

那些年，家住金陵东路外滩，从外滩到西藏路，是我生活圈中的直径。与这一直径相交的，有许多条南北向的马路。大马路大都以省名命名，比如江西、河南、福建，小马路则大都以县名命名。这些长不过百来米，短只有几十米的狭窄小路，两旁大都是年代久远、砖木结构的“旧里”建筑。这些小路，虽没我现在居所附近的思南路、绍兴路那般有腔调有风情，但也是很有历史很有故事的。

外滩附近有条永安路，是我年少时行走最多的一条小路。我上的小学永安路小学就在这条路上。这所其貌不扬的小学，最初叫怀德小学，由美国天主教拯亡会创办，其历史可追溯到1872年，以后还附设了一个幼儿园。我上学时临街校舍的二楼是音乐室，常有琴声歌声飘到窗外的永安路上。那架当年在小学里极为稀罕的钢琴，或许是教会学校的“遗产”。学校斜对面有两个很宽阔的弄堂，我们称之为“大中华”，因为弄堂两边的建筑是大中华橡胶厂的。“大中华”，是我们集体活动整队之地，也是课余时间的好去处。而学校对面的永安坊，因为弄里七通八拐，是我们“官兵捉强盗”的最佳去处。

与永安路相交的小路叫新永安路。那时，开门七件事柴、米、油、盐、酱、醋、茶，大都能在这两条路上解决。永安路上有家零拷

周末，带孩子去市郊玩，在村路旁的小溪畔，看到了一丛丛的辣蓼草。深绿色的叶面长着不规则的八字形斑纹，点点淡红小花，成穗状一簇一簇，清新而别致。我蹲下来，告诉儿子，这草别看它不起眼，可是很有用处的呢！

每到盛夏，家乡的田埂水塘边，随处都可见到这种平凡的辣蓼草，开出的小花绿白粉红，可爱极了。农闲时节，母亲拿个竹篮，把辣蓼草最上面的嫩茎叶采摘下来，洗干净晾干，切碎后和事先准备好的糯米粉捣匀了，用手捏成一颗颗白色小丸，撒上陈酒曲粉末，放在竹筛子上盖上毛巾。

经过一天一夜的发酵，揭开毛巾，一粒粒小丸子浑身长满了淡白色的茸毛，像枫树球一样，闻起来有一种很特别的香味，这就是制作成功的新酒曲了。最后，用一周左右的时间把它晒干，放入石灰罐里保存。

接下来就是做米酒了，母亲把蒸熟冷却后的糯米饭摊在一个大木盆里，将酒曲碾碎与之拌匀，用手拍紧后在中间掏了一个圆形窝状，便于透气。最后盖上盖子，铺上一层稻草和棉被开始发酵。村邻来串门时，母亲便会煮上一碗米酒，撒上一小撮去年晒制的干桂花，香气四溢，大家吃了都赞不绝口，夸母亲的酿造手艺好。

如今，母亲逐渐年老，我也离家多年，想要吃米酒的时候，就会直接去超市买一罐，可是总觉得比不上母亲用辣蓼草做酒曲酿造出的农家米酒，那才是一种真正原始质朴的香酒。

酱油、料酒的小店，在两路相交处有家规模较大的粮油店，而露天菜场就在这两条路上。新永安路上还有家烟纸店，店主姓张，大家叫做“张家里”。去“张家里”，是少时很神往的事。

永安路，是我年少时记忆最深的一条小路。意想不到的，在快到而立之年时，会在改变命运的考试上与其“邂逅”。1978年全国统一高考历史试题中，有道题要求在地图上画出太平天国从金田起义到定都天京的进军路线，而太平军正是攻克永安州，在这里建制封王的。

1912年，永安州改为永安县。而当时在广西、广东和福建都有永安县，于是，1915年广西的永安县改为蒙山县，广东的永安县改为紫金县。

看来，这条辟筑于1865年，1943年定名为永安街，1946年改为永安路的小路，还是很有来头的。而邻旁的新永安路也曾风光过。上海市第一人民医院的前身、当时全国规模最大的西医医院，1864年就创办于外滩科尔贝路(今新永安路)转角处。在我记忆中，新永安路出名，是上世纪80年代形成的市内最大的黄鰾农贸市场。那些年，这里的黄鰾要供应给600多个个体户、65家菜场和国际、锦江、和平等百家宾馆饭店。直至2000年，占据新永安路70多年的马路菜场才终于搬

进了室内。或许是农贸市场的人气效应，上世纪90年代中期，南京路上的“老字号”协群百货商店和中央商场维修公司一度曾入驻过新永安路上一个旧仓库改建的商场。

那些年，从外滩走到西藏路，是生活中的常态。那些原先并不经意的小路，后来读了些史料，才知这些小路当年都曾经风光过。永胜路，初称兴安街，是上海绒线业发祥地；紫金路，初称紫来街，20世纪初曾是全市闻名的红木家具业聚集地；盛泽路，初称火轮磨坊街，因附近有英商1863年开办的以蒸汽机带动石磨磨粉的得利火轮磨坊而得名；金门路，当时称“典当街”……

