外出旅游的人们来说,生理和心理的享受应该是统一的。体验彼此不同的文化成为人文旅游的重点。如水族酒的做法是很考究和有意思的。拿肝胆酒来说,其本身是一种即做即饮的酒,因此到当地旅游的人能在喝到肝胆酒的同时观看到过程。肝胆酒的做法是特别的,其制作的过程本身就很具观赏性。当你来到一个水族村寨,酒过三巡,主人拿出猪肝,将胆汁注入酒壶为你斟上一杯代表肝胆相照兄弟情谊的肝胆酒,是何等的豪气万千。节日里,贵客临门的人家常会听到这样的对歌,“九阡米酒美,九阡窖酒美。亲戚啊朋友。大家来干杯……”试问,在这样的热情洋溢的场面中,你还能无动于衷吗?水族酒文化观赏性还存在于许多的酒俗中。在水族传统的婚礼中,酒宴时要唱歌敬酒,通常是由女主人来唱歌,女主人每唱一首,到场的客人就要喝一杯,在这时候最好方式就是一口喝光新娘的敬酒,用喝醉的方式为新人送上最深的祝福并作为对新人们热情款待的回报。唱着水族原生态歌曲的新娘,欢声笑语中喝着水族酒的宾客,这些场面对于生活节奏紧张的都市人来说,可以使身心得到很好的释放。

旅游表演中恰当地使用酒文化,是增强情绪氛围的重要手段。特别是婚俗等喜庆性表演,通过礼仪文化让游客适量饮酒,能使游客紧张的神经得以舒缓,肌肉放松,从而更加主动积极地参与活动,达到尽兴和印象深刻的目的。

(三) 酒文化的体验功能

在旅游路线的设计上,有意识地把酒文化旅游同其他民俗旅游相结合,实现酒文化旅游与民俗旅游的互融。所谓“酒香也怕巷子深”,有力的宣传是必不可少的。少数民族民俗旅游本身就是一种体验性很强的旅游类型。可以说,如



果不能让人们在参与旅游的过程中体验到当地的民族风情,那这样的民俗旅游无疑是失败的。而酒文化通过酒俗让人们最大限度的在参与中体验到当地的民俗民风。喝着一杯杯香醇可口的自制米酒,听着一首首好听的原生态歌曲,还可能时不时走来几个水家人对你唱歌劝酒,这时候所有的人都是微笑着的,都是友好的,工作中遇到的不顺心、都市生活的紧张等等在这样一个时刻都不存在了,你所能体味到的都是溶在酒里的热情,一种最纯净和原始的生活气息。

四、酒文化旅游设计创新策略探讨

(一) 构建酿酒旅游文化公园

如江苏紫桃坊酿酒旅游文化公园所在地双沟镇下草湾是世界公认的东方人类发祥地之一,也是江苏省发现最早的古人类遗址和淮河酒文化的中心地带,考古学界称为下草湾文化。同时,以双沟下草湾为中心的区域被国际地球学家论证为:中国最具酿酒天然环境的地区,是“自然酒”起源的地方。

酒文化,是人类文化遗产。为科学地保护这一人类文化遗产和酿酒天然环境,顺势赋物的在紫桃坊酿酒旅游文化公园内设计并建设遗址聚居村落、酿酒坊、洞穴酒窖、下草湾古人类遗址、醉猿遗址、酒文化主题园、连理园、雕塑群、化石馆、画家村等旅游设施。游人置身公园内,将会感受到中国纯正传统的酿酒、品酒、旅游与休闲的酒文化主题和史前文化遗址的全息景观。同时将国家一级酒具文物限量复制成高档的紫桃坊纪念酒,凸显出中国酒历史文化的精髓。又如杭州市曲院风荷内的酒文化公园,也深受游客的欢迎。目前在这些酒文化园区,还有许多丰厚的文化资源正在开发。

还可设计酒文化展示,这包括酒及酒具的生产或成品工艺展示,如绍兴的黄酒生产工艺展示;使用特色酒具进行饮酒,如仿照古人或少数民族使用爵、竹木石碗等酒具;名酒的品尝,如“藏家乐”等以青稞酒、酥油茶等为必备之食。

(二) 酒文化工业旅游

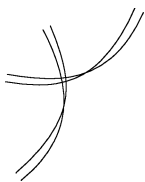
我们以山东蓬莱市为例。据悉,张裕酒文化博物馆每年门票收入400万元左右,旅游纪念品销售收入上千万元。作为中国葡萄酒名城,山东省蓬莱市也

是中国三大酿酒葡萄产区之一。2006年,中国食品工业协会将“中国葡萄酒名城”的牌匾授予山东省蓬莱市。近年来,蓬莱先后吸引了中粮长城、天津王朝及法国、意大利等国内外著名葡萄酒企业20多家。目前,蓬莱年产葡萄酒10万千升,约占全国葡萄酒年产量的五分之一。自2006年起,蓬莱市依托滨海旅游城市和中国葡萄酒名城的优势,发展葡萄酒主题旅游,已建、在建酒庄酒堡10处,开设葡萄酒文化、采摘酿酒、运动休闲等旅游项目130多项,预计到2010年,年旅游综合收入可达40亿元,占蓬莱全市GDP的10%。

根据蓬莱市旅游局的“十一五”规划,蓬莱市将借助葡萄与葡萄酒产业资源,积极发展葡萄酒文化展、葡萄酒品尝、葡萄园观光、葡萄采摘等旅游项目,着力构建以18公里烟蓬观光大道为核心、以25万亩的“两横三纵葡萄长廊”为骨干的葡萄观光旅游带;建成以中粮南王山谷为龙头、以10座以上风格独特的葡萄酒堡建筑群为主体,国内最大的葡萄酒文化传播和旅游基地。蓬莱东部葡萄酒产业带是东起平畅河,西至龙王河,北到海岸线及广州路,南至烟黄铁路,总面积约40平方公里的葡萄种植和葡萄酒酿造区域。依据该区域的自然景观和人文风情,将葡萄酒产业与滨海旅游业相融合,突出葡萄种植及葡萄酒酿造的风情、景观特色。

又如瑞事临葡萄酒庄借蓬莱产区的优势,在政府支持下顺应游客旅游观光的需求,大力挖掘自身优势,开拓葡萄酒观光旅游市场。要让游客在“亲历中品味,体验中收获”,用美景佳酿吸引国内外游客了解蓬莱葡萄酒,宣传蓬莱葡萄酒。酒庄是开放的,人们可以在葡萄园里尽情嬉戏,与大自然亲密接触,充分感受美丽的田园风光。绿树浓阴下,坡前水塘旁,就地来一顿野餐,可以满足游客休闲的渴求。游客可享受到“互动体验式生态游”,在葡萄园内认识酿酒葡萄的品种特征和种植过程,在葡萄酒堡参观整个酿酒过程。酒庄同时开辟了生产观光线,游客可以完整地欣赏葡萄酒生产工艺,了解葡萄酒的生产过程。





第五章 宗教饮食文化与现代旅游

一、佛教文化资源与旅游应用

中国作为一个文明古国,很早就进入农耕时代,数千年来创造了光辉灿烂的饮食文化。如果我们回顾历史,对饮食文化稍作研究,就会发现佛教传入我国两千年来,对中国饮食文化产生了很大的影响。

(一) 佛教饮食习俗

佛教是世界三大宗教之一,是于公元前 6 世纪至前 5 世纪,由古印度的迦毗罗卫国净饭王之子乔达摩·悉达多创立的。从公元前 3 世纪始不断向外传播,我国佛教是在公元 1 世纪时传入的,以后逐渐形成了饮食禁忌:一是不吃荤,“荤”包括一切动物性食品和葱、蒜、韭等辛香味食物。二是不饮酒。南传佛教和西传佛教饮食禁忌较少。

佛教作为一种宗教,对人的食欲以及饮食与修行、传教的关系有着许多独到的研究和规定。佛陀为沙弥说十数法,第一句即“一切众生皆依食住”。住有生存、安住之义,也就是说一切众生必须依食而得以生存。佛教将食从欲望、摄取、执著的角度分为四种:一是段食,指人体由对食物营养及色香味的生理需求而进行的摄取行为,由于饮食有粗细、餐次的不同,因而名为段食;二是触食,众生以眼、耳、鼻、舌、身、意六种官能(六根)去接触色、声、香、味、触、法六种境界(六尘),由于根境结合而生起欲乐、适意的感觉,即为触食;三是思食,即各种思虑、思考、意欲,使意识活动得以进行,是为思食;四是识食,与爱欲相应,执著身心为我的潜意识活动,即为识食。这四种食一个比一个细,后三种食基本属于精神活动范畴。佛教通过这种划分,将“食”的概念扩展到精神领域,认为一切能满足人的物质需要和精神需求的东西都可称为食,它直接增益着有情众生的

现实生命,同时关系着未来生命的再创。如《杂阿含经》卷三十三说:“若于四食,无贪无喜,无贪无喜故……于未来世,生老病死忧悲苦恼不起。(须知)于四食有贪有喜,则有忧悲有尘垢……”显然,佛教对四食的划分是出于修行的需要,是为了彻底解脱对“食”的渴求,但在客观上深化和丰富了我国的饮食理论。

佛教认为“食”是众生生死症结的根本所在,若调适不当则无法与道相应。当年释迦牟尼在雪山修苦行六年,有时一日仅食一粟一麦,饿得骨瘦如柴,却始终未能与解脱境界相应。于是放弃苦行,接受牧牛女供养的奶酪,身体得到补益,在菩提树下很快进入禅定境界,相传于腊月初八日晨睹明星而悟道。可见适当的食物和营养对禅修的重要性。后世佛教徒为了纪念释迦佛的成道日,每年腊月初八都要熬粥供众,称为腊八粥。千百年来,吃“腊八粥”已成为我国民间的一种习俗。

人的身体作为一种活的物质存在形式,离不开饮食的滋养、能量的补充。因此佛教将饮食列为必备的四种供养之一(其余三种为衣服、卧具、汤药)。不过佛教不是把饮食当作目的,而是当作一种手段,所谓借假以修真。佛教在饮食问题上奉行中道哲学,既不自苦也不纵欲。因此在我国的寺院常可听见“法轮未转,食轮先转”、“身安则道隆”的说法。

(二) 佛教饮食习俗的特点

佛教作为一种宗教,有着庞大的僧团组织。为了修行自律、传教度人,释迦牟尼佛根据当时的环境和修行的需要,相应地制定了许多饮食仪轨和戒律,主要表现在以下几个方面。

1. 托钵乞食制度

佛世僧人托钵为长养色身。在佛世时期,僧人过的是乞食的生活,没有选择食物的自由,为长养色身的健康,施主们供养什么,就吃什么,以获取修行所需的热量,这是不得已的方式。当时的僧团规定,僧侣们只能吃“三净肉”。所谓三净肉,在《五分律》中有说明,“有三种肉不得食:若见、若闻、若疑。见者,自见为己杀;闻者,从可信人闻为己杀;疑者,疑为己杀。若不见、不闻、不疑,是为净肉”。昔时印度的僧侣以乞食托钵维生,为避免施主们准备斋饭的不便,并没有要求完全素食。针对吃素与佛教精神的掌握,印顺法师曾说:“佛教的出家制,本是适应印度当时的乞食生活,在这种生活情况下,是无法十分拣择的,只能有什么吃什么。这是适应时地的方便,在世尊的悲心中,决不以三净肉为非



吃不可。”这基本上沿袭了当时印度出家隐修者的习惯,不过在其目的及某些要求上有些不同。主要是为了便于专心修行,磨炼身心,要求不择贫富、好坏,与施者结缘,使施者得种福田。这种制度不符合我国国情,基本未得到实施,转而形成了我国独具特色的农禅并重的佛寺传统。

2. 过午不食戒

佛教认为:早晨为天人食时,中午为法食时,下午为畜生食时,夜晚为鬼神食时。因而规定日过正午即不许进食,仅可饮水或浆,称之为持午或持斋。从修行角度看,这既可避免过于扰民,以节制食欲,又有利于节省时间,有助于禅修。它被列为最基本的十种戒规之一,一般都得到遵行。近代我国佛寺事务较忙,此戒稍见松弛。

3. 素食规定

佛门以慈悲为怀,为长养学佛人的慈悲心,减少世间的暴戾气氛,让一切有佛缘之人乐于亲近、依附;为爱护众生,尊重生命,让所有众生能身心安乐、无所怖畏,因此主张素食。这分为两种情况:一种是禁断五辛,如葱、蒜、韭、薤、兴渠,佛教认为这五种辛臭植物熟食生淫、生食发嗔,不利修行,因而禁食;另一种则是基于佛教的慈悲教义,禁食各种动物之肉。佛教原来只有不准饮酒、不准杀生的戒律,没有禁止吃肉的戒条,只要不是自己杀生,不叫他人杀生和未亲眼看见杀生的肉都可以吃,即“三净肉”。但在我国汉族地区,由于奉行大乘教义,自梁武帝大力倡导素食之后,僧人均忌食一切形式的肉食和五辛,影响至今,成为汉传佛教的一大特色。就佛门而言,尊重生命是素食一个很重要的观念。大自然的一花一木,都是有生命的个体,任意伤生害命,或是砍伐山林,浪费资源,都是欠缺尊重生命的做法。

《本生经》里提到,子菩萨连举手投足,都十分谨慎,生怕一不小心,踩痛了大地;《缁门崇行录》里匾担山和尚唯恐伤及草木,拣橡栗为食,他们尊重生命的慈悲胸怀多么可贵!《楞伽经》云:“杀生食肉者断大悲种。”佛教的持斋茹素,乃至护生放生,最主要是基于慈悲的精神,这正说明佛教是以最清净的心灵、最彻底的方式来尊重生命。

4. 戒酒肉葱韭蒜

佛门中认为酒肉葱韭蒜障碍修行。其主张广义的素食,包括不食用肉类食物、五辛及不饮酒。佛门主张不饮酒的理由,是因为饮酒易乱性,如《楞伽经》偈

云:“如彼贪欲过,障碍圣解脱。酒肉葱韭蒜,悉为障碍道。”将饮酒与食肉、辛菜,并列为障道因缘。《梵网经》对酒戒亦有很严格的规定,即使自己不喝,酤酒和教人饮酒都属犯戒行为。因为卖酒的行为,会导致众生因有酒可喝,心神颠倒,乱性害人,更是修行之大忌。传说佛陀时代有一位具神通的弟子因误饮酒,醉卧于途,神通尽失,威仪扫地,佛陀当即率众弟子现场说法,制定了酒戒。此戒被列为出家在家佛弟子的五大戒之一,可见其重要程度。不过若因病须饮酒也是可以的。

5. 进食仪规

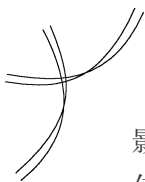
佛教将进食视为一种重要的修行方式,各地僧团或佛寺根据有关戒规制定了相应的仪规,并衍生为每日的一大佛事活动:每日早晨和午前进食时,全体僧众闻号令穿袍搭衣齐集斋堂,奉诵偈咒,先奉请十方诸佛菩萨临斋,其次取出少许食物,通过念诵变食真言等施予“大鹏金翅鸟”、“罗刹鬼子母”及旷野鬼神众,然后食存五观、进食,用斋毕还须为施主回向祈福。若逢佛、菩萨圣诞和大的节日,还须到佛祖像前举行上供仪式。值得一提的是,在进食的过程中根据戒律还须遵行一定的规矩。这在 250 条比丘戒(比丘尼戒 348 条)中都有着很具体的规定。著名的《百丈清规》在《日用规范》篇中说:“吃食之法,不得将口就食,不得将食就口,取钵放钵,并匙箸不得有声。不得咳嗽,不得搐鼻喷嚏,若自喷嚏,当以衣袖掩鼻。不得抓头,恐风屑落邻单钵中。不得以手挑牙,不得嚼饭啜羹作声。不得钵中央挑饭,不得大抟食,不得张口待食,不得遗落饭食,不得手把散饭。食如有菜滓,安钵后屏处……不得将头钵盛湿食,不得将羹汁放头钵内淘饭吃,不得挑菜在头钵内和饭吃。食时须看上下肩,不得太缓”。这些戒规保持了进食时的宗教肃穆气氛。

(三) 佛教文化资源的旅游应用

文化旅游是旅游业发展的新趋势,佛教文化旅游是文化旅游中的一种,是指以佛教文化旅游资源为载体的一种高层次的旅游活动,它包括佛教徒的求法、参学、朝圣、现代各国佛教团体之间的交流,还包括非佛教徒以佛教文化载体为对象的求知、研究、审美等旅游。

1. 佛教旅游资源

佛教是我国影响最为广泛的宗教。由古至今,佛教都以其深邃的思想体系



影响和教化国人。至今,佛教仍然是我国四大宗教之一。佛教自公元前1世纪传入中国,经过长期的发展和融合,形成了具有中国特色的佛教。

佛教具有典型代表的建筑包括寺庙、石窟、佛塔等。这些都是现有的具有代表意义的佛教旅游资源。同时,佛教境界注重清修,由此产生了独特的人文与奇特的自然景观融于一体的佛教名山,也是诸多佛教徒和旅游者所热衷的旅游目的地。

2. 佛教文化旅游资源开发

佛教文化,历史悠久,源远流长,内容丰富多彩,充实了当地的旅游资源,特别是宗教旅游资源。发展佛教旅游可以从以下几方面进行思考:

(1) 佛教观光朝拜旅游。中国四大佛教圣地集佛教思想、文化、艺术于一体,包括佛事活动、建筑艺术及僧侣生活习俗等,色彩神秘,吸引了大批非佛教信徒旅游观光者来此欣赏佛教建筑艺术,参观各种佛教仪式,体验神秘的佛教气氛,成为佛教观光旅游的重要组成部分。朝圣进香是佛教信徒和香客经常性的活动,也是佛教旅游的基本内容。

(2) 佛教生活习俗旅游。僧侣在佛教戒律之下的日常生活对现代旅游者来说是非常神秘的,他们独具风格的衣食住行,对旅游者有很大的吸引力,一些旅游者也希望亲自体验。为旅游者开辟模仿和日常生活的旅游项目,受到了部分游客的欢迎,比如吃素斋活动、发愿祈福法会。

(3) 佛教休养、疗养旅游。佛教圣地往往生态环境好,冬暖夏凉,空气清新,为久盛不衰的休养旅游胜地。在休养者自愿的情况下,由僧侣指导学习佛家的气功和武术,使现代休养旅游活动与佛家功夫结合,修身养性,为旅游者增加趣味。这种宗教休养、疗养旅游是当前世界范围内颇为流行的康体休闲旅游的组成部分,相信定会大有前景。

(4) 佛教修学旅游。众多的名胜古迹、优美的自然环境,为开展佛教修学旅游具备了良好的基础条件。一方面,在佛学圣地建设佛学院、组织研修班等,为提高年轻僧人的佛学修养与素质,弘扬和发展佛教文化奠定基础;另一方面,可发展针对学者和知识阶层的佛教修学。

(5) 佛教娱乐旅游。佛教旅游并非像人们想象的那样,都是古老、沉重、压抑的,随着社会的进步,也可给人以娱乐方面的享受。比如,求签问卜之类的活动,随着时代的发展,年轻人也抱着好奇心想去碰一下运气,这已转化为一种娱乐游戏。一些佛教器物也逐渐转变为吉祥物,开展这方面的旅游活动具有优

势,但为了不冲淡佛教旅游气氛,需加强对从业人员的管理。

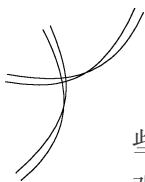
3. 促进佛教文化旅游发展的对策

近年来,随着我国“宗教信仰自由”政策的恢复,佛教文化旅游资源得到了修复和改善,佛教文化得到了进一步的挖掘和弘扬,显现出一派欣欣向荣的景象。目前佛教四大名山在全国 170 多家国家重点风景区中接待规模名列前茅。为使旅游可持续发展,应十分重视佛教文化旅游的发展。

