

節氣的誤區

今日是雨水，一年當中繼立春之後的第二個節氣。雨水，獺祭魚，鴻雁來，草木萌動。春雨如酥，陽氣上騰，動植物都開始恢復生機。

一直以來，我都有個誤區。春節都是根據陰曆（農曆）來確定日子，與陽曆（西曆）無關，所以時間不定，去年春節在一月下旬，今年則是二月中旬。端午是五月初五，中秋是八月十五，也都是根據陰曆。二十四節氣也是傳統農耕社會遺留的產物，所以便想當然地以為，節氣也是根據陰曆來確定的。

直到今年春節時，偶然翻日曆，才好奇思索節氣為什麼總跟着陽曆走啊。比如雨水都是每年二月十九日前後，清明都是四月五日前後，相差不過一兩天。奇怪了，陽曆不是辛亥革命民國肇興之後才推行全國的嗎？怎麼會與節氣有關呢？

原來，陽曆，也叫「太陽曆」，基於地球繞太陽公轉的運動周期，地球繞太陽一圈，就是一年。而陰曆，被稱作「月亮曆」，是依據月亮的變化，月亮從圓到缺的一次迴圈，就是一個月，十二個

月就是一年。中國古代的農曆實際上是二者結合，叫作陰陽曆，前者計「歲」，後者計「月」。歲月悠悠，流傳至今，被簡稱「陰曆」，其實是不完整的。

陰曆每個月時間幾乎都相等，便於安排作息，不像陽曆，長的月三十一天，短的月二十八天。而陽曆以太陽為中心，冷熱寒暑，以定農時，遂有節氣。如雨水便是太陽黃經三百三十度之時。早在公元前一〇四年，漢武帝頒行太初曆，便已將二十四節氣納入。老祖宗的智慧，令人讚嘆。所以，陽曆並不是西方的專利，與節氣掛鉤，並不違和。

舉一反三，深覺得如此常識，竟然謬誤幾十年。世上有許多認為理所當然的事，其實並不然，許多「常識」被不經意地輕視了。



瓜園蓬山

gardenermarvin@gmail.com
逢周三、四、五見報

何時再見

幾天前路過戲院，眼前的景象是「真·門可羅雀」。而往年的這個時候，戲院門口應該是一家老少大排長龍等候入場，大人們手上拿着爆穀汽水，臉上滿是笑容，小朋友跑來跑去歡聲笑語。在過年期間，一直覺得少了點年味，卻又不知道少了點什麼，路過這空空如也的戲院，我才幡然醒悟，原來今年我的春節假期，少了一場賀歲片。

在我印象中，為了符合春節期間吉祥喜慶的整體氣氛和閤家觀影的觀眾年齡，賀歲片大多喜氣洋洋，形式也多多是熱鬧搞笑的喜劇。印象中賀歲片的經典，內地是馮小剛的《甲方乙方》、《不見不散》、《天下無賊》、《非誠勿擾》等，而香港則是《富貴逼人》、《家有喜事》、《東成西就》、《嘩咕嘩咕新年財》等。即使是多年之後的今天，提起這些電影的名字，其中一些經典橋段和經典台詞，還是記憶猶新，讓人忍俊不禁。

如果前幾年賀歲片的關鍵字是

「笑」，那麼近兩年賀歲片的關鍵字就是「燃」。二〇一八年的《紅海行動》大賣三十六億人民幣，二〇一九年的《流浪地球》不但在內地橫掃四十六億人民幣，更在全球大賣七億美元。這些數字，對於電影製片方來說，是製作更好賀歲片的根本動力，而對於我們普通觀眾而言，千言萬語都匯聚成走出戲院之後說的、最簡單的兩個字——好看！原來春節期間，不僅可以笑笑鬧鬧，看場電影出來看得熱血沸騰、信心滿滿也是很好的。

沒想到，一場疫情，不但直接掃了二〇二〇年的賀歲檔，也讓二〇二一年的香港賀歲片煙消雲散。即使流媒體技術發達，但是一個人對着屏幕笑的感覺，與滿滿一戲院人哄堂大笑，還是有很大差別的。



