

喝茶，似乎有这样两个境界。第一重境界是由淡转浓，初饮茶，耐不住浓茶，茶太浓，苦涩难以下咽，刚开始接触到茶的，多喜有茶香却不醇，淡淡的茶香在舌尖上飘荡，已属大满足，后来，茶喝得久了，投茶量逐渐增加，见很多老茶客喝完安吉白茶或黄山毛峰，水茶比例1:1，一泡就是半日，淡了再泡，属于那种地道的老茶鬼；第二重境界是由浓返淡，一个人浓茶喝久了，味觉会迟钝，会有那么一个时期，喝什么茶都没有滋味，索性停杯，回到青菜豆腐的庸常生活中，停一段时间之后，会想茶，却又回到初始阶段，不再喜浓茶，重新回到贪恋淡茶一族。饮茶习惯在一个人身上走了一个轮回，再回来，似乎一个人饱经风霜，历过繁华，生命的调开始物极必反，我们姑且把这样一个过程称之为：淡茶的觉醒。

少年饮茶，篷窗竹屋下。祖父大茶罐里的那种高碎茉莉花茶，淡淡的茶香夹杂着幽幽的花香，那味道很是迷人，倒了一小碗给我喝，茉莉花和茶的滋味一整天都在舌尖上萦绕。

青年饮茶，刀笔桌案前。刚参加工作那阵子，喜欢铁观音，半发酵的乌龙茶，馥郁的兰花香，简直让人沉醉，铁观音叶片卷曲，重似铁，沸水冲泡后，兰花香满全屋，让人一闻举杯，欲罢不能。浓茶饮久了，其他诸茶便寡淡无味，那时候，尤为吃不得碧螺春和信阳毛尖，总觉得味道太淡了，似一桌好蔬食，盐巴没有放到位。

中年饮茶，山山水水中。差旅的奔波，踏遍河山，每到一地，必品饮当地的茗茶。云南的普洱，武夷山的岩茶，福鼎的老白茶，黄山的绿茶，祁门和滇南的红茶，杭州的龙井茶，陕西的茯茶……纷纷在舌尖上走马灯一般地经过。其间，我曾多次醉过茶，天旋地转，恶心干呕，老

### 淡茶帖

李丹崖

实说，比喝多了酒还要难受得多。过了不惑之年，不知哪一天，我突然恋上了苏州碧螺春的果木香。卷曲如螺的碧螺春，投至九十摄氏度的水中，手工茶在水中慢慢下沉，茶毫毕现，迎着光看，似望见满天繁星闪烁杯盏，品饮之，果木香尽显，幽幽柔柔，味道不浓，水路丝丝缕缕，如温泉滤过舌尖。后来，再次来到河南信阳，几个老友聚会，三杯两盏下肚之后，口渴难耐，老友给我冲泡了当季的信阳毛尖，味道很淡，却回甘猛烈，毛尖的细腻，伸展开来，似传说中的车云山、集云山、云雾山、天云山、连云山、黑龙潭、白龙潭、何家寨在舌尖、脑海闪过，山山水水村村寨寨都在茶香中流转，似春风有信，春风大好，人就栖息在毛茸茸的草尖尖上，茶发汗出，酒意很快醒了，唯留茶香在唇齿间游走。

今夏到湖北恩施去，在大峡谷中的一个民宿中落脚，喝到了民宿主人自己做的恩施玉露，也是属于那种味道极淡却又鲜爽十足的茶，回甘如掘到新泉一般，汨汨在舌根涌动泛滥。这是淡茶带给我的奇特滋味，需要细品方可感知。

茶的味道，多淡算淡呢？我后来养成了这么一个毛病，泡一杯茶，不喝，放在我旁边，我且兀自敲我的键盘写我的文章，淡淡的茶香丝丝融入鼻息，这种只闻香、不品味的饮茶方式，在外人看来，有些浪费，但是，对于裨益身心来说，若能起到一样的效果，又何尝不可呢？

所谓“淡”，三滴水，两团火；所谓“茶”，人在草木间是也。生活原本就需要多一些水润，少一点火气戾气，常与草木做伴，用山泉洗心，用夜月洗目，用茶花香洗鼻息，用雨落茶树的沙沙声洗耳，用淡茶之回甘洗唇齿……正所谓：“大道低回、回味必淡”，淡有时候却是人生最深的滋味。

### 传播健康，点亮生命

邹海 宋宏伟

曾经听到一位病人用这样一句话感谢医治好他的医生：“世界上只有两种人，即使与你非亲非故，也会帮助你、给你希望。一种是教师，他教会你知识；另一种人是医生，他还你生命的希望……”健康，对于每一个人来说，都是这个世界上的一束光，指引希望，消除黑暗。医生除了在诊间和手术室治病救人，更肩负着传播正确医学知识的科普重任。所谓上工治未病，授人以鱼不如授人以渔，让生病的患者不再畏惧疾病，让健康的人们不再畏惧患病。科普的意义，从来都不在诊治疾病之下，更像是一种以大爱驱动的善举，在诊室之外，传播生命的希望。