前些天，又经过这些小路，有的路边挂着“做好房屋征收、推进社区改造”的横幅，沿路建筑有的已搭设拆除施工的脚手架。要不了多久，有的小路及周边的不少建筑就会退出人们的视野。好在不少有心人以影像在记录这些残存的文脉和景观，但我还期盼能为长期生活在小路上的居民建立口述史料，留存一份“平民记忆”。

锡惠公园的映山湖旁，有个凉亭。晚霞灿烂。一位头发灰白的老太，坐在凉亭里，虔诚地，打着毛线。

友人笑问：“制作工艺品么？”

老太说，步入了老年，回首一路的足迹，油然而生对童年的留恋，而今，编织童年的梦幻。

一位老姐妹，用照相机，对准她编织的手，来个大特写，说：“她在打一副手套，给上小学一年级的孙子作开学的礼品。”

有人悄悄说：“老太年幼时，此手患过冻疮。”

哦，人们顿悟，手套是物语，是奶奶给孙子讲的第一课：

“不忘冬天……”

买卖，不但扫了游客的旅游兴致，还损害了景区的美好形象。这对景区的发展前景是极不利的。

如何合理安排景区的商业购物网点，这也是一门学问。望有关部门及各景点作出一个科学、全面、合理的布局规划，莫让浓浓的商业味冲淡了游客的游兴，叫卖声吓跑了游客。



景区商业味太浓，其实为自己设立了一道“门槛”。要知道，游客到你这个地方来，首先是冲着你那美丽风光和原始景观而来一睹为快，绝不是专门去购买东西而来。如果商业气味太浓，强力一批刚走一批又至，真叫游客欲罢不能，哭笑不得。

景区商业味太浓，其实为自己设立了一道“门槛”。要知道，游客到你这个地方来，首先是冲着你那美丽风光和原始景观而来一睹为快，绝不是专门去购买东西而来。如果商业气味太浓，强力一批刚走一批又至，真叫游客欲罢不能，哭笑不得。

景区商业味太浓，其实为自己设立了一道“门槛”。要知道，游客到你这个地方来，首先是冲着你那美丽风光和原始景观而来一睹为快，绝不是专门去购买东西而来。如果商业气味太浓，强力一批刚走一批又至，真叫游客欲罢不能，哭笑不得。

景区商业味太浓，其实为自己设立了一道“门槛”。要知道，游客到你这个地方来，首先是冲着你那美丽风光和原始景观而来一睹为快，绝不是专门去购买东西而来。如果商业气味太浓，强力一批刚走一批又至，真叫游客欲罢不能，哭笑不得。

莫让叫卖声吓跑游客

曹乾石

景区商业味太浓，其实为自己设立了一道“门槛”。要知道，游客到你这个地方来，首先是冲着你那美丽风光和原始景观而来一睹为快，绝不是专门去购买东西而来。如果商业气味太浓，强力一批刚走一批又至，真叫游客欲罢不能，哭笑不得。

古人避暑很“低碳”

乔兆军

天过得有滋有味，低碳环保。

用冰消暑。《诗经》中有：“二之日凿冰冲冲，三之日纳于凌阴”。早在商朝就有富贵人家藏冰于窖，待第二年的夏天取出来使用。我国周朝设有专掌“冰权”的“凌人”，在唐代开始出现“冰商”，冬天藏冰、夏天拿出来卖。

唐代还有一种供人消暑的“凉屋”，“凉屋”，在当时称得上“高科技”了。它傍水而建，采用冷水循环的办法推动扇轮运转，将凉气徐徐送入屋中，或利用动力将水送至屋顶，任其沿檐直下，形成人造水帘，激起凉气，以达到消暑之目的。

文人雅士避暑很有情调。元代释英选择去山林避暑。纳凉与游玩一举两得，既经济实惠，又环保低碳。他在《山中景》里写道：“六月山深处，轻风冷袭衣。遥知城市里，扑面火花飞。”闹市里烈日高悬，而山中却清凉宜人。这老先生真可爱，自己在深山里凉凉爽爽也就罢了，还不忘对城里人“幸灾乐祸”一番。

如今，在这炎炎夏季，不妨也学一下古人，在大自然里去寻找一种天然的清凉。

有人认为，人在做出决定时，不仅仅用脑子，而且还有另一种器官也在起作用。比如当一个人肚子饿的时候去逛超市，此时此刻，他容易做出决定，敢于做出积极的、热情的甚至冒险的决定，因为这时候他正处于一种“热烈状态”，很容易“找到感觉”，而感觉状态在影响着我们以积极的方式作出复杂的决定。科学家估计“感觉状态”使做决定者更多地依赖自己的感觉和直觉。正如人们常常说的“此事我肚里有数”。荷兰的心理学家估计直觉和人的腹部有关，而一个感觉到饿的人更容易和腹部“沟通”。所以有这么一种说法：要做积极的决定应该在饭前，而不是在饭后。推而广之，有人建议，向上司请示最好在午饭前，而不要等上司把腹

