

淺談樂壇

今年幾個樂壇頒獎禮，從另一個角度，讓人再度關注香港音樂圈。

電視台那一個，把最矚目的最受歡迎男女歌星獎，合併成「最受歡迎歌星」。這個電視台，多年來獎項隨着潮流變動，你可以說電視台的標準隨波逐流，但這倒是反映社會現況的一塊鏡子。

至於兩間電台，同樣以懷舊、集體回憶為出發點，找來已經不再接受獎項的歌手來作現場表演，讓看的人如痴如醉，也吸引傳媒和網民的注意，成功為頒獎禮增加曝光率。可是，傳媒的焦點放在這些天王巨星身上；網民的評價也聚焦天王巨星的半采，甚至把他們跟時下新一代歌手比較，而說出「新不如舊」的殘酷評語。

評語殘酷，也不公道。天王巨星是一個久經風雨的製成品，他們有歷史，是跟你我一起走過的歷史。可能

當年，在四大天王之中，你不喜歡郭富城，但廿年過去，再聽《對你愛不完》，你會發現這首歌也曾是你回憶的一部分；但新一代歌手，公平點說，如果你一直在迷戀韓國偶像，你不會知道香港樂壇在默默努力的人；即使有人出道了十年，但你沒有跟他們擁有同樣的回憶，你不知道他們的起伏跌宕，聽着一首陌生的歌，又怎會有共鳴？

被韓國偶像搶佔了市場，這是外憂，但香港樂壇更有內患。如果你不看電視，你不會聽過胡鴻鈞；如果你不聽收音機，你不會知道方皓政。當電視台和電台目標觀眾不一樣，當電視台和電台想成就的人不一樣，反過來說就是每一個歌手都少了一半的助力。以往全香港一起拱起四大天王的情況已經不再。當方皓政在電台拿了我最喜愛女歌手，但在電視台完全沒有得獎；當胡鴻鈞在電視台拿了幾個獎而在電台又沒有獎，大概會明白問題出在哪裏。

更讓人無奈的是，可以預見，二十年後，這個地方的回憶，已經不再集體……

風陵夜話 耶生 yeahstudio55555@gmail.com 逢周二、四、六、日見報

執《馬經》求馬

唐代張鷟的筆記《朝野僉載》卷六載：尹神童，經常和我說伯樂兒子找馬的故事。

伯樂讓兒子拿着《馬經》上畫着的樣子，去找千里馬。兒子也很努力地找，一年過去了，都找不到和書上相似的好馬。兒子只能回家向老爹匯報，沒有找到。老爹鼓勵兒子說，再去找找吧，一定能找到的。

兒子又從家裏出來，正好碰見一隻大蛤蟆，他立即跑回家，非常快樂地對父親說：我找到一匹好馬了，這匹馬和《馬經》上畫得差不多，但是不能將牠買回來。

伯樂就問：為什麼不能買回來呢？兒子回答：此馬的頭顱隆起，兩眼突出，背脊直而有紋理，但是，蹄子不能像好馬那樣連續奔跑。

伯樂內心其實已經有數，他笑了：這匹「馬」喜歡跳躍，卻不能勝任千里馬的稱呼呢。伯樂的兒子也笑了，於是停止了找馬。伯樂找千里馬成功後，名聲大振，成了獵頭公司的CEO。他將這一技藝傳下去，哪知小伯樂，只知道按《馬經》辦事。

於是，那隻大蛤蟆就成了小伯樂的目標，因為，從外形上看，很像啊。

執《馬經》求馬，其實就是按圖索驥。還有鄭人買履，一定要將鞋子的尺寸量好帶上，有腳在身上也不試穿一下；還有紙上談兵，圍這打那，殲此滅彼，殊不知對手刀箭的無情；還有守株待兔，得來全不費工夫，以為一定會有下一隻兔子撞樹。

這些，說的差不多都是一個道理，按照前人或者已有的方法和經驗，一成不變地處理問題，死抱規矩，不知變通，只能鬧笑話。

其實，伯樂也有責任的，他為什麼不直接告訴兒子呢？伯樂之所以成為伯樂，就是因為他能根據實際情況的變化而挑選人才。估計他是想讓兒子獨自去碰壁，積累一些教訓，從而找到真正的千里馬。