大部分患者缺乏基本医疗常识。曾经遇到过一位病人，喜欢自己研究医学知识，胸闷气喘持续了一年多，他一直认为自己心脏功能下降，就当时医生建议他做胸部CT排除肿瘤，他坚决拒绝，还经常自己去药店和网上按照自己的理解买药买保健品，可是症状日渐严重，最终因为呼吸困难而不得不打120看急诊。医生诊断他是肺门占位，考虑肺癌。他的错误认知导致诊断和治疗因果关系的颠倒，产生医患关系中不依从的局面。类似情形容易造成纠纷事件，也可能演变成病人生命的悲剧。这样的例子并不鲜见，再比如某医院的急诊室，父母陪着年轻的女儿因为腹痛就诊，经检测，患者已经妊娠，腹痛考虑为宫外孕所致。患者父母暴跳如雷，认为女儿连男朋友都没有，怎么可能怀孕！可女儿默默承认有过性行为且因为缺乏基本的医学常识而没有在事后采取避孕补救措施。

医学科普是医学科学和医学技术普及的统称，即把人类对医学科学和医学实践的认知，通过生动、活泼、通俗的途径和方式向社会大众传播，为公众所接受、理解和掌握，并不断提高公众医学科学文化素质的过程。医学科普是提高人类健康水平的重要途径之一。医学科普表面上是医疗相关行业者为社会大众科普医学健康知识，本质上是为了医疗工作者创造良好的医疗工作环境，为病患降低就医成本，降低健康风险，提高生活质量，最终达到相互理解、相互包容、共建和谐美好、双赢的医患关系。

医务工作者通过传播医学科学技术，帮助社会大众掌握防治疾病的方法，消除对疾病不正确的和不必要的忧虑，用科学的态度和眼光看待每一种疾病，用更多的温暖去实现诊间之外对患者的关怀，最终达到防病治病的效果。加强医学科普宣传是缓解医患关系的有效途径之一，是架在病患与医疗队伍之间友善、和谐、幸福的一道彩虹，更是每一位医生传播健康、点亮生命的一份寄托。

“香芽嫩茶清心骨”是已故著名作家沈寂为一柄紫砂壶的题字。2012年春，“诗毅陶艺”艺术总监谢军毅和篆刻家杨志明筹划了一个名人题茗壶活动，弘扬紫砂艺术。杨志明嘱我请一位名人题字，我想到了沈寂老师，经联系他答应了。次日下午我到了斜土路上电影公寓6楼沈老师家，他拿出一张宣纸给我，上书“香芽嫩茶清心骨”七个字，字体朴质道丽、圆润流畅。

我和沈寂相识于《海上宁波人》杂志作者座谈会，他是著名作家、一级电影编剧。他从众多投稿中发现了《红色娘子军》剧本，推荐给谢晋导演，还创作了《珊瑚岛上的死光》《开枪，为他送行》等电影剧本，他创作了《一代影星阮玲玉》等小说，被誉为写老上海人物的行家里手。

一个多月后，谢军毅通知我紫砂壶已在宜兴烧制好运抵上海。他将刻有“香芽嫩茶清心骨”的紫砂壶用绸布包好，装入一只精致的木盒中嘱我送给沈寂。他说，由名人题

指就好。”问题是人多人少的，放的米不一样，这“一指禅”到底该如何把握的确是难题。

不管一指是多少，还有分量，烧菜就不同了。第一天跑到菜市场，满眼都是菜，这个买买买，那个拿拿拿，荤的素的，咸的辣的，回家很快做出了满满一桌，兴致勃勃，感觉游刃有余。三天、四天、一星期、一个月下来，逐渐捉襟见肘，再出新鲜食物陡然力不从心。天天番茄炒鸡蛋、鸡蛋炒番茄的，估计一桌人都要罢食。

因之，自首次烧菜起，我便发觉烧菜是个创造性劳动。我的第一次烧菜，是在大学刚毕业到浦东三灶中学支教之时。学校没有食堂，我领到了10斤煤油和一只煤油炉，过起了自给自足的小日子。刚开始，我自然啥也不会，为吃动了脑筋。常常我一边做饭一边捧本书，倒也没有烧焦过饭，做糊过菜。可见人在食而不在书。这可以理解，古人不说“民以食为天”嘛。汪曾祺曾说：“精美的食物本身就是欲望。”对那时的我来说，谈不上什么精美的食物，填饱肚子就行。

我随后发现，只要人的味蕾有需求，任何好吃的创意便会源源不断。美食家陆文夫说：“人真是奇怪的动物，有得吃的时候味觉特别灵敏，咸、淡、香、甜、嫩、老，点点都能区别。”这话讲到了点子上。就在今早，我去买菜，特意买了草虾和大白菜。我想把草虾和大白菜放在一起炖煮，这样，这两样没什么味道的菜端上来一定色香味形都独特。果然，晚餐时间，这菜一上桌，大家的眼睛就亮了，红红的虾、奶黄的叶、白白的帮子，还有金色的汤，混在一起，看了就有食欲。但我清楚，这菜如果有问题就在于虾是否完全入味。遂夹起一只，细咬一口，哎，料酒还是放少