(1) 解放思想,转变观念,发掘佛教旅游产品。发展佛教旅游,首要的是各级人员正确认识佛教,认识旅游。第一,佛教是一种古老的宗教,是一种社会文化现象,且不要说它在建立之初具有一定的社会进步意义,就是在传入中国之后,佛教与中国传统的儒、道学说结合,成为影响了中国人几千年的一种思想,尤其是其对中国的文学艺术、建筑雕刻等方面起到了积极的推动作用,从某种意义上说,它也是我们的祖先创造和遗留下来的一笔文化遗产。第二,就佛教文化而言,我们在发展旅游业的时候,是要撷取其中积极的、集中体现了中华民族聪明才智的物质和精神文明成果,使这些成果的价值充分体现出来,并创造出更多的社会价值。从另一个角度说,佛教文化本身也有一个不断变化发展的过程,我们发掘佛教文化中可以转化为旅游产品的资源,并积极地推向市场,推向社会,使一些存在了成百上千年但却无人知其真价值的东西重放光彩,使其直接为旅游业发展、为社会主义经济建设和文化建设服务,这是在为佛教文化注入新的活力,为佛教文化发展开拓一条新的途径。

(2) 精心设计佛教旅游产品,营造浓郁的宗教旅游氛围。开展佛教文化旅游,应坚持高起点,宽视野,灵活利用现有佛教人文资源,坚持一体化开发,精心设计佛教旅游产品。要围绕一个主题,让游客全面浸润于浓郁、庄重的宗教氛围中,比如游客至此食的是斋饭,住的是僧舍式旅馆,听的是晨钟暮鼓,经声喃喃,观的是香烟缭绕,法相庄严,购的是配套的佛教旅游商品,比如佛茶、观音饼,使游客在一种肃穆、崇敬的心态中,摒弃杂念,忘却烦恼,达到一种心灵的松弛与净化,在精神上得到超脱。可丰富游客游览观赏的项目,可选择僧侣进行适当讲解,将大大提高旅游质量;应适当设计一些游客参与性项目,如参与做法事,学习佛教礼仪,研习佛教养生、习练武艺等,充分调动游客的积极性。

(3) 加强市场营销工作,大力发展国际旅游。大力开发佛教旅游产品的同时,应高度重视市场营销,广为宣传佛教旅游产品。如一部电影《少林寺》,为河南带来千万人次的宗教旅游者,可见对外宣传的重要性。每年要策划、举办一



些富有佛教文化特色的话题性、传播性、参与性、公益性活动,比如普陀山南海观音文化节,来展示海天佛国普陀山的新形象,提高文化旅游的品位,调节旅游淡季,扩大普陀山的知名度,扩大普陀山在国际和国内的影响力。

(4) 加强佛教文化资源保护,确保可持续发展。开发佛教文化旅游产品时,不仅要保护文物,而且要重视保护周围大环境,绝不能在发展旅游的名义下,干出开山破石、毁坏森林、破坏环境的事情。保护的另一层含义指保持佛教旅游产品与环境的和谐一致,中国的宗教建筑,从选址、布局到结构都十分讲究,巧妙利用地形地构,与周围环境和谐共处。在佛教旅游开发中,在游览区周围不要建高大的现代建筑,更不要古今混杂,中外混杂,项目设置要与主题和谐一致,在形象上、气势上仍要保持佛教特色。游客越来越多,给交通、餐饮、住宿、游览、管理等带来了严重问题,这就要采取适当措施,引导和调节一部分游人去其他景区,必要时对景区实行“轮休”,以保证其可持续发展。

二、道教文化资源与旅游应用

(一) 道教的起源与主要思想

道教是中国土生土长的宗教,源于远古巫术和秦汉的神仙方术。东汉顺帝汉安元年(142年)由张道陵倡导于鹤鸣山(今四川崇庆境内),凡入道者,须出五斗米,故也称“五斗米道”。道教奉老子为教祖,尊称“太上老君”,后经张角、张鲁、葛洪、寇谦、陆修静、王重阳、丘处机、成吉思汗、明万历皇帝等倡导,不断发展。元代时道教正式分为全真、正一两大教派。信奉全真派的道士须出家。信奉正一派的道士不出家(也有少数出家的),俗称“火居道士”或“俗家道士”。道教认为道是先天地生的,为宇宙万物的本原。又认为道是清虚自然、无为,所以要求人要清静无为,恬淡寡欲。道教修炼的目的就是为了长生不死,成为神仙。一般宗教都有一个彼岸世界,如基督教的天堂、佛教的极乐世界,认为只要在世时虔诚修持,死后的灵魂就能升天。只有道教认为人可以不死,肉体就能成仙,白日飞升。道教有许多修炼方法,如服饵、导引行气、胎息辟谷、存神诵经等方式,以达到成仙目的。

（二）道教食俗

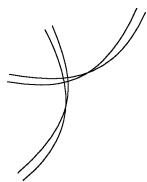
道教以追求长生成仙为主要宗旨，在饮食上形成了一套独特的饮食习俗，主要表现为：

1. 重视服食辟谷

服食就是选择一些草木药物来吃。道士服食的药物大体有两类：一类属安神养心及丹砂之类；一类属于滋养强壮身体的，如芝麻、黄精、天门冬之类。尤其是食丹之术，为道教独有。葛洪《抱朴子·金丹篇》说：“金丹之为物，炼之愈妙。黄金入火，百炼不消，埋之毕天不朽，服此二药，炼人身体，故能令人不老不死，此盖假求于外物以自坚固。”道教认为丹砂、黄金等金石类性质稳定的物质经炼制后可以炼成“金丹”，人服用后可以长生、成仙。故许多迷信神仙的人，辛辛苦苦日夜炼丹，炼成之后，吃了金丹，不仅不能延年益寿，反而中毒甚至身亡，正如古人诗中说：“服食求神仙，多为药所误。”后来食丹术渐不为人所信。金丹被道教称为外丹，而内丹不用药物，把人体比作炉鼎，以人的精、气、神作为烹炼对象，比作药物。炼内丹虽不能长生不老、成为神仙，但确有一定的强身健体作用。

辟谷也称断谷、绝谷、休粮、却粒等。辟谷并非什么都不吃，只是不吃粮食，但可以服食药物、饮水浆等。道教为何要辟谷呢？这是因为道教认为，人体中有三虫，亦名三尸。《中山玉匮经服气消三虫诀·说三尸》中认为，三尸常居人脾，是欲望产生的根源，是毒害人体的邪魔。三尸在人体中是靠谷气生存的。如果人不食五谷，断其谷气，那么，三尸在人体中就不能生存了，人体内也就消灭了邪魔，因此，要益寿长生，必须辟谷。辟谷者不吃五谷，但可食大枣、茯苓、巨胜（芝麻）、蜂蜜、石芝、木芝、草芝、肉芝、菌芝等。据科学分析，辟谷会导致人体营养不均衡，这是不宜提倡的。

据传辟谷术源于赤松子，他是神农时的雨神，传说中的仙人。《史记·留侯世家》记载，汉初名臣张良“欲从赤松子游，乃学辟谷，导引轻身”。长沙马王堆汉墓发现的《却谷食气》，是我国现存最早的辟谷文献。关于辟谷，汉代《淮南子·人间训》云：单豹“不食五谷，行年七十，犹有童子之颜色”。《后汉书·方术传》载：“郝孟节能含枣核，不食可至五年十年。”晋代葛洪《抱朴子内篇·杂应》云：“余数见断谷人三年二年者多，皆身轻色好，堪风寒暑里，大都无肥者耳。”《梁书·陶弘景传》中说，陶弘景“善辟谷导引之事，年逾八十而有壮容”。



2. 注重饮食疗疾

道家为了修炼成仙,首先得去病延年,而医药和养生术正是为了治病、防病、延年益寿。因此葛洪说:“为道者,莫不兼修医术。”医药养生术,不仅可以使自己得到保健,并且可治病救人济世,弘扬道法。许多道教徒如葛洪、陶弘景、孙思邈等,都是著名的医药学家。道教徒把药分为上、中、下三品,认为上品药服之可以使人长生不死,中品药可以养生延年,下品药才用来治病。上药中的上上品就是道士炼成的金丹大药。

南朝陶弘景是著名药学家,所著《本草集注》,把原来的《神农本草经》中 365 种药物增加了一倍,对每种药物的性能、形状、特征、产地都加以说明。隋唐时的孙思邈精于医药,被后世尊称为“药王”。所著《千金方》中《食治》一门,详细介绍了谷、肉、果、菜等食物疗病的作用。他注重饮食卫生,主张多餐少吃,细嚼慢咽,饭后行数百步,采用药物和食疗两种方法治病,对食疗保健学的发展起到很大的推动作用。

3. 提倡不食荤腥

道教把食物分为三、六、九等,认为最能败清净之气的是荤腥及“五辛”,所以忌食鱼肉荤腥与葱、韭、蒜等辛辣刺激的食物。陶弘景《养性延命录》云:“少食荤腥多食气。”《上洞心丹经诀》卷中《修内丹法秘诀》云:“不可多食生菜鲜肥之物,令人气强,难以禁闭。”《胎息秘要歌诀·饮食杂忌》中也讲:“禽兽爪头支,此等血肉食,皆能致命危,荤茹既败气,饥饱也如斯,生硬冷须慎,酸咸辛不宜。”《抱朴子内篇·对俗》中讲,理想的食物是“餐朝霞之沆瀣,吸玄黄之醇精,饮则玉醴金浆,食则翠芝朱英”。认为只有这种饮食,才能延年益寿。在饮食上,全真道派与正一道派有所不同。全真教徒不结婚,不食荤腥,常住宫观清修,称出家道士。正一道徒可以有家室,不住宫观,能饮酒食肉,以斋醮符篆、祈福禳灾为业,称在家道士。

(三) 道教文化资源的旅游应用

土生土长的中国道教具有东方人文的独特色彩。《道德经》说:“一曰慈,二曰俭,三曰不敢为天下先。”慈,即如父母慈爱子女般地爱护宇宙之内的万事万物,维护宇宙的和谐;俭,即不存奢念,清心寡欲,澹泊自守;不敢为天下先,即不逞强称霸,要谦虚,柔弱自守。基于此,道教主张和平,反对战争。道教所尊崇

的教义,摒弃其消极面,很适合现代人旅游的需要。现在旅游者越来越多地关注于绿色旅游、保健旅游等,而道教所提出的道法自然、天人合一等观念及其人生追求、生活方式、健身秘诀等无不与当今回归自然、返璞归真的旅游潮流相吻合。因此,将道教旅游资源开发出来,无疑会为当今旅游业的发展注入一股新活力。


1. 道教旅游资源

道教崇尚自然,顺应自然,返璞归真,清静无为,追求境界超脱、羽化成仙,因而,其活动场地多选择在风景秀丽、环境清幽的地方,并分为道场和洞天两种。道场主要有江西龙虎山、安徽齐云山、四川青城山、湖北武当山等;洞天意谓洞中别有天,为神仙居住的洞府,此外还有次一等的福地。道教的洞天福地多位于名山中,如五岳。按照杜光庭《洞天福地岳读名山记》所载,道教的洞天福地包括十大洞天、三十六小洞天、七十二福地。洞天福地绝大多数自古以来就是闻名于世的旅游胜地。

(1) 道观建筑。道观的名称有宫、观、庙、道院等,“宫”是有特殊地位的道观。道观主要殿堂有山门殿、灵官殿、三清殿、玉皇殿、三官殿等,是宗教活动的主要场所。大型宫观殿堂大多为一串纵向布置、随地面逐渐升高的院落,另外还有客堂、斋堂、厨房等附属建筑,采用中国传统庭院式布局。我国知名道观有北京白云观、成都青羊宫、苏州玄妙观、武汉长春观、沈阳太清宫、广州三元宫等宫观。

多数宫观采用自然风景式园林设计。自然风景式宫观园林开我国宗教园林的先河,道教园林是我国宗教园林的主体部分之一,是我国园林艺术中的瑰宝。道教园林极大地丰富和发展了我国的园林艺术,其美学原则和实践对其他宗教园林、皇家园林和私家园林都产生了较大的影响。道教园林不仅数量可观,而且各有特色,绚丽多彩,具有较高的艺术价值和观赏价值,现今已成为各地著名的风景旅游名胜。

(2) 道教名山。①五岳。东岳泰山为五岳之首,岱庙(东岳庙)是泰山主庙,供奉东岳大帝,它与北京故宫、曲阜三孔、承德避暑山庄并称为我国四大古建筑群。泰山碧霞元君祠为道教女神碧霞元君的祖庭。中岳庙为中岳嵩山主庙,供奉中岳大帝。嵩山崇福宫为著名道观。西岳华山,为五岳中唯一为道教独占的名山,主庙是西岳庙,供奉西岳大帝。玉泉院相传是陈抟老祖修行之所。南岳衡山,主庙为南岳庙,供奉南岳大帝,黄庭观是东晋著名女道士魏存华修道之



处。北岳恒山,主庙为北岳庙,供奉北岳大帝。②道教发祥地。青城山,相传张陵在此后山结茅传道,为道教发祥地之一。终南山,相传老子在草楼观口授《道德经》,草楼观遂成中国第一座道观,终南山也是道教发祥地之一。③其他道教名山。如江西龙虎山,正一道祖庭;江西皂山,灵宝派祖庭;江苏茅山,上清派祖庭;武当山,真武大帝道场;浙江葛岭,为东晋葛洪结庐炼丹处;广东罗浮山,为葛洪成仙处,岭南道教圣地。

2. 道教旅游资源优势

(1) 本土宗教的吸引力——天时。民风民俗、风情信仰的差异历来对旅游者具有强大的吸引力,道教作为中国的本土宗教,相对于世界性的伊斯兰教、基督教、佛教,必然更会引起旅游者的浓厚兴趣和特殊关注。道教自身的文化底蕴所表现出的独特的宗教程式及产生的健身延年效应,足以使海内外旅游者为其倾倒。国内宗教旅游产品开发多见于佛教,如以佛教名山、祖庭及佛教节日为主要内容的旅游产品已基本成熟。而作为道教旅游资源的洞天、福地、宫观等等的开发还较少,这是一种很有潜力的新产品,在旅游市场上必有其独特魅力。

(2) 景观资源的优势——地利。我国历史上宗教和山结缘颇深,故有“山不在高,有仙则名”之说。古代的道教修行者为得道成仙,多选择自然风景优美、远离尘嚣的深山老林筑道观修炼。道教盛行时曾有十座名山被辟为十大洞天,另有三十六小洞天,据说是仙人居住的洞府,许多著名都邑附近也修筑了规模宏大的道观。这些宫观多座落在生态环境良好的山区,植被丰富,林木幽深,犹如“世外桃源”,加上历代文人骚客留下的诗文名篇和道教自身的迷人传说,占尽了人间的“风水”。

(3) 面临跨世纪的机遇——人和。道教旅游景区的资源与文化特色很适合现代旅游者的胃口。各级各地政府部门也相当重视旅游业,希望发展具有保护自然环境和维系当地人民生活双重责任的旅游活动——也就是当前生态旅游的核心:保护自然和谋利于当地人民。道教旅游产品正好具备生态旅游产品的双重特点,理应抓住机遇,从深山老林走出来。

3. 道教旅游开发的内容

(1) 道教文化游。注重道教独特的文化内涵。可以开展道家科学、日常宗教活动等文化景观为主,结合相宜的道教圣地,吸引海内外众多追寻道家奥秘

的游客。

(2) 道教保健游。道教的道功、道术“吸取天地精华”于青山绿水的环境之中,无疑对希望通过旅游健身强体、延年益寿的旅游者具有吸引力。相应的也可推出太极拳以及八卦拳(或可模仿华佗的五禽戏改为人们普遍可练的八卦体操)、书画气功、野菜药膳等旅游产品。

(3) 天人合一游。将道教崇尚的“道法自然”与现代人追求的“返璞归真”相结合,将道教的文化观念与景观建设相结合,让现代人在自然界中汲取知识,陶冶性情,真正享受天人合一的乐趣。


4. 道教旅游资源开发与生态环境的保护

道教旅游资源开发也应在保护自然环境和维系当地人民生活的前提下进行,注意维持生态平衡,对客容量、环境容量及由此带来的各类影响如噪音污染、水土污染、大气污染等作出科学预测,并采取相应的防护措施。同时,在接待游客的时候,工作人员要注意向游客宣传生态平衡和生态保护的重要性,可借助于道教的慈、俭来教育客人,使他们自觉地投身于环境保护工作,尽可能减少旅游垃圾,真正做到天人合一,其乐融融。总之,道教旅游开发要实现旅游活动的生态化和旅游服务的生态化。

三、伊斯兰教文化资源与旅游应用

(一) 伊斯兰教的起源与主要思想

伊斯兰教,中国旧称大食法、大食教度、天方教、清真教、回回教、回教等。伊斯兰系阿拉伯语音译,原意为“顺从”、“和平”,指顺从和信仰宇宙独一的最高主宰安拉及其意志,以求得和平与安宁。信奉伊斯兰教的人统称为“穆斯林”(Muslim,意为“顺从者”)。7世纪初兴起于阿拉伯半岛,由麦加人穆罕默德(约570—632)所创传。主要传播于亚洲、非洲,以西亚、北非、中亚、南亚次大陆和东南亚最为盛行。20世纪以来,在西欧、北美和南美一些地区也有不同程度的传播和发展。它自创兴迄今已有1300多年的历史,它作为一种宗教信仰、意识形态和一种文化体系,传入世界各地后,与当地传统文化相互影响并不断融合,在不同的历史条件下,对许多国家和民族的社会发展、政治结构、经济形态、文



化风尚、伦理道德、生活方式等都发生了不同程度的影响。

7 世纪至 17 世纪,在伊斯兰的名义下,曾经建立了倭马亚、阿拔斯、印度莫卧儿、土耳其奥斯曼帝国等一系列大大小小的封建王朝。经过一千多年的历史沧桑,这些盛极一时的封建王朝都已成了历史陈迹。但是作为世界性宗教的“伊斯兰”却始终没有陨落。起初,它作为一个民族的宗教,接着作为一个封建帝国的精神源泉,尔后又作为一种宗教、文化和政治的力量,一种生活方式,在世界范围内不断地发展着,成为当今世界的三大宗教之一。今天,在伊斯兰旗帜下,已经聚集着 7 亿穆斯林。尽管他们分布于世界各地,国籍、民族、肤色和语言各不相同,却共同恪守着那古老的真谛,即宇宙间只有一个主宰——“安拉”,并且依照各自的理解,遵循着《古兰经》的教义。

伊斯兰教创立不久,就传入了我国。据《闽书》记载,“(穆罕默德)有门徒大贤四人,唐武德中来朝,遂传教中国。一贤传教广州,二贤传教扬州,三贤、四贤传教泉州。”先知穆罕默德曾经说过:“学问,虽远在中国,亦当求之。”他的话鼓舞了广大穆斯林求知的愿望。从 7 世纪开始,阿拉伯、波斯和中亚的穆斯林商人及学者,通过海陆“丝绸之路”将伊斯兰教传入中国。伊斯兰教喜爱的绿色就代表着和平之意。就我国而言,信仰伊斯兰教的人主要分布在回族、维吾尔族、塔塔尔族、哈萨克族、塔吉克族、柯尔克孜族、乌孜别克族、东乡族、保安族和撒拉族。其他民族中比如汉、蒙、藏等也有伊斯兰教徒分布。

(二) 伊斯兰教的饮食习惯

伊斯兰教饮食思想是以清洁卫生、维护健康为基本原则,提倡人们享用大地上丰富而佳美的食物。《古兰经》说:“众人啊!你们可以吃大地上所有合法而且佳美的食物。”什么是“合法而且佳美的食物”呢?合法,首先必须符合《古兰经》、《圣训》的规定(如宰杀动物需诵安拉之名);其次必须是属于自己所有的、劳动所获的、来路正当的,而不是偷盗骗取的。佳美,指食物必须是有益健康的、洁净的、习性善良卫生的、无污秽毒害的。清代穆斯林学者刘智在《天方典礼·饮食》中说:“人之赖以生者,饮食也。饮食性良,则能养益人之心性。苟无辨择,误食不良,反有大累,何能养益乎?”故此,必须本着“合法佳美”的精神选择饮食。无论是家禽、家畜,或是大自然中野生的鸟兽,选择可食动物的标准是:“禽令谷,兽食刍,畜有纯德者。”