筆記新說 陸布衣 1164334351@qq.com 逢周二、四、六見報

單身狗「糧」

人們笑稱每年有兩個專門為單身人士訂製的日子：下半年的十一月十一日，和上半年的今天。很多人都先入為主地把單身定義為落寞，尤其是要一個人下班、一個人吃飯，殊不知一人食也能其樂無窮。在日本就有很多單身人士用餐標記，只有符合這個條件，才能嘗到個中趣味。

跟本港一群人聚在一塊飲茶不同，日本人反而講究食物對個體的觸動，不被時間和社會束縛，一個人隨心所欲地大快朵頤，才是現代人被平等賦予的最佳治愈。而要細數「單身狗」的最愛，就絕非迴轉壽司莫屬了。且不論壽司是日本飲食的王牌，在各種類的壽司當中，唯迴轉式最便捷、最家常。圍坐在轉台四周，抬眼可見目標，沒有讓人拘謹的矜節，不必擔心價格虛高，簡直是一個人的天堂。

日本第一家迴轉壽司起源於一九五八年的大阪，當時店主受啤酒廠裏傳送帶的啟發，推出了「移動料理台」，後來在七十年代才廣為人知。短短四十年，迴轉壽司就鋪天蓋地地流行起來，一發不可收拾。

不管是帶着什麼心情的客人，一進店就會被轉台上各式各樣的美食吸引，恨不得馬上坐下來開動。跟普通壽司相比，這裏的品質絲毫不輸，醋飯拿捏得當，魚生入口即化，食材隔着轉台一目了然。更重要的是，一家好的迴轉壽司店就好比是美食聯合國，包羅萬象，從入門款的海膽、軍艦、炙燒壽司，到茶碗蒸、天婦羅、糖紅薯等小食甜品應有盡有。沒有高級料理店中的拘泥，甚至還會出現各種熱門產品大雜燴，比如漢堡肉、櫻花蝦、蔥花鮭魚等等。想到日劇中將沒人要的單身男女比作被剩下的迴轉壽司，其實在許多熱門的店裏，別說根本不會被剩下，就連你前一點看好的，也有可能轉眼間就被別人搶走呢。

食色判答 panda5171@163.com 逢周二、四、六見報

網上推選的二〇一七年香港十大潮語中，「火車頭」入選。這當然非指鐵軌上的機車，而是形容那些邊走路邊抽煙的煙民，猶如冒煙前進的火車頭。

抽煙有害健康，但人各有志，只要不在禁煙區抽，本無可厚非。香港亦充分考慮煙民需要，街頭供煙煙灰用的垃圾桶隨處可見。然有時風和日麗的早晨，正深吸清新空氣之際，突駛來一節「火車頭」，旁若無人，「氣吞萬里如虎」，就不得不掩鼻疾走，心情大受影響。

俗語說「火車快不快，全靠車頭帶」，但在城市文明的快車上，還是少一些「火車頭」為好。

中國人抽煙的歷史遠不如喝酒。煙草大約明朝時才由呂宋（菲律賓）傳入，當時名

叫「淡巴菰」，相傳因呂宋島淡巴國公主聞煙草味道後起死回生而得名。其實這只是傳說。淡巴菰本是西班牙人從南美移植到呂宋，這名字與英語的tobacco一樣，都譯自西班牙語的tabaco。

煙草傳入中國後，經歷了兩種截然不同的境遇。毀之者斥為毒草，明清兩代多次嚴令禁煙，一度到了殺頭的地步。其主要原因倒不是怕影響健康，而是擔心煙草擴散，侵佔土地，影響糧食生產，蓋糧為國本也。

而譽之者則為煙草取了各種美麗的名字：金絲薰、忘憂草、返魂香，乃至首意兼備的丹八桂、耽不歸。愛煙之心，盡寓其中。

紀曉嵐是歷史上最著名的煙鬼之一，煙癮跟飯量、學問一樣大，是名副其實的「大佬」，綽號「紀大煙袋」「紀大鍋」。姚元

微商套路深

許久不聯絡一次的親戚，這天給我發了條微信：「親，幫我轉一下我剛發的一條朋友圈，點進去第一條就是了，謝謝。」順着頭像點擊進去一看，是一條微商廣告：「XX燕窩，大人小孩都能吃，新年送ta最好的禮物，購買請洽。」幾張配圖，除了親戚微信的二維碼，還有燕窩的產品圖，大人小孩邊喝邊笑。

