

布洛涅森林

小 雪



說起紐約的公園，人們便立刻會想起著名的中央公園。這個坐落

在曼哈頓中北部的巨型公園被稱作紐約的「肺」。那麼巴黎呢？說起巴黎的公園，我會想起羅浮宮面前的杜樂麗花園，拉丁區的盧森堡公園，五區的國家植物園。然而，它們的規模彷彿都很難與中央公園相提並論。

不過，打開地圖，你會看到艾菲爾鐵塔西邊有一片巨大的綠地，貌似巴黎的「中央公園」。但它可能永遠不會被叫做「中央公園」，因為它的位置真的是很努力才能勉強被圈在小巴黎的範圍內。然而，它的佔地是中央公園的二點五倍大，所以名字也比「公園」霸氣多了，它被叫做「布洛涅森林」。不出意外的，它也被稱為是巴黎的「肺」。

而第一次知道這個「森林」，並不是因為公園本身，而是坐落在公園東邊入口處不遠的馬摩丹美術館。因為莫奈二兒子一九六六年的捐贈，馬摩丹美術館收藏了世界上最多數量的莫奈作品。這個擁有超過三百件印象派和後印象派作品的美術館，是開始布洛涅森林之旅最好的地方。

布洛涅森林可不僅僅是森林那樣簡單，它包括了很多個小型湖泊，兩個植物園，一個小瀑布，一個大型溫室，一個英式花園和多個景觀花園。除了自然景觀，它甚至還有城堡，動物園，跑馬場和遊樂場。每年的法網公開賽和巴黎仲夏夜

長周末音樂會也都在此舉行。

可能看完以上這段高度概括的簡介，你應該和我一樣心服口服地告訴自己，這絕對不是一個一天可以完成的遊覽。於是，我選擇了最輕鬆的方式開始探索這個不一樣的「森林」，泛舟「上下湖」。

森林裏最大的兩個湖是東部的南北長形湖，南邊的叫上湖，北邊的叫下湖。用並不算貴的價格，遊客便可以租到一艘可以容納兩至三人的小船。帶上遮陽帽，一點零食，甚至野餐盒，便可以悠然地在湖上划上兩三個小時。如果沒有準備午餐，那便再好不過了，因為在湖的中央有兩個小島，其中上湖的小島上有一家相當美味的法式餐廳。把船靠在餐廳門口的小碼頭，坐到餐桌前，享受紅酒美食。然後花上半個小時在兩個小島上散散步，再回到船上，慢悠悠地把船划回到岸邊。

這樣的安排是不是有極強的畫面感？是的，這就是最典型的法國電影裏巴黎人的假期。陽光野餐，草帽小船，香檳美食。

回到岸邊，不遠處就是莎士比亞公園，夏季和假期經常都會有現場的莎士比亞戲劇表演。所以出行前，查看一下公園的節目活動安排，可以給浪漫的一天增加更多豐富多彩的內容。

可能，布洛涅森林就是巴黎人假期生活的縮影，可以選擇自然，也可以選擇人文；可以選擇運動，也可以選擇美食；可以選擇靜，也可以選擇動。

所以，它真的是一個更加完美的「中央公園」！

相遇在童年

徐海娜



伴隨着人的成熟和一天天老去，人們的記憶也在發生變化，很多關於幼年和

童年生活的記憶漸漸地就黯淡了，甚至變成殘留的片段。雖然對於每個人來說，情況很不同，遺忘卻是無時無刻不在發生。有的人仍然能夠記得兩三歲時候的事情，有的人連中學生活也不大記得。而很多童書作家，則是仍然沒有遺忘了童年的人。所以借助童書繪本，我們也可以常常令時光倒流，回到童年，與童年的自己相遇，然後再遇見自己的子女，來一場仿佛是跨越時空的約會。

成年人無法理解孩子對某一類糖果的渴求，是因為我們忘了小時候追求過「比酸更酸」的口感刺激；成年人也無法理解孩子對某些事物的恐懼，也是因為我們忘了小時候，背後的黑夜呼出陰風陣陣能令人靈魂出竅。我想起多年前的一天晚上，孩子不斷地從臥室走出來，一會兒要喝水，一會兒要一個睡前擁抱。尚在電腦前工作的我很不耐煩，「為什麼快十點了，還不上床睡覺？」他喃喃地說：「睡不着啊！」我很想罵他，可是看到他可憐的樣子轉念一想，我小時候也會有，什麼煩惱都沒有，卻依然睡不着的時候啊！不如我們一起看《快點睡覺吧》。這是日本繪本作家秋山匡的作品。秋山匡是一個特別了解孩子的人，他知道小孩子也有怎麼都睡不着的時候。書裏，睡不着的幸太郎做什麼呢？來數跨柵欄的豬吧，一隻豬、兩隻豬，……，二百九十隻豬……終於，柵欄裏擠滿了豬。豬還開始發牢騷，哼嚕，哼嚕，太吵了，幸太郎睡不着。這回開始數跨柵欄的媽媽，一個、兩個……，終於柵欄裏也擠滿了媽媽。媽媽們唱起歌，幸太郎還是睡不着