在“合法与佳美”的饮食基础之上,伊斯兰教还有诸多饮食之道,是其饮食

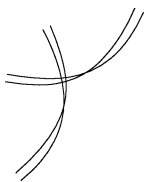
思想的有机组成部分。① 虽为禁食之物,若为势所迫,则可食之,但不能过分。如即将被饿死,则可以食用禁物以维持生命。《古兰经》说:“凡为势所迫,非出自愿,且不过分的人,(虽吃禁物),毫无罪过。”② 虽为可食之物,亦不可毫无节制,饕餮而食。《古兰经》说:“你们应当吃,应当喝,但不要过分,安拉确是不喜欢过分者的。”圣训说:“当将胃的三分之一用于吃饭,三分之一用于饮水,三分之一空着。”③ 饭前饭后要洗手。圣训说:食物的福分在于饭前饭后洗手。④ 不可站着吃喝,站着吃喝不利卫生,有损健康,亦不雅观,有失文明礼貌,圣训对此多有论述。⑤ 不可用左手吃饭,因左手用于解便。同桌共餐,不可伸手去取食别人跟前的食物,只当取食靠近自己的食物。⑥ 食毕要漱口刷牙,还要剔牙,以去除口中残食。圣训说:谁吃了饭,用手(或牙签)从牙缝里剔出来的残食应当吐出去,用舌头鼓动出来的应当咽下去。⑦ 放置食物时,要有所遮盖,不可暴露在外边,以防被污染。被脏物污染或腐烂变质的食物,绝对不能食用。⑧ 会见客人、外出办公或参加礼拜,均忌食生葱生蒜之类,因其有难闻的恶味,令闻者不快。圣训说:“谁吃生葱生菜一类的东西,当远离人,待在家中。”⑨ 不可借用非穆斯林的烹调用具,非不得已,可借用铁器类餐具,而不用木质类餐具。铁器类餐具也须清洗后再用。⑩ 不可浪费食物,也不可胡乱放置食物。食物掉在地上,应当捡起来,去掉脏污后食之。

(三) 伊斯兰教文化的旅游应用

伊斯兰教的主要建筑是清真寺,清真寺又称礼拜寺,是穆斯林举行宗教仪式、传授宗教知识的场所。清真寺是伊斯兰教的主要宗教场所,也是教徒和旅游者主要的旅游目标。

中国清真寺有两种不同风格:一种是中国传统院落式建筑;一种是阿拉伯风格建筑。中国传统建筑清真寺采取院落式布局,有严格的中轴线,主要建筑有礼拜殿、讲座堂、邦克楼、浴堂、阿訇办公室等。阿拉伯风格的礼拜寺建筑没有重重院落,也不强调对称,大多有圆拱顶的礼拜殿、邦克楼、经堂等。

中国著名的清真寺有泉州清真寺、广州怀圣寺、杭州真教寺、扬州仙鹤寺,这四座清真寺合称中国沿海伊斯兰教四大古寺。另外还有北京牛街清真寺、西安化觉寺和喀什艾提尕清真寺等。



四、基督教文化资源与旅游应用

(一) 基督教的起源与主要思想

基督教是信奉耶稣基督为救世主的各教派之统称,包括天主教、东正教、新教和其他一些较小教派,是世界上传播最广、信徒人数最多、影响最大的宗教,已有两千年的历史。

基督教于 1 世纪起源于罗马帝国东部地区的巴勒斯坦。它原先是犹太教的一个宗派,继承了犹太教的一神论思想,又逐渐吸收各种东方宗教神秘主义,特别是犹太教的“弥赛亚”观念和庸俗化的古希腊哲学思想,形成了自己的一整套宗教思想体系,并于 135 年从犹太教分离出来,成为一种有自我意识的独立的新宗教。

继承犹太教的《圣经》,信仰上帝(天主)创造并主宰世界,认为人类从始祖起就犯了罪,并在罪中受苦,同时又提出只有信仰上帝及其独生子耶稣才能获救。相信耶稣乃上帝的儿子,通过玛利亚受圣灵降孕而生于人世,故为神子和救主。耶稣降生牺牲自己,救赎人类,标志着上帝与人类重立新约,带来上帝救世的福音,宣告《旧约》时代的结束。耶稣在宣道过程中招收了 12 个使徒,后来以在十字架上的牺牲,为世人赎罪。耶稣死后 3 天复活,复活后第 40 天升天,于第 50 天差遣圣灵降临。1 世纪三四十年代由其使徒以领受圣灵为“灵召”,以耶路撒冷为中心开始传教,建立初期基督教教会,史称早期基督教。

原始基督教的教义有以下三点:

(1) 一神与选民。基督教信奉耶和华是宇宙唯一的真神,是宇宙与人类的创造者和主宰,但选民的内容与犹太教不同。这里的选民意为耶和华的“特选子民”。犹太教认为只有犹太民族才是上帝特选的子民,而排除犹太民族之外的任何人。这种思想表明,基督教打破了民族宗教的狭隘性,这为它以后战胜其他民族宗教成为世界宗教奠定了基础。

(2) 信仰基督降临与因信得救。基督教认为上帝已派他的儿子耶稣基督降临人世,拯救人类,只要信仰上帝与耶稣基督,必将得到拯救和上帝的赐福。

(3) 简化仪礼。原始基督教废除了犹太教的各种献祭与繁琐的仪式,打破

了犹太教的排他性、孤立性和保守性,仪式仅有洗礼与圣餐,洗礼是入教的仪式。

原始基督教的政治思想具有强烈的反对罗马统治、仇视富人的色彩,甚至主张用武力推翻罗马的统治,在现实世界上建立理想的“天国”。但后期有所变化,特别是富人加入之后。基督教认为社会不合理,人们受苦的根源在于各人自己,是人内心的堕落,这就抹杀了阶级压迫是痛苦的根源。它还反对用斗争去争取解放,宣扬驯服、博爱、忍受,原始基督教还宣扬君权神授,要人们服从神授的政权,要奴隶服从主人。

(二) 基督教的饮食习俗

基督教在饮食上没有太多禁忌,只是在节日时对饮食有一些规定。

圣诞节:圣诞节是基督教各派信徒纪念耶稣诞辰的日子。为了纪念耶稣的复活,信徒们要举行斋戒,不吃肉食,不用刀叉进食,减少娱乐。

复活节:是孩子们欢乐的节日,拣拾彩蛋是节日期间重要的活动。用小动物形状做成的巧克力糖果,精美甜点,是节日中的重要食物。

狂欢节:狂欢节源于古代埃及和古希腊的牧神节、神牛节、酒神节,中世纪时渐渐被罗马天主教所接受,成为基督教的节日,现在广泛流传于欧美和大洋洲地区。各国举行的狂欢节日期不同,有的是从元旦开始,有的从圣诞节开始,欧洲、美洲、大洋洲的狂欢节一般是在2月18日至20日举行,巴西的狂欢节一般是在夏末秋初的2月18日至20日举行,整个活动持续3天,狂欢节盛大的游行使欢庆的人们沉浸在近乎疯狂的兴奋之中。

情人节:情人节又叫圣瓦伦丁节,是每年的2月14日。情人节是恋人相互表达爱心的节日。

(三) 基督教旅游资源

基督教的教堂是具有代表意义的建筑,也是主要的旅游资源,其主要形式有三种:罗马式、拜占庭式和哥特式。

1. 罗马式

是基督教成为罗马帝国国教以后,一些大教堂普遍采用的建筑形式。它的主体建筑为一个长方形大厅,入口在西端,大厅被两行圆柱分隔成中殿和侧廊。在教堂的正面,有一个半圆形的空间,教堂里称为“圣所”,祭坛就设在这里。墙



上刻有“最后的审判”为题材的浮雕。光线从中殿顶上的天窗照射进来,映照在浮雕中的耶稣身上,耶稣的头上有一圈“灵光”。

2. 拜占庭式

是拜占庭帝国皇帝查士丁尼一世下令在君士坦丁堡(今土耳其伊斯坦布尔)建立圣索菲亚大教堂所形成的“拜占庭风格”。建于 1555—1560 年的莫斯科瓦西里大教堂,即是著名的拜占庭式教堂建筑。

3. 哥特式

是 12 世纪后半叶首先在法国出现的尖顶教堂建筑形式。它的特点是尖塔高耸。在设计与建筑中利用尖券、尖拱,飞扶壁,修长的立体及新框架结构来加大支撑券顶的力量,使整个建筑以它直升的线条、巍峨的外观和教堂内的高广空间,给人以一种至高无上的感觉和浓厚的宗教气氛。

我国主要的基督教教堂有上海国际礼拜堂和北京崇文门教堂。各地基督教活动场所、礼仪、教俗及所办慈善事业,是组织对外旅游的良好资源,有利于组织中外文化专题游和观光游。基督教的各种节日如圣诞节、狂欢节、情人节等,都是旅游餐饮、娱乐的最佳促销时机。

五、宗教旅游资源的开发和利用

(一) 宗教与旅游的关系

宗教与旅游是一种相互依赖关系。宗教是旅游不可缺少的一个项目,而通过旅游,宗教也能使世人领略蕴涵于宗教古迹内的宗教思想、伦理道德、社会观念、人生价值等目不能及的文化内容。宗教与旅游同样是人类生活中重要的活动,两者有着密切的关系,这种关系自古以来就已存在。在工业革命以前,由于信仰宗教的人数众多,朝圣十分盛行。每年都有成千上万的信徒为了虔诚的信仰,在一定的时间里纷纷涌向本宗教的著名圣地朝拜,形成了一定规模的旅游人群。如中国古代的善男信女到各地的佛寺道观进香,犹太教和基督教信徒从各地前往耶路撒冷朝拜,穆斯林朝拜麦加,都属于朝圣旅游的性质。进入近代以来,尤其是二战以后,这种为了宗教目的的朝圣旅游不但没有停止,而且规模

日益扩大,人数众多,形成了不可忽略的旅游人群。

比朝圣旅游者多得更多的是普通的观光旅游者。观光旅游者旅游的主要目的是欣赏自然风光和人文景观,以陶冶性情,愉悦身心。数量众多的宗教文化古迹,有的处于繁华的闹市,有的建在城郊,更多分布在深山野林。中国流行一种说法“自古名山僧占多”,旅游的人们在游览文化名城和名山大川的同时,也领略到了宗教文化。当旅游者亲眼目睹了具有宗教神秘气氛的道场、庙宇、绘画、雕塑、匾额以及寺庙收藏物等世俗社会很难见到的文化古迹和古物后,其猎奇心理得到极大的满足。所以著名的宗教圣地往往也是人们争相游览的旅游热点。

(二) 宗教旅游项目开发经营的新特点

1. 宗教旅游项目投资主体多元化

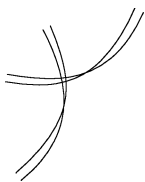
传统上,宗教项目多由宗教团体或个人通过直接投资、募捐、捐助的形式集资开发。而当今,作为旅游项目要求有熟练的项目运作技巧、建设管理技巧和经营思想。因此,现代宗教旅游项目的投资出现了主体多元化的趋向。通常是由宗教机构、宗教人士发起的以原宗教场所为依托的项目和由旅游物业开发公司组织投资的大型宗教旅游项目。

2. 项目规模大型化、项目功能综合化、设施设备现代化

高大雄伟、气势恢弘的宗教设施既能突出新闻效应,满足旅游者的猎奇心理,又反映出宗教事业的繁荣昌盛。随着宗教旅游项目的规模不断扩大,其正在由单纯满足礼拜、观赏的功能向吃、住、行、游、购、娱综合性旅游配套功能转化,形成相对独立的主题旅游区。教堂寺院适应社会变化,使用汽车、移动电话,用电脑办公已不是新鲜事。在宗教旅游项目中,他们更是乐意使用先进的科技手段,宗教旅游项目在设施设备方面的现代化程度甚至超过普通旅游园区。

3. 经营人才专业化

即使是宗教部分管理的宗教旅游场所,也出现了经营人才专业化的趋势。这有两种情况:一种是神职人员为适应旅游开发和经营管理的需要,学习旅游专业知识和技能,另一种情况是宗教团体聘用社会上的专业技术人员进行管理。



4. 营销手段多样化

首先,主动与国际接轨。通过人员互派和组织国际性节庆活动,可以有效达到扩大海内外影响的目的。其次,使用互联网进行营销。目前中国大多数宗教旅游单位已建有专门网站或主页。新建的大型宗教旅游项目把网络作为对外树形象、打招牌的主要工具。第三,重视地区联合和行业联合。以宗教活动为纽带,宗教首领之间经常相互合作,珍贵的宗教物品也经常交流展出。最后,实施品牌战略。由于拥有宗教的光环,品牌知名度、美誉度往往比较高,推出市场后易于被人们接受。因此,各地都在尝试以核心品牌为中心建立一个丰富的旅游体系。

(三) 宗教旅游开发经营中存在的主要问题

1. 宗教旅游项目盲目上马,经营管理混乱

20 世纪 90 年代以来,全国各地兴起建庙造佛的热潮。这与中国的旅游热关系非常密切。一些原本对佛教一窍不通的人也在殚精竭虑地挖掘当地的佛教历史,希望重修或恢复寺庙。胡乱开发建设的直接后果是各种矛盾突出,经营管理混乱,一些投资巨大的项目经济效益不佳,骑虎难下,面临拆还是留的艰难抉择。

2. 大多数宗教旅游项目活动内容单一

目前绝大部分宗教旅游项目尚停留在浅层次开发,主要表现在在项目开发阶段缺乏精心设计,在经营管理阶段又疏于大胆开拓创新。大多数寺庙除了烧香拜佛、求签算命、销售开光的小纪念品以外,只能提供观光活动,千篇一律。而宗教能启迪智慧、唤起道德、平衡心理、重塑人生价值、益智健身、放松精神、治病疗养等功能却很少得到挖掘开发。近年来有些地方也开始组织一些参与性的活动,但从宗教旅游资源的丰富内涵和人们的多元化需求来说,还远远不够。

3. 宗教被庸俗化甚至出现伪宗教

宗教有严格的教义教规、有各自的体系,这是宗教特征性的内容。但在利益的驱动之下,一些宗教旅游场所的经营者不顾宗教的基本规定,在佛教寺庙里鼓动人们购买各种物品。一些地方僧人、道士成了一种谋生职业,一些素质低下的人趁机混入其中,无一点宗教知识和修养,装神弄鬼,见钱眼开,唯利是图,既败坏了游客的游兴,也败坏了宗教的声誉。看到宗教旅游项目的高额回

报,有些地方甚至不经审批,不用宗教人士,就私自建庙造佛,开发旅游或假冒开光物件,高价销售,牟取暴利。这些伪宗教在某些地方主义的保护下,屡禁不止,影响恶劣。

4. 一些宗教旅游场所内部管理混乱

主要是游客投诉多,抱怨香钱过高。这是宗教旅游场所经营机制不顺造成的。还有些宗教团体自己管理的场所,由于没有管理经验,缺乏严格的制度,更没有审计的环节,内部一笔糊涂账。这种情况在目前中小型寺庙中较为多见。

5. 旅游景区与宗教活动场所的关系不顺

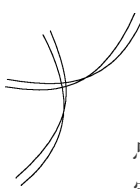
(1) 思想认识方面存在偏差。旅游景区管理机构对宗教知识、宗教政策、宗教法规和宗教问题往往缺乏深刻的认识和理解。加上当前有些地方政府把旅游业当作地方经济的支柱产业来抓,难免产生“重旅游、轻宗教”的思想,致使决策时不听宗教部门的意见,不注意维护宗教方面的合法权益。宗教机构也往往过多强调自身的特殊性,不愿主动与旅游部门加强联系沟通。

(2) 管理方面存在“越位”。根据我国的宗教政策,宗教活动场所应在政府宗教部门领导下由宗教界人士自主管理,旅游部门不能干涉宗教活动场所的管理。但一些地方旅游部门往往不顾政策法规,把宗教活动场所当作普通景点来管理。比如有些地方未经宗教部门登记开放,就摆设了神像、供台、功德箱,由旅游部门派人进行日常管理。这些“越位”行为,常会引起宗教界人士的强烈不满。

(3) 在利益分配上存在分歧。在门票问题上,根据宗教政策,主要靠自筹资金建设的宗教活动场所,其门票收入应归宗教部门。景区内的宗教场所与旅游景区如何确定门票的分成比例,经常是一个矛盾。而有些旅游部门为了增加收入,擅自提高旅游景区门票,却没有给宗教活动场所提高相应的分成比例,这又产生了矛盾。而且景区的高额门票加重了信徒的负担,影响宗教活动场所的香客流量,也会引起宗教部门的不满。在由旅游开发公司投资兴建的宗教活动场所,还存在前期功德捐款、香火费收入使用和管理中的一系列问题,也常常成为双方关系紧张的焦点。

(四) 宗教旅游资源的开发和利用

中国宗教种类齐全,宗教名胜古迹分布广泛,仅国务院公布的第三批全国重



点文物保护单位中,各种宗教名胜古迹就有 150 多处,全国各省、市、自治区与宗教有关的名胜古迹共有 3000 多处。丰富的宗教文化资源吸引了海内外大量信徒、专家学者和游客。佛教文化对中国有着深刻的影响,并逐渐形成了适应中国国情的佛教教规、礼仪和宗派,留下了许多著名的寺院、石窟和佛塔,其数量之多、艺术之精、历史之久是中外驰名的。丰富的佛教文化具有同一性中的差异性、特殊性。如同是佛寺,五台山的宏伟建筑与九华山的民舍构造就各具一格;同为雕塑,山西云冈的石雕和天水麦积山的泥雕、泥塑就表现出两种不同的艺术技巧。如果进一步分析的话,则会发现佛教的三大建筑都会因不同的时代、不同的宗派和不同的地区而显示出不同的风采。

再以被奉为道教崇拜的神——妈祖为例,每逢妈祖诞辰(农历三月二十三日),湄州妈祖庙内外人山人海,香火鼎盛,各地游客纷至沓来,其中以台湾人最为突出,总要抬着妈祖像回来探亲、进香还愿。

当然,由于宗教信仰的不同,宗教派别的差异,全世界的宗教信徒都有自己向往的圣地,在宣传招徕过程中,应当有针对性,才能取得理想的效果。根据宗教文化的特点,丰富旅游商品、增收创汇是应当受到重视的。如出售各种宗教纪念品,佛教的木鱼、进香袋、数珠、雕像,提供斋饭;道教的“八仙过海”、“福禄寿三星”画幅,介绍宗教名胜古迹的书籍。以佛教圣地普陀山为例,其针对游客的类型、特点,结合本地的实际,出售各种各样反映普陀山风貌的画像和以观音菩萨为主的佛像,发挥了独特的优势,带来了良好的经济效益。

利用宗教节日,促进旅游业的发展。随着宗教文化的传播,一些宗教节日由于符合了人们的心理要求,不仅是信徒的节日,也成了民间流行的节日。基督教的圣诞节、复活节等流行全球,傣族的泼水节、伊斯兰教的古尔邦节也逐渐被人们所接受,其新奇感和神秘感颇具魅力。

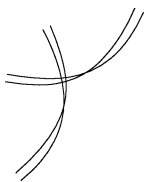
宗教音乐以其深邃淡泊的旋律、独特的风格吸引了人们,特别是佛教音乐、基督教的圣歌圣乐都深受信徒的喜爱,成为举行宗教仪式和欢庆宗教节日必不可少的内容。

宗教文化也可以通过间接的形式影响旅游业的发展。宗教文化中的许多人物、故事和传说非常生动,不少被搬上了电影、电视和文学作品,广为传播。如《西游记》中的观音菩萨、唐僧取经的故事和一些风景名胜如火焰山等,《八仙过海》中的道教名山,故事都随着电视、小说的传播而被越来越多的人所接受,并激起一些潜在旅游者参加旅游活动。电影《少林寺》、《武当》的上映,使嵩

山、武当山成为广大武术爱好者和旅游者热衷的地方。

宗教文化对旅游饭店也有一定的影响。根据旅游市场的需求,在一些有宗教名胜古迹的地区应投资建造符合宗教规定的饭店或房间。如果在清真寺附近投资建饭店接待伊斯兰教信徒,而饭店没有专门供应牛羊肉的膳食设施,也会引起客人的不满。总之,针对不同宗教信仰的游客,应提供相应的接待服务,绝对不能有触犯客人的宗教信仰和风俗习惯的行为发生。





