

學會「對自己負責」

徐貽聰



自由談

前幾天，我的一個即將於明年大學畢業的孫女來我的住處，就「讀研還是就業」嚴肅認真地徵求我的意見。我像慣常一樣，沒有給她「決定性」的答覆，而是簡單地講了兩者的利弊，讓她自己考慮決定。她很高興。

我向來認為，每個人都要有「責任心」，尤其是要對自己負責，因為有了「責任心」，該辦的事情才能辦好，才能辦得順暢，才能辦完後有「不後悔」的自我認知，或者查找挫折的自覺，從而有所進步。因此，我對我的同事、下屬和我的家人，都要求他們以「負責任」的態度和認知去對待任務和學習，還明確地對他們說「你們首先要對自己負責」。根據這樣的認識和理解，我從不具體「過問」他們的事情，但有時會給一點必要的提醒，包括諸如我的同事們應該如何完成工作任務，還有我兒子們的學習、工作和婚事等等。總體而言，我的做法效果是好的，我如今受到他們普遍的尊敬，應該是個很好的證明。

做事，包括做純粹屬於個人範圍裏的事情，需要負責任，要知道自己的責任，盡到自己的責任。當然，「責任」包括法律法紀、職業道德、文明傳統、社會風尚賦予的權利和義務，並能將之融為自己的做事標準。在這樣的「責任心」基礎上，做出來的決定就是個人做事的起點和目標，必定會在完成的過程中時時予以關注和做必要的調整、校正和完成。他人代做的「決定」，特別是被強加的「決定」，往往不符合當事人的願望，結果多事與願違。

「責任心」和「對自己負責」都需要基礎和準備，長者和長輩有必要給後輩以指導和幫助。講清道理，講清關聯，啟發他們要從多方面認真考慮緣由和後果，然後做出自己認為合理、合法、合適的決定，知道如何面對「後果」，是引導後輩「自己負責」的要領和訣竅，捨此沒有他法。

我曾經在世界各地「漂泊」，時間還比較長，對很多地方的傳統和習慣有些了解和領悟。我的這個認知，有我個人的心得和體會，也有異國他鄉文明的感染和薰陶。在我國的傳統文明中，有這樣的教誨和提示，應該予以領會。在許多外國，孩子十五歲會接受一個「成人禮」，其後就要名副其實地「獨立進入社會」，做他自己的事情，開始「對自己負責」。誠然，家長不是完全不管，但主要是「指導」，不會「包辦代替」。說到底，後輩的事情應該由他們自己拿主意，因為無論如何都要他們自己去經歷，別人的決定很難會讓他們滿意，還可能產生怨言和隔閡，甚至仇恨。

可能，我的這個根深蒂固的想法還與我的工作需要堅持「不干涉內政」原則有所關聯，因為後輩的事情畢竟也屬於他們的「內政」，別人不應該說三道四，更不應該直接施以「干涉」。

我深知，在當今社會，我的這個想法很難會被多數人接受，但我會繼續坦然面對，還會繼續「頑固」堅持。



如是我見

在上海生活的幾年，每次買書幾乎都是網購，其實也沒有什麼不便，折扣多，郵寄快。可是，卻總是心有不足，要知道，買書下單時那種對一本書的滿心期待，待到快遞小哥把書送到時已經削減了大半，幸福感也就少了一些。

周末臨時決定去杭州逛逛，每到一個城市，就會跑到書店去，讓我可以先觸摸到那本書的質感，看到封面，享受到充分的幸福感之後，再把那本書買下，因而擁有一整天的小確幸。對於愛書人來說，如果一座城市足夠繁華足夠喧囂，但沒有一家讓人馳神往的書店，那便猶如大海中口渴的旅人，弱水三千，偏偏沒有你需要的那一瓢。

比起上海小洋樓裏的書店，杭州的書店會親切一些，就在大馬路上、小區裏以及西湖景區的某個角落。這足以讓我暫時躲進裏面，看一會書，或者就那麼看着，看着書店裏人來人往，享受這片刻的安靜時光。很慶幸，我遇到了「曉風書店」。它算是杭州的

曉風書店

月松



▲杭州的曉風書店 資料圖片

招牌之一，開了二十多年，景區、浙大校園裏都能碰到其分店。從外觀來看，還挺普通的，給人的第一感覺就是親切，像家裏的書房，滿屋子的書，牆上掛着題字和圓形鐘表，鮮花和綠植穿插在書之間。

雖然店面不大，書架排列得滿滿當當，以文學、藝術、歷史類書籍為主，如果你是豐子愷先生的粉絲，來這裏準有收穫，店內有很多豐老的書以及相關周邊產品，連牆上掛着的裝飾畫也是他的作品。店內還劃出了一個空間做兒童閱讀區，由拱形門進入，這裏多是適合小朋友看的書籍、繪本，再經過一個拱門，會有一種進入兒童房的錯覺。雖

