

## 世界杯時裝



是日終於到了世界杯決賽。回想去年決賽所產生的冠軍和亞軍——意大利及法國——今趨表現卻相當不濟，但這兩個時裝王國，倒懂得利用足球來推動時裝的銷情：「路易·威登」(Louis Vuitton)請來了三代球王：比利、馬拉當拿和施丹到馬德里的一間酒吧，拍攝了一輯相片，成為全球於世界杯決賽月期間最吸引人的廣告之一，也令其銷情持續理想。

過去，一般主力借世界杯促銷的品牌，主要有三類：運動用品、飲品及科技產品——但今天連豪華消費品品牌，也在世界大力推銷，事實上已是大突破。此外，即使是電器用品，在世界杯熱潮期間的推銷方法也十分創新：例如在法國、德國、英國和意大利，日本的電器生產商「東芝」提出，但凡客人所屬的國家在世界杯賽事中勝出一場，便可得到現金回贈，即使客人所來目的國家沒晉身決賽月，假如某國家隊

軒轅伯

贏波，該國之內的所有分店，都有額外的折扣優惠——固然，這些商店在夏天期間，大可能也會減價，但趁着世界杯熱促銷，總會令大家都開心一點罷。

針對個別產品的世界杯促銷計劃也很有新意。像英國的大型電子產品連鎖店便由五月開始，只要英格蘭國家隊每射進一球，所有購買高清電視的顧客，便可享十英鎊的現金回贈優惠——很抱歉，英格蘭只入了三球，真是令人相當失望。

即使是一「國際足協」(FIFA)，今天也加入了世界杯熱烈促銷的行列。事緣上屆二〇〇六年世界杯紀念品的銷情，雖然十分理想，全球收約二十億美元(即超過一百五十億港元)。只是賽事一結束，二〇〇七至二〇〇九年間，國際足協的所有產品便幾乎完全滯銷。為此，國際足協專誠聘請了新加坡的品牌設計顧問，推出全新的「FIFA時裝系列」，希望在未來幾年，能透過時裝獲利。有趣的是，原來很多復刻版的世界杯吉祥物衣服及紀念品，方是現今最渴市、最受歡迎的產品！

## 中國古典式樣

陳天權

在上世紀三十年代，香港出現了一批以西方技術興建的中國古典式樣樓房，當中包括教堂傳統宗教建築，還有大富人家的住宅，後者現存可見的有大坑的虎豹別墅、灣仔半山的景賢里、山頂的曉覺園，及屯門的龍園。

二十世紀初，西方建築師紛紛來華工作，他們設計作品時喜歡結合中國傳統宮殿式大屋頂和西方鋼筋混凝土結構，但由於未能掌握中國傳統建築精髓，所以在建築細部處理上大多符合傳統法式。一九二〇年代末期，留美華人建築師呂彥直設計的南京中山陵落成，採用西方先進技術的中國古典式樣建築才流行起來。

這批第一代留學歐美的華人建築師，既接受西方學院派教育，亦有民族主義思想，作品融和兩者特點。在香港這個華洋雜處的地方，不乏這類中西合璧的建築物。一九三五年落成的大坑虎豹別墅，便是一座糅合中式風格的鋼筋混凝土住宅，外表有飛簷瓦頂，亦有門廊、彩繪玻璃窗、露台、火爐和鍍金壁畫等西方元素。毗鄰的萬金油花園也具中西特色，可惜在二千年賣給發展商，現已拆卸建成四幢豪宅了。

觀乎中國古典式樣建築特色，是講求對稱，強調主從關係。另外用料考究，施工精細，務求堅固耐久，典雅華貴。

香港每個時代都有不同的建築風格，三十年代的中國古典式樣，反映了當時的潮流，亦顯示中西文化互相碰撞的結果。



▲虎豹別墅是一幢糅合中式風格的西式結構建築

## 「人以氣為主」

思 健



「氣」的概念是無形的，但它在充滿生命力的自然界裡卻是無處不在的。古中醫在描繪「氣」的涵義時用繁體字，其基礎是個米字，如同精字也有米的組成部分。這是說氣雖抽象，但它的本質還是一種物質。在中醫的眼裡，氣是一種能維持人的生命活力的物質，又可說是一種能量，它提供人體各臟腑器官活動的能量。

