

責任編輯：王鉅科



▲趙汝忻（後排左二）、文靜芝（後排右二）與小朋友合影 本報攝



▲米奇妙屋一角 本報攝

米奇遊樂園登陸香港

【本報訊】實習記者王璋報導：今天起至八月三十一日，全港首個最大米奇妙屋遊樂園、傑克與夢幻島海盜樂園登陸 MegaBox，為小朋友帶來一個豐富有趣的暑假。

迪士尼頻道（大中華區）執行總監趙汝忻在昨日的記者會上介紹，一個專為二至七歲兒童及其家庭設計的全新頻道——Disney Junior 將於下月十一日在香港播。該節目將學習元素融入迪士尼故事當中，鼓勵父母和小朋友一同認識迪士尼的主角、體驗奇幻旅程。觀眾可以在 now TV442 台、香港寬頻 312 台、有線電視 136 台收看 Disney Junior 頻道。

為了慶祝頻道播，Disney Junior 將在暑假期間在 MegaBox 舉辦一系列活動。首先登場的是全港首個最大米奇妙屋遊樂園。屆時，MegaBox L5 將成一個童話世界：大大的黑色米奇頭配以搶眼的紅色身軀及鮮黃色的米奇鞋大門，便是小朋友們熟悉的米奇妙屋，站在屋前的米奇和高飛張開手歡迎到訪的客人。米奇妙屋旁還有米妮至愛的噴水池花園，花園內布滿色彩繽紛的花朵。顧客可以免費參觀拍照。與此同時，在 MegaBox L9 呈現的則是全港首個傑克與夢幻島海盜樂園，小朋友可以在此先感受傑克探險的刺激。

昨日的記者會上，另有 MegaBox 總經理文靜芝出席。一群來自茵怡幼稚園的小朋友帶來了精彩的舞蹈表演，吸引了不少顧客駐足觀看。

提升設計技巧 掌握國際動向

設計家聚港探討品牌創新

【本報訊】實習記者王璋、田源報導：為幫助企業在瞬息萬變的環境中應對挑戰，香港設計中心近日於唯港薈舉辦設計智識周，旨在幫助設計師掌握最新的國際動向，提升各行各業的設計技巧，以及促進設計在企業中的應用。設計智識周包括一個主題為「為亞洲及中國設計」的全日研討會和十二個工作坊，二十餘位國際知名設計家齊聚一堂，探討品牌設計、環保設計、品牌設計、創新設計等議題。

讓好奇心生生不息

二十二日的研討會上，聯想集團創新設計中心香港區總監 Andreas Schupp 發表了以「讓好奇心生生不息」為主題的講話。他以聯想集團自身的品牌發展歷史、產品設計理念為例，說明了在當今中國乃至整個亞洲社會，產品設計應與文化相融，並結合地區特色，以人為本，不斷創新。他介紹說，聯想集團在中國同類產品銷售中一直佔有較大市場份額，並於二〇〇五年成功收購 IBM PC。集團在全球包括北京、香港等地擁有十四個創新實驗室，這些設計團隊將人文、藝術的概念與科技相融合。作為聯想集團香港地區的設計總監，Andreas Schupp 負責香港創新設計中心的成立及管理，他的任務主要針對的是一些產品的策略性設計、設計研究及項目管理。

Andreas Schupp 說，設計的元素應包含先進、獨特、合理、簡潔、創新等概念，並在設計前詳盡調查產品的用戶，以達到「以人為本」的設計。他認為，現今中國社會正處於一個轉型時期，中國的產品設計應體現傳統文化價值觀和現代化生活的雙重概念。二〇〇八年，聯想創新設計團隊設計的祥雲火炬被北京奧

運會採用，聯想就此開發了以中國朱漆紅為底色，祥雲圖案為裝飾的個人電腦。這套產品的設計理念中融入了中國傳統的「天、地、人」和諧統一的思想，既是科技的成果，又是文化的體現。