大川集利貞

逢周一、三、四、五見報

皮蛋啊皮蛋

皮蛋這些年在國際舞台上受的委屈，真是一句話說不清楚。從「黑化」到不斷「妖魔化」，被評為外國人最無法接受的食物也就罷了，甚至還有華人在意大利因為賣皮蛋而進了局子，只因當地警方認為，皮蛋「不適宜人類食用」。

皮蛋無法自證清白，就算真的長了嘴、會十幾國的語言，大概也無力回天。遙想當年，歐美人酷愛的藍奶酪也曾以惡臭無比的標籤讓亞洲人集體勸退，但近幾年有了復甦跡象，更頻頻被高檔餐廳垂青，如此一想，就更為皮蛋鳴不平了。

明明挺好吃的食材，就是敵不過刻板印象。

如果仔細看，皮蛋的蛋白稱得上是「眉清目秀」，醃製之後晶瑩剔透，蛋黃也軟糯流心，有時會有不規則的松花圖案，所以也叫松花蛋。吃起來就一個字：香，它的香不是聞出來的，不是看出來的，是咀嚼出來的。Q彈的蛋皮、幼滑的肌理和濃郁的回味，讓平平無奇的蛋白質在化學反應中達到巔峰。皮蛋有兩種，人們熟悉的黑色皮蛋取自於鴨蛋，而黃色皮蛋則多是雞蛋做成，後者的味道清淡一些，可以看做入門款。它們最驚艷的出場無疑是皮蛋瘦肉粥，一道簡單的粥品傳遞出勞動人民的智慧，瘦肉的緊實和皮蛋的豐腴恰好互相補充，一勺就見圓滿。不過，涼拌和辣椒搗皮蛋卻是隱藏的瑰寶，前者切成條，後者完全碾碎，都是在鹽和醋的幫襯下落地開花，口味又疊加出一個層次。不得不說皮蛋好吃得不粗淺、不輕浮，要懂的人去一點點接近，細細體味。而傳說中的有毒，也隨着製作工藝的提升早已成為歷史，幾乎所有正規製作的皮蛋，都用了「無鉛工藝」，保證安全又討喜。

再嘆一句：所有喜愛美食的中國人，怎麼忍心不為皮蛋正名？



食色判答

逢周二、三、四見報

牛年說牛

牛、肉牛。

日本的頂級和牛，一出生便以牛奶、草及含蛋白質的飼料飼養；一些牧場更會聘請專人為牛隻按摩及灌飲啤酒，部分農場還會播古典音樂，令肉質更鮮嫩。這些和牛與鄉間背負重擔的黃牛，生活有天淵之別。不過，牛的勞苦形象，還深印老一輩的人腦中，什麼牛肉都不想食。

約在新石器時代早期，人們開始對牛進行馴化。人們將捕獲的野牛幼犢圈禁飼養，使牛的野性逐漸消失，成為家牛。在之後的漫長歷史進程中，牛還被視為關乎國家安全的戰略資源，《風俗通義》稱：「牛乃耕農之本，百姓所仰，為用最大，國家之為強弱也。」

牛事理也

中國文字源遠流長，新春假期我特意重溫「牛」字應節。不要以為「牛」只是一個動物名稱，也別因簡單的字形而忽略其內涵。「牛」表面雖屬幼稚園程度，卻蘊含高深的哲理。想過一個好牛年，就要追本溯源了解「牛」。

《說文解字》有言：「牛，大牲也。牛，件也；件，事理也。」牛的體形，大家都知，不過「牛」在古代有事理之意，則不是人人皆曉。《說文解字注》進一步說明：「牛，事也、理也。事也者，謂能事其事也。牛任耕理也者，謂其文理可分析也。」原來，古人已洞悉牛不但與世無爭，亦「能事其事」，會盡責助農人耕作。牛總是默默地「打好份工」，值得