第六章 饮宴文化与旅游

一、饮宴文化探究

(一) 饮宴的来历和发展追溯

饮宴古时称筵席,现多称宴席、宴会。它是在疗饥、品味之外,另含某种目的、意义的具有一定仪式的集体进餐活动。饮宴作为饶有风趣的一种进餐方式,是人们饮食文化生活的重要内容之一。中国饮宴文化源远流长,早在三千多年前便已出现,是我国饮食文化宝贵遗产的组成部分,也是烹饪技艺的集中反映和饮饌文明发展的标志!饮宴是人们进餐的一种特定方式,从古至今已形成典雅、隆重、精美、热烈的传统规范,融合了烹饪技艺之精华。随着时代发展,旅游事业及对外关系的日益开拓,中国饮宴美饌将会发挥越来越大的作用,更好地为社会主义两个文明建设服务。

1. 筵席的起源

古人席地而坐,“筵”和“席”都是铺在地上的坐具,铺在地上的叫“筵”,铺在“筵”上供人卧的叫做“席”。人们往往就饮食为设筵,且筵上有席,故称之为“筵席”。进餐中大家坐在筵席之上,酒食菜饌自然地置于筵席之间,这种形式,简言之即酒席。发展到后来,筵席就成了专指进行隆重、正规的宴饮活动。

筵席起源于夏商时期。夏王朝兴盛时期,农业的发展为烹饪技术的发展和宴会提供了充足的食物来源。青铜冶炼和铸造技术的发展,铜器饮具的出现,标志着中国进入了文明进餐时期。夏王朝政权中,设有管理王朝膳食的“庖正”。从这个官职的设立来看,说明王朝对烹饪技艺及聚餐形式是相当重视的,当时已经产生筵席的雏形。

商代是文明筵席发展的时期,有了文字记载史料。“甲骨文”和青铜器标志

着中国进入了文明时期,它为中国饮食文化开创了新纪元,也是烹饪的成熟时期。人类广泛使用饮食器皿,进而形成了一些生活上的礼节,为筵席的诞生奠定了礼节的基础。

最初的饮宴开始于祭祀——祭奠鬼神祖先活动。要用礼器、礼酒,牛、羊、豚三牲,要击钟唱歌,礼毕就分食祭品,谓之纳福。它起源于祭祀之礼,完善于宫廷筵席。

2. 筵席的历史发展阶段

我国筵席是随着社会生产力和商品经济的发展而逐步形成的,它与政治、经济、文化、技术甚至时尚等都有着密切的关系。筵席演变的全部过程,规模由小到大,美饌由简到繁又由繁趋简,呈曲线形变化,并随着商品生产和商品交换的发展而日臻完善。

筵席在商朝奴隶制发展时期诞生,在周代得以发展。

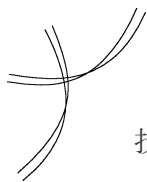
公元前 770 年到公元前 475 年是我国历史上的春秋时代。这时筵席的规模已发展较大,形式也相当多。筵席的器具和食具也有了很大的改进,制造出许多高级的烹饪器具,具有相当高的水平。

公元前 221 年起,秦汉两代相继历时四百多年,是封建制度逐步巩固、繁荣并颇多建树的时代。此时,中国烹饪中之“色香味形器”五大属性已完全具备,不仅烹饪原料丰富,而且素菜兴起,面点进步,厨房设备更加完善。

隋唐五代筵席相当发达。宋代是筵席面向社会的重要时期。宋代京都讲究筵席的风尚及其繁荣的餐馆业,导致各地“效学京师”,促进了全国烹饪技艺和筵席艺术的发展。南宋的筵席在餐馆经营上也多仿学汴京,不仅筵席堂面陈设仿汴梁,就是唱卖也都仿汴京声调。由此可知,南、北宋时期,社会餐饮业的形成和发展,是我国筵席史的重要一页。

明、清是筵席的兴盛时期。西方菜点宴会引进,融合于中国古典筵席之中,使之达到历史发展的高峰。

辛亥革命后,国门大开,欧美各国的商人纷至沓来。西餐技术及宴会相继传入,沿海城市出现了中西合餐宴会。北京的一些餐馆经营起清宫菜和仿膳席,各地相继出现一些经营高级菜肴筵席的名餐馆。精湛的烹饪技艺,形成了各地菜的独特风格,而且,不同地方风味、民族风味互相融合。新中国成立后,筵席作为一门科学技术、作为一种艺术得到社会的承认,并得到了充分的发展,受到了国家的高度重视。“继承、发展、开拓、创新”的方针大大促进了中国烹饪



技艺和筵席艺术的发展。

（二）饮宴的种类

古代饮宴名目繁多。除了通常所说的“国宴”、“军宴”，还有各级官府举行的宴会，统称“公宴”，相当于现代的国宴、正式宴会。这类宴会规模大，礼仪繁多，赴宴者拘于礼节而不宜开怀畅饮。私人举办的“婚宴”、“寿宴”、“接风”、“饯行”等宴会统称“私宴”，相当于现代交谊性的便宴、家宴，往往是亲朋好友欢聚一堂。除了一些较为隆重的宴会讲礼仪外，大部分都比较轻松自然。有的以规格高低、规模大小、仪式繁简，划分为“正宴”、“曲宴”、“便宴”。有的以设宴场所分为“殿宴”、“府宴”、“园亭宴”、“船宴”等。秦末项羽在鸿门宴刘邦，史称“鸿门宴”；汉武帝在柏梁台宴群臣，称“柏梁宴”；唐代皇帝每年在曲江园林宴百僚，史称“曲江宴”；唐代新进士在曲江池杏园举行宴会，称为“杏园宴”。有的还以筵席间的珍贵餐具命名，如“玳瑁宴”、“琥珀宴”。有的以宴间必须奏《鹿鸣》之曲，诵《鹿鸣》之歌，为之命名“鹿鸣宴”。有的还以宴席上必备的食品命名，如唐代最讲究的“樱桃宴”，唐、宋时的“汤饼宴”等。^①

再如现在的野餐。人们到野外风景秀丽的地方设宴，美景以饱眼福，佳肴以饱口福，把两种享受结合起来，更加乐趣无穷。古代将这类饮食方式称为“野宴”或“游宴”。东晋书法家王羲之的《兰亭集序》就是关于野宴盛况的记述。北宋文学家欧阳修的《醉翁亭记》也记述了他任滁州太守时约朋友们在琅琊山亭饮宴的欢乐情景。我国历史上的野宴，名目繁多，情趣各异，是中国饮食风俗的一个重要特色。但它始于何时，因何而起，尚难断言。晋代人在战国时魏王墓中发掘出一批先秦时的竹简书籍，其中有一部《穆天子传》，记述了周穆王游到西王母国时，西王母在瑶池设宴款待穆天子的故事。这是我国文献中关于野宴盛况的最早描写。这些绚丽多姿、异彩纷呈的宴会，为中国古代饮食风俗增添了丰富的内容。以下仅对历史上一度成俗或别具风韵的名宴作简要介绍。

1. 古代名宴

（1）鸿门宴。是楚汉相争时，发生在刘邦与项羽之间的著名事件。“鸿门宴”为后人留下了两个成语：一是“项庄舞剑，意在沛公”；二是“鸿门宴”自身，意指不怀好意的宴会，或者是“霸王请客”。

^① 李维冰、华干林：《中国饮食文化概论》，中国商业出版社 2006 年版，第 183—184 页。

(2) 兰亭雅集。东晋永和九年(353年)三月三日,王羲之与谢安、孙绰等41人在山阴兰亭(今浙江绍兴)“修禊”,王羲之为此写了一篇文书俱佳、名垂千古的《兰亭集序》,“兰亭雅集”也因之倾倒了无数后代的人文墨客。

(3) 烧尾宴。古代名宴,专指士子登科或官位升迁而举行的宴会,盛行于唐代,是中国欢庆宴的典型代表。烧尾一词源于唐代,有三种说法:一说是兽可变成人,但尾巴不能变没,只有烧掉尾巴;二说是新羊初入羊群,只有烧掉尾巴才能被接受;三说是鲤鱼跃龙门,必有天火把尾巴烧掉才能变成龙。此三说都有升迁更新之意,故取名“烧尾宴”。

尽管何为“烧尾”有不同说法,但作为士人身份变化时所必须经过的仪式则被认为是必不可少的,具体作法就是请客吃饭——“烧尾宴”。后来此宴又演变为大臣初拜官时给皇帝献食的席名。烧尾宴为之所以为后人津津乐道,除了其自身的“文化”外,一个重要的因素是唐代大臣韦巨源官拜尚书左仆射时进献的烧尾宴食单被部分流传下来,使后人对烧尾宴的精美有了直接的了解。

(4) 鹿鸣宴。《新唐书·选举志》说,在州县初选结束之后,“长吏以乡饮酒礼,会僚属,设宾主,陈俎豆,备管弦,牲用少牢,歌《鹿鸣》之诗,因与耆艾叙少长焉”。在隋唐时,参加鹿鸣宴是士人取得乡贡进士资格的标志。《鹿鸣》是《诗经·小雅》中的篇章,为周王宴群臣嘉宾时的歌词。

(5) 韩熙载夜宴。五代南唐画家顾闳中奉皇帝之命,默画了一幅中书侍郎韩熙载夜宴寻欢的全景式画作——《韩熙载夜宴图》。顾闳中采用叙事式手法,将韩熙载夜宴分为聆听琵琶、擂鼓起舞、盥手小憩、重奏管乐、再开歌舞等五个场景,并真实地再现于画卷中。人们对此画的关注主要是其高超的绘画艺术,但该画对我们了解隋唐五代时期上层社会的饮食生活,尤其是饮食方式提供了极其难得的资料。

(6) 船宴。设于游船上的宴席。关于船宴的较早记载有唐白居易《宴洛滨》诗的诗序,但相传吴王阖闾时即已有船上宴饮之事。在南宋时期,都城临安(今杭州)已有供游人泛舟而宴的专门游船。清代苏州、扬州的船宴亦盛行一时。

(7) 满汉全席。满汉全席是满汉两族风味肴饌兼用的盛大宴席。清初满族入主中原,满汉两族开始融合,皇宫市肆出现满汉菜并用的局面。满汉全席在清代是只有满室贵族、官府才能并举的宴席,一般民间少见。规模盛大高贵,程式复杂,满汉食珍、南北风味兼有,菜肴达300多种,有中国古代宴席之最的美誉。

(8) 孔府宴。曲阜孔府是孔子诞生和其后人居住的地方。是典型的中国大家族居住地和中国儒家文化发祥地,历经 2000 多年长盛不衰。孔府既举办过各种民间家宴,又宴迎过皇帝、钦差大臣,各种宴席无所不包,集中国宴席之大成。孔子认为“礼”是社会的最高规范,宴饮是“礼”的基本表现形式之一。孔府宴礼节周全,程式严谨,是古代筵席的典范。

2. 现代宴会

现代宴会根据不同的标准具体划分为多种形式,就目前看,国际上宴会主要分为国宴、正式宴会、便宴、家宴等四种形式。

就宴会性质分,大约有三种:第一种是礼仪性的。这种活动要有一定的礼宾规格和必要的礼宾程序。例如,为欢迎外国元首、政府首脑来访,为庆祝国庆日、建交日和其他重要节日,为庆祝重大工程的竣工,为某一重要国际会议的召开等,都属于礼仪上的需要,是一项礼仪活动。第二种是交谊性的,主要是为了表示友好,发展友谊,例如,接风、送行、告别等。有时候并无特定的题目,有时是借题目做文章。这种宴会,规格讲究不那么严,主要是亲切、友好,气氛热烈,能达到发展友谊的目的。第三种是工作性的。主人或参加宴会的各方,为解决特定的工作问题而举行的宴请,以便在席间进行商谈,例如商务宴请。这三种情况,有时交相为用,兼而有之。还有一种是私人和家庭宴会,例如婚宴、生日宴、年夜饭等。

二、宴会综合艺术的旅游表现

中国宴会的美饌组合设计艺术,不是几个菜的简单拼凑,而是一次综合的艺术创作。它既是宴会美饌组合设计的重要内容,又是服务技师和厨师的一项专业综合技巧。

(一) 宴会菜点设计

宴会的菜点是一个不可分割的综合整体,相互之间要协调配合。不论高级宴席或一般酒席,都是由五组不同程度的品种构成的整体,有的还配置饭菜、水果及茗茶。这五组菜点就像一曲美好的乐章,由序曲到尾声,富有节奏和旋律。

1. 冷菜

冷菜是上桌的“开场菜”,它是“前奏曲”。冷菜既可下酒,又可供人欣赏。使人赏心悦目,心境舒畅,食欲倍增,对一席菜肴的评价及实用意义都有着极大的影响。① 冷菜不但味道鲜美,而且是多种色彩组成的一幅美丽图案。有时还带有象征性。所以,它可以活跃宴会的气氛,增进人的食欲。如一盘五彩缤纷的花篮,就能使宾客仿佛置身花香浓郁、沁人心脾的良辰美景之中,起到“先声夺人”的作用。② 一般在宴会开始时,多半有祝酒和讲话的情况出现。先上冷菜不会因时间延长而影响其口味和质量,便于“祝酒词”从容发表。③ 先吃冷菜后吃热菜适合人的进餐习惯,易于消化,起到“促进消化”和“中和酒性”的作用,也合乎卫生要求。

2. 热炒菜

它是宴会佐酒的好菜,烹制精细,口味清淡。接应在冷菜和头菜之间,起承上启下的作用,把宴会气氛引向活跃,为大菜鸣锣开道,慢慢由冷转热,由淡转浓,口味大变,迎接高潮的到来。

3. 大菜

它是“主题曲”,是宴会的主体部分,处于显著地位,可使宴会进入高潮,饮酒人转入兴奋,口味大开,品尝佳肴,别有情趣。

4. 甜菜和点心

均点缀于各大菜之间,它就像乐队的“伴奏”,起着衬托的作用。既能解腻,又能解酒调味,外观小巧玲珑,形式多样,显示了宴会的丰富多彩。

(二) 宴会菜点风格艺术设计

1. 宴会菜点花色变化艺术鲜明

宴会菜点的组合,必须有原料、烹制色彩、口味、香气、形状、质地、盛器等的多种变化,才能给赴宴者以美的享受。清代学者袁枚是懂得宴会菜点的组合艺术的。他说:“且天下必有五味,不可以咸之一味概之,客食饱,则脾困矣,须酸甘以提醒之。”这也是宴会组合变化的基本法则。

配其料,有家畜、禽蛋、水产、野味、蔬菜及主食等。至于高档宴席更有山珍、海味等多种原料的变化。要尽量避免雷同,使菜点丰富多彩。

烹制法,有卤、炸、熘、爆、炒、炖、焖、烩、蒸、烤、氽等多种烹调技法,多种造



型艺术。烹法多样,食之可口。

识其色,有红、黄、青、白、绿、花色等富于变化的色彩,相互烘托,色调和谐,鲜艳爽目,刺激食欲。

尝其味,无恶、腥、膻、臭、腻等异气,而是气味纯正,鲜香四溢,芳香扑鼻。

观其形,有块、条、球、丝、片、丁、末、茸和麦穗花、荔枝花、蓑衣花等刀工技巧的变化,形态各异,引人赏食。

感其质,有脆、嫩、酥、烂、绵、爽、滑、腻、稀、稠的多样变化,各取所需,口感丰富。

选择器,食品盛器的选择应根据不同菜点区别使用,如平盘、炒盘、汤盘、腰盘及特大盘等。各种盛器的选用要量器相称,色器适宜,精致典雅,锦上添花,增强食趣。

整个宴会花色富于变化,菜与菜、花色与花色之间相辅相成,浑然一体。宴会的菜点繁多,且菜肴大多数取自动物原料,从营养的观点来看,为高蛋白高脂肪型膳食,不太注重素(蔬)制作,忽视营养素的搭配。因此,在保持名菜或宴会的传统特色的前提下,还要注意营养摄入的组合技巧。

2. 宴会菜点风格突出

一桌宴会,必须重点突出自己的风格才能显示生命力。作为一席组合菜点,也要有鲜明的风格。宴会的格式,虽然是统一的,但在菜品的组合上,就需要显示出各个菜系、各个地方、各个名店、各个厨师自己的风格。《随园食单》说:“请客因为各种所长,才觉入口新鲜。”旅游都以能品尝到异乡风味的美馐佳肴为快事。实际上各种地方菜都有自己的独特烹调技法,各个餐馆、饭店都有自己的名菜名点,各个地区都有自己的地方风味,各个厨师都有自己的师承专长。只要发挥所长,重点突出自己的特点和风格,就能做到菜品赏心悦目,受到赴宴者的赞赏。

3. 宴会头菜重点突出

一桌宴会菜点,少则十几个,多则二十来个。就全席来说,大菜为主,其他菜为辅。大菜中,又应以头菜为主,居全席的核心。按传统习惯,宴会的名称都是以头菜来命名的。例如,头菜是用山珍中的鹿筋、熊掌,就称“鹿筋席”、“熊掌席”。头菜用鱼翅、燕窝、海参,就称“鱼翅席”、“燕窝席”、“海参席”。头菜的高低贵贱,决定了宴会的不同规格。其他菜品都围绕着头菜来

进行组合,在用料、质地、烹法等方面,都要与头菜相称。不能喧宾夺主,必须恰如其分,做到和谐统一。头菜因为是重点,所以在质地、数量和烹调技术上都要特别讲究。任何宴会,如果有一个精美的头菜,往往能给宴会平添一种热烈气氛。

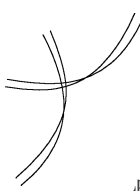
(三) 宴会菜单设计

在举办宴会时,第一件事就是要订好菜单。宴会能否成功,关键在于菜单。在某种意义上讲,菜单是宴会的艺术设计蓝图和现场施工图。它涉及原料成本、配制、技艺、风味、特色、布局、礼节、接待、程序及准备的大量环节,以及宴会所反映的风俗习惯等方面的内容,直接影响聚餐的效果,关系宴会的成败,因此,透过一张菜单,常可以看出一个时代、一个地区、一个民族,甚至于一个国家饮食文化的发展程度。

不论哪种宴会,都应依据不同需要灵活安排菜单。在制定菜单时,既要注意菜肴的组合完美和较高的艺术性,又应避免菜式单调和工艺雷同,努力体现菜点组合的变化美,使宾主品尝到与众不同的佳肴,感到称心如意。菜点安排太少,就会怠慢客人,安排过多则造成浪费,尽荤则有肥腻之忌,尽素则有清淡之嫌,如果所安排菜点色泽一致,口味一致,盛器相同,烹饪技艺即使较高,也会单调无奇。反之,任意炫耀撩人眼目,又会华而不实,有失礼节。

菜单展示精湛的艺术蓝图,增添气氛,预告宴会序幕,指导菜点制作,使服务有条不紊,从而提高服务质量。宴会菜单内容丰富多彩,但其内部仍有规律可循,不论高级宴会或一般酒席,一般都是由冷菜、热炒菜、大菜、甜菜、点心五组构成,有的还配置饭菜、果品及茗茶等。

一组冷菜:习惯上称冷盘,又称冷碟、冷荤、冷盆、冷拼或花碟、独拼、看盘等。冷盘内容,按宴会的等级不同,可繁可简。用于宴会的冷菜,可用什锦拼盘或四个独盘、四双拼、四三拼,也有采用一个花色彩盘,而配上四个、六个或七至八个不等的小围碟,也有的采用对镶冷盘。总之,冷盘的多少和菜品质地的高低,都是依宴会的规格自由变化。烹制常有热制冷吃和冷制冷吃两种,有卤、熏、拌、炆、腌、酥、酿、白煮、挂霜、冷冻、烤、炸等技法,要求质精形美,小巧玲珑,其荤素配料以2:1为宜。它是对食物进行美化造型的工艺,以食用为主,但要求色香味美,可看可吃。



二组热炒菜：又叫“行件”，根据宴会高低档次，通常为四独炒、四双拼炒、四三镶拼炒。一般要求采用煎、炒、爆、熘、炸、烹、塌贴、烩或滑炒、爆炒、干炒等多种烹调方法制作，现制现食，快速上席，一热三鲜。热炒菜多系“抢火菜”，尤其四双炒和四三镶拼炒，在工艺上显功夫，一次拼成，干净利落，以色香味美、鲜香爽口、精细清淡为佳。量少而精巧，以达到热炒菜的口味鲜美和外形多样化的要求。

