风月总无边

都市爱乐人

◆ 何菲

纵有CD一箱，不如蓝光一张。倘若一个人一生只能出一张音乐专辑的话，窃以为必须是蓝光唱片。高保真无压缩，无疑是声音的大餐，给耳朵与心灵以能量补给，吐故纳新，自由飞扬。

初次接触蓝光唱片，是听降央卓玛的《金色的呼唤》。从《西海情歌》开始，直至结尾，仍意犹未尽。这位来自格萨尔王故乡的牧民的女儿有着天下最美女中音，有着罕见的宽广音域，声音醇美母性深情，更难得是能将人性与自然无缝衔接，穿透力和表现力极强。整张唱片饱满地展示了她不同音区的特质，强劲通透，干净有力，高潮处万籁齐发的雄浑与低回处浅吟轻唱的缭绕，充分展示了蓝光Hi-Fi唱片的临场真实感、环绕感和震撼感。

有风吹过的地方就有张学友的音乐回荡，歌神在华语乐坛的地位无需赘言。《精选集JACKY》把大量音效细节处理得丰富微妙，歌神的音质被再度提纯，如同被细密的筛子过滤了几番，唯留下最剔透华彩的部分。

在大剧院听世界一流乐团演奏的交响乐是臻美体验，但不可能时时如愿，那么退而求其次的选择唯有欣赏蓝光唱片。它比CD的层次分离度显然高出几个台阶，精确的定位感细腻而刺骨，每种乐器的细节、乐手在空间的位置，都能一一还原，没有刻意，没有张扬，却有实在的重量感和难以名状的优雅气息，让寸心在无垠时空中暂且得以妥帖安放。

我谈不上是发烧友，却也有长长的淘碟历史，亦曾对数字音乐一度很抵触。不过当习惯了免费下载的快捷后，平心而论，数字音乐的音质也比初始的“有损”阶段有了显著改善。中国唱片业起步晚，赶上了唱片工业蓬勃发展的末代狂欢，却也很快与世界唱片业一起迎来了衰退。如果没有蓝光唱片，我已很少会再去购买实体唱片了。然而逆势而生的蓝光为唱片业注入了新鲜华贵的血液。利用波长较短的蓝色激光读取和写入数据，那么大的容量，那么贵的价格，那么少的歌曲，蓝光唱片显然不是为快餐化的音乐体验而生的。2013年，世界上首张蓝光唱片诞生，来自挪威的某管弦乐队，整张唱片有11首乐曲、5条独立音轨，通过复杂的设备合成，为听者还原出不同角度和位置的声场。可贵的是，蓝光唱片同时符合标准音乐CD格式，能在所有CD播放机中播放。

茶有甘、苦之分，乐有风、雅之别，到某种阶段，都该是具有一定仪式感和敬畏心的享受吧。当年音乐人宋柯说“唱片已死”，多数人没注意到他的后半句，“但音乐不死”。或许某种不合时宜的载体退出历史舞台是大势所趋，留下来的必是精品。也唯此，沉渣过后，或许会迎来内容产业真正的春天。

本埠生活录

每桌

◆ 石磊

洛杉矶南边，不那么富裕的区域，最近开了一间小饭馆，居然惊动到了《纽约时报》，也蝴蝶翅膀地，震动了一下地球远方的我的心。

小饭馆取名每桌，Everytable，看似谦逊淡静少油少盐，其实野心蓬勃内劲奔腾。事到如今，滴滴淘宝，这种貌似隔壁街道幼稚园兮兮的商号，如今谁还敢小觑？每桌，拟滴滴风格，亦大可叫桌桌。看到这种名字，我是极想知道，这种小饭馆的背后，会是什么样的野心家，在拳打脚踢？

每桌的菜单上，最贵的牙买加鸡套餐，卖四块半美金，除了牙买加香料烟熏鸡，还有椰浆饭饭，豆子，蕉和胡萝卜，听起来相当不错，美味，健康，扎实大份，色香味俱全，甚至还异国情调浓浓，配上牙买加民族英雄Bob Marley的雷鬼音乐，吃起来应该满足感绝顶。要是铜仁路或者富民路上，开这么一家每桌，我想我一个礼拜，至少可以呼朋唤友去报到一趟。

据《纽约时报》严肃爆料，这个馆子果然是两个极有抱负的理想家开的，其中一个，倒不是马云那种失意彷徨前教师，而是梦断华尔街的前精英，黯然离开华尔街那个斗兽场之后，一个转身大彻大悟，开始投身健康饮食。每桌，心灵指标，是为广大穷人，家庭年收入在两万美金以下的人群，提供新鲜健康的饭馆，以肯德基麦当劳吃垃圾食品的低廉价格，吃到健康阳光有益身心的优质好饭菜。这个事情，听起来，好像不是在开饭馆，而是在拯救一代人的肠胃，身材，心血管以及品位，至少也是在改变一代人的饮食模式健康走向。这种大业，通常是政府宏观规划，放置多年心血下去，深耕经营的，没想到，这两枚理想家，匹夫有责地，横刀跃马冲出来分担了一下。

