

顯理中學

陳天權

我喜歡參觀一些具有悠久歷史的學校，若校舍仍然保留舊貌，可以了解當年的建築特色；即使校舍已經重建或搬遷，也可看看留下來的文物，認識這些學校在社會發展中的點滴。

北角顯理中學最近舉行七十周年校慶開放日，該校的創立不算太久，但其淵源卻與一八四二年香港第一位女宣教士開辦女校有關。其時香港開埠僅一年，美國浸信會宣教士叔未士和太太何顯理率先由澳門來港，他們獲港督砵甸乍撥地和捐助在中環建立禮拜堂，此乃香港浸信會之開基。兩人還分別開設男校和女校，可惜何顯理居港兩年便難產去世，不久她一手創辦的女校亦告結束。

及至一九二四年，香港浸信會才繼承前人的辦學工作，在堅道教堂創辦小學，由教會首任華人會牧湯傑卿之女王湯龍靈出任義務校長。一九三六年，王湯龍靈於廣州出席浸信會在華百周年紀念大會時，響應大會決定，在港籌辦一所紀念何顯理之學校。當籌得了經費，香港卻淪陷。一九四五年小學復辦，五一年拓辦中學，命名「顯理」。不知道這段歷史的人，還以為校名只有「顯示道理」的意思。

顯理中學是一所男女校，曾多次搬家，一九九四年遷入城市花園道的新校舍。從外表看，它與一般學校沒有太大分別，但觀其歷史，可以上溯至教會在港辦學的最早源流。



顯理中學是為紀念何

拍賣會

看他們的酒櫃時，看見酒皇波爾多左岸一級酒莊紅顏容 Haut Brion 1989，即習主席在英國國宴時那枝。著名的葡萄酒評論家柏加 (Parker) 曾經說過，如果這是人生中最後一枝酒的話，那一定是紅顏容 1989，可見其江湖地位。心思，很想買一枝回來試試，衝冠一髮為紅顏！

拍賣是人類商業行為中很有趣的發明



紅山文化玉梳形器

李英豪



附圖為新石器時代紅山文化岫岩玉（青黃玉）琢製成的梳形器（穿三小孔）

十分罕見。紅山文化大約距今五千五百年的玉器多在遼寧出土（如凌源三官甸子、建平牛河梁和喀左東山咀等）。其實主要分布地帶，除了遼寧西部和河北北部外，還包括內蒙古東南、吉林、黑龍江和熱河省東北部（上世紀三十年代，考古學家就是首先在熱河發現紅山文

化遺址）。

附圖的紅山文化玉器，外形似現今我們放口袋或手袋內的橫形小梳，但又非純屬梳形。歷來出土的我國古玉梳，以商代算屬最早期；但其形狀並非如此。商代玉梳，看來像小掃帚頭，梳齒長幼而密，排列整齊有序，而且必有近方形的梳背（兩腰對稱內彎，上兩端如棱角，中有小方頭凸出），背上雕刻古拙紋飾；至殷商晚期，小數玉梳背雕成相對的一雙鸚鵡（或其他鳥形），或在梳背頂上巧雕小獸，工藝卓越。至周代和

羅富齊

，為什麼要透過拍賣去買心儀的酒呢？世界上有許多匿名的收藏家，他們收藏紅酒多年。基於信任，他們大多安排大型拍賣行進行拍賣。例如，前年法國香榭麗舍宮就曾拍賣它收藏多年的紅酒。多年以來，香榭麗舍宮酒窖從法國各大知名葡萄酒生產商搜羅了不少美酒，這些生產商包括：香檳酒區的庫克 (Krug) 和沙龍 (Salon) 、布根地的羅曼尼康帝酒莊 (Domaine de la Romanée-Conti) 、羅納河谷產區的吉佳樂世家酒莊 (E. Guigal) 以及波爾多的

紅顏容或侯伯王酒莊 (Chateau Haut-Brion) 、瑪歌酒莊 (Chateau Margaux) 、滴金酒莊 (Chateau Yquem) 和拉菲古堡 (Chateau Lafite Rothschild) 等。另外，著名的酒莊亦會定期安排拍賣行拍賣他們的藏酒，例如拉圖、拉菲及神級酒莊 Henri Jayer 及 Georges Roumier 等等。一九八五年倫敦佳士德拍賣會就曾拍賣了一瓶拉菲 1787，以十萬五千英鎊天價成交，令拉菲聲名大噪。