三组大菜：即宴会的主菜，又称“行菜”、“正菜”。它是由整只、整块、整条、整盘合烩的原料烹制而成的装在大盘、大汤盆或大窝浅平盘中上席的菜肴，是宴会的台柱。依据宴会的规格不同，多为五到八道，也有十道、二十道乃至更多的道数。一般由头菜、烤菜或炸菜、二汤、各荤素大菜、座汤组成。用烧、烤、蒸、炸、炖、焖、扒、熏、氽、脆、溜、熟、炒、叉烧等多种烹制方法制作。头菜即是大菜中首菜，常用山珍海味和名蔬佳果配制最好的菜品，率先上席。它要求香酥、爽脆、鲜嫩、肥美，在质量上超过所有菜品，统帅全席。烤菜或炸菜、二汤紧随头菜，用料精致珍贵，往往可与“头菜”媲美。一助兴喝酒，二清口解腻。各大菜紧随头菜，映衬头菜。座汤上于大菜的末尾，要求质量最好，技艺甚高，或清澈如水，或浓酽似奶，或肥润，或香鲜。

四组甜菜：一般采用蜜汁、拔丝、煨炒、冷冻、煨炖、蒸酿等多种方法烹制而成，趁热上席。在夏季也有供冷食的。甜菜在宴会中所占的比重较小，一般是一道，最多两到三道。原料多为果蔬，亦可用菌耳或肉蛋等，可干可稀。

五组点心：随大菜、汤品或饭菜入席。咸带咸，甜带甜。可分上，也可齐上。在宴会中常用糯米团、面、粉、饼、饺、酥、卷、角、片、饭、粥、羹等品种。所采用的种类与成品的粗细取决于宴会规格的高低。

此外，除了上述五组菜点外，较有规格的宴会和宴席还有饭菜、果品及茗菜。

宴会菜点组合应用是现代餐饮业经营活动中不可忽视的重要方面。因此，我国要对古今宴会菜单的美饌佳肴进行挖掘、整理，古为今用。掌握各种组合方法和技巧，探索规律，从而有效地应用于我国宴会菜单设计，把宴会菜点组合应用提高到一个新水平。

宴会在社会经济生活中占有重要地位，特别是在当前大开放、大市场及商品经济大发展的大好形势下，将在加快商品流通，促进文化交流和国内

外贸易,满足国内外旅客的需要,促进经济的发展,繁荣社会主义市场中,显示出越来越重要的地位。事物总是按照自己的规律向前发展,宴会革新是宴会发展过程中的必然趋势。在人类历史长河中,烹饪技艺和宴会艺术缘自一脉。它们经过无数次的变革,从没有停止在一个水平上。今天是加快改革,扩大开放,加速经济发展,开拓前进的时代。这也必然冲击着生活领域的改革,宴会也要改革。那些陈旧的传统观念和不科学、不合理的生活方式都要进行革新。随着科学技术的发展和人民生活水平的提高,中国的饮食文化和宴会的总趋向是营养化、多样化、风味化、加速化、食趣化、高级化。这对提高人民的身体素质、对社会主义物质文明和精神文明建设具有重要意义。

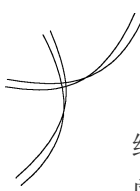
(四) 古典菜品的挖掘

跨入 21 世纪,餐饮业竞争日趋激烈。今天的人们崇尚天然,返璞归真。遵循“古为今用,取其精华、去其糟粕”的原则,研究借鉴开发古典菜品更具有现实意义。对古典菜品的挖掘可掌握以下方式:一是依据历史留有的食谱、食单、笔记、农书、食疗杂文专著等史料来进行加工仿制。二是根据历史档案及其他一些史料,加上作家或厨师回忆,加以挖掘、整理。三是依靠古典小说中所描述的饮馔内容,及当地的食典口碑加以考证,然后进行再创作。

如浙江嘉兴南湖弘扬与创新南湖经典船菜已成为禾城餐饮界所追求的永恒主题。正基于此,东升宾馆筹资创办的“南湖船菜大酒店”应运而生。南湖会景园的醉仙楼,就是以吴越文化为背景,以船文化为主调,以名人文化为烘托,传承古典式船菜精华,敢于大胆开发,推陈出新。“南湖船菜”有其历史的沉积和饮食起源,是嘉兴的一张名片。只有将历史知识“厚积”,才能“薄发”,才是创新的根本源泉。在此基础上再去进行探索、实践,再探索、再实践。深入民间去挖掘,整理富有地方特色的农家菜、船家菜等等,取其精髓,领悟真谛,而后创新船菜。南湖船菜创新有六种方法。

1. 挖掘法

挖掘历史菜点,经改良后为我所用。开发可以是系列的,也是可以单个品种。目前能看到的南湖船菜的最早记载是明代末年文学家张岱的《烟雨楼》一文,文中记述:“湖多精舫,美人航之,载书画菜酒……”其次是清代乾隆年间嘉兴项薇著的《古禾杂识》中说:南湖其产蒲,鸡雍之属,而藓苔味特芳甘,肤色凝



绿(而藜苔为菱的别名)。菱的记载,还有明嘉靖年间李晔在《紫逃轩杂缀》中也曾谈到。清末,杭州文人徐珂为我们留下了当时嘉兴南湖船菜筵席单,“亦分八小碗,六大碗”,已为众人所知。1923年9月30日,诗人徐志摩在杭州邀集胡适、严君武等十人,从斜桥乘船去盐官观潮,途中船菜菜单为:小白菜芋艿、粉皮鲫鱼、菱烧豆腐、咸菜豆板泥、水晶蹄膀、炒虾仁、冰糖鳗鱼、大白肉等看潮菜。其中有八只菜移植了“南湖船菜”。由此可见,船菜饮食的发展源远流长,大量史料有待于我们挖掘整理。

2. 借鉴法

“他山之石可攻玉”,以他人之长,补己之短,则是厨师惯用的手法,烹饪之法亦可如此。若经常能博采众长,出奇制胜,创新菜品的路将越走越宽。船宴(船菜)见诸文字记载,则始见于唐代白居易《宴洛滨》的诗序,另外,南宋吴自牧著的《梦粱录》、清代李斗的《扬州画舫录》、清代顾禄的《桐桥倚棹录》也有述及。尤以南京秦淮河船菜、无锡太湖船宴、苏州七里塘船菜与湖州渔家船菜等最负盛名。

3. 采集法

很多艺术家、文学家、书法家经常到民间采风,以乡间素材为依据,创作出动人的作品。烹饪作为一种艺术,它的根也在民间,在民间日积月累的农家土灶上。若想创制出新船菜,采集民间老灶头的烹饪调食饌,便是一个成功的路子。如著名诗人袁牧,儿时在乡间听兄长讲过“煨笋”之术,以及竹筒雷笋、饭焙茄子、油炖苔蕊菜等等。这种近乎与儿童“煮家家”的民间做菜法,不胜枚举。如果厨者都能像音乐家、画家、民间文学家那样去采风挖掘南湖船菜,则创新南湖名菜,将不是件难事。陆明先生著的《嘉兴影踪》、《嘉兴记忆》,将嘉禾民间饮食风俗描述得淋漓尽致。

4. 变味法

浙菜以咸鲜见长,其味型仅有十几种,只有借鉴中西口味变化才有出路。变味的关键在于“变”,有变才有创新。当然,口味与味型离不开原料本身的特性或质地,“适口则珍”。在四川,通过《川菜烹饪事典》归纳总结,定型的常用味型有23种,为满足食者日新月异的口味需求,近年来川菜大师又新创川椒生姜油、葱、姜油、藿香型系列等新口味、新味型。船菜不必全是珍馐,家常原料亦可入。受江南水乡之吴越文化的灌泽,河鲜取用应成为船菜主料,更能形成嘉禾

风味。无论是马家浜文化遗址中出土的碳化无角菱,还是“鱼米之乡”南湖盛产的螃蟹、湖鲫,以及虾、鳊、鳖、蚌,均为南湖特产,原料变化都将成为南湖船菜翻新的重要途径。

5. 寓意法

文学艺术作品是很讲究通过形象来描述意境的。烹饪制作也可以运用文学艺术的创作来体现情趣与意味。运用“寓意”之法来创新菜肴,一是设菜品时,构思要巧妙,要表现出盘中的诗情画意;二是菜肴命名雅致,名寓意趣,如首届南湖大赛中的“禾墩秋稼”、“彪池夏韵”、“菱香水榭”、“蟹舍渔村”,当然还有“南湖烟雨”、“东塔朝墩”、“茶禅夕照”、“汉塘春桑”、“瓶山积雪”等菜名。寓意法,不仅对个别菜品,而且将令整个船宴体现得更为诗情画意。如秀水人家宴、虹桥夜宴之外,江南水乡宴、望湖渔家宴、运河人家蚕花宴等等。寓意本身并不只是凸现烹调之术,而是构思巧妙艺术的再现。作为厨师,应多学习艺术文学,多加强艺术修养,方能创作出诗情画意的南湖船菜,丰富船宴乐趣。

三、饮宴礼仪分析

(一) 周公饮宴礼仪

商、周时期,人们崇鬼神好祭祀,所以甲骨文中有很多的祭奠名称,像衣祭、翌祭、侑祭、御祭等等。祭祀,得有祭品表示心意。祭品和盛祭品的礼器便随之产生。古代最隆重的祭祀食品是牛、羊、猪三牲组成的“太宰”,其次是羊、猪组成的“少宰”,这是祭天神和祖宗用的。如果单祭田神,祈求丰收,一只猪蹄便可以了;如果单祭战神,确保胜利,一只狗也就行了。至于礼器,有尊、俎、簋、豆等。每逢大祭,奏乐唱诗,十分隆重。礼仪结束后,凡国祭,君主必须将祭品分赐大臣享用;凡家祭,亲属朋友就一起将祭品吃掉。它已是具有一定规格的社会交往和宴会聚餐的萌芽。至于“飨”这种平时的宴乐并无一定的名目。但到了“祭礼、尚施、事鬼神敬而远之,近人而忠焉”的西周,周公旦就将殷人祭祀中的宴乐改变过来,定出许多为活人而设的宴会礼仪,其名目有“乡饮酒礼”、“大射礼”、“婚礼”、“公食大夫礼”、“燕礼”(燕礼即周王飨燕四方宾客的宴会)等等,并且立为国家的礼仪制度。据说,这是周公看到殷人宴饮无时、挥霍无度、“胜



而无耻”的弊病,想加以节制而制定的。后来的各个朝代将其绝大部分都沿袭下来,被取消的不多,可见周公饮宴礼仪的影响是颇为深远的。^①

(二) 孔子的饮食礼仪

孔子被称为“圣人”,他倡导的饮食观,对后世影响深远。

“食不厌精,脍不厌细”意思是说,食物原料要选择优质的(精食),肉要切得细细的(细脍),做饭菜应该讲究选料、刀工和烹调方法,饮食是不嫌精细的。“割不正不食”意思是说,宰杀猪、羊时割肉不合常度,是失礼的,食物形态也被弄坏了,所以不吃。“席不正不坐”意思是说,宴会的四边应与屋子的四边保持平行,铺放端正,如果席子摆得歪歪斜斜的,有损于饮食的形制,那就不能入席了。“有盛饌,必变色而作”意思是说,在人家用丰盛的肴饌招待自己时,必须肃然起立,向主人答谢致意。(以上见《论语·乡党》)在孔子生活的“三礼时代”(三礼指儒家经典《周礼》、《仪礼》、《礼记》),烹调技术已达到相当高的水平,宫廷里已能烹制“八珍”美食,饮食礼仪也制度化了。《礼记》所载“进食之礼”,连座位怎么排,盘碗怎么放,吃饭时不许“反鱼肉”(不许把咬嚼过的鱼肉放回到共食的食器中)、不许“扬饭”(不许用手散其热气)、不许大口喝汤、不许剔牙齿等细枝末节都作为礼仪加以规定。孔子虽提倡“食不厌精,脍不厌细”,他自己却崇尚节约,反对贪食。他注重美与善的统一,即使是一餐饭的时间,也不能背离“仁德”(这就是所谓“君子无终食之间违仁”《论语·里仁》)。“精食细脍”不能实现的时候,宁可饭蔬食饮水,也不能“违仁”。正是这样,孔子称赞他的学生颜回“一簞食,一瓢饮”的安贫乐道风格(《论语·雍也》)。

(三) 饮宴座次礼仪

饮宴排座次是我国自古以来沿用的区别尊卑的一种礼俗。在室内筵宴座次的安排上,中国古代的位次是以“东向为尊,南向次之,北向第三,面向西第四”。这一礼仪在《史记·项羽本纪》中清楚地反映出来:项王、项伯东向坐,亚父南向坐,沛公北向坐,张良西向侍。项羽东向坐,是自居尊位而当仁不让,项伯是他叔父,不能低于他,只有与他并坐。范增是项羽最主要的谋士,乃重臣,故其座次虽低于项羽,却高于刘邦。刘邦势单力薄,屈居亚父之下。张良是刘

^① 王明德、王子辉:《中国古代饮食》,陕西人民出版社2002年版,第150—151页。

邦手下的谋士,在五人中地位最低,自然只能敬陪末座,也就是“侍”坐。这种主客座次的颠倒安排,反映了项羽的自尊自大和对客人刘邦、张良的轻侮,这是一种不讲礼的霸道行为。^①

在堂上举行宴饮活动时,以“面南为尊”。堂是古代宫室的主要组成部分。堂位于宫室主要建筑物的前部中央,坐北朝南。堂前没有门而有两根楹柱,堂东西两壁的墙叫序,堂内靠近序的地方分别叫东序和西序。堂的东、西两侧是东堂、东夹和西堂、西夹。堂的后面有墙,把堂与室、房隔开,室、房有门和堂相通。堂用于举行典礼、接见宾客和举办饮食宴会等,但不用于寝卧。在堂上举行宴饮活动时,以面南为尊。如《礼记·乡饮酒礼》中,堂上席位的次序是:主宾席在门窗之间,南向而坐;主人在东序前,西向而坐;介(陪客)则在西序前,东向而坐。清人凌廷堪在《礼经释例》中讲:“室中以东向为尊,堂上以南向为尊。”参见图 6-1:^②

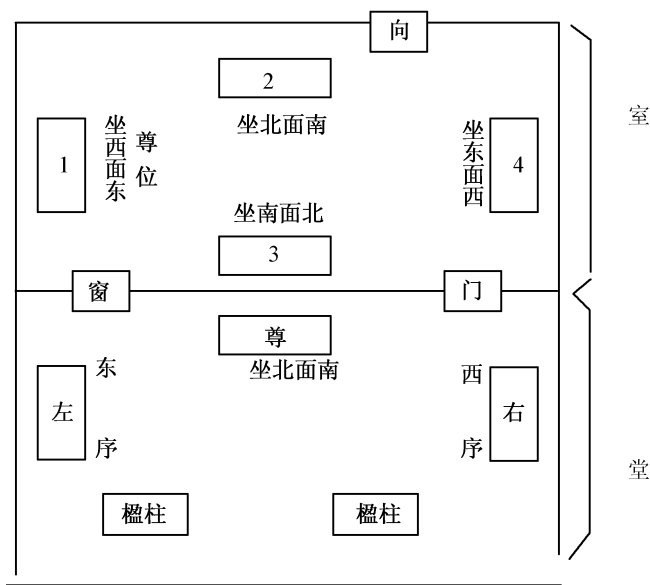


图 6-1 堂屋结构及方位尊卑示意图

中国古代社会长期沿袭这种礼俗,在汉唐时,若在堂上举行宴会,一般也是以南向为尊。但因地域不同,而有所差别,大致可分为南、北两种类

① 赵荣光、谢定源:《饮食文化概论》,中国轻工出版社 2000 年版,第 314 页。

② 姚伟钧:《中国传统饮食礼俗研究》,华中师范大学出版社 1999 年版,第 108—110 页。



型。参见图6-2。^①

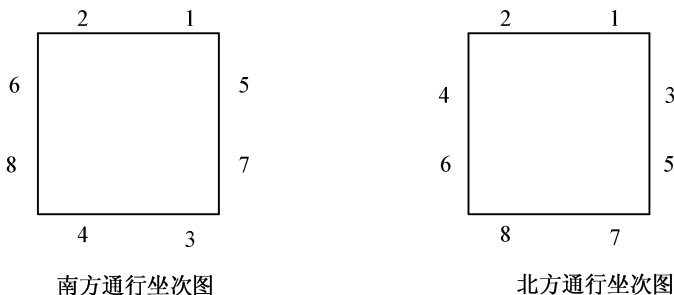


图6-2 宴会坐法的两种类型

家宴中最尊的首席一般由家中的长者来坐,但有时也有例外。辈分小的但官位大的也可以坐首席。如《史记·武安侯列传》中说,田蚡“尝召客饮,坐其兄盖侯南向,自坐东向”。田蚡坐首席,因为他是丞相,在家比哥哥年龄小,官位却比哥哥高,只有东向坐才符合他的丞相身份,符合礼制。民间举办宴席,宾主人入座时,还有一些规矩,如:所请者是平辈,则年长者在后,年幼者在后;所请者辈分有高低,则按高低依次入座;若是长辈请晚辈,晚辈虽是客人,也应礼让长辈;所请者有亲疏,疏者应逊让在后;宾主人人数超过两桌时,主人应坐第一桌。有些地区对一些特定宴席有特别讲究,比如外甥结婚,则舅舅坐首座;岳父母庆寿,则女婿入首座;^②外甥正月初二向外公、外婆、舅舅拜年,则外甥可坐首席;寿宴或生日宴会则不管是老寿星还是小寿星都要坐首席。宋代还十分强调男女有别,如清人笔记中就说:“若人家请客,不论男女,使同坐于一席间,则客不肯就座而飘然辞去,且以请客为慢客,不以请客为敬客。”这是封建社会重男轻女、男尊女卑的体现,这种男女不同席、妇女不上正席的旧习俗如今在一些地区仍然存在。

宴席中一席人数并非定数,自明代流行八仙桌后,一席一般坐八人。但不论人数多少,均按尊卑顺序设席位。席上最重要的是首席,必须待首席者入席后,其余的人方可入席落座。中国宴席按入席者身份排座次的礼俗影响直至今日,但具体的排法古今有别。

^① 姚伟钧:《中国传统饮食礼俗研究》,华中师范大学出版社1999年版,第108—110页。

^② 赵荣光、谢定源:《饮食文化概论》,中国轻工出版社2000年版,第321页。

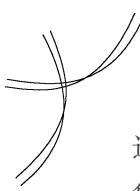
民间的宴饮活动礼仪。如《红楼梦》描述贾府一次中秋赏月的宴饮活动,“凡桌椅皆是圆的,特取团圆之意。上面居中,贾母坐下。左边是贾赦、贾珍、贾琏、贾蓉,右边是贾政、宝玉、贾环、贾兰,团圆围住”。宴会在圆桌上进行,座次仍是“尊卑有序”、“长幼有序”。贾母是“老祖宗”,在上面居中坐下。贾赦是大房,所以在左;贾政是二房,所以居右。这是封建社会诗礼之家的礼仪。封建社会的宴饮活动,不但座位安排很有讲究,“面东为尊”、“左为上”;而且迎接宾客要打躬作揖,席间宾主频频敬酒劝菜,筷要同时举起,席终“净面”后要端茶、送牙签等等,礼仪十分繁缛。现在时代不同了,过去那一套礼仪制度当然不适用了。但是,我国是礼仪之邦,人们在宴饮活动中重视礼节,几千年来已形成了文化传统,其中表现伦理美、形式美的一些规律,一直沿用到现在。常见的现代家庭宴饮,座次灵活安排,总是以尊敬老人、尊敬师长、尊重宾客、爱护儿童为原则。台面碗盏布局,均衡匀称,主菜放当中,副菜围成一圈。宴会中贯穿这样的礼仪、礼节,并非是对吃的情趣的束缚,而是人们道德文化修养的表现,在饮食生活中体现一种形式美、伦理美、人情美。^①

(四) 饮宴餐桌礼俗

如《礼记·曲礼》记载,大家共同吃饭时,不可只顾自己吃饱。如果和别人一起吃饭,就要检查手的清洁,不要用手搓饭团,不要把多余的饭放进锅中,不要喝得满嘴淋漓,不要吃得啧啧作声,不要啃骨头,不要把咬过的鱼肉又放回盘碗里,不要把肉骨头扔与狗。不要专据食物,也不要簸扬热饭。吃蒸黍饭要用手而不用箸,不要大口囫圇地喝汤,也不要当着主人的面调和菜汤,不要当众剔牙齿,也不要喝腌渍的肉酱,等等。今天看来,这些饮食文明礼节对我们仍有一定的参考价值。