部“堵”得差不多了再去找他。

影响一个人作决定的因素有很多，其中激素的影响较大。有一种叫多巴胺的神经递质（帮助细胞传递化学物质的激素，负责大脑的情欲和欢乐等，被俗称为“幸福激素”），如果大脑中多巴胺浓度发生变化，会明显影响我们作决定的过程。

科学家们在以前伦敦大学挂靠学院的探索基础上，作了进一步研究，首先是确认了前人在大脑中发现的一种信号，并发现这种信号就是神经递质多巴胺。61位受试者都拿到一份表格，表格中所列为80个度假地的地名。受试者应

腹肌弹性十足，越发衬得曲线玲珑，性感迷人。看来，人家的俯卧撑可不是白做的。

娟毫不客气地收下了同室的五个徒弟。从此，早晚两课，各安其床，娟做俯卧撑，我们做入门级的仰卧起坐。但见上下波动，此起彼伏，姿态各异，不亦乐乎。眼见得小肚子

与马甲线亲近的日子

杨莹

日渐由平变紧，冬天来了。不知是谁带的头，睡前不吃点东西似乎就难以入眠，先是管不住嘴，接着就管不住腿，仰卧下去就懒得起身，反正穿得厚，有肉没肉也看不出，明年再练吧。冬天捂出几斤肉，夏天练出一身汗，腰腹“嗖”地一下胖了，又“嗖”地一下瘦了。反反复复，直到毕业，谁也没练出像娟那样健美的腰腹。

转眼就是中年，一日抚腹惊叹，除了腰酸背痛、游泳圈和啤酒肚，在我这个中年大

笔者近日去一个著名风景区旅游。当我兴致勃勃来到大门外准备购买景点门票时，突然有七八个男女拥上来把我围住，硬缠软磨地向我推销手中的小饰品和土特产，弄得我十分尴尬。原来脑海中的游兴一扫而光。说实话，旅游景点摆设一些有纪念意义的小手工艺术品、饰品和土特产产品，是为了方便游客在饱览景点美好风光后，买点小纪念品或土特产回家留作纪念或赠送亲友，是买卖双方皆大欢喜的事。但现在的一些旅游景点，《经济》观念和商业味实在太重大。走入景区，商铺林立，叫卖声不绝，景点变成了商业街；更有少数商贩，拦住游客推销各种商品，硬缠软磨，一批刚走一批又至，真叫游客欲罢不能，哭笑不得。

烈日炎炎，热不可耐，古时候虽然没有空调电扇，但古人们发挥自己的奇思妙想，把夏

一间异国乡镇极普通的吃食店，每天会有许多废弃的肉骨头。选用五六厘米到十三厘米的小骨头，参差不齐地串起来作成了隔断，惠而不费，是富有环保精神的创意。那个在厨房间忙碌的、像是老板的大胡子，形象极典型且富个性，也许这隔断里有着他土著童年的记忆。

是，你知道许多土著颈悬这样的骨头项链。大都市有些前卫女性的脖子上，不是也挂着真骨或其他材质仿制的骨项链吗？

你想，有多少小肉骨的命运是从餐桌径直走向垃圾场的，而这些幸运的小肉骨，仅仅因为有了一根可见的棉线和不可见的创意之线的串联，上升为既具实用性，又有观赏性的生活用品。

你再想，还有一些肉骨经过精加工，与瓷土结合烧造，随即升华为尊荣之器——你不是喜欢韦健伍德的象牙白瓷吗？那正是骨瓷呀。

人也是这样啊。人生，也是因为有没有可见之线和不可见之线的串联而判然不同的。

我们如何做决定

陈钰鹏

在刻度表上为每一个地名打分(1至6分)，接着让他们服下甜味片，他们的注意力便转移到其中的一半度假地上。然后再让他们服下一种能提高大脑中多巴胺浓度的药，这时受试者又会去设想另一半度假胜地。

第二天所有受试者被问及很想去哪里度假，80%的人说得头头是道，几乎把平时的知识和经验全部抖搂了出来，按专家的说法，他们之所以作出了复杂的决定，是多巴胺浓度增加而取得的效果。令人惊讶的是，不仅效果强烈，而且这种效果竟然能保持24小时。

目前，激素在消费决定中的作用比较受注意，比如，除了多巴胺以外，性

激素也会影响人的消费决定，但男人和女人的受影响方式是不同的，比如男人只要通过视觉就会决定买什么价位的内衣（或者很愿意出高价购买之），而女人要通过触觉（触摸内衣）才决定高价购买品牌内衣。

除了激素的刺激，尚有其他因素也能起引导作用，如一个人在生活中获得的文化、社会和个人经验；个人的消费习惯以及来自周围的刺激（环境氛围）均属影响因素。荷兰科学家们准备继续研究口渴、疼痛或性欲等刺激对人们作决定的影响机制。



有线串联

不要光低头吃，抬头看，视线往左，看见门帘一样的隔断了吗？没啥好看？你不觉得挺别致挺有味吗？

扫一扫，关注“夜光杯”



扫一扫，关注“夜光杯”