重視設計創造名牌

同濟大學教授 Jan Stael Von Holstein（緣詩道）從事設計行業四十餘年，曾在歐洲主要國家的首都、美國以及中東創辦設計顧問公司。他在研討會上作「為聯動的中國設計和建立品牌」的主題演講。隨着市場的逐漸開放，中國從一九八七年至二〇〇七年間經歷了一個「品牌進化」（brand evolution）的過程，企業漸生品牌意識。然而把中國本土品牌放到國際市場中進行比較，則會發現中國品牌的知名度遠遠不足。緣詩道提到，在中國以外的地方很少人能說出五個以上的中國本土品牌的名字。不僅如此，在汽車、服裝、化妝品等領域的國際知名品牌中都難以見到中國品牌的蹤影。他認為出現這種現象的原因是中國企業的品牌意識不足，設計上缺乏新意，以模仿國際知名品牌為主。另一方面，一些中國企業在設計上過於本土化，以至難以為國際市場所接受。緣詩道提出由「中國製造」向「中國創造」的關鍵在於政府、大學和企業的密切配合，把重視設計作為一項長期戰略，給予足夠資金支持。

活動的主辦方香港設計中心是一個非牟利機構，其宗旨是運用設計和創新來創造價值及改善生活質素，積極推進應用設計為企業和社會創造價值。是次設計智識周將持續至本月二十四日。

▲聯想集團創新設計中心香港地區設計總監 Andreas Schupp 談到好奇心於設計師的重要性 本報攝



▲同濟大學教授 Jan Stael Von Holstein（緣詩道）指出產品設計應注重建立品牌 本報攝



「結嵐情歌」掀懷舊情

【本報訊】記者井欽聞深圳報導：「結嵐情歌」——鄭緒嵐獨唱音樂會將在六月二十六日深圳的保利劇院舉行。這位抒情女高音將用音樂串聯起她的藝術人生。鄭緒嵐是上世紀八十年代中國歌壇的重要符號之一，她演唱的《太陽島》、《牧羊曲》、《大海啊，故鄉》、《飛吧，鴿子》等歌曲風靡一時，留下了一個時代鮮明的印記。

一九七九年，初到東方歌舞團工作的鄭緒嵐，偶然試唱了一部電視風光片的主題歌《太陽島》，一炮而紅。一九八三年鄭緒嵐第一次參加央視春晚，演唱了《牧羊曲》、《太陽島》和新作《大海啊，故鄉》。她說：「當年春晚沒什麼節目審查，我演出當晚才拿着錄音帶去現場，導演覺得三

首歌太雷同，無奈沒準備其他歌曲，只好照唱。沒想到，《大海啊，故鄉》就這樣風靡全國。」

鄭緒嵐唱得舞美比較簡潔，沒有太多的聲光電，也沒有嘉賓，連主持人也省略了。節目換裝的間隙也只用老照片來填補空白。

音樂會開場第一首歌是《飛吧，鴿子》，「鴿子純潔、嚮往自由，也是我所追求的品質。」鄭緒嵐說。之後她將會逐一唱響《映山紅》、《媽媽留給我一首歌》、《鼓浪嶼之波》、《牧羊曲》，八七版《紅樓夢》中的《枉凝眉》和《葬花吟》等膾炙人口的名曲也將一一呈現。

▲抒情女高音鄭緒嵐

新園地

東寫西讀

拉嘉德 VS 卡斯滕斯

銀行行長卡斯滕斯。由始至終，卡斯滕斯都被視為「黑馬候選人」——就連外訪拉票的次序卡斯滕斯也照拉嘉德的行程：在拉嘉德訪問過印度與中國後的一周，卡斯滕斯亦到訪印度，接着也是到中國，再到日本。

雖然普通分析都覺得這位墨西哥央行行長勝算甚微，但是，對任何選舉來說，有競爭當然較沒競爭為佳：因為選民可對候選人提出更多要求。當尤其明顯想「抽水」的是印度，當地官員對大熱候選人拉嘉德支持與否的態度相當暖

國際貨幣基金組織（IMF）空出來的總裁席位，下星期五便會正式產生——是「次選舉」也可以說成是「建制派」與「發展派」之爭：西方發達國家是為傳統金融世界的建制派，其候選人是先後到訪印度及中國的法國財長拉嘉德；至於她的對手，是直到最近才比較為人認識的墨西哥中央銀行行長卡斯滕斯。