如果与国君一起进食,更要讲究揖让周旋之礼。《礼记·五藻》记载:通常按共食的礼节,都是主人先祭,客人后祭,如果君赐臣食,臣可以不祭。君以客礼待臣,臣就要祭了,但也得先奉君命,然后才祭;上菜以后,侍食的臣子要代膳宰遍尝各味,然后停下来喝饮料,等国君开始吃后再吃。要是膳宰代尝饮食,就不必品尝了,等国君开始吃就可以吃了,但是吃饭也得啜饮以等待国君。国君请用菜的时候,要先吃近处的菜,每道菜都尝一点,然后才能依自己的爱好来

^① 胡爱娟:《中国现代饮宴礼俗中的历史文化遗存》,《饮食文化研究》2003年第2期。



选食。凡是想吃远处的东西,必须先由近处开始,然后再渐及远处,这样可以避免贪多的嫌疑。

中国古代宴请中和长者在一起吃饭表现为尊老之礼。如《礼记·少仪》中说:与尊长一起吃饭时,应先替尊长尝饭,再请尊长动口,而后自己动口,等尊长吃完后,自己也要停止。这些礼节的宗旨是培养人们“尊让契敬”的精神。尊老爱幼是中华民族的传统美德,而当今社会的有些现象有悖于传统的礼仪习俗。如一边是父亲的六十大寿之宴,一边是单位领导的孩子过生日,而很多人会舍弃前者,而赴后者之宴。再比如,很多人往往记不住自己父母亲的生日,但会每年给自己的孩子举办生日宴会,爷爷、奶奶、外公、外婆都会欢天喜地地带生日礼物来赴宴,在宴席中喝上一杯孙子(女)的生日喜酒而乐开怀。这种尊老不足、爱幼有余的风气是当今社会的一种比较普遍的现象,也是一个令人深思的问题。

作为汉族传统的古代宴饮礼仪的一般程序是,主人折柬相邀,到期迎客于门外;客至,互致问候,延入客厅小坐,敬以茶点;导客入席,以左为上,是为首席。席中座次,以左为首座,相对者为二座,首座之下为三座,二座之下为四座。客人坐定,由主人敬酒让菜,客人以礼相谢。宴毕,导客入客厅小坐,上茶,直至辞别。席间斟酒上菜,也有一定的规程。现代的标准规程是:斟酒由宾客右侧进行,先主宾,后主人;先女宾,后男宾。酒斟八分,不得过满。上菜先冷后热,热菜应从主宾对面席位的左侧上;上单份菜或配菜席点和小吃先宾后主;上全鸡、全鸭、全鱼等整形菜,不能把头尾朝向正主位。

维吾尔族待客,请客人坐在上席,摆上馕、糕点、冰糖,夏日还要加上水果,给客人先斟上茶水或奶茶。吃抓饭前,要提一壶水为客人净手。共盘抓饭,不能将已抓起的饭粒再放回盘中。饭毕,待主人收拾好餐具后,客人才可离席。蒙古族认为马奶酒是圣洁的饮料,用它款待贵客。宴客时很讲究仪节,吃手抓羊肉,要将羊琵琶骨带肉配四条长肋献给客人。招待客人最隆重的是全羊宴,将全羊各部位一起入锅煮熟,开宴时将羊肉块盛入大盘,尾巴朝外。主人请客人切羊腿骨,或由长者动刀,宾主同餐。

(五) 常见用餐方式礼仪

中餐礼仪,是中华饮食文化的重要组成部分,常见用餐方式的礼仪规范如下:

1. 宴会

通常指的是以用餐为形式的社交聚会。可以分为正式宴会和非正式宴会两种类型。正式宴会,是一种隆重而正规的宴请。它往往是为宴请专人而精心安排的,一般在比较高档的饭店,或是其他特定的地点举行,讲究排场、气氛。对于到场人数、穿着打扮、席位排列、菜肴数目、音乐演奏、宾主致词等,往往都有十分严谨的要求和讲究。非正式宴会,也称为便宴,也适用于正式的人际交往,但多见于日常交往。它的形式从简,偏重于人际交往,而不注重规模、档次。一般来说,它只安排相关人员参加,不邀请配偶,对穿着打扮、席位排列、菜肴数目往往不作过高要求,一般也不安排音乐演奏和宾主致词。


2. 家宴

也就是在家里举行的宴会。相对于正式宴会而言,家宴最重要的是要制造亲切、友好、自然的气氛,使赴宴的宾主双方轻松、自然、随意,彼此增进交流,加深了解,促进信任。通常,家宴在礼仪上往往不作特殊要求。为了使来宾感受到主人的重视和友好,基本上要由女主人亲自下厨烹饪,男主人充当服务员;或男主人下厨,女主人充当服务员,共同来招待客人,使客人产生宾至如归的感觉。

如果要参加宴会,那么你就需要注意,首先必须把自己打扮得整齐大方,这是对别人也是对自己的尊重。还要按主人邀请的时间准时赴宴。除酒会外,一般宴会都请客人提前半小时到达。如因故在宴会开始前几分钟到达,不算失礼。但迟到就显得对主人不够尊敬,非常失礼了。当走进主人家或宴会厅时,应首先跟主人打招呼。同时,对其他客人,不管认不认识,都要微笑点头示意或握手问好;对长者要主动起立,让座问安;对女宾举止庄重,彬彬有礼。

入席时,自己的座位应听从主人或招待人员的安排,因为有的宴会主人早就安排好了。如果座位没定,应注意正对门口的座位是上座,背对门的座位是下座。应让身份高者、年长者以及女士先入座,自己再找适当的座位坐下。入座后坐姿端正,脚踏在本人座位下,不要任意伸直或两腿不停摇晃,手肘不得靠桌沿,或将手放在邻座椅背上。入座后,不要旁若无人,也不要眼睛直盯盘中菜肴,显出迫不及待的样子。可以和同席客人简单交谈。

用餐时不要脱外衣,更不要中途脱外衣。一般是主人示意开始后再进行。就餐的动作要文雅,夹菜动作要轻。要把菜先放到自己的小盘里,然后再用筷子夹起放进嘴。送食物进嘴时,要小口进食,两肘向外靠,不要向两边



张开,以免碰到邻座。不要在喝饮料、喝汤时发出声响。用餐时,如要用摆在同桌其他客人面前的调味品,先向别人打个招呼再拿;如果太远,要客气地请人代劳。如在用餐时非得需要剔牙,要用左手或手帕遮掩,右手用牙签轻轻剔牙。

喝酒的时候,一味地给别人劝酒、灌酒,吆五喝六,特别是给不胜酒力的人劝酒、灌酒,都是失礼的表现。如果宴会没有结束,但你已用好餐,不要随意离席,要等主人和主宾餐毕先起身离席,其他客人才能依次离席。

3. 便餐

也就是家常便饭。用便餐的地点往往不同,礼仪讲究也最少。只要用餐者讲究公德,注意卫生、环境和秩序,在其他方面就不用介意过多。

4. 工作餐

是在商务交往中具有业务关系的合作伙伴,为进行接触、保持联系、交换信息或洽谈生意而以用餐的形式进行的商务聚会。它不同于正式的工作餐、正式宴会和亲友间的会餐。它重在一种氛围,意在以餐会友,创造出有利于进一步接触的轻松、愉快、和睦、融洽的氛围。是借用餐的形式继续进行的商务活动,把餐桌充当会议桌或谈判桌。工作餐一般规模较小,通常在中午举行,主人不用发正式请柬,客人不用提前向主人正式进行答复,时间、地点可以临时选择。出于卫生方面的考虑,最好采取分餐制或公筷制的方式。在用工作餐的时候,还会继续商务上的交谈。但这时候需要注意的是,这种情况下不要像在会议室一样,进行录音、录像,或是安排专人进行记录。在有必要进行记录的时候,应先获得对方首肯。千万不要自行其是,好像对对方不信任似的。发现对方对此表示不满的时候,更不可以坚持如此做。

工作餐是主客双方的“商务洽谈餐”,所以不适合有主题之外的人加入。如果正好遇到熟人,可以打个招呼,或是将其与同桌的人互作一下简略的介绍。但不要擅作主张,将朋友留下。万一有不识相的人“赖着”不走,可以委婉地下逐客令:“您很忙,我就不再占用您宝贵时间了”或是“我们明天再联系。我会主动打电话给您”。

5. 自助餐

是近年来借鉴西方的现代用餐方式。它不排席位,也不安排统一的菜单,是把能提供的全部主食、菜肴、酒水陈列在一起,用餐者根据个人爱好,自己选

择、加工、享用。采取这种方式,可以节省费用,而且礼仪讲究不多,宾主都方便;用餐的时候每个人都可以随意选择。在举行大型活动,招待为数众多的来宾时,这样安排是最明智的选择。

四、饮宴礼仪与旅游服务

现代正式的宴会,均应事先为每个赴宴者安排好桌次和位次,并且事先通知到每个人,以便心中有数。也有的只安排部分主要宾客的席位,其他人只排桌次或自由就座。不同形式的宴会,席位的排列各有不同,排列的依据,主要是国际惯例和本国的礼宾顺序,除此之外,还应考虑客人之间的政治关系、身份地位、语言沟通、专业兴趣等因素。但是不论如何排列,都应先把主宾夫妇和主人夫妇置于最为尊贵的位置。

(一) 中餐宴会位次排列礼仪

举办中餐宴会一般用圆桌,每张餐桌上的具体位次有主次尊卑之分。宴会的主人应坐在主桌上,面对正门就座;同一张桌上位次的尊卑,根据距离主人的远近而定,以近为上,以远为下;同一张桌上距离主人相同的位次,排列顺序讲究“以右为尊,以左为卑”。在举行多桌宴会时,各桌之上均应有一位主桌主人的代表,作为各桌的主人,其位置一般应以主桌主人同向就座,有时也可以面向主桌主人就座。每张餐桌上,安排就餐人数一般应限制在 10 个人之内,并且宜为双数。

在每张餐桌位次的具体安排上,还可以分为两种情况:第一,每张桌上一个主位的排列方法。每张餐桌上只有一个主人,主宾在其右首就座,形成一个谈话中心。如图 6-3。第二,每张桌上有两个主位的排列方法。如主人夫妇就座于同一桌,以男主人为主第一主人,女主人为第二主人,主宾和主宾夫人分别坐在男、女主人右侧,桌上形成了两个谈话中心。如图 6-4。^①

^① 胡爱娟、陆青霜:《餐饮技能实训》,北京大学出版社 2006 年版,第 6 页。

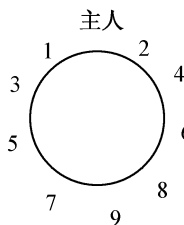
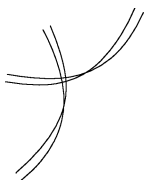


图 6-3 一主位式座位

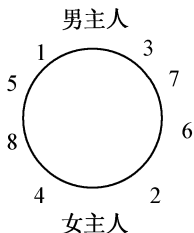


图 6-4 两主位式座位

如遇主宾的身份高于主人时,为表示对他的尊重,可安排主宾在主人位次上就座,而主人则坐在主宾的位置上,第二主人坐在主宾的左侧;如果本单位出席人员中有身份高于主人者,可请其在主位就座,主人坐在身份高者的左侧。以上两种情况也可以不做变动,按常规予以安排。

(二) 宴会服务规范

现代宴会服务中,在客人到达时,应热情迎接,主动招呼、问好。按照我国传统的礼貌习惯,上整鸡、整鸭、整鱼时,还应注意“鸡不献头,鸭不献尾,鱼不献脊”。即:上菜时,不要把鸡头、鸭尾、鱼脊朝向主宾,应将鸡头、鸭头朝其右边。尤其是上整鱼时,应将鱼腹面不是鱼脊朝向主宾,因为鱼腹刺少,肥嫩味美,朝向主宾,表示尊重。在上一道新菜时,需将上一道菜移向第二主人一边,将新上的菜放在主宾前面,以示尊重。在上有图案的菜肴时,如孔雀、凤凰等拼盘,则应将菜肴的正面朝向主宾,以供主宾欣赏和食用。中餐宴会上菜自始至终应坚持“左上右撤的原则”,所有的菜都应从左边上。对于客人对服务与菜肴提出的问题,应和蔼而耐心地解答等等。

(三) 宴会邀请者礼仪

为达到宴请目的,作为邀请者,应当熟悉和遵循这方面的礼仪要求。合乎礼仪的宴请,需要做大量、细致的工作。

1. 明确宴请的目的和名义,确定需邀请的范围和对象

(1) 举办宴会的目的一定要明确。宴请的目的多种多样,既可以为某个人举行,也可以为某件事举行。如,开张庆典、庆祝节日、纪念日,迎送外宾,欢迎宾朋,庆祝双方合作成功而举行宴会,也可以为老人祝寿举行寿宴,新人结婚举

行婚宴等。宴请名义,即以谁的名义出面邀请。宴请可以个人的名义邀请客人,也可以单位的名义发出邀请,具体可根据宴请的目的而定。

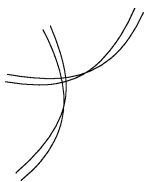
(2) 确定宴会需邀请的范围和被邀请的对象。宴请的范围是指宴请哪些方面的人士出席,多少人赴宴,什么级别,主方需要多少人出席作陪等等。宴请的范围,主要取决于宴请的性质、主宾的身份、国际惯例、双方的关系以及主方习惯做法等。同时,还应考虑被邀请单位之间的关系,防止互有“敌意”的双方出席同一宴会,以免相互尴尬,影响宴会气氛。邀请的范围要适当,范围过大,造成浪费,太小则会影响今后的交往。宴请的范围一经确定,即应草拟具体邀请名单,被邀请人的姓名、职务、称呼等一定要准确,并适时向客人发出邀请。各种宴请活动,一般均应向客人发请柬。这既是出于礼貌,也是对客人的提醒和备忘。请柬一般提前一周或两周发出,以便被邀请人早做安排。

2. 选定宴请的形式、时间、场所

(1) 以何种形式举办宴会,要视具体情况和本单位的习惯做法而定。一般正式的、规格高的、人数少的以宴会的形式为宜;人数较多则以冷餐会或酒会形式更为合适。我国的宴会基本上采用中餐宴会。

(2) 宴会的时间应对主、宾双方都合适,尤其要照顾来宾。按国际惯例,晚宴被认为规格最高。安排宴会的时间要注意避开重要的节假日、重要的活动日和双方或一方的禁忌日。如,伊斯兰教在斋月内白天禁食,宴请宜在日落后进行。对西方人士,不要选十三号,更不要选十三号又是星期五的日子。宴请活动时间要与主宾单位商量,主宾同意后,确定下时间,再约请其他宾客。

(3) 宴请的场所选择在何处,体现着主人对宴请的重视程度。宴请场所,可依据宴请目的、规模、形式和经费能力来确定,通常应选择环境幽雅、卫生方便、服务优良、管理规范 的饭店、宾馆。具体落实时应注意:第一,按客人多少来定。客人多,在大宾馆,客人少,则可在小酒楼。第二,按宴请类型而定。宴会可在饭店、宾馆,冷餐会、酒会则可在大厅或花园。第三,依据宾主熟悉程度、关系深浅来定。比如星级宾馆的正式宴会则表现主人对来宾的敬重,家宴显示宾主之间亲密无间的情谊。第四,根据来宾宗教习俗和饮食习惯来定,如来宾为伊斯兰教信徒则适合在清真餐厅摆席。第五,选择当地负有盛名的名酒家或老字号酒楼,可以为宴会增色和助兴。第六,尽可能选择举办人熟悉的在当地有声誉的饭店、宾馆,这有助于店家与主人的默契配合,使气氛更加融洽。



3. 拟定宴请菜单

(1) 拟定菜单应考虑的事项。考虑宴请的种类、规格及宾客的身份;考虑客人的饮食习惯、禁忌;宴请的时间和季节;考虑主宾的口味、年龄、健康状况等。

(2) 宜选的菜肴。宜选择精致可口、赏心悦目,冷热、甜咸、荤素、营养、酒水搭配合理,色香味俱全,特色突出的菜肴。具体可选择:第一类,中餐特色菜肴和地方特色菜肴。中国地大物博,饮食文化各具特色,名扬天下的八大菜系便是中餐的主要代表。在宴请外籍人士和外地客人时,应尽量安排一些具有中餐特色和地方特色的菜肴。第二类,餐馆的看家菜。大凡名酒家、老字号酒楼、高星级宾馆餐厅必有自己的看家菜。在知名餐馆点菜时,应尽量安排一些它的看家菜,使宾主就餐更为尽兴。第三类,主人的拿手菜。在举行家宴时,主人一定要当众露上一手,多做几个自己的拿手菜。这种拿手菜不必追求十全十美,只要是主人亲自下厨为客人烧的,一定会得到客人的赞赏。

(3) 忌选的菜肴。在安排菜单时,还必须兼顾来宾的饮食禁忌,尤其是要对主宾的饮食禁忌予以高度重视。这些饮食方面的禁忌主要有:一是宗教禁忌,二是职业禁忌,三是个人禁忌等。

4. 发出邀请

各种宴请活动,一般均应向客人发请柬。请柬一般提前一周或两周发出,以便被邀请者早做安排。这不仅是出于礼貌,也是提醒客人备忘。请柬上要将宴会活动的目的、名义、邀请范围、时间、地点等写清楚,重大的活动还要注明着装的要求及其他附加条件。

(四) 赴宴者礼仪

1. 接到宴会邀请,能否出席尽早答复对方,以便主人做出安排。接受邀请以后不要随意改动,万一遇到不得已的特殊情况不能出席时,尤其是作为主宾,要尽早向主人解释、道歉,甚至亲自登门表示歉意。应邀出席一项活动之前,要核实宴请的主人,活动举办的时间、地点,是否邀请配偶以及主人对服装的要求。

2. 出席酒会可在请柬上注明的时间内到达。掌握出席时间出席宴请活动,抵达时间的迟早、逗留时间的长短,在一定程度上反映了对主人的尊重程度,应根据活动的性质和当地的习惯掌握。迟到、早退、逗留时间过短被视为失礼或

有意冷落。出席宴会根据各地的习惯,正点或晚一两分钟到达;我国则是正点或提前一两分钟到达。身份高者可略晚些到达,一般客人宜略早些到达。主宾退席后,其他人可陆续告辞。席间,确实有事需提前退席,应向主人说明后悄悄离去,也可事前打招呼,届时离席。到达宴请地点,先到衣帽间脱下大衣和帽子,然后前往主人迎宾处,主动向主人问好。如果是庆祝活动,应表示祝贺。参加庆祝活动,可以按当地习惯以及两个单位的关系,赠送花束或花篮。参加家庭宴会可酌情给女主人赠送少量鲜花。

3. 应邀出席宴请活动,应听从主人安排。如果是宴会,进入宴会厅之前,先了解自己的桌次座位,入座时注意桌上座位卡是否写着自己的名字,不可随意乱坐。如邻座是年长者或女士,应主动协助他们先坐下。入座后坐姿要端正,不可用手托腮或将双臂肘放在桌上。坐时脚应踏在本人座位下,不可随意伸出,影响别人。不可玩弄桌上酒杯、盘碗、刀叉等餐具,不要用餐巾或口纸擦餐具,以免使人认为餐具不洁。

4. 入座后主人招呼即开始进餐。取菜时不要盛得过多,盘中食物吃完后如果不够,可以再取。用餐前应先将餐巾打开铺在膝上,餐后叠好放在盘子右边,不可放在椅子上,亦不可叠得方方正正而被误认为未用过。餐巾可擦嘴不可擦汗。如由服务员分菜,需增添时待服务员送上时再取。如遇本人不能吃或不爱吃的菜肴,当服务员上菜时,主人夹菜时,不要打手势,不要拒绝,可取少量放在盘内,并表示“谢谢,够了”。对不合口味的菜,勿显出难堪的表情。在冷餐酒会,服务员上菜时,不要抢着去取,待送至本人面前再拿。周围的人未拿到第一份时,自己不要急于去取第二份。勿围在菜桌旁,取完即离开,以方便别人取食。外宾回请我方时,对方是主人,我方不宜主动让菜。

