人不可無耳

陳 安

美國雕塑家中頗有創意者，常雕鐫出一些別出心裁、荒誕可笑的作品，令人忍俊揣度。加州大學戴維斯分校美術教授羅伯特·阿納森，在上世紀九十年代初病故前留下一組系列雕塑，其名譯成中文，不論是「蛋頭」或「雞蛋腦袋」，似乎都不甚雅聽。作品本身也不很雅，就是一個個蛋型的醜陋大腦袋。

其中有一件現置於該校圖書館門前：一個大蛋頭在俯看一本攤開在地上的大書，其臉幾乎貼着書，但還保持一點距離，因爲那臉上的大鼻子頂住了書本，使整個腦袋穩踞書之上方，並保持鼻尖的距離。顯然，這是個書獃子、書蠹蟲的形象，不管是褒揚還是揶揄，反正能令人發笑。

另有一件放在該校法學院前的草坪上，由兩個大蛋頭組成，他們很高大，相對而立，長得像雙胞胎一樣酷似，前額都有數道深深的皺紋，雙眼都是一睜一閉，嘴巴都張得很大。另一相似之處是兩個腦袋都沒有耳朵。一望而知，雙方在搶着說話，在氣洶洶地爭論着什麼，滔滔不絕地說個不停，可彼此誰也不聽誰的，誰也聽不見誰的，因爲他們沒有耳朵，沒有聽覺，對方的言語連「耳旁風」都成不了，而只能成爲「臉旁風」。

有一次，該校學生就「肯定行動」政策發生辯論，不同觀點的兩派在學校招生時究竟要不要給少數民族和女性留配額這個問題上爭執不下，誰也說服不了誰，記者的報道文章就用這兩個沒有耳朵、光說不聽的雞蛋腦袋來形容這場辯論。

筆者由此聯想到我們生活中不乏這種不長或不帶耳朵的現象。譬如在交際場合，有人只顧自己哇啦哇啦而不給別人說話的機會；在所謂的「朋友」之間，有人只顧自己嘮嘮叨叨而從不問「朋友」一句話；在家長與子女、教師與學生之間，有的父母親、老師只顧自己「循循善誘」而不想了解孩子們的想法；在領導與被領導之間，當官的只顧自己誇誇其談而從不不恥下問；在老闆與僱員之間，只許老闆頤指氣使吆五喝六，僱員只能默默無言忍氣吞聲；等等。

生活經驗也告訴我們，一旦有人不長或不帶耳朵，這人與人之間便無法交流，無法溝通，更無法和諧相處，誤會、不服、爭吵、決裂、鬥毆以至傷害之類的事情就必然會發生。雕塑家阿納森似乎在用黑色幽默來逗我們笑笑，可我們眞應從其沒有耳朵的荒誕雕像中領悟到：人不可無耳。此外，有意思的是，阿納森把雞蛋腦袋的臉部刻得很像他自己的面孔，似乎說明是他自己人生經驗的總結，或是想用「自我批評」的婉轉手法來告誡那些不長或不帶耳朵的人：別霸佔話語權，閉上你的嘴，讓人說話，聽人說話。

青年文藝集《掙扎》

許定銘

《中學生》雜誌是歷史悠久的青少年名牌刊物，由一九三〇年創刊，一直出到建國後。它和《開明少年》一樣，都是開明書店最成功的期刊，早年由夏丏尊和葉聖陶主編，同樣愛辦徵文，出過一本青年文藝集《掙扎》（上海開明書店，一九四八）。

葉聖陶在序中說：《中學生》一向鼓吹文藝，希望青少年們多投稿。爲了增加刊出的機會，在刊物上發排以外，特意出版這本徵文選集。還說明刊物雖名爲《中學生》，但他們的讀者、投稿者的範圍甚廣：

……不盡是在校的中學生，也有大學生，公務員，各業的職員，以及體力勞動的工人與農人。……年齡大約在十五六歲到二十幾歲那個階段裡……

因此，這本《掙扎》決非少年讀物，而是名副其實的「青年文藝集」。《掙扎》有一〇六頁，收小說五篇，詩歌五首和散文六篇。除了詩歌仍是極普通的自由體，水平稍遜以外，小說和散文不過不失，正符合葉聖陶所說的作者水平。