但是，在拍賣行買酒亦需注意以下問題：第一，酒是否已經過了高峰期 (off the peak) ？第二，拍賣時互相競價的熱情會否令酒已物不所值？

春秋戰國，玉梳背演變成圓渾如拱形。其實，這些應稱為「櫛」或「梳篦」，不僅用作理髮除垢，同時也插於髮際，兼作髮飾。

紅山文化此一玉梳形器，恐非純作梳髮實用，其橫背上平均分布之三小孔，顯示乃那時十分普遍的胸前佩帶繫飾。其三齒排列很疏，個別形狀像牙齒；蓋那時先民繫獸齒在身辟邪。



許多老年份的酒，可能基於單寧不是十分充沛，到現在已經是過了高峰期，這現象在七十年代出產的酒十分常見。前年，某著名收藏家曾透過拍賣行拍賣他小部分珍存。收藏家英名在外，他的酒來源一定沒問題，並且保存良好，故此許多酒客都爭相競價，令成交價十分理想。曾在酒會見過這位收藏家，謙謙君子，酒的知識淵博得令人佩服。大家不要忘記，拍賣會通常都有充足的香檳酒供應，其實就是令各位心情興奮，已忘記了該紅酒的市場價格，互相競價，令成交價驚人。現在應該明白了，這世界是沒有免費香檳的！

(下)

創業·創意

build up · creative

陀飛輪的小知識

透過我最近不斷努力開拓不同的市場，感恩在這零售經濟最艱辛的兩年，我們都不斷突破，不斷努力去擴張發展。在不斷增大型圖的同時，也明白到由於全世界製造陀飛輪的手錶廠確實不多（不多於 30 間），所以其實有很多喜歡我們手錶的朋友對陀飛輪不太認識和如何保養此類高工藝機械錶。所以這次我也透過此專欄簡單介紹一下鐘錶知識和簡單保養方法。

首先，我在這裡簡單介紹陀飛輪是什麼。大家很多都聽過這個名詞，但也有很多都誤以為陀飛輪是一個品牌名。其實，它是機械錶最複雜的技術功能之一。它的發明故事如下：十九世紀中葉，當時腕錶尚未普及，大部分都是使用懷錶看時間，由於懷錶通常是垂直置於口袋、或將之繫於腰間，以致擺輪受到地心吸力的影響，從而影響走時的精準度。1795 年，瑞士鐘錶大師路易·寶璣先生發明了陀飛輪，此裝置將游絲、叉式槓桿及擒縱系統設計在同一軸上運作，並在運行時以 360 度旋轉，藉以減少地心吸力對鐘錶機件造成的走時誤差。由於陀飛輪裝置極其複雜，製作成本及裝配工藝要求非常高，全球能生產陀飛輪的錶廠寥寥可數，具有組裝陀飛輪知識及技術的鐘錶大師亦見罕有，故陀飛輪被冠以鐘錶界三大最複雜工藝之一的美譽，代表着收藏價值及藝術品味的象徵，更被視為名貴腕錶的代名詞。

至於如何保養此種高功能機械錶；其簡單保養知識如下：

1. 陀飛輪手錶是極複雜的精密機械計時裝置，建議僅限於日常佩戴，避免在激烈運動中使用，避免劇烈震動或與堅硬物體擦碰。

2. 機械手錶運行的能量來自發條，需要手動上發條，帶動手錶內的裝置補充能量，才能維持手錶始終保持正常工作。沒有自動上發條裝置的手錶，上滿發條後超過 24 小時，計時誤差會逐漸加大，建議養成每天定時上發條（上鍊）的習慣。如您每天早上 10 時上鍊，則以後每天早上 10 時定時上鍊為最佳。不要大力把錶冠上滿鍊，因這有機會會發條死鎖甚至弄斷，產生故障。建議每次定時上鍊（用大拇指向上轉動）。

