

正月十五 夜照田蠶



春節習俗

正月十五（元宵節），夜照田蠶（神）。觀顏色判斷一年的豐歉，後演化為元宵節觀燈。

圖：馮印澄
文：新華社

商舖度寒冬



柏林漫言

余逾

去年底，新冠肺炎疫情在歐洲的整體發展形勢日益嚴峻，關閉餐館堂食和非必須酒店營業也沒有太見效。當時還有兩周就聖誕了，德國政府不得不狠下心關閉了「非必須」商業，能開門的僅有超市、藥店和書店。是的，書店對於德國人來說有種說不清的特殊情結，必須不能關。意料之外的是，這一次連前幾次硬封鎖時都允許開放的理髮店也沒能例外，通通關閉。唯一網開一面的是聖誕裝飾禮品店，百貨公司也被允許開放售賣聖誕用品的區域和食品區。我想大部分人和我一樣，以為這樣的封鎖最多也就三四周吧。然而，至今為止，我們等來的每一次政府決定，都是延長封鎖。這意味着，餐館繼續關閉，商業繼續關閉。這個冬天異常的陰冷，平時大部分人既不需要去辦公室上班，到了周末也沒有商店開門有街可逛。於是，人們多了和家人在一起的時光。有時候是母慈子孝，有時候是雞飛狗跳；有時候其樂融融一起吃飯看電視，有時候各自盯着手機生活在自己的世界裏。轉眼，已是二月下旬，離上一次逛街，已經兩個月了，我都快記不起百貨公司長什麼樣了。那天和朋友聊起，一方面還是很想念可以隨意逛街吃飯喝茶的日子，另一方面卻彷彿早已習慣了封鎖的日子。然而，我們聊天之後發現，雖然沒逛街，這兩個月卻也沒少花錢。可是，這錢是怎麼花出去的呢？「都花在『吃』上了。」朋友說。

紐約春拍與正德皇瓷



東西走廊

海龍

善洽若水

胡恩威



香港電台是香港的一個文化資產。但是每一個機構都需要因應不同年代進行改革。香港電台在社會新形勢之下，有責任更積極扮演推動國民文化教育的角色。如何進行？那當然離不開透過香港電台的各種平台，系統地具深度地介紹中國文化的全面貌，並介紹香港在中西文化交流的特色。香港電台擁有近百年歷史，累積了大量豐富的資訊和材料。比如，它保留了許多早期珍貴的南音錄音。因為當時的電台節目是現場廣播，那些錄音若重新整理，必定可變成一個寶貴的教育和研究的資料庫。然而，要充分運用好這些資料，不得不說香港電台本身存在的問題：員工質素及硬件配套未有及時跟上，在過去二十年

給你一個愛香港的理由

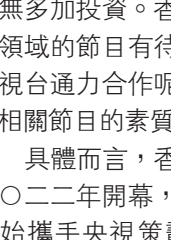


維港看雲

郭一鳴

大年初七，周四，家園便利店港九新界十二家分店全線啟市，二十一歲的阿Joe上午九點準時到位於九龍的一家分店上班，今年是他第三年收到家園便利店的春節開工利是。有輕度弱智的阿Joe，是在這家慈善機構工作的三十多名傷殘人士之一，店長Alex說，阿Joe「好幫得手」，早已不需要師傅帶，搬貨擺貨都沒有問題，對人彬彬有禮，雖然「有少少怕醜」。今天，我來給大家講講家園便利店（簡稱「家園」）的故事。家園便利店創立於二〇一二年，創辦人李家傑先生最初的想法，是以津貼購物的形式，為基層家庭每日購買生活必需品節省開支，日積月累，達至幫助基層家庭減輕生活壓力的目的，而會員「買平嘢」是透過購物而受惠，可避免一般接受饋贈的尷尬。家園便利店的所有貨品都以貼近來貨價出售，比普通超市平大約兩成至四成不等，家園的口號是「不牟利、為基層，每日幫你慳少少」，而李兆基金基則撥款補貼家園便利店的員工薪金和舖租等開支。經過九年的努力，家園至今有十二間分店分布港九新界，擁有逾二十三萬會員，他們是長者、綜援家庭、傷殘人士、新移民和南亞裔人士。香港社會貧富懸殊非常嚴重，人均GDP高達四萬多美元，卻有近一百萬貧困人口，家園便利店可為弱勢社群每月節省幾百元生活開支，所以廣受街坊基層家庭歡迎。去年新冠肺炎疫情肆虐，失業率百分之七創十七年新高，李家傑希望家園開設更多分店，讓更多基層市民受惠。家園董事兼總幹事鄭惠珍透露，第十三間分店將於今年上半年開業。家園便利店獨特、實惠的慈善公益模式和良好的社會企業品牌，連續多年

香港電台的未來



香港電台是香港的一個文化資產。但是每一個機構都需要因應不同年代進行改革。香港電台在社會新形勢之下，有責任更積極扮演推動國民文化教育的角色。如何進行？那當然離不開透過香港電台的各種平台，系統地具深度地介紹中國文化的全面貌，並介紹香港在中西文化交流的特色。香港電台擁有近百年歷史，累積了大量豐富的資訊和材料。比如，它保留了許多早期珍貴的南音錄音。因為當時的電台節目是現場廣播，那些錄音若重新整理，必定可變成一個寶貴的教育和研究的資料庫。然而，要充分運用好這些資料，不得不說香港電台本身存在的問題：員工質素及硬件配套未有及時跟上，在過去二十年

給你一個愛香港的理由

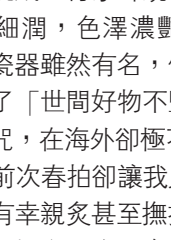


維港看雲

郭一鳴

大年初七，周四，家園便利店港九新界十二家分店全線啟市，二十一歲的阿Joe上午九點準時到位於九龍的一家分店上班，今年是他第三年收到家園便利店的春節開工利是。有輕度弱智的阿Joe，是在這家慈善機構工作的三十多名傷殘人士之一，店長Alex說，阿Joe「好幫得手」，早已不需要師傅帶，搬貨擺貨都沒有問題，對人彬彬有禮，雖然「有少少怕醜」。今天，我來給大家講講家園便利店（簡稱「家園」）的故事。家園便利店創立於二〇一二年，創辦人李家傑先生最初的想法，是以津貼購物的形式，為基層家庭每日購買生活必需品節省開支，日積月累，達至幫助基層家庭減輕生活壓力的目的，而會員「買平嘢」是透過購物而受惠，可避免一般接受饋贈的尷尬。家園便利店的所有貨品都以貼近來貨價出售，比普通超市平大約兩成至四成不等，家園的口號是「不牟利、為基層，每日幫你慳少少」，而李兆基金基則撥款補貼家園便利店的員工薪金和舖租等開支。經過九年的努力，家園至今有十二間分店分布港九新界，擁有逾二十三萬會員，他們是長者、綜援家庭、傷殘人士、新移民和南亞裔人士。香港社會貧富懸殊非常嚴重，人均GDP高達四萬多美元，卻有近一百萬貧困人口，家園便利店可為弱勢社群每月節省幾百元生活開支，所以廣受街坊基層家庭歡迎。去年新冠肺炎疫情肆虐，失業率百分之七創十七年新高，李家傑希望家園開設更多分店，讓更多基層市民受惠。家園董事兼總幹事鄭惠珍透露，第十三間分店將於今年上半年開業。家園便利店獨特、實惠的慈善公益模式和良好的社會企業品牌，連續多年

紐約春拍與正德皇瓷



東西走廊

海龍