書名《掙扎》，除了因書內有此一篇外，因大部分作品均寫人民掙扎於水深火熱中的苦況。此中唐德森的《賣青山的故事》，寫貧農忍痛出售未成熟的蔗田，後被鄉長强搶所得，更送去當壯丁從軍的故事最爲出色，是本書的代表作。

經濟不景 食客小氣

楊百川

加州《洛杉磯時報》最新的民調顯示，美國人的消費信心指數，並未因四、五月份股市回升而有所上調，而是仍在一九九〇年的低位上徘徊。五分之一的國民承認他們的收入「縮水」，甚至嚴重「縮水」，五分之二的民衆坦白表示：他們仍然要爲汽油和食品的支出而發愁。

在這樣的社會氣氛下，餐飲業出現低潮，自是在所難免。食客減少，生意減少，做老闆的當然頭痛。而作爲打工的企枱侍應生，少了服務對象，小費自然減少，令他們更舉步維艱。根據美國餐飲協會四月份的月刊報告，持續的經濟低迷和百分之六點八的失業率，令嚴重依賴小費收入的侍應生深感經濟重壓。他們每天的小費收入，至少減少了十五至二十五元，即每個月少了六百元收入，供屋供樓也大受影響。

經濟不景氣使客人與侍應生之間長期存在的「小費矛盾」（tips problem）進一步激化，部分客人向來不依美國傳統餐飲文化的慣例，即賬單上的百分之十來付「貼士」（tips），這些人多是美國黑人，墨西哥人，亞洲的越南、柬埔寨人以及美國國內低下層的白人。他們拒付的原因或是誤解侍應生已是包薪，一如郵政局人員，一是認爲你的餐館旅店夠忙，你已賺足貼士，少他一個不爲多，可以「偷雞」不付。又或是他們的確收入減少，只夠錢買餐，不夠錢付小費。以前經濟好景時，服務生還可以忍氣吞聲，不跟這類客人計較。但現今環境惡劣，若然服務員招呼半天仍然是「打鐵」的話（這是美國餐飲業的俗話，意即客人離開前沒小費留下，可以用大鐵錘敲敲打打，一樣沒銅板跳出來），他們再也不甘心了，會向客人討個公道，有的會問：「我的服務如何？」又或是「閣下滿意我的服務嗎？」有的甚至更直截了當地說：「閣下似乎忘記留下一些東西給我呀！」直接向客人求財。此時，一般這類食客，也會改變初衷，放下小費。但也有一些客人以「給的是情，不給也不犯法」的態度而拒付，令企枱大受挫折。到這個時候，好心腸的老闆，便會自掏銀包，取出該賬單的百分之十的現款來，交給這位失意的企枱員工，並拍拍他（她）的肩膀，安慰地說：「下一個會好的！」（Next will be a good one!）

自從金融海嘯引致經濟不景氣後，餐館食客所付出的「貼士」的確是「水瓜打狗，不見一截」，以致勞資雙方皆叫苦。儘管好心的老闆會作包底，但也只是百分之十，較之豪爽客人付出的百分之十五，十八，以至百分之二十貼士，還是差了一大截。

小費文化在美國由來已久，但至今美國各地對客人應付多少比率的小費，仍無明文規定。美國勞工部法律顧問安東尼·泰利來（Anthony Telleria）曾表示：客人不給一文錢，也不違法。然而美國國稅局卻異常重視從事餐飲業人員每周的「貼士報告」（tips report），假如發現該報告中的貼士收入，沒有達到該店的營運的百分之八時，他日便會向餐店資方問話，是資方短報該周、該月的生意額，意圖瞞騙美國政府稅項，還是企枱夥計少報小費收入，以便少納稅？無論抽查誰人，勞資雙方均有麻煩。最好便是客人知趣，餐後自動施予百分之十五小費，就皆大歡喜，當然食店勞資雙方，也務必做到出品精良，服務周到，客人感到賓至如歸，自然樂於打賞。

