

(上接 C6 版)



走在吊桥上,有些摇晃



老牛在海拔千米以上的山坡上竟如此悠闲

做一次『徐霞客』,重走天台山



极其不显眼的墨池

一座天生桥,源源甘泉水

水,哪里的山都有。道不出天台山的水有何不一般,只觉得很美。第一次听说天台的水质好,是关于红石梁啤酒。它的口味独特,关键是本地有很好的水源。在景区里,看到有一位老人开的小店铺,居然把水管接到树桩底部取水。借用那个水洗了个手,有源源不断的水冒出来,真神奇。在上山徒步的路途中,总能看见不少搭在水源边上的用来取水的竹子。还有路边脚下不断显现的山溪,在阳光的照耀下特别清澈透亮。用手捧起一口,尝了尝,还真有点甘甜。随行人说,这就是天然的山泉,可以尽情饮用。

说到水,不能不提石梁瀑布。第二天华顶讲寺下山去国清寺途中,特意经过石梁飞瀑景区。风景一样美丽,只是多了些人文气息和商业气息。射箭的铺子最热闹,而一旁坐热气球观看

瀑布的人却特别少。更多的人只是站在飞瀑的下面,留个影,骑个马。飞瀑边上是大幅的海报,是李连杰主演的《少林寺》。80年代的电影,不过也看过很多遍。但现在才知道原来李连杰当初在水上苦练武功,就在这里。

石梁瀑布周围古木参天,奇峰突兀、瀑布纵横,是自然界的一大杰作。个人觉得最为触目的是飞瀑上面那条架空横躺着的花岗岩天生桥,一石横空、巧夺天工。瀑布有四十米高的落差,飞溅的水花无比轻盈。徐霞客观此瀑布的地方,现在已被建成一个观瀑亭,从这里看瀑布,又是另一片风景。瀑布上游的水量不多,人在上游,可以直接下水嬉戏。然而山水从四面八方汇聚而来,到了瀑布的关口,却来势汹涌,顺势而下,蔚为壮观。

佛宗道源,深幽神秘

“为了获得考察的成功,徐霞客很注意争取朋友、僧人和当地居民的支持。途中,他常常投宿寺庙,请僧人导游,在鸡足山期间,他交的僧人就有五六十人……”这是关于《徐霞客游记》的资料。但在导游口中得知,要不是因为与僧人结缘,徐霞客当初也不会来天台山。因为徐霞客的僧友云峰的关系,他才来探访天台山。

这次线路仔细走了两个寺庙,一个是华顶讲寺,一个是国清寺。华顶讲寺接近于天台主峰,海拔比较高,寺庙内烧香的人流比较少。为了更加真实的体验徐霞客的经历,行程安排当天晚饭吃斋,夜宿华顶讲寺内的客房。对于年轻人来说,这的确是一次难得的机会。在寺庙的露天餐厅,我们尝到了寺庙内的美味素食,用面筋做的虾、鱼、炖鸡肉,都是这边的僧人亲自为我们下厨做的。当然,住在寺庙是非常艰苦的,比如没有电,水量很少,而且睡觉只能集体打通铺等等。要体验的话,一定要做好充分的准备,比如带上毛巾、牙刷、手电筒之类的。据介绍,一般在寺庙里住宿,都不收任何的费用,对于喜欢搭帐篷的人来说,也是一个非常合适的场地。

华顶讲寺庙虽没有国清寺那么大的名气,但环境比国清寺要好得多。比如门口伫立的四五棵千年古树,已经成为一道独特的风景;还有附近闻名遐迩的千年华顶杜鹃、王羲之墨池等等。王羲之墨池保留得非常原始,除了用木头桩子立牌明示之外,没什么明显的标志。一开始甚至把它当成了一口普通的水潭,险些擦身而

过。华顶讲寺附近拾阶而上还有一个百亩茶园,茶种为华顶云雾茶。10元一人,在茶园可以细细品茶,在杜鹃节期间观看现场表演。

总的来说,华顶讲寺比国清寺保存得更加原始,而国清寺开发得相对完善。一般旅行大巴车只停在国清寺大院的停车场,要从停车场走到国清寺还有20分钟的路程。所以可以偷懒的办法就是乘坐电瓶车,每人一元,绝对值得。