然風格老了些，但供家長陪伴小朋友閱讀還挺溫馨的。

在我看來，書和書店，能對人與人之間的關係產生奇妙的作用。書店不僅是商品交易的地方，也不只是讓人看書，它的意義應該是拉近某種關係，比如你和自己的關係，大人和小孩的關係，朋友與朋友的關係，陌生人也相遇和交談。它應該是一個大家庭，大家聚集在這裏看書，邂逅相知。那天我在選書時，的確突然想聊點什麼，尤其發現有旁人讀書品味相近時，很有衝動想與之暢懷交談起來。

為什麼我喜歡去書店？大概是喜歡書店裏的那份閒適與愜意，可以肆意地徜徉在文字中，忘記生活裏的瑣碎，享受一種難得的放鬆。曾有人說：書店是一張抵達城市靈魂的地圖，是一個城市的心靈棲息地，它提供閱讀、聆聽與交流，在精神層面它承載着與另一個世界的出口。比起獨立書店，曉風書屋可能沒那麼新穎，但那份書卷氣和文雅卻最是杭州的感覺。走出書店，發現門口掛着一幅對聯「書屋何其雅致，入室如沐曉風」，正是我的心聲。

復刻的味道

俞雁



飲食男女

如果要選一種夏日香港街頭必食小吃，我的心水自然是富豪雪糕車的軟雪糕筒。雪糕車載着的是一份人情味。懷舊，復刻，不止是一種包裝，更是一份需要保存的回憶。當然這份珍貴的回憶並不獨屬於我，也是我父母那代人的集體回憶。富豪雪糕至今已擁有接近五十年歷史，可謂香港第一代美食車。在《藍色多瑙河》音樂襯托下食雪糕，是幾代香港人甜滋滋的回憶。

富豪雪糕（Mister Softie）在美國東北部起家，利用設有冰箱的卡車販賣雪糕，是當地有名的雪糕公司。它是由William Conway和James Conway兩兄弟在上世紀五十年代在費城創立，後來在美國十多個州、英國和上海等地都能找到其蹤影。在一九七〇年，Ted Drew、何敬源和唐學元三人一起到英國旅遊，遇上當地的雪糕車。回港後就將雪糕車引進香港，並在同年取得富豪雪糕的香港特許經營權。

雪糕車可以遊走港九新界各處，平日多數出現在學校或車站附近，主打學生客；假日則會停泊在遊客區。不過，有幾個熱門的地點時會有雪糕車長駐，包括旺角朗豪坊、尖沙咀鐘樓和中環碼頭。為公平起見，公司會預先編位，讓每輛車都有機會停泊在一些旅遊旺區。即使鐘樓外天天都有雪糕車，司機也未必是同一人。一聽到《藍色多瑙河》的音樂，大家就會知道雪糕車就在附近

，不得不說這是十分聰明且有效的營銷手法。

近年，牛奶公司曾推出一系列的復刻版冰品：四式口味的蓮花杯、鳳仙、旺寶、脆皮樂等，母親一度囤過不少貨。蓮花杯其實就是紙杯雪糕，分大杯和小杯兩種，味道與價錢親民，大家可以在士多、雪糕車輕鬆買得到。之所以稱為「蓮花杯」，是因為當時的雪糕是來自澳洲的奶粉Blue Silk Milk所製成的，而這款奶粉的商標是一朵蓮花，選把這個商標印在雪糕杯的蓋上，久而久之就變成「蓮花杯」。從前，父母的字典裏沒有芭菲、雪葩或gelato，軟雪糕、甜筒和蓮花杯就是雪糕的全部。復刻的味道勾起不少小朋友的童心。

炎炎夏日，吃盡五花八門的雪糕，再吃一口充滿奶香和滑膩的富豪軟雪糕，我不禁說一句：「還是覺得你最滋味。」



▲富豪雪糕車遊走於香港多處 作者供圖

向上流

張茅



香港隨筆

上世紀七十年代初，我是灣仔碼頭「水餃皇后」的常客，報社在軒尼詩道，家住九龍，每朝搭以佐敦道為總站的九巴，轉乘油麻地渡海小輪往灣仔，出碼頭走十分鐘路便到報社。「水餃皇后」午間擺檔，午後回家該是下午茶時間，見她的小木頭車，便上前買盒餃子上船，坐在靠邊的座位，吃餃子，享受海風，紓緩工作緊張情緒。那時，她只是中年的小販媽媽，還未稱「皇后」。