### 做饭

杨玉成



了，鲜味没有完全吊出来。中国人对于吃的讲究，《论语·乡党》早就定义：失饪，不食。不时，不食。割不正，不食。不得其酱，不食。

曾在参加一个创新论坛时，我说中国是个非常有创造力的国度，否则中国人怎么能发明出来这许多美食？此言一出，举座从愕然到默然。因为每个人摸着肚子一想，可不就是！

看到此，大家一定已豁然明白，做饭是很难的。其实，做饭不一定非要做出多少珍品佳肴，如苏州木渎石家饭店，有一样且得于右任赋诗就行。话说于右任偶涉这家饭店吃了一顿饭，对其鮰肺汤喜不自禁，抑制不住写了一首诗：老桂开花天下香，看花走遍太湖旁。归舟木渎犹堪记，多谢石家鮰肺汤。

长生不老是古已有之的人类追求。

《超越百岁：长寿的科学和艺术》这本书梳理了生命科学和健康学的最新研究，提出了三个重要的延长生命与放缓变老的建议。

首先要改变观念，从延长寿命到延长健康的寿命，主动管理身体健康，大幅提高高龄之后的生活质量；其次推动医学从1.0到3.0的进化，不仅治疗对症下药，而且对疾病提前思考，即所谓防未病；最后则是引入系统思维，找寻不同病症——尤其是老年慢性病背后的关联，将身体作为一个整体来理解。书中关于锻炼、饮食、睡眠和情绪的具体建议也是每个人可以益寿延年的实践指南。

### 超越百岁

一叶



荷花清香（中国画）陆志德

“上海博物馆古埃及大展的文创已经卷到 next level 了！”借用网友评论，上博埃及展文创正热情迸发。

展览观众纷纷在网上晒单，表示今年的文化创意、设计、品质和种类远超以往。作为幕后的策划和执行方，“物兮物”从2017年上海博物馆与大英博物馆合作举办的百物展，到2023年上海博物馆与英国国家美术馆的“从波提切利到梵高珍藏展”，再到今年的古埃及大展，我们正试图通过文创产品这个切口，立足上海，放眼全球文博资源，秉承文明互鉴的理念，让艺术真正地成为一种生活方式。

作为大英博物馆大中华区的独家代理商，自2017年，我们就开始了埃及主题的深度研究与开发，打造出埃及众神、萌猫巴斯泰特、罗塞塔石碑与象形文字、埃及壁画与生死书等经典系列。因此，当我们从众多竞争对

手中脱颖而出，接下上海博物馆抛出的橄榄枝后，迅速围绕百件重点藏品，与上博专业而“挑剔”的团队一起，开发出五大系列，涵盖生活家居、潮玩摆件、配饰、文具、3C数码等多个品类，并在开展前，顺利如期交付了近200款设计精美的文创商品。自7月

19日正式开展以来，文创商店始终保持保持着超高人气，冰箱贴、毛绒挂件、帆布袋、文创雪糕等热门品类供不应求，向日葵画框摆件、埃及萌神毛绒四子、亮光埃及女神冰箱贴等立刻成为了网红爆品。观众如此捧场，确实有点“意料之外”，但也在我们多年文创开发积累的“情理之中”。

项目初始，上博曾担心产品是否会有浓浓的大英博物馆的印记。借由这些年陪伴中国年

轻消费者成长的经验，我们通过兼顾本地人群需求、材质迭代、功能升级、场景使用和情绪价值等多个角度，来突出地域性的概念。目前来看，是给出了一个比较令人满意的答案。

以这次大受年轻人喜爱的埃及萌神毛绒四子来说，我们观

察到今年文创市场上毛绒品类的表现非常突出，毛绒绒、软乎乎的手感，让很多消费者直呼治愈。

毛绒品类在今天的文创市场上颇受欢迎，多家本土博物馆都推出了毛绒类产品，销售火爆，例如苏州博物馆的毛绒越王勾践剑、三星堆的毛绒喇叭鸟等。众神是第一个展厅的核心藏品，于是年轻的设计师大胆地以卡通毛绒品的设计，让众神变

萌神。颜色搭配上，一方面要照顾原馆藏的形象，一方面通过撞色的设计做到亮眼吸睛。设计细节上我们反复调试，比如为毛绒增加了香味，挂扣链子的长短考虑了消费者的身高以及日常口袋的大小等。在文创店展陈时，我们把毛绒萌神放入箩筐，突出“一笼萌神”的概念，或把它们裹在针织包里，就像年轻人喜欢背着宠物出门一样，与年轻消费者立时产生了某种共情。

此次大展为期一年，随着时间的推进、季节的变化，我们还为后续的观众准备了很多惊喜。“物兮物”作为文博文化的大众转译者，在上海日渐繁荣的大流量展览与高品质文创的双向奔赴中，为上海的文创事业尽绵薄之力。

### 古埃及大展文创卷了，众神变萌了

仇非

上海为博物

馆奇“喵”夜与众不同。请看明日本栏。

责编：沈琦华

