

邱伟杰《味的人》：快乐就是最大的成功

据媒体报道，近日由四川文艺出版社出版发行的《味的人》一书得到广大读者和名家学者的欢迎。这是普及美学作家邱伟杰先生继《美的人》出版之后的又一畅销作品。与之同时出版的还有《漫画美的人》这本绘图读本。三本书以不同的观察角度、不同的创作手段、不同的叙事风格，多方位倾力宣传了普及美学之“本来美”这一理念。三本书的相继问世，带来了大批量的粉丝读者，极大的读者缘促使这一理念深入人心。



《味的人》

时尚成功学的先行

《味的人》是一本讲述人生美的艺术哲学通俗读物。整本书通过自序和6个章节来陈述“味”的3个层面：“味”的第一层面，滋味、味道，即质料性；第二层面，趣味、情趣，即审美倾向；第三层面，体味、体验，即审美的生命活动。此外，“味”在作者的生活经验里还有别样的有趣解读。

邱伟杰先生出生在浙江，在他的老家方言中，“味”读作四声“Fì”，意思是快乐、舒服，所以在本书中“味”同时以快乐的意义风趣地存在于每一个角落，时刻关心着读者“味否，味否”，即“是否快乐，是否快乐”。

在作者看来，前一部《美的人》与这次新出版的《味的人》，前后关联，交相呼应，都是关于本来美的不可分割的论述。前者强调美的静态，是关于人本身美的探讨；后者则强调美的动态，是一本关于人生美的书籍。

如果说《美的人》是美学理论中的横向铺排，那么《味的人》则是美学理论中的纵向扩展和升级。《美的人》整本都在话品。品就是品级。书中说的花品之品，是质地在升华中多时空积累以及展现。《味的人》论述了人生、人格、人品。人生指人的生命与生活。人格是人生的第二层次，多时空的交互积累一起展现，才是人品的全息面貌。

《味的人》自始至终在论述美的千面性，核心思想依然出自“本来美”，即不仅个体的人是美的人，全部人生也是美的人。本来美是有差异的，千人千面，迥然不同，但本来美并不意味着本来就美，什么都无需再做了。所以《味的人》展开了细致的美的成长的分析体验，论证美的价值是动态的、富有生命的。最优势、次优势、亚优势，都是优势，在不同的相对时境中，会产生相对的运动变化，只有让人生的多侧面延伸开来，才能使美不被困于时下眼前的局限。

《味的人》的写作风格，多情而理性，立体而生动，文字流畅，文风坦荡。书中颇多创造性的观点，哲理性的思考，启发性的寓言和故事，读来愉悦而轻松。美，味，不是灵魂和肉体脱节的对立，是基于生命具体质

料的真实存在。美，是要通过物质呈现的；味，也需要通过人的生命和生活作为载体来承接并验证。歌德说，美是艺术的最高原理，同时也是最高的目的。美是一种艺术，是所有艺术的尖顶；美是一种财富，是所有财富的浓缩。人类文明的艺术以及财富的总和，是需要美来体现的。

因此，作者认为，当下和未来的成功学，乃是美的成功学；当下和未来的经济学，乃是美的经济学。

高尔基说，快乐，是人生中最伟大的事！

生存之后，社会人格之后，人品的价值呼之欲出。只有人品的成功，才是价值的兑现，才是快乐的实现。所以，快乐才是最大的财富；快乐，才是人生的成功。快乐啊快乐，味啊味！真味不是一瞬间刺激，而是回味无穷。有味而回味，方为真味！

著名作家点评

美与幸福是检验成功的唯一标准

“随着社会的发展和进步，人们从起初的衣食温饱成功观深入到名利地位成功观，如今迎来一个快乐的成功新阶段。”邱伟杰先生说：“味是一个来自于味觉的词，但它包含了滋味、趣味和体味，是人生丰富的全息镜像。只有将人生活出味的人，才真正享受到全方位的成功。而味这个词的最直接解读，就是快乐。”

湖南作家协会副主席聂鑫森老师说：“《味的人》说：人生其实就是从蛋面到刻面的过程。‘蛋面即‘饱食终日无所用心’的、混沌的、单一维度的，刻面即‘不愤不启不悱不发’的、冲决网罗的、奋起的、多面的。用蛋面与刻面作比喻，这样四两拨千斤的表达，巧妙地把人生境况二分，确乎是深造自得的见解。”

作家徐则臣说：“《美的人》广受好评，畅销至今，与它的语言优美和架构清晰是有关系的。可喜的是，作者并未止步，在《味的人》中，除了保持这些优点，在层次感上更加逻辑严密，步步为营又步步深入，到最后才亮出全书思想的顶点，这种结构倒不像散文而像戏剧和小说了。我很乐意看到一部有戏剧结构的散文作品能再次收获读者好评。”

《新宋》作者阿越称赞：“《味的人》用高明的点穴功夫将审美生活的关键一一拿准点透，那雍容优雅的

文字把人生美的动态分析展现得如春风化雨，润物无声。这是一部不可多得的思想性与文学性兼具的散文作品。”

著名作家《北京文学》主编杨晓升评论道：“味和美到底是什么关系呢？本书作者说：美是品质的静态分析，味是美的动态分析。所以，味是美的生发，是美的更高层次。《味的人》无疑是一本别致有趣的书，作者以独特的视角剖析精神美、灵魂美和人生美，或将助推这个社会对美的认知深度。”

著名作家野夫先生说：“我们曾经生活在匮乏的时代，曾用饥渴的心感知美；如今物质丰饶，更需要提升对美的感知能力和塑造能力。”

南昌大学张国功教授读后感言道：“为追求审美意味的生活，把对生命的反思伸向最日常、最具支配力的地方，是一种极易四面受敌的冒险行为，就像在一个酒吧奉劝大家为了身体健康不要喝酒。然而《味的人》并不畏惧。比如书中说：消费主义的错误，在于你购买了什么产品，就和你是什么人画上了等号。难道不是吗？作者甚至一开始就通过钻石被赋予恒定价值的发生学还原，对消费主义的巨大支配力进行了揭露，随后散落在全书各处的批判比比皆是。这当然既是大勇亦是大仁，然而我更愿意相信，这是思想的通透体现在对生活境遇之把握上的游刃有余。”

“从正向能量上培育整个社会对快乐欲求的认知，无疑意义巨大，在产业上也前景广阔。”北京印刷学院叶新教授如是点评《味的人》。

著名作家宋强直言：“很长一段时间以来，相对于快乐人们更愿意谈论成功。毫不隐晦地畅谈快乐人生，确乎不合时宜，然而《味的人》谈了，而且谈得风生水起。看完此书，你如果没有更快乐，那就再看一遍吧。”

《橄榄绿》主编、著名作家温亚军说：“《味的人》能提升人们的欣赏品位，值得大家静下心来读一读。”

美，在东方的传统里不仅是一种品质，物的品质，气质的品质 and 精神的品质，它更是现代生活中人们追求的终极目标；而美的全息体现，就是邱伟杰先生在《味的人》一书中反复强调的体味，快乐的体味着，生生不息。