「發達」VS「發展」，這是一場「陪跑」。墨西哥治安差人所共知，特別是毒犯的巷戰。可是在經濟方面，墨西哥過去十五年算是極其穩定地增長；即使升幅較中國遜色，但轉變模式當其其他市況波動的金融理想。例如墨西哥的「經常帳」（current account）及庫房均沒出現赤字，且匯率及通脹也算受控，更出了新世界首富「史林姆」（Carlos Slim），為了防止他進一步壟斷，上月墨西哥政府罰了史林姆十億美元——這些都是卡斯滕斯之功。

但是卡斯滕斯終究屬於「技術官僚型」，不像對手拉嘉德具備魅力：她會用 Twitter 發布自己跟各地官員會晤後的第一手消息，而卡斯滕斯卻不會善用通訊科技。加上卡斯滕斯被標籤為「芝加哥學派」，令人對他有保守的印象，於現時一片改革聲音當中便相當不利。

軒轅伯

雞排英雄

洪嘉

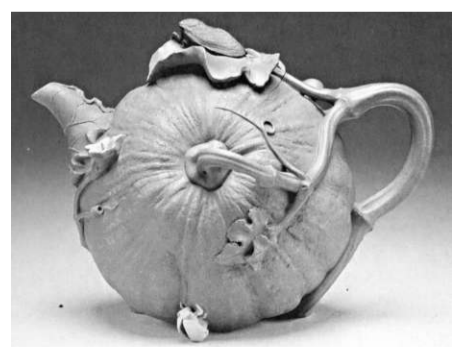
情得不得了，卻也看實讓人感動。感動的不是各區夜市大晒，而是一種最基本的生命力，如何頑強地在所謂「發展」、「都市更新」等堂而皇之的口號下，展現出最基本的價值與純粹的力量。都市該是讓人更好地生活，而不是為了讓都市更好地發展，而把人的生路堵絕。

然而現實往往在讓人啼笑皆非。藍正龍飾演的阿華，在眾叛親離灰意冷打算放棄抗爭時，說：「我們可以窮，可是我們不能任人魚肉。」

影片在台灣票房高收，也許正是這種堅韌的「在地精神」在背後支持着。此片在香港的票房不好看，即便有人拍過香港版本，估計也是慘淡收場，因為香港或許缺乏所謂的「在地精神」，沒有一種對於「古早味」的自愛。

別創一格的南瓜壺

李英豪



是在壺身側面，瓜蒂則連藤作壺把，藤則連瓜葉作壺蓋。十七世紀上半葉，陳子昂（陳鳴遠之父）曾創製一把十分特別的自然形南瓜壺，以瓜柄為壺蓋，以「蛙瓜葉捲成壺咀，以瓜藤為壺把，造型富想像力與藝術美，可說匠心獨運，巧奪天工。

色南瓜型紫砂茶壺。他除了調配出白沙泥般的色調外，就是造型上一反傳統；其瓜蒂並非作壺蓋位於上方，而是連藤作壺把，藤則連瓜葉作壺蓋。這種設計與製作精神，一方面另闢蹊徑，善加衍化，別創一格。

例如附圖為近代名家王小龍創製的南瓜壺型紫砂茶壺。他除了調配出白沙泥般的色調外，就是造型上一反傳統；其瓜蒂並非作壺蓋位於上方，而是連藤作壺把，藤則連瓜葉作壺蓋。

人間百貨

吳昊

又是蟬鳴荔熟，東莞的弟弟來電：「快點回來吃樹上熟。」

記得小時候，我們爬上荔枝樹，即摘即吃，最是新鮮，但火氣最重（俗稱「一箇荔枝三把火」），吃得多了，夜來發燒，簡直自討苦吃。

荔枝是一團火，與一個神話有關，相當奇幻，很合我口味。

話說商朝紂王無道，寵幸妲己，酒池肉林，民怨四起。這妲己是千年狐狸精所化，迷惑紂王，殘殺忠良，旨在擾亂人間。其時忠臣比干碧血丹心，他認為：「主暴不謀，非忠也；畏死不避，非勇也；見過即諫，不用即死，忠之至也。」遂諫紂王，「不修先王之典法，而用婦言，禍至無日」。紂王大怒，妲己嚷着要看忠臣之心有何不同。