天下的「南京路」

陳 旻

天下究竟有多少條「南京路」？南京市委宣傳部官員吳靜告訴我，他們正在全世界尋覓「南京路」。目前，已經在海內外五十一個城市和地區發現了近六十條以「南京」城市名命名的道路。

吳靜說，這些路與南京自然不是一種名字的巧合，路因南京而名，南京是因，路是果，路自然而然浸潤着南京或多或少的烙印，透着南京的王氣、文氣、秀氣、大氣和人氣，生長着、繁衍着。這些路既與一個文化名城緊緊相連，很容易地讓人聯想到這個城市的歷史和故事，又如此廣泛地遍布於天南海北的大小城市中，或商賈雲集，或文脈悠長。這也讓人們在不同的城市、不同的南京路上行走漫步時，呼吸着「南京」的氣息。

最古老的南京路起於何時，現在已無法考證。但明朝後，很多地方引用「南京」作稱謂的多了起來，於是出現了南京村、南京莊、南京巷等等。甚至，很多大城市被稱爲「小南京」。據不完全統計，在內地範圍內曾被稱爲「小南京」的大小城市就有十幾個，廣西的南寧和安徽的亳州就在其中。

在西南邊陲雲南的鎮沅、貴州的安順等地，都有被稱爲「南京村」和「南京寨」的，那裡的人稱自己是南京人，保留着南京明朝時的服飾和民俗文化。因爲，他們的祖先是六百年前的南京移民。

而香港、澳門的南京街，上海、天津、武漢的南京路等都有淪爲租界的記憶。這些路都成爲歷史的載體，承載着民族的榮辱和悲歡。曾經的繁華背後，都是一段辛酸往事。

抗日戰爭期間，許多的南京路，記錄了抗戰的艱難歲月，顯示了中國人民不屈的民族精神。重慶南京路是在南京淪陷時命名的，是一條明志雪恥的路。瀋陽、長春等許多城市的南京路，是抗戰勝利後，爲了彰顯民族光復而更名的。

此外，大多數南京路，在當地城市中都是繁華或知名的街、有文化品位的街或極具特點和民俗風情的街。而其中，又有許多路與南京城的人和事緊密相連，有南京的故事，有南京的意趣和象徵。

日本神戶的南京町，是一條地地道道的中華街，雖說規模不大，但十分繁華熱鬧，整個街區完全體現了一種中國特有的氛圍，中國的文字、中國的小吃、中國的商品。之所以叫南京町，主要緣於日本民衆對中國的認識多起於吳文化。明朝時，日本人習慣稱中國人爲「南京人」，而來自中國的商品統稱爲「南京物」。如：小鎖稱南京錠，白米稱南京米，花生稱南京豆等等。這種習慣一直沿襲至今。

台灣，是擁有南京路密度最高的地區，幾乎島內每個城市都有南京路，加起來有十幾條之多。這些路，大都是抗戰勝利、台灣光復及一九四九年後，所建的、或者更名的。每條路與大陸城市的道路沒有兩樣，同樣的文字、同樣的語言、同樣的風俗習慣。這種對「南京」的偏愛和牽掛，透着濃郁的懷舊味道，瀰散着似有若無的傷感。

台北南京路的命名是在一九四七年，當時在大同區，因未及時標識和推廣，民間稱謂習慣，初期尚未形成。直到一九四九年後，隨着中山、松山和內湖區一些原有路段合併更名南京路，才使南京路成爲處於台北市中心地區、獨具影響力的道路，並被賦予特別的色彩。

現在的台北南京路，分爲南京東路和南京西路。其路上除了金融機構作爲一大特色外，與中山北路交口處相鄰着台北火車站，車站的地上、地下組成的立體交通網絡，四通八達；與敦化北路交口處矗立着一個造型獨特的建築，台北人喚它「小巨蛋」，這是台北的城市舞台，常常在此舉辦多彩的文化活動。台北南京路的路上還遍布着數家大型的百貨公司、大飯店、企業辦事處、各種各樣的特色商店和專賣店等等。