一晃幾十年過去，碼頭早建為摩天大廈，「皇后」在今年初與世長辭，後人低調不事宣揚，以至與她同年代且是粉絲的我，不知道她已乘黃鶴，「臧姑娘」留下一手創辦的品牌企業。

身上帶着五百元及兩小兒來港的山東普通婦女臧健和，以我們熟悉的「阿信」精神，由碼頭路邊賣餃子成為企業家，縱使今日的小學生、大專生吃着「灣仔碼頭」餃子，知道她事跡的也許少數，但「臧姑娘」、「臧健和」使同代的生活於底層港人受了激勵，學會怎樣發奮，努力地向上海。

一九七七年這位內地的普通媽媽帶着兩幼女由山東的青島來香港，準備轉往泰國，其間發生事故斷了泰國去路，被迫留在沒有親友的香港，吃的住的一時令她處在徬徨中，更困難的是，她聽不懂說不出廣東話，那怎生活下去。

她僥幸找到一份不用說話，也不用聽話的工作，在一家酒樓洗碗，再轉去電車公司做清潔，也不用說話，一天工作二十小時（不要以為寫錯），因過勞傷了腰骨，送醫院治理，再驗出糖尿病。偶然的場合，有人嘗過她的餃子，稱讚好吃，隨口說：「臧姑娘，你包餃子咁叻，不如擺檔賣餃子啦！」

她被一句話觸動，決定一試，將僅有的五百元造小木頭車，賣麵粉和肉，拖去灣仔碼頭路邊擺賣，木頭車寫上「北京餃子」，後來加上「灣仔碼頭」，成為過路客口中的「灣仔碼頭餃子」。經歷二十年

風雨，賣出了「餃子皇后」的美名，為一家大集團看中，購入「灣仔碼頭」七成股權，注資四億七千萬港幣在內地設廠，「灣仔碼頭」成為大小超級市場必售的品牌。臧姑娘最後一次公眾露面，是去年四月坐輪椅出席中文大學敬文書院以她命名「臧健和堂」典禮。

接着要說第二個人物故事：總統戲院街邊的一位外號「滷味王」的街頭小販。

「滷味王」不知其名，只知姓黎。七十年代初在銅鑼灣舊總統戲院附近擺檔，其實是兩頭小擔挑，一頭擺雞腳、鴨腎、墨魚、生腸、大腸、牛雜……五毫子切一件，小孩不知怎稱呼他，只叫「切、切、切」，小刀切瀝水墨魚，鴨腎等，這一切，便有好吃的，食客自己加醬油、芥辣更是好味。街坊上口碑，認為他的小食滋味可口，食味與別不同。

問起緣由，他說賣的不是行貨，自己有個小天台，天台擺了一個大瀝水缸，每日親力親為，調味是憑經驗，沒有什麼秘方，說來說去，經驗就是秘方，他說如果一定要講秘方，就是這個滷味缸了。好吃不好吃全在滷味缸。

能稱「滷味王」的，自有獨到的地方，新入行的街頭滷味，沒有自己的滷味缸，向批發商取貨，行內稱為「行貨」，食味沒有分別，就算開一個滷味缸，新水不如舊水，滷出的食物差別很大，滷水不是每次更換，而是日積月累，以舊為好，年份久遠，是為佳品。

「滷味王」談到他的滷味缸便滔滔不絕，臉上顯出得意神色，聽他的語氣，這滷味缸豈止是家當，還是鎮家之寶，謀生的本錢，他不輕易露口風，有人出五萬元買他的一缸滷水，聽來令我驚訝，那時白領月薪才一千多元，當年的五萬元絕非少數，大抵是四百平方呎唐樓一半價值，他就是不答應。

這個價錢為什麼不賣？他半帶反問的口氣回答：「怎可以賣，賣了就沒有生意啦！」然後，他細說滷水怎麼好，十五年前他開始有第一缸滷水，每天二十四小時「點明火」，天天火不熄，日夜慢火熬煎，水逐漸成汁，濃郁得不可開交，黑得有



▲消失了的舊灣仔碼頭 資料圖片

似醬了，眼前用十五年熬出來滷汁，吸收無數肉味精華，滷出的墨魚、雞腳、豬生腸、鴨腎、牛腩十分滋味，在總統戲院一帶幾條街，有一批街坊擁躉。他莞然一笑反問：「你說捨得嗎？」完全理解他的感受，就如我收藏的舊碗，家人說丟掉算了，我總也不願意。

往後從書本上看到描寫北京一家老店爭產的故事，家產是一瀝水缸，爭持不下，兄弟把缸打破，後悔哭泣，這家老店失去瀝水缸從此關門。幾年後再遇「滷味王」，從他口中知道大孩子考入大學，小兒唸高中，他在鵝頸街市附近買了連天台的新單位。