异想天开的是，每桌，计划在今年秋天，于相距仅仅两个英里之地，一处比较富裕的区域内，再开一店，一模一样的套餐，打算卖九块美金。两店近在咫尺，售价却相差一整倍，这在经济学家眼睛里看起来，有点自己把自己搞疯的意思。而二位理想家却笑容灿烂信心满满，豪言今年之内要开出四家店，明年之内开足二十家。

天天满大街找鸡血找得肝肠寸断的风险投资专家，面对这样新鲜淋漓的案例，十分来劲，讲，关键是，关键是看他们，如何讲他们的故事了。语气充满挑衅，等待20集电视连续剧的心情。

盛暑天气，于《纽约时报》的经济版上，读到这种报道，我觉得相当清暑，断断续续，抄一点在这里。一边抄，一边想起我国从前，赞美男人的几个字，决事如流，应事如响。远方那个粗犷的城，出其不意，倒是有这种质地。

顺便再添一笔，无论是铜仁路还是富民路，不要说四块半美金，就算是九块美金，亦很难吃得到这样的套餐了。本埠物价之惊人，这里就没办法写下去了。十分期待吾国吾城，亦有若干理想家，匹夫有责地站出来，挑战一下，这头疯长暴长欺人太甚的独角怪兽。

诗歌口香糖

无题(438)

◆ 严力

今天的天气真不错
我有生以来的岁月余温
上升到二十度了
出外还可以披一件
盼望未来的外套

人类的文明可以说是
从火的使用开始的
它烧醒了水的沉睡

不使用钥匙确实很现代
但照样会迷失在数码中

批评家说
富有创意的想法
从个人走向大众时
只留正步

逆行和顺流而下
是一个人
找到的两个自己

钢笔画世界

塔林老城市政厅广场

杨秉辉 画/文

爱沙尼亚首都塔林老城之市政厅建于13世纪，为一栋哥特式建筑，有尖塔、高达65米，为塔林之地标。塔林城市之保护神托马斯的雕像自1530年起即耸立于市政厅塔楼顶端，忠实地守护着这座古老的城市。市政厅广场一角廊下有一小门售票，花3欧元、便可登塔眺望古城全貌，广场四周多有咖啡座，中老年人、以男性为多，悠闲地喝着咖啡聊天，看来他们生活得很自在。

总是想得太多

对白

◆ 戴蓉

总觉得写小说，人物的对白是最艰难的部分。角色的外形、身世和性格都可以尽情想象，然而什么人说什么样的话，没有足够的生活经验，台词一下子就成了编不圆的谎话。卖瓜的人喊的是“不甜不要钱”，跑堂的服务员，在对讲机里吩咐的是“三十四桌的豆腐里不要加海参”，即便是舞台剧，也很难想象能给他们安上什么华美的唱词。《红玫瑰和白玫瑰》里的娇蕊，说自己面颊上的肉是去年吃的羊肉，喝浓稠的钙乳“就像喝墙似的”，难怪振保抵挡不住她稚气的妩媚。而白玫瑰时常挂在嘴边的只有“等我问问振保看”。“顶好带把伞，振保说待会儿要下雨的。”几乎连看小说的人，都对她起了嫌弃之心，真有点替振保不值。

蹩脚影视剧里的人物一旦开口简直是灾难。日常生活里，谁会字正腔圆开口闭口谈及“人生”和“意义”？聪明人自然不会无话找话。李安的《饮食男女》里的老爷子，把一桌家宴做出行云流水的节奏，面对女儿却无言。《深夜食堂》的主角，黄昏时坐在阳台上闷头抽烟的样子，仿佛有一肚子的故事，最后都化成指尖的一缕白烟。《孤独美食家》里面无表情的中年男子，索性一个人游荡大街小巷，专心大快朵颐。而现实中厨房里的对话多半如下：“冰箱里的冻肉拿一袋小的出来。”“大小差不多呀。”“依死人啊，拿手掂掂分量看。”君子远庖厨，不止是慈悲心和斯文的缘故，灶台前的对白果然让人分分钟笼罩在烟火气里。

“我不能再跟她见面了，结婚的日子定下来了，喜帖也发出去了。”“你是真喜欢她，还是只当她一条船？”“可是我在饭店又遇到她，我立刻就后悔了。上海那么大，她偏偏和我出现在同一家饭店里。”这是我在电梯里听到的一段陌生人的对话。真想知道他后来是否如期结婚，可惜电梯转眼就到了。

都市专栏 周刊 第438期

河的第一条岸

光良的温暖

◆ 河西

光良的音乐是干净淡然的，绝不会让你热血沸腾，但自有一种温暖的气度。

记住光良不是因为无印良品，也不是《童话》，而是萧淑慎。我一直认为，真正的宅男女神应该像光良《第一次》MV中的萧淑慎，清新自然，仿佛邻家女孩，有一点点任性刁蛮，但本质上是善良无辜不谙世事的。那时的萧淑慎，有一种少女的光芒，就像我们每个人曾经的青春，那样动人。