走過台北的南京路，等於基本了解了台北這個城市的文化特色。這時，人們便會發現，台北與南京太相像了。房屋建築、店舖裝飾、街道的設置和命名，都和南京城一脈相承。足見國民黨人的「南京情結」，猶如藍調布魯斯中的淺吟低唱，始終揮之不去。

香港的「南京街」在尖沙咀之北，據悉，自香港開埠以來，就有這個街道了。這是一條擠滿商舖、雜貨、旅店、飯店、小吃、書屋、髮廊等，以及帶有濃厚的平民市井文化色彩的老街。東起覺士道與佐敦道首尾相銜，西至廣東道，全長約七百米。街面不算寬，雖人來人往、車水馬龍，但也秩序井然。街兩邊常因獨特的民俗商品和傳統美食，吸引了衆多的遊人和市民駐足停留。

有趣的是，從前香港的這條南京街，是很多有錢人和名人居住的地方，據說，明星李小龍也住在這附近。很多外省人，即港人認爲廣東以外的人，都偏愛這條街道。

南京人認爲，香港與南京有着與生俱來的親密關係，香港大嶼山的世界第一大銅佛和香港的標誌性雕塑紫荊花，都是來自南京。

而最爲著名的南京路，當然要數被譽爲「中華第一街」的上海南京路了。路旁商店鱗次櫛比、路上行人熙熙攘攘，時尚而繁華。

在同一個城鎮內，以「南京」命名道路最多的，要算西藏拉薩市的墨竹工卡，有南京路、金陵路、金陵東路、棲霞大道等等，這些路都是南京援建的。這裡，似乎成了南京城的一部分，到處都留有南京的印記。

史學家認爲，東西晉和南北朝時期，南京與開封及中原諸地的經濟文化交流活動十分頻繁興盛。據聞，當時南京得自中原文化典籍有六萬多卷。而許多書畫家、文學家、科學家和百工巧匠遷居江南。金陵之地，人文薈萃，物華璀璨。北邊中原文化，東南方向沿着秦淮河流域，再通往太湖流域，錢塘江流域，吳越文化跟中原文化在這兒匯合。東西兩面，吳越文化和楚文化在這兒交匯。所以南京的歷史文化呈現一個很強的特點：包容性，兼容並蓄。

因此，古都南京，平實、質樸，開放、包容。南京人熱情、平和，善良、寬厚。南京路也正是秉承着這個城市「上善若水、厚德載物」的精神，從容地向天下延伸。

台北南京路街景 陳旻攝

敦煌城見聞

夏智定

初夏遊敦煌，據當地人說正是黃金旅遊期。我花了十天，暢遊了敦煌城四周的著名景點，舉凡天下皆聞的莫高窟、鳴沙山和月牙泉、陽關、玉門關、雷音寺及當地的漢長城遺址、雅丹地質公園等等，皆盡興賞遊，甚至連那座地處僻遠的西晉畫像磚古墓，也都趁興前往一探。大漠風情古意悠悠，至今猶縈迴於心。

每日遊罷，我即返敦煌城的敦煌飯店下榻，而每夜睡前的獨自徜徉古城的見聞和感受，同樣令人難忘。美哉，敦煌。

時值初夏，敦煌城的白天顯得特別長，直至晚上九點，猶見天光暮色，一如江南黃昏時分的五、六點鐘光景。此時上街漫遊，清風拂面而來，十分涼爽宜人。

敦煌城，如今人口保持在十八萬上下，由於水資源較缺乏，爲了保護敦煌文化及其人文環境，敦煌城目前嚴格限制移民；而每天慕名而至的海內外遊客多至四萬左右，已令這座沙海深處的千年古城窮於應付了。