一時不知怎麼回覆。此刻甚為慶幸微信沒有提示信息已讀的功能，免去了被對方發現我「已讀不回」的尷尬。

於是順着翻了翻親戚的朋友圈。印象裏，這是一位甚少發朋友圈的人，可不知從什麼時候開始，她每天都發朋友圈，有產品宣傳，也有些心靈雞湯。再仔細研究一下，發現不少規律：每天固定五至六條，第

一條一定是「早安問好」，配以文青範圖片一張；接下來二至三條，通過「使用者圖片」展示產品如何好用，通過「團隊成功人士」展示微商如何逆襲成為白富美，通過「孕婦、孩童也能安全使用」來強調產品安全……全方位組合拳打完，再以一條富有寓意的朋友圈，總結一天的生活，和潛在客戶說晚安。

除了這些，偶爾她還會分享中國微商發展現狀，甚至發了一條郎咸平的視頻，配文「郎咸平指出，目前微商交易規模巨大，到了二〇一九年將破萬億，微商將成為中國絕不可想像的一個龐大商機」。上網查查，確有此事，不過一模一樣的十秒視頻和配文，被若干不同的微商產品引用過。

回過神來想一想，似乎朋友圈裏做微商

之《竹葉亭雜記》記述紀曉嵐「煙管甚巨，煙鍋絕大，可盛煙三四兩，盛一次可自圓明園至家吸不盡也」。從圓明園到紀府距離近三十里路，紀大學士坐在轎內，時而把長近一米的煙管伸出轎外，青煙裊裊，轎相恰如車廂，真像極了火車頭。

不過，若論煙鍋「當量」、煙管「口徑」，相比而今天的「火車頭」，紀曉嵐差不多是克虜伯大炮了。

瓜園 蓬山 gardenermarvin@gmail.com 逢周二、四、六見報

即興判斷

的人，還真多了不少。其中有幾個中學同學，分別做起了面膜、唇膏、天然乳膠枕的代理。翻了翻她們的朋友圈，套路大同小異：人性化關懷，朋友化分享，「為你好」式宣傳，「買了不吃虧」式推薦。他們中的不少也晒出了成功發展下線代理的截圖，於是套路繼續擴大，繼續滾下去：人性化關懷，朋友化分享……

微商套路越來越深，或許在你意識到之前，已被這「萬億」市場緊緊「包圍」。

即興判斷 侘寂 逢周二、四、六見報

魏碑與唐楷不分高下



北魏《始平公造像記》

《原野2.0》的一場迷夢

資深編導袁立勳曾指出《原野》具有表現主義的奇異色彩，比《雷雨》和《日出》難演。它等待着時間和演出的考驗。

今次社區劇場和105劇團聯手製作，載譽重演，的確不負所望，能夠打動大家的心。在遵循原著精神的基礎上作了必要的調整，以金子的情仇愛恨「內心戲」為主線，淡化原先的「復仇戲」，突出金子身處漩渦中複雜的內心衝突和追求美好生活的強烈願望。

特別要讚賞的是編導手法新穎，把光影、配樂及演員形體運用流暢，通過一個悲劇命運的故事，立體及深刻地表達出人性內心的多疑、人性的貪慾、不滿、怨懟，人對「人生困境」的困惑，以及對不可測之未來的思考和質疑。導演借鑒了西方表現主義的藝術手段，一開場已把觀眾引入主角複雜及矛盾的內心，然後逐步展開扭曲人性的情節，各演員在戲劇文本的敘述方式也進行了新的探索，值得稱讚。舞台上的鬼影造型營造了幻覺林野效果，反射主角內心的陰霾。最後主角在森林尋找出路的一段戲，兜兜轉轉，在一片白煙霧中，仇虎在朦朧迷夢中竟見到仇、魚兩家人和洽共融，引人反思復仇之無奈，冤冤相報何時了？也聯想到，今日社會不是同樣充滿怨氣嗎？

新生代慨嘆生活沒有為他們鋪出康莊大道，其實路是要自己走出來的啊！怨天尤人可使社會進步嗎？新生代對生命有正面價值觀，邁向新原野，才得以創造未來。

日前回東北，家樓下新開了間包子舖，號稱「正宗灌湯包」。店裏人頭攢動，看來生意不錯。灌湯包共有四種餡料：蟹粉、豬肉、驢肉和「角瓜雞蛋」。前三種無可非議，最後的「角瓜雞蛋」卻讓人疑惑。「角瓜」是東北對「西葫蘆」的俗稱，即香港所謂「翠玉瓜」，在東北常用作素水餃主料。大概是店家習慣了東北街頭巷尾隨處可見的「角瓜雞蛋餡」，想着灌湯包也大同小異，索性來個創新。抱著嘗鮮心態叫來一籠，跟着桌上「輕輕提、慢慢移、先開窗、後喝湯」的提示小心操作，誰知竟卡