3. 請勿隨意將手錶浸入水中或接觸蒸氣，手錶的防水是有限度的，請勿在游泳、洗澡時佩戴，不能在水中操作把手頭。

4. 遠離電視機、音響、磁性保健器材或工業機器等強磁場設備。

5. 遠離高溫或腐蝕性氣體的環境，人體的汗漬或化妝香水是最常見的腐蝕劑，應及時用柔軟的織物（如綢布）清除。

希望透過簡單分享，讓大家對此種工藝品的原理和魅力有更深入的認識，亦更懂得保養此工藝品。

萬希泉創辦人兼行政總裁

沈慧林

電郵：info@memorigin.com

網址：www.memorigin.com

濃縮相冊

慕秋



。五年來忙碌非常，一直沒有好好看看，最近，因天台處理漏水的工程終於結束，才開始整理雜物，其中，單是處理父親的相片就用了一個下午。

我很少離家，每年探親一次，自以為熟悉家中一切，但看了這大量照片，知道我對父親缺乏真正了解，比如他晚年在新疆的一批照片，明顯在當地有病發生，我卻不知道。

父親的生活照不多，與母親的合影竟是少之又少，這令我奇怪，他們是恩愛夫妻，攜手外遊為何不多留印記？與子女相聚，合影照也不多，我更無一張單獨與父

親的合影。

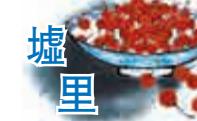
大部分照片是父親下省時所攝，工作之餘，四處遊覽，地方人員在景點前為父親拍照，事後將照片寄到北京。許多信封拆開了口，照片仍在裏面，可能父親也覺得太多，無法整理。

那些不相識者與父親的合影，還有工作照，有無留的必要？妹妹寄給我已是表明她不想要了，我轉給弟弟？他會要嗎？我突然省悟到，人活着時認為有價值大批保存的東西，其實後人無同感。

有報道指南京某人意外得到一本陌生人的相冊，是一位由富至貧的女性，將少年時期的嬌俏、青年和中年時期的落魄匯集一冊，單人照為主，觀者可從衣裝打扮神情面貌分析其家世命運。我由此得到啓發，決定選擇少量照片，也為父親做一本類似的濃縮相冊。

春日遲遲

葉歌



《鵝黃七月》寫道：「春日載陽，有鳴倉庚。女執懿筐。遵波微行，爰求柔桑。」春日遲遲，採繁祁祁，女心傷悲，殆及公子同歸。前面用「賦」的手法白描：早春二月，鳥兒啼鳴，採桑女出門勞作，清楚明白。最後一句起「興」就引發爭議了。以前的解讀是勞動婦女擔心被貴族公子強搶回家；或她不願成為貴族女子（「女公子」）的陪嫁，背井離鄉。後來思想解放了，又有新觀點：這是女子思春，希望早日和情人（「公子」）成親。

讀中文系時，老師會駁斥過第一種解讀，還舉沈從文小說中樂意嫁地

主為要求吃飽的女孩為反例。我們這些從小接受正統教育又不諳世事的學生聽來覺得驚世駭俗。其實，這首詩描述四季的勞動生活，基調明朗清新。這一段又渲染春天萬物復甦，生機勃勃，從即景生情的角度考慮，似乎不是抒發鬱悶，更像「甜蜜的感傷」。

提到這首詩，是因為突然感到了「春日遲遲」。春分過後，清晨五點就天亮，太陽落山則要遲到七點以後。晝長夜短固然給戶外活動提供了契機，但更易引發不安。「遲遲」的永遠不是時光的腳步。個人生活乏善可陳，就會在萬紫千紅的春日覺得光陰虛度。那麼，採桑女因鳥語花香而深感韶華易逝也說得過去。

望梅止渴

耶生

要說香港最好的美食，雲吞麵一定是其中之一。

也許，某五星級酒店大廚精心炮製的黑松露什麼牛扒，牛肉新鮮由什麼地方運到，那頭牛又用什麼特別的方法飼養，牛扒的部位又是什麼特別多汁的部分，總之就價格昂貴到不得了，再加上黑松露，所以是天下美食的極品，云云。

問題是，蠻民如我，沒有錢吃。

香港人不知什麼時候，學懂了「望梅止渴」的極致。看電視做飲食節目，主持人一邊嚼一邊說「好好味」、「好有口感」、「好彈牙」、「雞有雞味」，電視機前面的觀眾就像自己也吃了一樣，把主持人的肚子當做自己的肚子。坦白說，黑松露我也是在電視上認識的，也是在電視上才知道是矜貴的代名詞，但有多少人吃過黑松露？我吃過，我真的吃過。評語是四個字：不外如是。不及雲吞麵、叉燒炒蛋、梅菜扣肉、豆腐火腩、豆豉鯪魚好吃。

香港地，有人「朱門酒肉臭」，但慶幸「路」還沒有「凍死骨」，蠻民仍然有好東西吃。好吃與否，是在乎審美與食飯接觸的一瞬間，不是在價錢接觸耳膜的一瞬間。便宜就沒有好東西？人世間最值錢的，還是人格。