敦煌城，其主要街道爲陽關中路、陽關東路、陽關西路和鳴山路及沙州路，也是大旅館和各種特色飯店之所在，敦煌城美食中著名的驢肉黃麵，在這裡的不少飯店都可以吃到。

近年來，敦煌城街道大事裝飾美化工程，其與敦煌文化緊密融合，令遊人讚嘆不已。白天，人們走在沙州路上，會見到以古鐘形式垂吊的街燈列於兩排，那種佛教藝術的莊重氣氛，給人印象深刻。相比較其他城市，敦煌的陽關中路、陽關東路和陽關西路及鳴山路北端，其路面設計可謂別出心裁，即在行人道上，每隔十步便鋪有一塊方形文物圖案水磨地磚，其內容或是敦煌出土文物中的畫像磚圖案，或是唐墓或宋墓中的藻井圖案，更有敦煌景點示意圖和古代絲綢之路示意圖。行人可邊行邊低頭細賞，諸如麒麟、天祿、天馬、神雀、帶翼神羊等上百種古墓畫像磚圖案，或於當地出土的歷代錢幣等圖案，可謂精彩紛呈，令人目不暇接。行走在如此藝術大道上，我由衷佩服城市管理當局的目光和創意。

更令我驚喜的是，那條鳴山路上的夜景可謂天下一絕。原來入夜後，鳴山路上滿是凌空飛舞的五彩飛天燈飾，但見舞姿曼妙的飛天陣，翩然展現於夜色中，人行其下，恍如置身佛界極樂雲霓深處。

敦煌市的市集，以位於陽關東路南側的仿古商業一條街最爲熱鬧，除了兩邊的專售書畫玉雕的店舖外，路中央排列了上百座小攤。這種小攤的生意極好，從飛天搨本、飛天木雕到奇石、夜光杯、敦煌陶壎、夜明珠等應有盡有，直把人看得眼花繚亂，而此刻的討價還價之聲中，竟然還夾雜着外語，有的小販更會講幾句流暢的日語和俄語。

敦煌市民風淳厚，且豪放可親。那天我在一家小飯館吃了一頓豐美的晚餐，付完賬剛走出店門，老闆娘忽笑着塞給我一包當地的特產沙棗說：「這種沙棗果，你們外地人很少能吃到，有養生功用，帶回家嘗嘗吧。我家種有一大片沙棗樹，四月開花時，那花香可眞熏醉人呢。」老闆娘的快樂神情，至今難忘。

美哉，敦煌城。

寧波年糕湯

馬承鈞

鍾靈毓秀的寧波不啻是名聞遐邇的濱海旅遊城市，甬城的佳餚也令人讚不絕口。說到美食，每個人都有自己心中的尤物，所謂「蘿蔔白菜，各有所愛」。離開寧波四十載，一種看似平常的甬城美食始終令我念念不忘。這種情結隨着歲月的延伸還大有愈演愈烈之勢——我所說的這種美食其實只能算是一種地方小吃或曰坊間快餐，它便是——寧波年糕湯。

年糕，是將糯米（江米）碾磨成米粉而製成的糕，因是農曆年必備食品而稱作「年糕」。年糕最早是作爲除夕祭神、歲朝供奉祖先所用，後來逐漸成爲春節代表性食品，蘊含發財、步步高之意。因其食用方便又容易存放，遂又成爲四季食品，寧波年糕屬於水磨年糕。我小時候，寧波人幾乎家家都有一個碾糯米用的小石磨，進入臘月，家家戶戶男女老少都會加入推磨碾米蒸年糕的行列，這時我們已經放寒假，也興沖沖加入這個行列，幫大人添米、加水、推磨，那眞是一幅熱氣騰騰的浙東民俗圖啊！年糕蒸好後，一摞摞擺放整齊，就等着年前年後享用了。因爲年糕富含蛋白質、脂肪、碳水化合物、煙酸、鈣、磷、鉀、鎂等營養元素，所以老少咸宜，備受甬人的歡迎。