談到百年飲料，除了可口可樂之外，其實坊間還有另一種與港人關係密切的可樂飲品也有上百年歷史，它就是可口可樂

的競爭對手百事可樂（Pepsi Cola），它最初於一八九〇年代由美國北卡羅來納州藥劑師迦勒·布拉德（Caleb Bradham）所造，起初的名字為「Brad's Drink」，該飲料以碳酸水、糖、香草、生油、胃蛋白酶（pepsin）及可樂果（cola nut）製成。迦勒·布拉德相信百事可樂因含有胃蛋白酶（pepsin），而幫助消化，有益於健康，後來該飲料在一八九八年八月二十八日更名為「Pepsi」，並於一九〇三年六月十六日將之註冊為商標。

該藥劑師在藥房內提供飲品給客戶享用，百事可樂的名氣由此而起。經過十七年的成功

江邊的懸崖上矗立着金碧輝煌的吊腳樓，背景是藍黑色的天幕和渝中半島高聳入雲的現代建築群，整幅畫面籠罩着濃厚的魔幻色彩。——這便是重慶洪崖洞的夜景。

因為這個魔幻的場景與宮崎駿電影《千與千尋》中的湯屋有八成相似，洪崖洞近年成了經常出現在抖音中的「網紅」景點。

今年四月底，我從香港回到家鄉重慶休假，正好趕上「網紅」洪崖洞因為人山人海上熱搜的時候。微博上有人留言問：「洪崖洞哪裏拍照最好看？」有網友回答說：「一樓，如果你可以找到哪裏是一樓的話。」看完不禁會心一笑。因為重慶城依山而建，公路是環山的，所以建在懸崖上的洪崖洞一樓是平地，到了最高層的十一樓也是平地。這個在重慶比比皆是斜坡起樓，在網絡時代成為了外地人眼中的「奇景」。

我與洪崖洞的邂逅早在它成為「網紅」之前。二〇〇七年，中大新傳學院的馬傑偉教授主持了一個有關中國城市夜景研究的項目，已經從中大研究生畢業的我毛遂自薦要寫「山城夜景」，而當時我選定的研究對象就是剛重建一年多的洪崖洞。

洪崖洞地區地處長江、嘉陵江交匯點的嘉陵江一側，有着近兩千三百年的歷史。早在公元前三一六六年秦滅巴時，就是一處軍事要塞。洪崖洞也是重慶的傳統建築——吊腳樓最為集中的地方。重慶依山而建、兩江環抱，由於地勢的緣故，建築需沿山坡依次修建。於是，懸崖峭壁之上，絕立於世、樓樓相疊的吊腳樓成為山城獨有的傳統民居。不過，當開發的浪潮席捲巴渝大地，不經意間，人們發現昔日處處可見的吊腳樓已「瀕臨滅絕」。正所謂「大隱隱於市」，洪崖洞的吊腳樓卻屹立在重慶市中心最繁華的解放碑商業圈旁（那個位置就好比香港的銅鑼灣）。

二〇〇三年，舊城改建，洪崖洞開始進行拆遷重建。開發商拆除了原生態的吊腳樓，在垂直七十五度的懸崖上修建了十一層樓高的仿吊腳樓建築，表明要打造「懸崖上的吊腳樓，記憶中的老重慶」。

記憶中的吊腳樓是在風雨中飄搖卻始終屹立不倒的竹木建築。如今，木條變成了條石，竹牆變成了磚壁，飛簷斗壁，雕龍畫鳳。在保持傳統民居形態的基礎上，洪崖洞給

盛夏降臨，高溫來襲。現代人悠然地享受空調、冰箱、冷風機等設備，它們帶來涼爽的同時又滋生污染，令世界不得不開展「節能減排」……不禁想起古人的度夏來。

古人首選去山林水濱避暑，享受親近自然的清涼。他們還開動腦筋，搞出其他許多妙招。他們發明了涼席，又發明了涼枕。我在北京故宮博物院見到產自北宋的定窯白瓷孩兒枕，這瓷枕外形可愛、冰冰涼涼，枕着它就寢一定非常涼爽。除了瓷枕，古代還有玉枕、水晶枕。有錢人家還有「涼榻」，即石床、玉床，躺下去當然很清涼。但我想，這瓷枕、玉枕、水晶和石床、玉床，又硬又重，躺下去會舒服嗎？真是替古人擔憂憂。