說「氣」是物質(精微)，還有另一層意思即氣同血的關係。血在體內的運行常採用一種稱為「榮氣」的形態，不斷地為氣的生成和功能活動提供水穀精微。而「氣」雖賴血以附之，但它也有化生血液

的功能，其功力能鼓動人身之血，由一絲一縷化至百十千萬。

氣運行於人的經絡之間，「其氣上輸心肺，下達肝腎，外灌漑四旁，充溢肌膚，所謂居中央暢四方者如是。」用宋代醫家楊士瀛的話說，「人以氣為主……陽之所以升降者，氣也；血脈之所以流行者，氣也；營衛所以轉運者，亦氣也；五臟六腑所以升降者，亦此氣也。……順則平，逆則病。」

總之，人體的呼吸吐納、水穀代謝、營養散布、血液運行、津流、濡潤、抵禦外邪等一切生命活動，都是通過氣的作用來實現和維持的。

人一旦氣衰，則生命亦將衰微，無從生活，更談不上長壽。故今古養生家都十分重視養氣，此乃養生的重要面。

## 血肉之軀由水造

易經緯

口渴，是體內水分已失去平衡，細胞開始脫水的生理反應，這時才飲水，已經遲了，因為已犯了「火水未濟」之大忌。不妨再以煲湯為例，都是先放水入煲，然後燒火的，而且還要不時檢查，看看有沒有水燒乾的現象，及時調節火力或加水，否則焦了、糊了，沒湯喝。又以煲水為例，如果等到鍋燒乾燒紅才加水，這樣的水，肯定不好飲，而且，水鍋的使用壽命會縮短。鋼鐵造的鍋也受不了這樣的折騰，血肉之軀又情何以堪？

說清楚一些，血肉之軀其實是水造的，人體有百分之六十至七十是由水組成的。這筆「滾水帳」怎樣算？很簡單，人體由無數個細胞組成，細胞呈液態，處於細胞內的是細胞內液，佔個人總體重百分之四十至四十五；處於細胞間隙的是細胞液，佔總體重百分之十五至二十；處於心血管的是血液，佔總體重百分之四至五。三者在醫學上稱為體液，絕大部分是由水構成的。進入體內的所有物質，都必須溶解於水，再由體液帶到各個器官進行分解、吸收等化學作用。人體一旦缺水，新陳代謝流水作業便出問題，也即是健康出問題！



## 海上音樂廳

林家琦

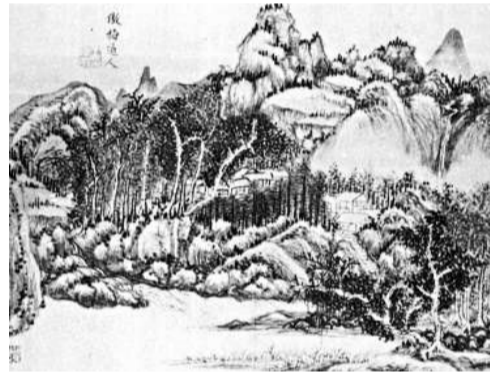
有怪自己看得好節目太多，要求太高罷！

最近收到資料，得知一艘郵船以知名音樂家作招徠。每日在船上的音樂廳都會有多場獨奏或管弦樂團演出，酒廊則有室樂和小組；演奏的樂曲絕不兒戲，什麼大型交響樂、協奏曲或經典室樂曲都會被演奏。演奏家還會在航行期間跟乘客交換音樂心得，舉行講座及研討會。電影院又有試影會，另設有大師班供樂迷切磋一番，立志在汪洋大海上建起一座海上音樂城堡！只看宣傳，這樣的一個郵輪假期已看得我心癢癢，你有興趣一同前往嗎？