5. 吃东西要文雅。闭着嘴嚼,喝汤时不要吸,吃东西不要发出声音。如汤菜太热,可稍待凉后再吃,切勿用嘴吹。嘴内的鱼刺、骨头不要直接外吐,用餐巾掩嘴,用手(吃中餐可用筷子)取出,或轻吐在叉上,放在菜盘内。吃食物时要用食物就口,不可将口去就食物。两肘不可伸得很开。嘴内有食物切勿说话。剔牙时,用手或餐巾遮口,不要边走边剔牙。吃剩的菜,用过的餐具、牙签,都应放在盘内,勿置在桌上。

6. 无论作为主人、陪客或宾客,都应与同桌的人交谈,特别是左右邻座。不要只同几个熟人说话。邻座如果不相识,可以自我介绍。说话要掌握时机,讲话内容要看交谈的对象,不要一个人夸夸其谈,或谈些荒诞离奇的事而引人不

悦。作为主宾参加外国举行的宴请,应了解对方的祝酒习惯,即为何人何事祝酒等,以便做必要的准备。碰杯时,主人和主宾先碰,人多可同时举杯示意,不一定碰杯。祝酒时不要交叉碰杯。在主人和主宾致辞祝酒时应暂停进餐,停止交谈,注意倾听,也不要借此机会吸烟。奏国歌时应起立。主人和主宾讲完话与贵客席人员碰杯后,往往到其他桌敬酒,遇此情况应起立举杯。碰杯时要目视对方眼鼻组成的三角区。祝酒时,不目视对方被认为是不礼貌的。宴会上互相敬酒,表示友好活跃的气氛,但切忌喝酒过量,应控制在本人酒量的 $1/3$ 以内。切不要饮酒过多失言失态。不能喝酒时可以声明。

五、主题宴会的旅游运用

(一) 主题宴会的意义及表现形式

138

主题宴会营销的需要,良好的主题宴席不仅仅是一种营销对象,而且是一种有效的营销手段。它是餐饮企业食文化建设的一个重要组成部分,是企业实力对公众最直接有力的一种展示,这种展示包括菜点,还包括厨师水平、服务水平和管理水平。良好的主题宴席设计可培育成一个“品牌”并发挥巨大效力,如高炳义的“渔家宴大酒楼”就是靠“渔家宴”撑起来的。另外,主题宴席设计工作的开展,还可拉动菜点创新与改进,同时提高员工积极性和素质等。

主题宴席在餐饮企业中非常流行,表现形式很多很杂。从命名来看,以宴席所用主要原料为主题的最多,如济南“驴珍宴”、北京“全羊席”、岳阳“全鱼席”、云南“鸡枞全席”、广东“荔枝席”及新疆的“葡萄宴”、“梨宴”;以民俗、节日、重大事件为主题的也不少,如婚宴、寿宴、中秋团圆宴、十一国庆宴、香港回归宴、世界杯足球宴;以名著为主题的,如扬州“红楼宴”、广州“随园食典”、济南“明金宴”、襄樊“三国宴”、湖南“水浒宴”;以名人为主题的,如“东坡宴”、“梅兰宴”、“大千宴”、“大舜宴”;以风景为主题的,如“洛阳八景宴”、“普陀十景宴”,其他还有诸如“戏曲宴”、“唐诗全鸭席”、“五朝宴”、“泡馍宴”、“饺子宴”、“黄金宴”等等。

（二）目前主题宴席设计存在的问题

主题宴席设计在餐饮企业中既流行又具有一定的重要作用,然其现状令人堪忧,许许多多费心费力创制出来的特色宴席,但却无人点无人吃,原因何在?

1. 重形式轻市场

在餐饮企业,主题宴席设计有一种通病,逢节必上,如春节家宴、情人宴、五一庆功宴等,如遇重大事件,赶时髦搞个相关的主题宴席凑热闹,至于有人点无人点似乎并不重要。以至于我们的大量创作,也几乎不从市场角度来检讨与改进。

2. 缺乏长期规划的战略意识

重形式轻市场的根源在于高层管理者对主题宴席设计的重要性认识不足,于是主题宴席设计仅仅成了应景的工作,没有目标、重点,更谈不上长期的规划。在餐饮企业,厨师流动性较大,有的企业有意无意地一年要换三四批厨师队伍,一批厨师有一批厨师的风格,一批厨师创制出一些好的宴席,人一走宴席也全都带走了。高层管理者对主题宴席长期规划的忽视在这种用工模式中也有一定反映,在这样的餐饮企业,要想在主题宴席设计上实施长期规划是根本不可能的。

3. 不重视菜点开发,偏重于玩文字游戏做盘饰文章

许多主题宴席设计者惯于这种“轻松愉快式的创作”,菜点还是那些菜点,放到不同的宴席里,改改名,换换盘饰就是“创新”。同样是一只“红烧肉排”,在庆功宴中叫“红红火火”,在寿宴中叫“老当益壮”,在毕业宴中就成了什么“夕阳红一国昌盛”了,把文字游戏玩得淋漓尽致,也俗到极致。

还有些主题宴席,如“八仙宴”、各种“风景宴”,每道热菜盘饰都浓妆艳抹,把食雕发挥到极致,我们不知道自己是在吃菜点还是在吃食雕,这可取吗?我以为大可不必!

4. 主题宴席菜点创制及组合设计违背科学规律

主题宴席设计有利于菜点开发、创新,但是由于主题选择不当等诸多因素,许多宴席菜点开发陷于为创制而创制的泥沼。“物性各有先天”,蝎子的最佳吃法是炸食,这样香、色、形、味俱佳,而“全蝎宴”中的菜点为创制而创制,蝎子被研成粉末,这个菜里放一点,那个菜里放一点,这是创新还是破坏?

至于荤素搭配严重失调,几乎是所有宴席的通病。而主题宴席菜点组合还有一种错误倾向值得注意,就是单一原料在宴席中过多过滥的使用。如“一品豆腐席”,每道热菜都以豆腐为主料,这同样违背了营养学的宗旨。

5. 宴席设计思路狭隘,走入怪圈

另有几个倾向应引起我们的重视,一是囿于本地菜点的狭小范围,缺乏对各地菜点的有效整合。如淮扬风味的“黄鳝宴”,若将鄂菜“皮条鳝鱼”、粤菜“傻鳝”、川菜“大蒜烧鳝鱼”等进行整合,就是个更为宽广或许也更为有效的一种思路。二是囿于某一单一原料的小小空间,使设计者的才能难以充分发挥。第三是囿于菜点及组合的设计,忽视了环境氛围的设计,主题宴席设计应是以前者为主,两者兼顾。

(三) 主题宴席的设计原则与要求

1. 遵循市场规律,结合餐饮企业自身能力与特色

即宴席设计要有市场,有特色操作。这一点,全聚德的“全鸭席”做得最为成功。

2. 主题的确定宜大不宜小,宜宽不宜窄

主题涉及的主要原料宜大不宜小,如“全牛席”、“全猪席”、“龟全席”中的牛、猪、龟可多档取料,是适宜做全席的,而荔枝、鸡枞、蝎子、奶制品等做全席就不适宜了。主题涉及的主要原料宜宽不宜窄。如“全蝎宴”不如“昆虫宴”,“鸡枞全席”不如“山珍全席”,新疆“葡萄宴”、“梨宴”不如“新疆水果宴”,“菊花宴”不如“百花宴”,“全藕宴”不如“荷塘月色宴”等。

3. 以菜点质量为核心

菜点质量是主题宴席设计的基础,没有好菜点,就没有好宴席,违背这一原则,主题宴席就没有生命力。

有一些主题宴席的菜点及组合的设计常常偏离这一原则,其中以“三国宴”、“水浒宴”及各种“风景宴”最为典型。其菜点开发都是牵强附会的创作。如襄樊“三国宴”中的“舌战群儒”一菜,为迎合菜名,此菜由排骨和鸭舌分别烹制后拼摆而成。这种创制本末倒置,历史事件成了核心与前提,而菜点却成了陪衬。于是整个宴席菜点及组合杂乱无章,无法呈现一定的风格。改进之法是,对襄樊地区历史或民间菜点,甚至对“三国”覆盖的整个区域的特色菜点进

行整合,使整个宴席菜点具有某个明确的风格特点,在此基础上,适当考虑历史事件,使菜与名和谐结合。

4. 菜点及组合的设计要主题鲜明,重点突出

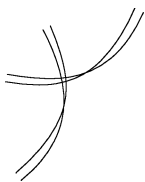
一个主题宴席设计最好选 3~5 个大菜进行重点策划,其菜名与盘饰设计都紧紧围绕主题并凸显主题材,而且菜名要雅致,盘饰要精美。而其他菜点则盘饰简洁实用,这样虚实结合,重点突出,且易操作,实用性强。切不可学“八仙宴”的模式。

5. 遵循“十美风格”的原则

“十美风格”即“质、香、色、形、器、味、适、序、境、趣”,是食文化中华民族性的一种风格。

主题宴席设计是一个综合性设计,不仅要重视菜点及组合的设计,还要重视菜点与“境、趣”的配合,只有这样才能打造完美的主题宴席。





第七章 传统饮食科学观念及跨文化探析

一、传统的饮食科学观念

我国在 5000 年的文明传承中,一些基本的饮食观念实际上一直在指导着我国人的日常饮食生活。尽管这些观念大多建立在感觉经验的基础之上,尽管其中有一些“糟粕”,但其主流应该被肯定。其中的一些观念,即使在今天仍然不乏借鉴和指导价值。

142

熊四智先生在《中国烹饪概论》中总结指出,中国传统的饮食科学思想主要包括三大观念,即天人相应的生态观念、食治养生的营养观念与五味调和的美食观念。它们具体表现在食物的选择、搭配和菜点的组成、制作与风格特色上。

(一) 天人相应的生态观念

天人相应的生态观念,是指人取自自然界的食物原料烹制饌肴来维持生命,营养身体,必须适应自然,适应环境,在宏观上加以控制,保持阴阳平衡,使人与自然相适应。它具体表现在食物的选择上,是从天人合一出发,把人的生存与健康放在自然环境里去认识和研究,认为人的生命过程是人体与自然界的物质交换过程,人体的健康状况与所处的自然环境密切相关,不同气候、不同季节、不同地域对人体会产生不同的作用,并进而影响人体对饮食的需要,强调饮食选择不仅要满足人体自身的需要,还必须满足人体因自然、环境因素而产生的需要,适应自然,适应环境,做到四季不同食,四方不同食。


以四季为例,《礼记·内则》言:“凡和,春多酸,夏多苦,秋多辛,冬多咸。”并在这个总的原则下提出了四时煎和之宜与四时调和饮食之法,如脍,春用葱,秋用芥,“豚,春用韭,秋用蓼”,即在制作鱼脍和猪肉时,由于春天和秋天的不同,所选用的调辅料不一样。元朝忽思慧在《饮膳正要》中阐述了主食的选择应根

据四季的不同而有所变化,列出“四时所宜”,即春气温,宜食麦;夏气热,宜食菽;秋气燥,宜食麻;冬气寒,宜食黍。清朝美食家、烹饪理论家袁枚在《随园食单》中也说:“冬宜食牛羊,移之于夏,非其时也。夏宜食干腊,移之于冬,非其时也。辅佐之物,夏宜用芥末,冬宜用胡椒。”从古至今,中国的餐饮业和家庭烹饪大多讲究“时令菜”,根据不同的季节选择不同的食物原料进行烹饪、食用,这不仅因为原料的出产和质量等因时不同而不同,而且因为人对食物的需要也因时不同而有差异,人对食物的选择必须适应人体在四时的不同需要。

再以四方为例,《黄帝内经·素问》指出,由于地域不同,其地理环境、气候不同,人们选择不同的食物,有不同的饮食嗜好:“东方之域,天地之所始生也。鱼盐之地,海滨傍水。其民食鱼而嗜咸,皆安处,美其食”;“西方者,金玉之域,沙石之处,天地之所收引也”,“其民华食而脂肥”;“北方者,天地所闭藏之域也。其地高陵居,风寒冰冽。其民乐野处而乳食”;“中央者,其地平以湿,天地所以生万物也众。其民杂食”。晋朝张华的《博物志》也记载了不同地域的人对食物的不同选择和爱好:“东南之人食水产,西北之人食陆畜。食水产者,龟蛤螺蚌以为珍味,不觉其腥臊也。食陆畜者,狸兔鼠雀以为珍味,不觉其膾也。”除了食物原料的选择上,人们对口味的选择也常常因为地域不同而不同。清朝钱泳《履园丛话》中言:“同一菜也,而口味各有不同。如北方人嗜浓厚,南方人嗜清淡。”仅以四川而言,由于地处内陆,气候温暖,河流较多,出产丰富的家禽家畜、蔬果河鲜,所以主要选择它们作为常用的食物原料;而且由于四川地形为盆地,多雨潮湿,便习惯选择具有除湿作用的辣椒、花椒为常用调味料,拥有“好辛香”的调味传统。

(二) 食治养生的营养观念

食治养生的营养观念,是指人的饮食必须有利于养生,以食治疾,辨证施食,饮食有节,以此保正气,除邪气,从而使人健康长寿。它具体表现在食物的配搭上,是从天人合一与整体功能出发,强调要辨证施食。所谓辨证施食,是指将食物的性能和作用以性味、归经的方式加以概括,根据人体的特点和各种需要,恰当地配搭食用不同种类和数量的食物。其中,性味、归经是中国传统养生学中特有的术语,是在观察事物的整体基础上产生的。性味,指的是食物的性能,主要包括四气五味。四气,又称四性,指食物具有寒、凉、温、热四种性能,是根据整体功能而不是实际温度划分的。凡是具有清热、泻火、解毒功能的食物



即为寒凉性食物,凡具有温阳、救逆、散寒等功能的食物即为温热性食物,而在寒凉、温热之间的食物则称为平性食物,具有健脾、开胃、补益等功能。五味指食物具有的甘、酸、苦、辛、咸五种味道,同样是根据整体功能而不是化学味道来区分的,有“甘缓,酸收,苦燥,辛散,咸软”之说。无论是动物性食物原料还是植物性食物原料,都可以划分出各自的性味。如蔬果类:生姜、荔枝性温,味辛或甘;丝瓜、柿子性凉或寒,味皆为甘。肉食类:牛、羊肉性平或温,味甘;鸭肉、蛤蜊性凉、寒,味甘或咸。归经是指食物的作用,常常根据食物对脏腑的作用来划分,并以相应脏腑的名称命名。如梨有润肺、止咳作用,则称其“入肺经”。但需要指出的是,性味、归经是在着重观察食物的整体功能基础上产生的,只有质的区别,而没有明确的量的规定,这使得人们对各种食物的搭配在数量 and 比例上存在着极大的随意性、模糊性,一定程度上影响了各种食物发挥良好的作用。

饮食有节,包括饮食数量的节制、质量的调节和寒温的调节。饮食数量的节制,是指摄取饮食的数量要符合人体的需要量,不能过饥过饱,不能暴饮暴食,否则,不仅消化不良,还会使气血流通失常,引起多种疾病。元朝李东垣《脾胃论》言:“饮食自倍,则脾胃之气既伤,而元气亦不能充而诸疾之由生。”清朝曹慈山《老老恒言》指出:“凡食总以少为有益,脾易磨运,乃化精液,否则极补之物,多食反致受伤。”如今,一些由于过量饮食出现的肥胖症和心血管疾病,也从反面证明节制饮食的数量是十分必要的。饮食质量的调节,是指食物种类的搭配要合理,不能有过分的偏好,否则也会引起身体不适乃至疾病。《黄帝内经·素问》曾列举了过分偏食五味的危害,如“多食咸,则脉凝泣而变色;多食苦,则皮槁而毛拔;多食辛,则筋急而爪枯”等。现在,一些由于偏食而出现的营养不良或营养过剩病,同样从反面证明了调节饮食质量的必要性。饮食的寒温调节,不仅有对食物寒、凉、温、热四种食性的调节,食物四性与四季气温的调节,还有对食物自身温度的调节,强调不能过量食用单一食性的食物,不能过分违背季节或过冷过热,否则有害于身体健康。《黄帝内经·灵枢》言:“饮食者,热无灼灼,寒无沧沧,寒温适中,气将持,乃不致邪僻也。”如当今盛行的火锅,在寒冷的冬天食用,让人倍感温暖;但在炎热的夏天,如果经常食用,就会使人身体不适。

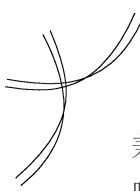
(三) 五味调和的美食观念

五味调和的美食观念,是指通过对饮食五味的烹饪调制,创造出合乎时

序与口味的新的综合性美味,达到中国人认为的饮食之美的最佳境界——“和”,以满足人生理与心理的双重需要。这种“和”侧重于以美学为基础,是一种质的重组,类似于由化学组合或反应而成(如 $1+1>2$),难以分离、还原。在中国人看来,“声一无听,物一无文”,单调的一种声音不可能悦耳,孤立的一种物象也不可能构成绚丽多彩的景观;相同的东西加在一起不可能产生美,只有不同的东西综合起来才能形成美(郑师渠《中国传统文化漫谈》),于是生活中以和为贵,饮食上以和为美。

这种美食观念具体表现在菜肴的组成、制作上,强调菜点由主料、辅料和调料组成并合烹制成。以记载中国传统名菜的《中国菜谱》为例,将其中选录的各地猪肉菜肴进行比较后发现,在江苏和广东选录的猪肉菜中,有50%的菜肴是以猪肉为主料、以植物性原料为辅料,合在一起烹制而成的;在山东选录的26种猪肉菜肴中有14种这类品种,占总数的53.8%;在四川选录的45种猪肉菜肴中有33种这类品种,占总数的比例高达73.3%。正因为是合烹成菜,所以烹制菜肴最主要、最常用的炊具是半球形的圆底铁锅。最具特色、最常使用的烹饪方法之一是炒。马新在《中国“锅文化”与西方“盘文化”比较初探》一文中言:“在中餐菜肴的制作中,虽有整羊或整鱼,但基本上是以丝、丁、片、块、条为主的物料形状。上火前,它们是独立的个体形式,但一经在圆底锅中上下颠炒后,这些有规则的若干个体便按烹调师的构想进行交合,出锅后,装入盘中的是一个色、香、味、形俱佳的整体。”并指出:“中餐菜肴的制作,从‘个体’到‘整体’的转变,体现出‘锅文化’中‘分久必合’、‘天人合一’及‘合欢’的哲学思想。”中国在以圆底铁锅烹炒菜肴的过程中还采用大翻勺和勾芡等技术,使锅中的主料、辅料乃至调料均匀地融合成一体,更促进了合烹成菜。圆底铁锅不仅用于炒法合烹成菜,还可以用于多种烹调方法,如爆、炸、熘、煎、煮、烧等,不同种类、形状、质地的原料都可以通过这些方法在铁锅中合烹成菜。它既充分体现中国饮食“和”的特点,也反映出中国烹饪的模糊、精妙和不易把握。

五味调和的美食观念具体表现在菜肴的风格特色上,讲究内容与形式的调和统一,在味道上强调貌神合一,在形态上强调美术化,追求意境美。味道上的貌神合一,主要通过两种方式来实现:一是味的组合,即将主料、辅料和各种调料放在一起,通过调味料的化学性质进行组合,把单一味变成丰富多样的复合味。如鱼香味型的菜肴,是将泡红辣椒、食盐、酱油、醋、白糖、姜、葱、蒜等多种调料放在一起,把各种的单一味进行调制、组合,形成咸甜酸辣



兼备、姜葱蒜香浓郁的独特复合味。此外,川菜中常用的怪味、麻辣味、家常味、陈皮味等,都是用多种调料组合而成的复合味。二是味出与味入,即通过调味和其他技术手段,特别是加热手段,使有自然美味的原料充分表现出美味,使无味或少味的原料入味,最终创造出全新的美味,并使这种美味均匀地渗透在各种主料与辅料之中,难分彼此。如以牛肉为主料、以土豆为辅料制成的红烧牛肉,就是将牛肉放油锅中略炒,再加鲜汤、盐、料酒、糖色、姜、香料等调料和土豆,大火烧沸后改小火慢烧,使牛肉的腥膻味得以去除,鲜美味得以突出,并吸收各种调料和土豆的味道,而土豆和汤汁中同样有牛肉和调料的味,几乎是“你中有我,我中有你”,最终形成质软烂、味浓香的全新而统一的整体风味特色,而这个特色又均匀地渗透在牛肉、土豆之中。除此之外,还有许多著名品种如麻婆豆腐、大蒜烧鲶鱼、白果炖鸡、口蘑烩舌掌、家常海参、清炖牛尾汤等等,都是味道上貌神合一、渗透均匀的佳品。