工商資訊

長空閃令令振興東北推介會日前舉行
將日本東北最新一面呈現讀者眼前

長空出版與香港誠品攜手合作，每月定期舉行日本文化推介會，為讀者介紹吃玩買等熱門旅遊話題，以及分享日本豐饒的歷史、文化及風土人情。剛於日前舉行的推介會選擇了東北六縣以及新潟縣為主題，讓大家了解當地目前的實際情況。

推薦《仙台青森食玩買終極天書》

當天的推介會邀得香港日本領事館總領事松田邦紀 (KUNINORI MATSUDA) 、日本國家旅遊局 (香港) 所長山田洋 (HIROSHI YAMADA) 、東北觀光推進機構副本部長佐藤一 (KAZUHIKO SATO) ，及香港誠品生活有限公司法務顧問麥理士出席主禮並致辭。而長佐藤一更宣布把長空出版的《仙台青森食玩買終極天書》推薦為「東北國際旅遊宣傳平台」，並頒發推

薦書給長空出版創辦人兼行政總裁郭昊展。與此同時，還介紹遠道而來的、一身伊達政宗造型的仙台人氣宣傳觀光吉祥物「Musubi 丸」跟大家見面。

各嘉賓在致辭中均表示，日本東北區經歷了 2011 年的 3.11 大地震及海嘯後，對日本關東、東北地區造成極大破壞，但隨着日本政府、社會各機構，以及人民的努力，令受影響地區逐漸重拾昔日的光采。松田邦紀總領事更透露，正有計劃於不久的將來開通由香港到日本仙台的直航航線。

活動中請來了著名日本藝人組合 Mukoangie 介紹日本東北的現況，並展示日本各區、香港及台灣的背景輻射指數比較，指出日本東北的平均指數比香港及台灣為低，減輕大家對日本東北輻射指數超標的疑慮，可放心到當地旅遊。同時他們亦說出自己對日本東北的旅遊經驗，並推薦了很多值得前往的景點給



▲香港日本領事館總領事松田邦紀（左四）與一眾嘉賓推介日本東北旅遊

在場嘉賓。

此外，長空日本旅遊專線記者亦於會上分享了採訪中的點滴，並推介日本和牛、牛舌、生蠔和海鮮等名物。從他們的旅遊經歷中，令人對日本東北地區充滿了興趣。最後，郭昊展頒發紀念品予各嘉賓，感謝他們抽空出席活動，並為振興日本東北地區予以極大支持。

快易通「起駕 VGo」及「蹤跡易」應用程式 獲頒兩個業界科技大獎



▲快易通有限公司車輛信息部主管梁家禮（右一）在台上獲頒 2016 香港資訊及通訊科技獎——最佳商業方案（應用）銅獎

由快易通研發的兩個應用程式「起駕 VGo」及「蹤跡易」，分別榮獲兩個業界科技大獎。「起駕 VGo」勇奪 HKIE Electronics Division Project Competition 2016 (Industry) 亞軍，而「蹤跡易」則獲頒 2016 香港資訊及通訊科技獎——最佳商業方案（應用）銅獎。

「起駕 VGo」是提供駕駛及生活資訊的一站式多功能手機應用程式，集即時駕駛資訊、手機購物、手機支付、潮物拍賣、至 hit 飲食推介、快易通帳戶管理於一身。HKIE Electronics Division Project Competition 2016 由香港工程師學會電子分部主辦，旨在推廣物聯網 (IoT) 為社會帶來的好處，增加香港市民對此項嶄新科技的認識，從而改善大眾的生活質素，以響應政府

星定位系統 (GPS) 、北斗導航系統 (BDS) 、地理資訊系統 (GIS) 、雲端計算及物聯網等技術，有效為業界加強營運效率，提升服務質素以及加強乘客的體驗。香港資訊及通訊科技獎旨在表揚及推廣優秀的資訊及通訊科技發明和應用，以鼓勵香港業界精英和企業不斷追求創新和卓越，謀求更佳和更具創意的方案，滿足企業的營運需要，造福社會。快易通有限公司車輛信息部主管梁家禮 (Mr. Owen Leung) 表示：「蹤跡易為業界減省了大量日常的營運工作，大大增強公司的整體營運效率，希望日後我們可以一直在這方面為業界出一分力。」

由於服務質素得以提升，亦有助於公司與客戶建立良好而長遠的關係。