寧波年糕吃法很多：炒年糕、炸年糕、蒸年糕、燴年糕……都是膾炙人口的民間美食，而我更偏愛年糕湯和炒年糕。小時在寧波第二中學讀書，中午不能回家，便到距學校不遠的城隍廟花幾角錢買一碗年糕湯。但見廚師將潔白的年糕片倒入沸鍋，稍煮片刻，撈出，撒上葱花、肉鹵、筍乾和小油菜，澆滿高湯，一碗香噴噴的年糕湯便告完成。對於小小學子，那眞是一種誘人的美味。煮熟的年糕片黏裡帶滑，軟中帶筋，嚼起來津津有味，堪稱湯鮮糕糯、美味無比。尤其在冬日，海風吹來，寧波奇冷，吃碗帶辣椒醬的年糕湯，頓覺滿嘴留香、渾身暖和，若再要一份油豆腐或茴香豆，簡直就是一餐盛饌了。炒年糕則是將年糕片配肉絲白菜炒成，伴以一碗梅乾菜清湯，其美味不亞於年糕湯。據寧波市政協一位老友說，原籍寧波的香港「船王」包玉剛，就對寧波炒年糕和年糕湯情有獨鍾，每次返甬，餐桌上總少不了它。

網商接棒消費券

文佳

進入五、六月，越來越多的跡象顯示，內地經濟已漸漸從「寒冬」走出。與此同時，年初各地免費發送購物券、旅遊折價券的促內需熱潮有漸漸收尾的態勢。不過，誰也未曾想到，「支付寶」日前出台的一個舉措，再度讓「消費券」升溫，並因其是網商所點燃，令「消費券」陡然火燒至網界，眼下大有席捲內地之勢。

廣州林小姐近日主動查看自己支付寶的帳戶，發現有消費積分五百分。按照支付寶剛剛推出的「積分換現金」計劃，她計劃利用四百分，加上五百四十元人民幣通過支付寶合作商戶，購買一部進口品牌手機。她說：「消費越多，積分越多。積分越多，買東西越便宜，蠻刺激的！」

事實的確如此，在廣州，不少有支付寶帳戶、喜歡網購的年輕人，開始談起積分來了。支付寶幾周前出台的這一措施規定，二十積分可兌現現金一元，兌現可用於百餘家合作商戶上萬種商品的消費，大至家電、小到購買遊戲點卡、彩票、看電影等。

支付寶這一計劃，預計讓利八百六十六萬元，規模不算小，動作頗有震撼力。六月九日甫推出，線民登陸帳戶兌現的票面金額就達二十多萬元。行家預計，光這二十多萬即能帶來數百萬元的網購生意！

去年十月開始，內地經濟急轉直下，並在農曆新年前後步入窪地。在廣州，那時可見街頭不少商舖倒閉的情景。作爲應對時艱、挽救經濟的措施，政府除了出台一系列刺激經濟計劃之外，各地也靈活善變，推出種種刺激內需舉措，而免費派發消費券是紛紛仿效、並迅速流行起來的新做法。發放消費券，實際上已起到盤活商家生意的作用，也正因爲頗具實效，此做法在趨向沉寂之際，又再度異軍突起，火燒至網界，目前一些網店已開始做做。

支付寶作爲內地最大的網購仲介支付平台，承前啓後、因勢利導推出網路消費券，影響不可小視。因爲其落足目前活力最爲強勁的網路消費領域。實際上，就在前些月經濟步入寒冬之時，內地網路消費依然逆勢飛揚。去年銷售額達到九百九十九億的淘寶網，有資料顯示，到今年三月，已憑其銷售業績進階，一躍而成爲亞洲最大的購物網站。

據觀察，支付寶此次出台的手段，實際上包含幾方面戰略目的：首先，利用積分、再消費的循環做法做大網購「蛋糕」，支持簽約網商做大生意，抵禦風險；其次，利用社會對「消費券」趨之若鶩的心理，先聲奪人，移師至網界，啓動新的行銷戰略。此外，它還有一個隱秘的目的，即在銀聯不久前宣布介入第三方網購支付領域、在預見競爭即將升級之際，主動出擊。可謂一石三鳥。

廣州資深網路行銷分析員私下分析，支付寶此舉不算很具創意，但將大大刺激內地其他第三方支付商家業已緊繃的神經，網界競爭接下來將會加劇，這是「引火燒網」可以預料到的結果。實際上，網界競爭升級已見端倪，據了解，已有一知名大型網商悄然實行挽留客戶的戰略，取消原定每家網店保底六十萬元生意額並按此抽取「回佣」的制度。