## 王時敏擅仿元四家

李英豪



明末清初的著名畫家中，筆者個人偏愛三高僧(石濤、弘仁和髡殘)與八大山人；卻不大喜歡清初「四王」(王時敏、王鑑、王翬和王原祁)。石濤(即清湘、苦瓜和尚)曾在畫論中，指出「古人肺腑，不能生在我之面目。古人肺腑，不能安入我之腹腸。我自發我之肺腑，揭我之眉目。」他顯然與力倡「正統」的「四王」大相逕庭，要寫生造型，「搜盡奇峰打草稿」，而反對「泥古不化」；故自抒胸臆，寄情寫意，獨創一己風格，意境自現。

「四王」為首的王時敏，「自壯歲以迄白首，日夕臨摹」，師事元季四家，力追宋人畫意，視作文人畫的「正統」。他與其孫子及學生俱一定要盡力體會古人繪畫的三昧。王時敏收藏很多著名古畫，有些在旅遊時也帶在身邊，隨時可展畫臨摹。他最擅長學黃公望(黃子久)的山水畫；仿范寬、巨然、董其昌、王蒙等的名跡，足以亂真。他潛神一志，細心揣摩，「盡得其法，仿臨宋、元人，無微不肖」。例如附圖就是王時敏仿元四家之一吳鎮(梅道人)的代表作，其披麻皴、點葉法和濡濕柔順筆緣，風格與技法直逼吳鎮(其實吳鎮亦是仿巨然)。

筆者愚見認為缺乏個性與自我，並非自然流露；僅刻意追求前人古拙醇厚的筆墨，雖筆筆有出處，技巧純熟，但止於仿而已！

## 品味香港 了解祖國 洞觀世界

大公網

日均點擊率1000萬次以上，受眾遍及中國內地、港澳、台灣，以及美國、加拿大、澳大利亞、韓國、日本等國家和地區。

## 歡迎瀏覽並惠賜廣告

大公網網址：[www.takungpao.com](http://www.takungpao.com)  
大公手機新聞：[3g.takungpao.com](http://3g.takungpao.com)

聯繫電話

香港：852-28310500  
北京：10-68001032  
上海：21-62789301  
廣州：20-87362846  
深圳：755-82077232  
福州：591-7535147  
杭州：571-87151207

南京：25-3243655  
瀋陽：24-23128388  
濟南：531-8589548  
大連：411-2815063  
吉林：431-8630954  
哈爾濱：451-82328241  
武漢：27-85761302

重慶：23-63628921  
西安：29-87291924  
成都：28-85557928  
雲南：871-4199577、4179318  
海南：898-66735188  
澳門：853-66699931

大公網深圳電話：755-26648947，26407878轉191

電郵：[tkpkcc@takungpao.com](mailto:tkpkcc@takungpao.com)

## 大公網廣告價目

版位	規格	價格(元) (每月計) HK\$ (港幣)
首頁通欄廣告 可擊點接連網址或 開啟廣告詳情內容	468x60pixels(15K)	\$48,000
首頁面指定位商標旗幟廣告 可擊點接連網址	120x50pixels	\$25,000
其他網頁通欄廣告 可擊點接連網址或 開啟廣告詳情內容	468x60pixels(15K)	\$22,000
首頁頁內廣告	不固定	\$30,000
國際、國內、港閩、財經、 娛樂欄目頁內廣告	不固定	\$25,000
其他欄目頁內廣告	不固定	\$15,000
其他網頁商標旗幟廣告 可擊點接連網址	120x50pixels	\$15,000
豎形廣告可在各欄目首頁及 內文頁的左右兩旁指定位置	60x120pixels	\$15,000
彈出窗口(當進入網站主頁 面時，同時彈出一個廣告 視窗，裡面顯示廣告內容)	不固定	\$50,000

### 廣告製作費用

- A. 通欄廣告：HK\$2500-3000元/幅  
B. 旗幟廣告：HK\$800元/幅  
C. 豎形廣告：HK\$1800元/幅

若同時徵訂《大公報》廣告，本網廣告價格大幅優惠。