从自然景观来看,国内大部分古刹均选址于三面环山的谷地(如宁波天童寺、普陀法雨寺、杭州灵隐寺、嵩山少林寺等),而国清寺却坐落于四面环山,“五峰层叠郁若绕,双涧回环锁佛寮”世外桃源式的地理环境之中。出城关三五里,先见“雁塔高排出青峰”,高达59.3米的隋塔忽隐忽现,直到国清寺“南大门”木鱼山下,才窥塔身全貌。而国清寺仍是“养在深闺人未识”。转过寒拾亭,只见“隋代古刹”一照壁,古刹山门不知开于何处。等过丰干桥,向东数步,方见古刹山门。原来国清寺山门一反常规,朝东开而不朝南开。进山门转弯,甬道两旁浓荫蔽日,修竹夹道,平添了深幽神秘的气氛。进弥勒殿,国清奇观“到眼宛如展画屏”。这就是国清寺匠心独运的建筑布局的“起、承、转、合”。

天台山以佛出名,除了华顶讲寺、国清寺,还有下方广寺、万年禅寺、桐柏宫、高明寺、智者塔院,每个都是佛教圣地,渊远流长。这次没能一一拜访,很遗憾。否则说不定也能读出其中的差异来,真正领略天台山的“佛宗道源”的含义。

国内首套依据都市女性生存状态开发的钻坠问世

“女人谜”——杀入夏季珠宝市场的黑马



女人对于时尚的嗅觉总是那么敏感,追逐时尚的步伐也总是那么迅速。近日,一套名为“女人谜”的主题钻石吊坠系列,刚刚推向市场,就得到了都市女性的青睐。该主题钻石吊坠在借助层次空间与柔美线条结合的同时,完美地诠释了女性化风潮;在动感与和谐中,以奇妙的层次空间令钻石展现出璀璨夺目的光彩,让来自杭城、甬城等城市的都市女性纷纷为此而追逐。

选该系列饰品。有自己试戴的,有为朋友挑选的,有的已经等候在了收银台前准备付款。营业员介绍,自“女人谜”钻石吊坠推向市场以来,该系列所包含的5款吊坠的销售不分上下,每款都有自己忠实的拥护者。

吴小姐是一家IT公司的公关主管,她是被好朋友带来选购“女人谜”钻石吊坠的,在试戴了3款之后,最终购买了该系列中的“千千结”。她说:“平时我很少佩戴首饰,做事干练而不拘小节,密友认为我缺少女人温柔的一面,都建议我改变一下自己的形象。毕竟我是做市场工作的,每天所接触的客户都有着不同的性格,有些客户可能会觉得跟我谈合作比较直接,但是有些客户可能会感觉我过于强硬,这对于我开展工作可能会造成影响。适当地佩戴一款首饰不仅能增强自信,也可以让自己多一份妩媚。”

王先生是为自己的妻子前来选购该系列吊坠的。他购买的理由则是妻子太

过恋家,很少跟他一起参加PARTY、朋友聚会等活动,他希望自己的妻子能够多一点自信,多一份干练,与自己的步调保持一致。

万隆珠宝营销部负责人称,“女人谜”系列主题钻石吊坠的开发,是依据台湾新生代市场监测机构基于25-35女性不同的性格特点和生活方式而发布的五种生存状态,而专门为都市女性度身定做的。也是迄今为止,首个依据都市女性生存状态而开发的主题系列饰品。

该负责人介绍,“女人谜”吊坠的5个款式都是从意大利、比利时等国家著名设计师的精心创作中挑选而出的。该系列将东西方文化内涵完美地融合于一体,在结合了西方现代艺术的同时,又体现了中国本土的文化艺术底蕴,充分展现出饰品的空间价值。设计着重营造一种神秘之美和女性对于爱情以及事业的向往,集合了女人自身所向往的个性化、女性化之外,又展现出女性所拥有的神秘魅力。

资料链接:

五种生存状态占比分别为:追梦蝴蝶型占26%,观念比较新潮,属于时尚先驱人群;中庸猪猪型占22%,顾名思义,观念趋中,对于社会、文化活动不是非常热衷;传统家燕型占16%,家庭在他们来说是最为重要的,观念相对传统;奋斗蜜蜂型占18%,以事业为中心,属于理性却也关注品牌的消费人群;现代孔雀型占18%,思想开放,责任感较强,品牌意识佳。