點讚。故此，若聽到有人說廣東俗話「做到「牛咁咁」」，雖明知他在吐苦水，正埋怨工作辛勞，也不妨面帶微笑拍拍對方，輕輕說句：「繼續努力，牛能事其事。」至於鼓勵作用有多少，我不知道，但我可以肯定聽者在百忙中會抽空向說者展現一雙如瘋牛般的怒目，也有機會連同回敬如鬥牛般力大的一拳。

言歸正傳，「牛」究竟能讓人分析和學習什麼道理呢？相信知道《莊子·養生主·庖丁解牛》的讀者都料到我想說什麼了。沒錯，牛的骨骼結構就如世事，有其可分析的肌理，只要了解骨肉之間的空隙所在，就能透過尖利的刀鋒輕鬆宰牛，游刃有餘，甚至熟能生巧。故此，若聽到有

賀歲片

賀歲片，顧名思義，就是指在元旦或者春節期間播放的電影，賀歲片之於春節是大餐之後的甜點。

「賀歲甜點」二〇二〇年遭遇疫情黑天鵝，在經歷了「消失的一年」後，在二〇二一年的春節檔滿血復活，回歸來得有些強勢，由「甜點」變成了「大餐」。

數據顯示，大年初一內地電影票房超過十七億元，全天三千四百餘萬人走進電影院，創下內地電影史單日總票房、總人次新紀錄，刷新全球單一市場單日票房紀錄。這一波狂歡從大年初一開啟，截至昨天，總票房突破七十七億元，業內人士預估，今年賀歲片總票房超百億元無懸念。二〇二一年春節有七部賀歲片同時上

映，涵蓋喜劇、奇幻、動畫等多種類型。最受矚目的當屬遲到一年才上映的《唐人街探案3》。該片原本屬於去年的賀歲片，但因疫情被迫延期。一年的等待沒因時間沖淡，反而積蓄了觀眾旺盛的熱情，牢牢霸佔着二〇二一年春節檔票房冠軍的寶座，並不斷刷新各種紀錄，包括中國影史首日人次紀錄、中國電影市場最快破十億紀錄等。

「去看《唐探3》了嗎？兇手和作案手法比較好猜。」「《你好，李煥英》看哭了，看完後我給媽媽打了電話。」「一年沒有與家人朋友好好看一場電影了，今年終於如願了，帶上爆米花，選一個喜劇片看看，輕輕鬆鬆過大年。」春節

除了惻隱之心外，不殺牛還有國計民生的考量，中國自古以農立國，牛可作為耕種及運輸工具。西周規定：諸侯無故不得殺牛。唐朝法律規定：「官私馬牛，為用處重，牛為耕稼之本，馬即致遠供軍，故殺者徒一年半。」在唐朝無故殺牛，判處徒刑一年半。宋代的法律也是一樣，無故殺牛，判一年半的徒刑。

由於古代官府禁止，老百姓自然形成了不吃牛肉的習慣，久而久之對牛肉的膻腥味就特別敏感，今天市場雖有很多牛肉賣，但部分人還是不習慣吃牛肉。



童眼觀世 梁戴

逢周二、四見報

人大喊如「做牛做馬」，滿身勞累，很想放假或退休，這次就不妨試試用高亢昂揚的話調回應：「世事如宰牛，只要你掌握到事情的關鍵，總有一天游刃有餘。」至於對方會否因此變得更勤力，以求早日熟能生巧，我不知道，但我卻又可以肯定聽者在乏力中也會想把說者刺成「牛雜」，不欲再聽廢話。

看每個字，從來可難可易。既然新年喜氣洋洋，還是輕鬆笑談一番好了，不要那麼多大道理掛在嘴邊。假期都用來玩樂與品嘗美食了，你不會真的相信我在春節閉門埋首研究「牛」字吧。