二、传统饮食观对当今的影响

(一)“民以食为天”的饮食观

“民以食为天”,这是中国流传了几千年的古训,几千年来,频繁的灾荒、战乱、人祸,以及人口的增加,使历朝历代的君臣百姓无不以解决吃饭问题为头等大事。时至今日,在全国范围内,仍有人未能解决温饱问题。由于饮食的艰难,重视饮食应该是顺理成章的事情,所以,中国人说“民以食为天”其实是有感而发。

“民以食为天”本意是说,老百姓以解决吃饭问题为头等大事。但在不同的场合,其中的“民”和“食”是大有讲究。封建时代,天子之下皆可作“民”,而此民实非彼民能比。“食”对于权贵来说,绝不是温饱的问题,而是如何美而食之的问题。节俭如隋文帝的君主毕竟太少了。周代“八珍”和清朝“满汉全席”绝非老百姓所能想象,也非他们所能享用。中国饮食发展史中的华丽篇章,常令后来者激动的地方,绝不是平民百姓饮食生活的写照,而是建筑于绝大多数老百姓食难果腹基础上的统治阶级、有闲阶层的“美食王国”。而平民百姓由于日常生活的节俭,利用逢年过节难得的机会改善一下生活,享受一下饮食的乐趣也

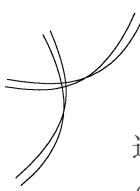
渐渐成为中国传统节日风俗的一大特点。过去谈男婚女嫁,酒肉是男方聘礼中必不可少的东西。物以稀为贵,在日常的人情世故往来中,吃喝也成了联络感情的重要手段,一桌丰盛的菜肴既体现客人的尊贵,也表现了主人的诚心和以礼相待。因欲表现心诚和待之以礼,故而待客者唯恐食物不丰,唯恐食物不珍,唯恐待之不周;被待者也常以食物的丰盛与否来评价主人的诚心。这种对待饮食的观念渐渐积淀成一种民俗,并一代代传承下来。作为民俗传承的持久性特点,即使产生这种风俗的大环境已经发生了种种变化,但其潜在的影响仍很强烈。尽管平时节衣缩食,但关键时刻仍要“大方”一回,表现一下自己的诚心,时下这种现象也并不少见。

中国人是很重视“吃”的,“民以食为天”这句谚语就说明我们把吃看得与天一样重要。由于几千年来生产力水平低下,人们总是吃不饱,所以才会有一种独特的把吃看得重于一切的饮食文化。如果一种文化把吃看成首要的事,那么就会出现两种现象:一方面会把这种吃的功能发挥到极致,不仅维持生存,也利用它维持健康,这也就是“药补不如食补”的文化基础;另一方面,对吃的过分重视,会使人推崇对美味的追求。

“民以食为天”造就了中国传统饮食文化中具有积极意义的内容,同时也产生了一些消极的因素,认识不到这一点,就不能正确而客观地评价中国传统饮食文化的价值。现在为人们所憎恶,却又难以去除的大吃大喝之风、奢侈浪费之习、争奇斗异之好等不良风气,绝不仅仅是现代社会的产物,而是传统风俗的消极因素在现代条件下的表现。尽管政府三令五申严禁大吃大喝,采取种种行政措施,来扼制不良饮食消费习俗,但实际效果并不明显。客观地说,有些人是明知故犯,有些人是身不由己,有些人是迫不得已。今天,有的人请一顿饭不但不花钱,还可大赚一笔;有的人则为一顿饭而举债度日。我们在饮食上的大方也常令外国人大惑不解。明知不对,而欲为之,其中的原因是复杂的。冷静地想一想,中国人的吃喝包含了太多的政治、经济、历史、文化、民俗的内容。

(二)“医食同源”的饮食观

“医食同源、药食同派”是广泛流传于民间的传统饮食观念之一。这一观念的产生与传统中医药的产生和发展密切相关,因为中药中的一些药材本就是人们日常的食物原料,而一些传统的偏方、验方也是主要以食物原料来组方的。在元忽思慧所撰《饮膳正要》中,对一些日常食物原料的药用功效有明确的叙



述,下略述一二:稻米,味甘、苦,平,无毒;主温中,令人多热,大便坚,不可多食。(苏门者为上,酿酒多用)白粱米,味甘,微寒,无毒;主除热,益气。赤小豆,味甘、酸,平,无毒;主下水,排脓血,去热肿,止潭痢,通小便,解小麦毒。醋,味酸,温,无毒;消痈肿,散水气,杀邪毒,破血运,除症块坚积。醋有数种(酒醋、桃醋、麦醋、葡萄醋、枣醋,米醋为上,入药用)。羊,肉味甘,大热,无毒;主暖中、头风、大风、汗出、虚劳、寒冷,补中益气。猪,肉味苦,无毒,主闭血脉,弱筋骨,虚肥人。不可久食,动风;患金疮者尤甚。鸡,肉味甘,冷,无毒。补内虚,消毒热,利水道,及治小儿热惊厥。青鱼,味甘,平,无毒,不可与茺荑、面酱同食。梅,味酸,平,无毒;主下气,除烦热,安心,止痢,住渴。葡萄,味甘,无毒;主筋骨湿痹,益气强志,令人肥健。冬瓜,味甘,平,微寒,无毒;主益气,悦泽,驻颜,令人不饥。

1. 饮食治疗

饮食治疗简称食疗,在中国有悠久的传统,在周代宫廷已出现“食医”的官职,其职责是负责周王的饮食配伍,进行合理管理,指导烹饪事务。食疗之法与药食同源的观念是一脉相承的,可以说,没有药食同源,也就无所谓食疗了。传统中医学关于食疗问题的早期论述,主要集中于《黄帝内经·素问》中。其基本观点是利用合理的饮食来预防和治疗疾病。用现代的眼光看,中国传统的阴阳五行学术对其有重要影响。但不可否认的是,当时人们的生活和医药实践对相关观点的形成也具有直接的影响。因为,“经验”对传统中医药理论体系的形成具有重要作用。

传统食疗方法在生活中的具体表现是针对不同病症的“对症下药”,此时的“食”事实上已等同于“药”了。

2. 饮食养生

饮食养生和饮食治疗是中国传统医学相辅相成的两个重要组成部分,养重于治是其鲜明特色,并认为饮食不当是造成疾病的重要原因之一。《黄帝内经·素问·生气通天论篇第三》说:“阴之所生,本在五味;阴之五官,伤在五味。是故,味过于酸,肝气以津,脾气乃绝;味过于咸,大骨气劳,短肌,心气抑;味过于甘,心气喘满,色黑,肾气不衡;味过于苦,脾气不濡,胃气乃厚;味过于辛,筋脉沮弛,精神乃央。是气以精。谨道如法,长有天命。”

传统养生的饮食理念讲究养、助、益、充的有机结合。《黄帝内经》是这样具

体提出的:“五谷(稻、麦、小米、大豆、高粱)为养,五果(桃、李、杏、栗、枣)为助,五畜(牛、羊、猪、鸡、犬)为益,五菜(葵、藿、薤、葱、韭)为充,气味合而服之,以补益精气。”天底下的食物难以胜数。但归纳起来,人类赖以生存所需的营养物质,不外乎蛋白质、脂肪、糖、维生素、无机盐和水等6种。这6种营养素,在传统的膳食结构中都具备,只要进食不偏嗜,泛而尝之,完全可以确保我们的健康。

为了避免饮食不当而致病,在日常饮食中就要遵守一定的饮食规律以趋利避害。对于个人而言,就是根据自己的身体状况选择适合的膳食模式,多吃有益于健康和预防疾病的食物。《黄帝内经·素问》中说:“五味所禁:辛走气,气病无多食辛;咸走血,血病无多食咸;苦走骨,骨病无多食苦;甘走肉,肉病无多食甘;酸走筋,筋病无多食酸。是谓五禁,无令多食。”在强调食物选择针对性的同时,中国的饮食养生理论亦提出了在日常饮食中人们应普遍遵守的饮食方式,劝导人们养成良好的饮食习惯。

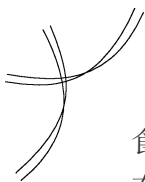
三、跨文化交流——中西饮食观念差异探析

随着国际交往的不断深入,来自不同国家或文化背景的人们交流不断增多,这种交流被称之为跨文化交际。跨文化交际逐渐成为人们生活中不可或缺的内容。由于地区差异,不同的民族、国家形成了不同的文化。饮食文化是跨文化交际中非语言文化的重要组成部分之一。中国历史悠久,是世界四大文明古国之一,历来又非常重视饮食,“民以食为天”的思想根深蒂固,因此中华民族创造出了光辉灿烂而又特色鲜明的饮食文化。西方在悠久的历史发展过程中也创造出独具特色的饮食文化,在世界范围内享有极高的声誉。“食”是旅游六大要素(食、住、行、游、购、娱)之中的第一要素,对于旅游工作者来说,了解中西方饮食文化中的饮食观差异非常必要。

(一) 对“美味”和“营养”的关注度不同

1. 感性的中国人追求的是美味和享受

中国饮食文化源自东方古老的阴阳学说,这种哲学有强烈的浪漫主义色彩,中国人的饮食追求把味觉感受放在首位,注重饮食审美的艺术享受,传统饮



食中甚至不存在营养的概念,只谈饮食养生,饮食养生包括“辨证施食”与“饮食有节”两方面的内容,体现五行的相生相克。中国的饮食,以浪漫主义的态度追求饮食的精神享受,这是中国饮食文化的特点。

中国民间有句俗语:“民以食为天,食以味为先”,味道是烹调的最高准则。虽然人们在赞誉美食时,总爱说“色香味俱佳”,那是根据我们感受色香味的感觉器官“眼、鼻、口”的上下排列顺序的。但人们内心对于“色、香、味”,从来都是“味”字当先的。中国人通常重视味道,不太想到营养,这也反映在日常言谈之中,如家庭宴客,主菜端上台面时,主人常自谦地说:“菜烧得不好,不一定合您的口味。”他绝不会说:“菜的营养价值不高,热量不够,不知能否满足你的营养需求。”在中国人的眼里,“吃”远不单纯是为了饱,也不是为了营养,有时吃饱了,还要吃,这是因为受不了“美味”的诱惑而尽情地进行味觉享受。尽管中国人讲究食疗、食补、食养,重视以饮食来养生滋补,但我们的烹调却以追求美味为第一要求,致使许多营养成分损失破坏,因此忽视营养问题也许是中国饮食的最大弱点。

2. 理性的西方人更多关注的是营养与生存

西方饮食文化的形成受近代科学文明影响极大,需精确的分析食物的成分含量,掌握身体的营养需求。对于饮食,首先讲营养、热量,味道则显得次要。为了保全营养,生食也是饮食的重要一部分。西方人把饮食当作科学,以现实主义态度注重其实效性,这是西方饮食文化的特点。

在西方国家,饮食大多仅仅作为一种生存的必要手段和交际方式。西方饮食是一种理性观念,不论食物的色、香、味、形如何,营养一定要得到保证。西方人特别讲求和关心的是食物的营养成分是否搭配合宜,以及这些营养成分能否被充分吸收,有无其他副作用。而菜肴的色、香、味,则是次一等的要求。即使是在饮食文化与我们比较相似的法国,涉及营养问题,双方便拉开了距离。法国烹调虽然也追求美味,但同时还坚持“营养”这一大前提,一味舍营养而求美味的做法是他们不赞成的。

不可否认,西方烹调讲究营养而忽视味道,至少他们是不以味觉享受为首要目的。冰镇的开胃冷酒还要再加冰块,饮后舌表面遍布的味觉神经便大大丧失品味的灵敏度,渐至不能辨味;那带血的牛排与大白鱼、大白肉,白水煮豆子、煮土豆,虽有“味”而不入“味”;他们拒绝使用味精,认为其是既不营养又有副作用的化学产品;生吃的蔬菜,不仅包括西红柿、黄瓜、生菜,甚至是洋白菜、洋葱、

西兰花。虽然现在的中国人也讲究营养保健,也知道蔬菜爆炒加热后会丢失一部分维生素,生吃则可避免丢失,可还是宁愿选择前者,因为习惯使然,更是因为味道确实好多了。

(二)“随意”与“精确”的烹调准则不同

1. 中餐烹调的是随意性

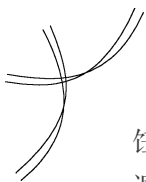
中餐在享乐主义的指导下,体现了味觉和美感至上的倾向,“对比”是常见的表现形式,利用不同食品质感、色彩、冷热等方面的差异,来制造感官盛宴的综合享受,尤其表现在高水平厨师在菜品搭配方面,往往注重时令、场合等的不同并进行发挥,使烹饪充满了创造性。

中国烹调不仅不追求精确的规范化,反而推崇随意性。翻开中国的菜谱,常常发现原料的准备量、调料的添加量都是模糊的概念,如“少许”、“一汤匙”、“半碗”等计量,可究竟“少许”是多少,汤匙、碗有多大,没有具体的标准。而且中国烹调中,不仅讲究各大菜系要有各自的风味与特色,即使是同一菜系的同一个菜,所用的配菜与各种调料的匹配,也会依厨师的个人爱好特点有变化。有时候同一厨师做同一个菜,可能也会根据不同季节、不同场合,用餐人的不同身份、口味、要求,加以调整。甚至还会因厨师自己临场情绪的变化进行即兴的发挥。同样是一道“麻婆豆腐”,为四川客人烹制和为苏州客人烹制,所用的调料肯定是不同的。又如红烧鱼,冬天的颜色宜深些,口味宜重些,夏天则色和味均清淡些。对于江浙一带的人来说,红烧鱼的调味中可加糖,如对川湘顾客,则应多放辣。可见如果离开了随意性,变化多端的中国菜肴,就会失去其独特魅力。

同时,对食品加工的随意性,无限扩大了中国菜谱。原料的多样,刀工的多样,调料的多样,烹调方法的多样,交叉组合后使得一种原料便可做成数种以至十几种、数十种菜肴。新疆的“全羊席”、广东的“全鱼席”、北京的“全鸭席”就是最好的证明。最常用的原料鸡,到了粤菜大厨师手中,便可做出数十道甚至上百道菜式。如著名菜肴“炒杂烩”,更是把这种随意性发挥到极致,凡是能吃者皆能入菜。也就是这样的随意性创造出了中国菜中琳琅满目的菜式。

2. 西餐烹调讲究规范性

西方人强调科学与营养,因此烹调的全过程都严格按照科学规范行事,菜品多为固定搭配。尤其主菜更是突出重点,牛排和土豆永远分区放置,不论烹



饪还是装盘,很少出现中式土豆牛肉的混合交融。西方菜肴制作规范化,使烹调成为一种机械性的工作。

菜谱的使用就是一个极好的证明。规范化的烹调甚至要求配料的准备、调料的添加精确到克,烹调时间精确到秒。西方菜谱中计量都以“克”计算。西方人总是拿着菜谱去买菜,制作菜肴,但相比起来,还是一个非常机械的东西,在复杂的具体情况面前往往是无能为力的。而这种一致性导致了西餐缺乏特色的弊端。当人们身处异地想品尝当地美食时,肯定不会有人选择肯德基或麦当劳之类的快餐食品的。因为肯德基的炸鸡不仅需要按照配方配料,就连油的温度、炸鸡的时间,也都要严格依规范行事,所以全世界的肯德基味道都是一样的。深受卡尔文教派影响的荷兰人连自己都说过“如果说法国人是为吃而活着,我们荷兰人则是为活着而吃”,这也就不难理解“荷兰人家的厨房备有天平、液体量杯、定时器、刻度锅,调料架上排着整齐的大小不一的几十种调味料瓶,就像个化学试验室”。可是当烹饪变成一个精确而艰巨的实验时,哪里还有什么乐趣可言呢?由于西方菜肴制作的规范化,使得烹调成为一种机械性的工作,缺乏创造性。牛排、炸鸡、色拉,翻来覆去总是那么几个花样,因而厨师的工作就成为一种极其单调的机械性工作。

(三)“合食”与“分食”的饮食方式不同

1. 中餐的“合食”体现和睦的就餐氛围

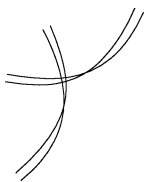
在中国,任何一个宴席,不论什么目的都只会有一种形式,就是聚餐,大家团团围坐合吃一桌菜,冷拼热炒沙锅火锅摆满桌面,客人东吃一筷西吃一勺,几道菜同时下肚。筵席要用圆桌,这就从形式上造成了一种团结、共趣的气氛。美味佳肴放在一桌人的中心,供一桌人欣赏、品尝。人们相互敬酒,相互让菜、劝酒劝菜,体现了相互尊重、礼让的美德,同时也借此交流感情。虽然从卫生的角度看,这种饮食方式有明显的不足之处,但它符合我们民族“大团圆”的普遍心态。这都体现了“分”与“合”的中西文化的根本差异。

2. 西餐的“分食”体现个性

西方人则实行分餐制,除非在家,否则不与他人分享食物,并且在饭店餐桌上取食别人点的菜品也是不符合社交礼仪的。分餐制体现了对个体的尊重,跨文化交际中强调个性,这实际上是西方文化的核心部分。饮食习惯常能反映出不同民族生活习惯和文化思维方面的差异,合餐制与分餐制没有优劣之分,只

是不同价值观的体现。但从卫生的角度来看,分餐制更科学一些。

总之,饮食文化在人类社会的发展进程中扮演着重要的角色。中西饮食在诸多方面存在着诸多的差异,当然,这些差异都具有相对性,几千年来东西方文化的交流也促成中西方的饮食文化的不断融合。全球化态势下的跨文化交际使得多样的饮食文化不断地互补与兼容。今天,享受东西方各具特色的饮食已成为当代人日常生活中司空见惯的事情。我们在大街上随处可见法式大餐、麦当劳、肯德基等西方的舶来饮食,而中国菜馆也开遍了全世界。饮食文化的交流正存在于我们的日常生活中,并不断充当全球经济文化整合过程中不同文化之间的“纽带”。



参考文献

1. 赵荣光,谢定源.饮食文化概论.北京:中国轻工出版社,2001
2. 李维冰,华干林.中国饮食文化概论.北京:中国商业出版社,2006
3. 杜莉,孙俊秀,高海薇,李云云.筷子与刀叉——中西饮食文化比较.成都:四川科学技术出版社,2007
4. 赵红群.世界饮食文化.北京:时事出版社,2006
5. 姚伟钧.中国传统饮食礼俗研究.武汉:华中师范大学出版社,1999
6. 胡爱娟,陆青霜.餐饮技能实训.北京:北京大学出版社,2006
7. 胡爱娟.商务礼仪实训.北京:首都经贸大学出版社,2008
8. 王明德,王子辉.中国古代饮食.西安:陕西人民出版社,2002
9. 刘勤.茶文化学.北京:中国农业出版社,2000
10. 李海平.江南市镇旅游文化研究.杭州:浙江大学出版社,2008
11. 麻益兵.民俗文化的现代旅游表达.北京:北京大学出版社,2008
12. 甘枝茂,马耀峰.旅游资源与开发.天津:南开大学出版社,2007
13. 谢彦君.基础旅游学.北京:中国旅游出版社,2004
14. 文献.古籍中的饮食文化.《华夏文化》1999年第2期
15. 王刘刘.论我国的饮食文化与旅游业发展.《黄山高等专科学校学报》2001年第5期
16. 朱晓翔.中国饮食文化旅游开发研究.《商业经济》2008年第10期
17. 刘军.论中国的“烹饪”文化.《成都理工大学学报》2003年第9期
18. 柳敏.论体验经济时代的葡萄酒体验旅游.《商场现代化》2006年第10期
19. 胡爱娟.中国现代饮食礼俗中的历史文化遗存.《饮食文化研究》2003年第2期
20. 胡爱娟.分久必和 和久必分——文明与和睦的碰撞.《饭店》2003年第7期
21. 胡爱娟.外国饮食习俗漫谈.《饭店世界》2005年第2期
22. 杨丽.试析饮食文化特色旅游.《云南地理环境研究》2001年第9期
23. 何宏.饮食文化对旅游发展的影响.《社会科学战线》2007年第2期