比干便慘被剖胸取心，當然這妲己已見人心，妖性盡露，把心進肚子裡，卻突然覺得胸腹像被烈火焚燒，妖精肚子裡便留住忠魂，逼得張口一吐，那顆比干的丹心，便飛到遠處，長成了荔枝樹，所以結出的荔枝都是心形的，而且都是丹紅色的。正因如此，荔枝吃多了，你總覺得有一團火在燒。

好了，講回比干，他剖心之前，曾將高人妻子留給他的簡帖焚化而服用了，故心雖被剖，肉體不死，還行走如飛，好不逍遙，突聽得婦人叫賣「無心菜」（蕪菜），好奇怪，便問她：「人若無心，如何？」答曰：「人若無心，已死。」比干聞言，慘叫一聲，命歸黃泉。這是神話的精華：做人，如果良心失落，他早已死亡。

馬頭角牛棚

陳天權

過去若非參觀展覽，想到訪馬頭角處的牛棚藝術村，便要偷偷摸摸地混進去，否則會被政府產業署的保安人員趕走。進入牛棚也不能隨處拍照，原因是會「侵犯」藝術工作者的私生活。結果，該藝術村變成了少數藝術家的私人天地，閒人勿近，以致終日冷冷清清。

但自從今年四月發展局接管牛棚後，情況就開始有所轉變。現今市民可以在早上八時至晚上十時入內參觀，毋須登記，而且還可在公眾地方拍照。負責保安的職員也很熱情，向到訪的市民介紹哪些團體正有展覽舉行。雖然定期舉辦展覽或演出戲劇的團體不多，但光是參觀這座超過一百年歷史的建築群，已不枉此行了。

牛棚原稱「牲畜檢疫站」，設有牲畜屠宰場、飼料倉庫、辦公室、宿舍，以及牛棚、羊棚和豬棚等。屠宰場和檢疫服務已分別於一九六〇年代末和一九九九年停止，但原有格局仍然保留。建築物採用紅磚建造，不加粉飾，整體設計受英國工藝美術運動的影響，考慮實用功能的需要，同類建築在香港十分罕見。

既然開放牛棚，當局可考慮在適當地方加上說明牌，介紹不同建築物過去的用途，或在周六和周日舉辦導賞團，帶領市民認識往日牛棚的情況。藝術村背後還有大片閒置空間，石屋牆壁長出了茂密的樹木，一排排的牛棚依然完整，若加以修葺和活化，相信對市民有很大的吸引力。



市民現今可隨意在牛棚藝術村內拍照

偷標換柱的食品添加劑

思健

膠化劑是一種添加於塑膠，用以增加工業材料柔軟性的添加劑，但黑心食品商卻將其加入食用的飲品、果汁、糖漿，以及醫藥保健食品中。此事件猶如在牛奶中加入三聚氫胺，在油條中加入洗衣粉一樣，引起民衆的極度恐慌。

在牛奶中加入三聚氫胺是為了蒙騙食品檢驗機構，虛假地提高蛋白質的檢測含量；在油條中加入洗衣粉是為了利用強鹼及增白劑的化學性，令油條更加脆鬆及賣相變得更好看，而膠化劑被加入食品中會有什麼不可告人的目的呢？

原來食品中有一種被允許加入的乳化石，它可以保持液體果汁或膠狀食品的均質穩定，增加稠稠度。這種被稱為「起雲劑」的合法添加劑通常是由可食的棕櫚油

也許有人會問，膠化劑和保健品為什麼也會被查出含有塑化劑？回答是，問題不是出在粉狀的內含物，而是膠囊外殼，它在成型前是呈膠膠狀的，為使膠囊均質通過而加入了添加劑。有的藥商不知情的，有的卻知情，在送檢時將倒出的藥粉去送檢，而留下了膠囊殼。

也會幾何時，黑心食品商發現塑化劑可以起到相同的作用，而其價格只是起雲劑的五分之一，於是他們偷標換柱，把它視為秘方或非合法方偷偷銷售，只要能賺到錢，哪管消費者的健康？

醫學養生