關於楷書，有兩種看法影響很大，一是認為魏碑比唐楷水準更高，二是認為歐、褚、顏、柳雖然造詣很高，但是習之無從出新。對此我願略加商討。魏碑與唐楷是否有高下之分？竊以為否。清代包世臣、康有為等人「尊魏」而「卑唐」，理由大約有二。其一，南北朝碑保留了真實的古人筆法，而唐碑歷經轉摹刻、捶拓，已失去古人筆法的原貌。其二，唐碑不僅筆法無存，結構亦如算子而無生氣。這兩點皆立而未穩。清人篤信南北朝碑，卻對碑刻上的刀痕有所忽視。若論刻碑的工藝，魏、唐或有不同，若以胎合墨跡的程度而論，唐碑多較六朝為勝。另外，唐楷中的變化微妙而豐富，絕非「算子」之狀。魏碑如山石，有自然奇特之妙，唐碑如斜塔，在端穩處見險絕。各有其美，何來

公關人生

有的人一生做公關，他並不從事公關行業，而是把自己的人生經營成一門公關生意。

他每天都很忙，一天趕幾場，見人交換名片，客套話講完，收了一堆名人卡片，又趕第二場。他的口頭禪是：某某名人來了，你們見了沒有？別人沒見，他一定是見了的，如此奔波見名人，似乎自己身價增高不少。但，有那麼多功夫見名人，如用來潛心學習，用心鑽研，自己也早成名人了。

多年前到一位名人家裏，不是要去沾他的光，實在是有一點事要談。剛在他客廳坐下，他就指指自己坐的地方，神秘地問：你們知道昨天誰坐在那裏？我們又不是神仙，當然不知道。然後他掩飾不興奮的神色，說是某某比他更有名的名人。

本來我對上門採訪的這個名人，印象還不錯的，他如此一顯擺，他在我心目中的地位，即時直線下跌。孟子說：說大人則藐之。就是說，和權貴說話，不妨藐視他。權貴固然有他自己的本事，但你也只有你自己的本事，大家可以平等對話。不見得因為權貴的身價，就使他的見識比你高明。

既然見大人可藐之，那又何必借大人的名氣來抬高自己的身價？自己的身價，是憑自己的本事建立起來的，不是憑大人物的加持建立起來的。

再說，人家甚至都沒有加持你，只是你借人家的名氣在加持自己而已。角瓜雞蛋的嘗試，說是敗筆也不為過，想着「正宗」二字名實不符，店家怕是砸了招牌。奇怪的是，湯包這樣雞肋，為何店中食客如此之多？為探究竟，又點了一籠蟹粉，味道竟不輸從前在江南老店中嘗過的湯包！可見這在地的「改良」需得謹慎，本土中莫失本味，才是正道。

飲茶集 斯人 逢周四、日見報

在最後一步——咬開包子皮，輕吸慢吸，直到湯包皮餡分家，也沒吸到一口湯汁。說來也難怪「角瓜餡」湯包無湯。灌湯包即小籠包，相傳可追溯到南宋時期。到了清代，以揚州最為出名。林蘭痴曾在其作《邗上三百吟》「灌湯肉包」一條中記錄做法：「春秋冬日，肉湯易凝。以凝者灌於羅磨細麵之中，以為包子，蒸熟則湯融而不泄。揚州茶肆，多以此擅長。」可見灌湯包湯餡融融，乃是作餡時加了凝結成凍的肉湯之故。角瓜雞蛋被冠以「素餡」之名，自然無法添加肉湯，本就是先天不足，又因角瓜極易出水，為防不易黏合，調味後還需將水分擠出。這樣一來，作為水餃餡料無妨，過水煮熟後且汁水充足，若作灌湯包內餡，上蒸籠大火一蒸，別說灌湯包引以為豪的湯汁，就連角瓜自身殘存的水分也立刻被蒸乾了。

一勺鮮 吳非 miyawu731@163.com 逢周二、四見報