竹門日語 簡嘉明

逢周一、四見報

期間人們樂此不疲地討論着這些話題。筆者的一位九十後朋友，從年初一開始保持着每天看一部賀歲片的節奏。

二〇二一年春節是特殊的，有些人滯留在工作地，有些人取消了親朋好友聚會，電影成了他們過節的選擇，電影由「藝術屬性」變成「社交工具」。春節檔電影成績亮眼，就像疫情下的中國經濟一樣，中國電影具有強大的應變能力和內生能力。史上最強春節檔帶動香港股市一片歡騰，牛年首個港股交易日，港股影視板塊漲瘋了，迎來「開門大紅包」。



灣區聽雨 黎園

逢周四見報

電話拜年

電話拜年，由來已久，於今更成主要形式。

不成文禮數，後輩要主動向前輩，下級要率先向上級致賀。我已屬高齡，要先打給人的對象越來越少，接賀年電話的次數越來越多。

接到的電話，可分幾類。

一是某些個企業的公關電話。由秘書接通之後，交你與該企業的波士互相擦鞋，說些不着邊際的廢話。這類電話很快講完，因為對方有一份很長的拜年名單，每個他都想在幾分鐘內完成。而你知道對方的目的，也就速戰速決，十秒完成。

一是一年才通一次電話的稀客，本是老友，但因相隔兩地，處境各異，沒有什

麼要交接的，直到過年才想起要打個招呼。誰知話匣子一打開便沒完沒了，除了各述過去一年發生的事，還旁及其他朋友近況，包括離世消息，難免唏噓一番。

一是半世紀前的舊學生，有人做了爺爺，大部分已經退休。回憶一些舊事，其實都已說過多回。得知我仍在寫作，又選自己開車，都表示讚嘆。我自覺應付裕如，但在別人眼中，我已經很老。怎能說不老呢，我已有資格優先接種疫苗。



南牆集 阿濃

m.facebook.com/A.Nong.cps
逢周四見報

名牌的萌牛新設計

這幾天看得最多、聽得最多的一句話，必定是「牛運亨通」。農曆新年到來，不僅受到全球華人社會的重視，每年到了這個時段，很多外國流行時尚名牌為了這個節日，都會不約而同推出一系列的應節商品，以不同的十二生肖作主題元素。

今年適逢牛年，而牛一向給人的印象，是身形碩大，如「力大如牛」、「牛脾氣」，這些都是形容牛滿載力量，就像投資股票的朋友們眼中的牛市一樣。但原來搖身一變，蠻牛也可即時變身為萌牛，可愛的模樣出現在各種不同商品造型中，有服裝、首飾、金器和擺設等。在各類型品中，有輕巧的配飾，專門店

推出小牛串珠，分金色和銀色兩種，小牛串珠上也有不同的裝飾，整條手繩設計精巧。而施華洛世奇牛年水晶飾物，就用紫色水晶鑲成有趣的超級英雄牛鏈。

一向以葫蘆設計聞名的首飾品牌QEELIN，今年就看見有鑽石牛仔項鍊，黑白乳牛一身金光閃閃，可愛中又不失貴氣。除了鑲飾，也有每年新春賀禮的足金飾品，卡通化後的小金牛有各款名稱的吊墜，像「幸運星」、「愛心牛」，也有不同造型的金牛手繩，佩戴之餘，也可作為生肖紀念品收藏。

服裝品牌方面，GUCCI今次以叮噹肖像化身小牛為商品圖案，記得去年的米奇老鼠包

包，今年的小牛也有服飾和其他飾品，喜歡多啦A夢的朋友就要留意，因為聯乘款式多達四十多款。另一時尚品牌Louis Vuitton，有牛牛智能腕錶，磨砂精鋼錶殼配以咖啡或紅色錶帶，搭配運動型服裝最合適。這品牌每年都有精品推出配合不同的生肖，不僅是飾物，紅色的小牛裝飾圍巾外，還有一個紅色小木盒，上面坐有可愛的小牛，一隻眼睛還有品牌標誌，盒子四周有金色圍邊，這個萌牛小盒子，可以說是今個牛年見到最可愛的飾品之一。



衣尚蕙蕙

逢周二、四見報