

## 你的心聲



### 徵稿啟事

本版歡迎各界人士投稿，來稿內容和題材不限，文責自負，每篇在600字以內，可用實名或筆名發表，但原稿需註明真實姓名和聯繫方法。如刊用將付薄酬。

投稿及查詢，請電郵至：opinion@lionrockdaily.com

## 適當飲茶可以養生

余守中

「開門七件事，柴米油鹽醬醋茶」。茶，雖然叨陪末席，排行第七，但來頭不小，地位尊崇，無論在古代、近代或現代，都與醫學、養生、保健和飲食等息息相關。正因為如此，在2019年新冠肺炎開始為禍的時候，不少人都萌生簡單而美好的想法，希望透過飲茶防治新冠肺炎。推行得較為積極的是日本人。

日本的茶道，是唐朝期間，日本和尚來中國學佛，中國高僧去日本弘佛，佛經與茶經，就在日本悄悄地萌芽、茁壯成長，默默地成為日本文化的一部分，充滿禪意。茶，在遠古時，寫作茶，唐朝的陸羽，被尊為「茶聖」，他在《茶經》中說，茶是神農氏發明的。神農氏稱茶為茶，神農氏是中醫藥的鼻祖，嘗百草，辨藥性，以供帝王防治疾病和養生之用。神農氏採摘一些樹葉用來煮茶，認為可以解渴、消化、利大小便，幫助把毒素排出體外，但也說明茶的霸道、烈性，飲用不當會傷身。茶，在遠古是神聖的，鎮宅門神，一位是神茶，一位是鬱壘。唐代又有一位茶仙，叫盧仝，他對茶作了比陸羽更詳細的解釋，並以《七碗茶詩》概括：「一碗喉吻潤；二碗破孤悶；三碗搜枯腸，惟有文字五千卷；四碗發輕汗，平生不平事，盡向毛孔散；五碗肌骨清；六碗通仙靈；七碗吃不得也，唯覺兩腋習習清風生。」日本人把這詩昇華，化作「喉吻潤，破孤悶，搜枯腸，發輕汗，肌骨清，通仙靈，清風生」，成為日本茶道的靈魂。

到底飲茶能否防治新冠肺炎？答案是否定的，如果能夠，那新冠肺炎早就絕跡了。不過，多飲水，對身體有好處，飲茶，更清心降火，令大小便暢通，消化良好，增強體質，體內邪毒少，抵抗力好，外邪較難入侵。

## 保育孔聖堂 護歷史使命

周維娟

1927年11月26日出版的第156期《語絲》，刊登了魯迅一封名為《述香港恭祝聖誕》的致編者信。又有誰知道，此聖誕非彼聖誕，信中的聖誕主角原來是至聖先師孔夫子。

早至唐朝，已有皇帝用「先師」「先聖」的稱號尊崇孔子，但是隨着清末取消科舉，孔子的地位便不斷下降。滿清滅亡後，不少遺老移居香港，積極推崇孔子，以恢復傳統禮教為己任。

南洋兄弟煙草公司創辦人簡氏家族的簡孔昭也非常推崇孔孟學說。適逢第一次世界大戰期間，德國的潛艇擊沉不少英、美貨輪，很多商品不能運到中國，當中包括煙草。因此，當年南洋公司的煙草生意大好，簡孔昭便開始把他尊孔的理念付諸實行。

1928年，簡孔昭捐贈12多萬方呎的土地，建成今日屹立于銅鑼灣加路連山道的孔聖講堂。1935年落成時，其閣樓的拱形結構在當時算是最創新的建築風格。孔聖講堂可容納千人，在建成後很長的一段時間裏是香港非常重要的會場，在那裏演講過的名人包括現代文學家和歷史學家郭沫若、著名作家及文學評論家茅盾、名儒和教育家錢穆、唐君毅、牟宗三、饒宗頤等人。

由孔子於距今超過兩千年的春秋時代創立的儒家思想是一套宏大精深，以「仁、義、禮、智」等價值為中心，重視培育君子 and 個人道德修養的思想體系。它不但是我國國粹，也絕對是諸位先儒傳承給人類精神文明的寶貴遺產。即使在現今社會中，歷史悠久的孔孟學說仍然是中國人於精神、文化修養的重要一環。而在弘揚孔學的過程中，孔聖講堂肯定會繼續扮演其不可代替的重要角色。

所以我們更應珍惜、保育孔聖堂。

## 玩樂



星 BJD  
MOLLY 海綿寶寶及派大



MOLLY 魔力薄荷卡手辦



MOLLY 旅行者大號手辦

玩具品牌 POP MART 近期在本港掀起熱潮，更在沙田和銅鑼灣連開兩店！適逢今年是香港人氣潮玩角色 MOLLY 推出的 15 周年，POP MART 與人氣卡通《海綿寶寶》於 6 月 12 日推出聯乘產品「MEGA 珍藏系列 1000% SPACE MOLLY x 海綿寶寶」，全球限量 3,000 隻，POP MART 香港希慎店將獨家發售 10 隻，勢必掀起粉絲們的搶購熱潮！

### 多款新品 同日發售

今次 MOLLY 與《海綿寶寶》的聯乘手辦，面罩及手臂均可動，手上的太空攝影槍及頭盔亦可以取下。系列配色更全面升級，白色配上啡色的太空衣在未來感氛圍的映襯下，呈現復古質感。每隻「MEGA 珍藏系列 1000% SPACE MOLLY x 海綿寶寶」售價 \$6,099，擁有獨一無二的限定編號，並且內置 NFC 晶片，專享獨家手機鑑定功能，極具收

藏價值。POP MART 更於同日發售新品「MOLLY x 海綿寶寶 - 海綿寶寶 BJD (可動人偶)」(售價 \$599)、「MOLLY x 海綿寶寶 - 派大星 BJD」(售價 \$599)、「MOLLY 旅行者大號」(售價 \$699) 及「MOLLY 魔力薄荷卡手辦」(售價 \$819)，MOLLY 粉絲們記得 Mark 低！

此外，MOLLY 設計師 KENNY WONG 將於同日親臨 POP MART 希慎店同粉絲見面，為所有成功購買到指定 MOLLY 產品的幸運兒親筆簽名及拍照留念，每個名額最多只可

獲得 3 個簽名，除了當天成功認購的 MOLLY 產品外，獲得名額的粉絲們更可選擇帶同私伙珍藏的 MOLLY 產品到場獲得簽名，更有機會獨得「Molly X 大久保娃娃侵蝕系列印克手辦」(價值 \$1,299) 一個。



設計師 KENNY WONG

SPACE MOLLY x 海綿寶寶 1000% 珍藏系列 1000% 極具收藏價值。售價 \$6,099

SPACE MOLLY x 海綿寶寶

# 限量 MOLLY

粉/絲/必/搶