世事难料，萧淑慎终于登上了娱乐版的头条，却是因为吸毒爆肥自杀，丑闻缠身……娱乐圈就是个大染缸，出淤泥而不染谈何容易？可是，光良还是光良。

再见光良，直观的感受，和无印良品时期的光良又有什么区别？在华语乐坛，男生二人组，屈指可数。达明一派、优客李林、袁惟仁和莫凡的凡人二重唱，不知道还有多少人记得，林夕最早的成名曲是给香港二人组合Raidas写的《吸烟的女人》。达明一派有陈少琪，而陈德彰+黄耀光组成的Raidas，靠的是初出茅庐、放弃香港大学研究生论文的林夕，可惜，1989年Raidas就解散了，实在是有负林夕和蒋志光在幕后的努力啊。

无印良品，在我的印象中，基本上是优客李林解散后市场空缺的产物。和日本的MUJI相比，这两个男生，确实担得起这样的组合名。干净到一尘不染，声音如此，感情世界更是抓不到一点把柄。Raidas分工很明确，黄耀光负责作曲，陈德彰负责主唱和花边绯闻，他后来和周慧敏差点谈婚论嫁，倪震先生抚今追昔当更加珍惜佳人才是。品冠是2012年低调完婚的，光良呢，1970年出生也年过不惑了，可是关于他是单身还是婚期已近，也只有光良本尊心知肚明了吧。所以也没有记者追问光良，他和萧淑慎的关系或者他对萧淑慎吸毒的看法，光良之于萧淑慎的意义，这恐怕也因为光良绯闻绝缘体的形象使然。

在《童话》的MV中，光良的女友患白血病去世，有说是虚构，有说是根据光良的亲身经历改编而成。我宁愿相信是后者，因为唯有真才会动情、动容、动心，你听，那最动人的，不是“从你说爱我以后，我的天空，星星都亮了”，而是女生垂手临终前的一句：“加油。”

是不是一定要炒绯闻炒丑闻、炒结婚离婚怀孕生娃才叫娱乐圈呢？可不可以说一点温暖、多一点纯洁，多一点动人的音乐？郑智化说：“卸了妆的女人，是赤裸的女人。”我希望，卸了妆的音乐，是赤裸到灵魂的音乐。

细节是一种奢侈

名叫塔希提的口红

◆ 阿眉

逛街顺手买了支口红，冲着名字买的：hot Tahiti，我把它在心里翻译成“热辣塔希提”。

塔希提岛，另一个更具画面感的译名是大溪地，南太平洋上的热带岛屿，蓝天碧海的旅游胜地，在高更的画布上不朽的绚烂景色，城市动物坐在二十几层高楼上看到窗外灰白的天空时梦想飞去的地方。然而明天要上班，后天要加夜班……那么，买支名叫塔希提的口红吧。

作家固然曾浪漫地写下句子：“一朵玫瑰，无论你叫它什么，它仍然一般芬芳。”但许多品牌的化妆品色号早已不是当年单调的数字字母，而是绞尽脑汁起个令顾客过目不忘然后忍不住掏钱的名字。和101、102这种一板一眼的编号相比，一盘名叫“杜若”的眼影，无疑能带来更广阔的想象空间，譬如想起那句唐诗“杜若蒹蒲烟雨歇，一溪春色属何人。”再看看盒中粉白粉棕深蓝简直照着这句诗排下来的颜色，购买欲立时指数级上升。

更好玩的，是某个牌子出了50支口红，以50个男性的名字命名：MICHAEL、COLLIN、ALEX、JOH ……看似剑走偏锋，其实一剑穿心，靠着命名方式大概就能多卖出一倍的口红：女孩买支男友同款，男孩送女友和自己同名的颜色，粉丝更可以来支和偶像同名的——李奥纳多·迪卡普里奥终于拿到奥斯卡影帝那天，我在微博首页上见到了不下十几次那支和李奥纳多同名的口红。

也许是不得不如此，对于消费者而言，这是一个拥有空前海量选项的时代。想当年，《红楼梦》“平儿理妆”一回里宝玉给平儿拿出的上等胭脂，可不曾丧心病狂地分出冷暖深浅50个色号。因此商家必须穷尽法子吸引大家在其实并无需要的情况下不停买买买，动听的名字、描金镶翠的限量版包装都是常见的手段。买方卖方心照不宣合作默契：你赚钱，我开心。

至于名实是否需要相符，倒也未必。如果“顾名思色”，那只名叫hot Tahiti的口红，想象中应该是让人联想到热带花卉水果的艳丽莓粉色，涂上去整张面孔只看得到一张嘴——如果是这种颜色，名字再浪漫我大概也不敢买。其实和名字相比，这支口红颜色相当含蓄毫不夸张，涂着去上班一点问题都没有。也许这正是命名的心机所在：真的在塔希提岛的人，未必会买一支名叫塔希提的口红。