古代沒有空調房，但人家發明了「涼屋」。涼屋裏擺有大量鮮花，有「扇車」在水流驅動下不停旋轉，飽含花香的涼風便充滿屋子，既淨化空氣，又送來清涼，可謂美哉！商周時期，人們還學會「藏冰避暑」法，《詩經·七

百事面世本是藥

過來人

，布拉德認為糖的價格會大升，決定拿大量資產用作購買糖。但事與願違，糖價沒有上升，反而下跌，因此蒸發了不少財富，他的百事可樂於一九二三年宣布破產。至一九三一年，百事可樂被Loft糖果公司收購，使它再度在市場出現。

一九四〇年百事可樂推出全國廣告，其廣告主題「Nickel Nickel」頗為流行，還被譯為五十五種不同語言。

百事可樂以再用酒樽來銷售，創下佳績，價格也比可口可樂便宜。因此曾被喻為「低下階層的飲品」，在美國被視為黑人的飲品，加拿大則被說為法語人的飲品。

為了改造形象，百事可樂於五十年代大賣廣告，又找來了不少名人作產品代言人，使其銷量直逼可口可樂，但始終沒有超越。在六十年代，百事開始改變策略，以年輕人作賣點，並千方百計打入主要競爭對手可口可樂未曾進

入或者經營失敗的市場。

一九五九年，作為蘇聯經濟改革的一部分，赫魯曉夫在蘇聯首都莫斯科舉行「美國商品展覽會」，將百事可樂等美國著名商業品牌引進蘇聯國內與東歐市場，自此百事可樂壟斷蘇聯市場長達二十六年，百事公司也因此獲得蘇聯伏特加的代理商資格。



▲百事可樂過去百多年曾經多次轉換商標 作者供圖

「網紅」洪崖洞的前世今生

石璐杉



江邊的懸崖上矗立着金碧輝煌的吊腳樓，背景是藍黑色的天幕和渝中半島高聳入雲的現代建築群，整幅畫面籠罩着濃厚的魔幻色彩。——這便是重慶洪崖洞的夜景。

因為這個魔幻的場景與宮崎駿電影《千與千尋》中的湯屋有八成相似，洪崖洞近年成了經常出現在抖音中的「網紅」景點。今年四月底，我從香港回到家鄉重慶休假，正好趕上「網紅」洪崖洞因為人山人海上熱搜的時候。微博上有人留言問：「洪崖洞哪裏拍照最好看？」有網友回答說：「一樓，如果你可以找到哪裏是一樓的話。」看完不禁會心一笑。因為重慶城依山而建，公路是環山的，所以建在懸崖上的洪崖洞一樓是平地，到了最高層的十一樓也是平地。這個在重慶比比皆是斜坡起樓，在網絡時代成為了外地人眼中的「奇景」。

我與洪崖洞的邂逅早在它成為「網紅」之前。二〇〇七年，中大新傳學院的馬傑偉教授主持了一個有關中國城市夜景研究的項目，已經從中大研究生畢業的我毛遂自薦要寫「山城夜景」，而當時我選定的研究對象就是剛重建一年多的洪崖洞。

洪崖洞地區地處長江、嘉陵江交匯點的嘉陵江一側，有着近兩千三百年的歷史。早在公元前三一六六年秦滅巴時，就是一處軍事要塞。洪崖洞也是重慶的傳統建築——吊腳樓最為集中的地方。重慶依山而建、兩江環抱，由於地勢的緣故，建築需沿山坡依次修建。於是，懸崖峭壁之上，絕立於世、樓樓相疊的吊腳樓成為山城獨有的傳統民居。不過，當開發的浪潮席捲巴渝大地，不經意間，人們發現昔日處處可見的吊腳樓已「瀕臨滅絕」。正所謂「大隱隱於市」，洪崖洞的吊腳樓卻屹立在重慶市中心最繁華的解放碑商業圈旁（那個位置就好比香港的銅鑼灣）。

二〇〇三年，舊城改建，洪崖洞開始進行拆遷重建。開發商拆除了原生態的吊腳樓，在垂直七十五度的懸崖上修建了十一層樓高的仿吊腳樓建築，表明要打造「懸崖上的吊腳樓，記憶中的老重慶」。