第三個故事要說到旺角廣東道近山東街與奶路街街市的「豬肉明」。「豬肉明」年三十餘，無牌小販，早晚在熙來攘往街市路中心擺賣，街市靠近旺角渡海小輪碼頭，從朝到晚，路人如潮水。他的檔口兩張矮檯，架上一塊長方形木板，這就是他的豬肉枱了，他的身前身後，有燒味店，豬肉舖，為謀生計，他豬肉出售價每斤便宜一元幾角，在縫隙之間生存。每日天未亮即起床取貨，隨即到街市開檔。日復一日，街市一幢舊樓新建，地下一新舖，他用九十萬元買下舖位，這價相當現在六百萬元，街市一眾傳出新業主為「豬肉明」，一連幾天街市議論不絕，半月後，齊齊賀「豬肉明」新舖開張。

有人說，六、七十年代是小販的黃金機會，捱得苦加上個人創意便有機會向上流。隨着社會變化，小販的「黃金」不再。

背帶情愫

霍無非



人生在線

之前我在羊城的公車上驚訝地發現，一位年約花甲的漢子用背帶背着個幼兒，坐在靠前的座位上。哦，背帶，那可是一件久遠的育嬰用品啊，綁在漢子身上，實屬罕見，又以紅色為主的暖色調圖案編織，慈愛中顯幾分英武之氣。那漢子只顧往前車前，背帶中是他的孫子或是外孫吧，臉蛋圓嘟嘟紅撲撲的，莞爾對乘客的逗樂表情回以一笑。是背帶把幼兒的臉蛋映紅了，還是臉蛋使背帶更艷呢，或許都有。等到漢子下車，漸漸消失，我還沉浸在背帶的遐想中。

五六十年前，背帶在嶺南的城鄉隨處可見，背帶、木屐、大襟衫，是平民婦女常見的「標記」裝束，前一件屬於孩子，後兩件才是自己的。背帶呈蝴蝶狀，用厚

布料縫製，多是靛青或藍色等冷色調，並不華麗，四個角各有一條長帶，但正中的圖案，蘊含着父母長輩太多的慈愛和企盼。圖案用各色棉線針針含情繡出，土色土香，寓意吉祥，有胖娃騎鯉魚，雙童捧五穀，戴荷兒舉蓮等，這還不算，另繡有「長命富貴歲歲平安」，「兒孫滿堂家業興旺」等字樣，質樸、實在：很接地氣。

那時市面沒有奇裝異服，嶺南婦女的着裝還很傳統，量體定做一身灰黑色或淺藍碎花大襟衫，經濟實惠，與背帶相搭蠻般配。使用背帶，母親或其他女性要彎下腰，旁人幫忙把幼孩放在其溫暖的背上，將背帶展開，蓋在孩子後背，把四條長帶拉緊，下帶分別與上帶交叉在胸前打上活

結，這是簡約常見的綁法。另一種綁法是在上帶和下帶交叉後又回到腰側，繞轉後在腰前打上活結。這樣，一條背帶把母子母女合為一體，成為親情的紐帶，孩子會乖許多，還將婦女身材的曲線完美展現，這種健康的美，不遜穿旗袍的職場婦女。

背帶的設計製作無疑凝結着先人的智慧和心血，完全依嶺南的地域、風俗應運而生。嶺南婦女，無論是廣府的，潮汕的或是客家的，給人的印象都很能幹，擔米做飯，下地挑擔，儘管瘦小，肩膀硬實，屋裏屋外少不了她們忙碌的身影。背帶恰好融入了方便勞動的元素。把孩子背上，不耽誤幹活做小買賣，若孩子哭鬧，哼着歌謠顛簸幾，或騰出手來輕拍孩子後背一會

裏裏娜娜，饒有風韻。四嫂總給我們帶點糖果來，因此很受歡迎，她說，你們聽話點，有空帶你們去玩。果不食言，終於有一次，四嫂和舅婆帶着我們，興高采烈到西關古樸越樞門的四嫂家做客。

「一付背帶裏外新，仔媳兩人心貼心。」曾是我們這一代人襁褓的背帶，二十多年前有了變化，演變為前置的坐式，背帶下方有座墊，幼孩不再背在母親後背，而是貼坐在母親胸前，便於母親照看親呢。這起碼傳遞了一個信息：那就是育嬰婦女的勞動強度大幅減輕，背帶的親子元素陡然上升。社會發展，勞動方式，審美變化使它變化着。即使這樣，新老款式的背帶如今都成了「古董」，在市面上幾乎銷聲匿跡，年輕的媽媽們，樂於以體面省力的嬰兒車取而代之。我們這一輩人，對漸漸遠去的背帶，既理解又惋惜，年長最憶背帶情。