記憶中的吊腳樓是在風雨中飄搖卻始終屹立不倒的竹木建築。如今，木條變成了條石，竹牆變成了磚壁，飛簷斗壁，雕龍畫鳳。在保持傳統民居形態的基礎上，洪崖洞給



古老的吊腳樓穿上了新裝。為了紀念那遠去的回憶，在洪崖洞民俗風貌區的最頂層放置了一個以原生態的吊腳樓為原型的鍍金黃銅雕塑《記憶山城》，山頂、石梯、懸崖、吊腳樓組成了一個「山」字。緊挨着這金光閃閃的城市記憶，還有兩個有趣的主題雕塑，力圖再現老重慶的民風民俗——一個是正在替人拔牙的老牙醫，另一個則是拉着黃包車的車夫。老牙醫用毛巾包住病人的臉，用一根線控在他的牙上，一手扶住病人的腦袋，另一隻手正在用力地往外拔；拉黃包車的車夫勾着腰，脖子上圍了一條汗巾，車上坐了一個穿着旗袍的小姐，人們都喜歡坐到黃包車上和她合影。

對於重慶這個大山環抱、兩江匯流的城市，余秋雨有過這樣一段描述：「重慶是一座站着的城市，她的存在是對『江山』一詞最好的註解。」這個註解，正是對重慶獨有的個性魅力最貼切的詮釋。

站着的城市，站着

▲宋代的白瓷孩兒枕 作者供圖

月》云：「二之日鑿冰冲冲，三之日納於凌陰」，冬日將冰塊整下藏進「凌陰井」（即冰窖），用新鮮稻草、蘆席鋪墊，冰上再覆蓋稻糠、樹葉，密封窖口，翌年暑期享用。周王室還成立一個「冰正」的部門，專門負責藏冰事務。我在鄭州新鄭縣見過戰國時期的「凌陰井」遺跡。據說周王室每年還搞「頒冰禮」，將窖藏的冰塊賞給官員。《水經注》記有曹操在河南安陽一帶修建銅雀、金虎、冰井三台之事，其降溫工程定很龐大。電視劇《甄環傳》中，

就好像過了期的地圖。然而，當這個城市的記憶偶爾被喚醒，卻能夠成為點亮黑夜的光。在我的字典裏，記憶總是與認同形影不離的。在洪崖洞，被改造過的記憶光芒雖然微弱，卻仍然能激起人們心中某種程度上的認同。

以傳統民居這一文化符號承載城市的人文精髓，是當今最為流行的一種城市文化營銷模式。除了重慶的洪崖洞，北京的四合院、麗江的納西族民居、周莊的江南水鄉傳統建築、上海新天地等都是成功的營銷範例。被文化全球化所陶冶，卻在文化全球化中倍感迷失的一代，希望從原生態文化中尋找到認同感。新的價值和舊的認同，是原生態文化建設項目得以在中國各個城市遍地開花的雙重原因。

在當今中國，文化的力量是強大的，同時也是單薄的。它是強大的，各種文化產品大行其道；它是單薄的，沒有媒介和資本的推動，難以獨立地存在。資本的介入、新媒體的大行其道，讓原生態文化的呈現方式出現了多種可能。

在中國城市的記憶再造風潮中，縈繞着的是如何定位城市價值、如何經營城市和打造城市品牌、如何看待城市生活方式變革中傳統和現代的關係、如何在順應城市國際化潮流的同時鑄造和堅持鮮明個性等多方面的問題。在探尋城市發展新格局的漫漫旅程中，重慶和中國的每一個城市都在上下求索。

房間裏有個盛滿冰塊的大瓷缸，大概勝如空調房吧。

古人也搞出各種冷飲來。早在唐朝，人們就學會在冰塊上撒鹽以減緩溶化速度，再加上糖，將插有木棍的小磨具放在冰桶，就變成棒冰啦！他們還將水果、香料和硝石放入冰水，做成美味誘人的冷飲。宋代的開封和杭州就盛行各種「冰酪」等冷飲，《東京夢華錄》裏記載有「冰雪冷元子」、「雪泡梅花酒」、「冰糖綠豆湯」、「冰涼荔枝膏」等等。明清時期，冰鎮飲料更是層出不窮，盛夏的街頭全是賣酸梅湯、甜冰水、冰楊梅的小商販，慈禧太后也酷愛冷飲呢！

古代還有一種叫「竹夫人」的納涼用品，江南一帶很流行。它是圓柱形、四周鏤空的竹製品，竹子不傳熱，很清涼，「竹夫人」更能產生「穿堂風」的效應，人們抱着它取涼、睡覺，美滋滋的。宋代詩人陸游有首《初夏幽居》云：「抱一抱竹夫人，虛堂一幅接簾巾，竹樹森疏夏令新。瓶罈重招曲道士，床空新聘竹夫人……」凡此種種，足見古代的降溫設施很環保、很綠色、很天然，值得今人羨慕和借鑒嘞！