

胡適的「恕道」

胡適是「五四」新文化運動的旗手之一，當年他的《文學改良芻議》，奏響了新文學運動的「號角」。我們今天「習焉不察」的言文合一語言生態和現代白話語言環境，坐享的正是胡適和他的同時代人（陳獨秀、李大釗、魯迅、周作人等）「改造舊文化，再建新文明」的成果。

胡適「暴得大名」時不過二十來歲，可謂少年得志。成名早，加以個性寬厚，具民主精神，使得胡適對有才華的年輕人，難免惺惺相惜，總是不遺餘力地提携幫助。從林語堂到羅爾剛，從許德珩到陳之藩，從吳晗到千家駒，從周汝昌到許倬雲……受惠於胡適的青年學子，人數可謂多矣。

在胡適幫助過的眾多青年學子中，千家駒是比較特殊的一位。胡適知道千家駒純屬偶然——他在火車上無意間看到千家駒的一篇文章《抵制日貨之史的考察並論中國工業化問題》，大為賞識，而當他得知作者還是一位北大在校大學生時，更是「大為驚訝」。通過吳晗（千家駒和吳晗是同鄉、同學，兩人為莫逆之交）的介紹，千家駒去見了胡適。知道千家駒即將大學畢業工作

尚沒有着落，胡適自告奮勇主動介紹他去陶孟和主持的社會調查所工作。當陶孟和打聽到千家駒「可能是共產黨」因而對接收他來工作有所躊躇時，胡適卻為千家駒開脫。在胡適的堅持下，千家駒終於去了社會調查所工作。到了一九三四年，胡適又主動介紹千家駒去北京大學任兼任講師，當時北大經濟系主任趙乃博也覺得千家駒思想「左」傾，不肯同意，但由於胡適的堅持，千家駒還是在一九三五年當了北大經濟系的兼任講師。

多少年後千家駒回憶：胡適明明知道「在政治立場上我們是不同的」，「但他並不以此歧視我，而且處處提拔我、幫我的忙」，「處處表現出一種寬容精神，即儒家的所謂「恕道」。

胡適雖然在美國生活了二十七年，但他那「容忍比自由還重要」的理念，根子恐怕還是儒家的「恕道」。



過眼錄 劉俊

逢周二見報

太安樓

提起香港的美食「集散地」，如果說上周提到的八文樓是西九的「寶藏美食地」的話，位於西灣河的太安樓，則無疑是港島東區的「美食中心」。

除了均是美食中心外，太安樓與八文樓在許多地方也非常接近，它們都在上世紀六十年代落成，落成之初都是臨海大廈，後又均因填海成為「內陸」大樓。但它們亦有許多不同之處，例如太安樓地下整體被開闢為商場，甚至在落成時是彼時全亞洲最大的商場。太安樓以食肆出名，本地著名的連鎖餐廳「太興」就是發源自太安樓中的一家小小食肆，八文樓則在樓底星羅散布着各類店舖。

太安樓之所以有如此多的食肆，與它的建築結構有關係。不同於八文樓分體式的結構，太安樓是一座大廈，共有近兩千戶，每層平均超過六十戶。雖然是私人樓，但從設計上看，更接近於香港早期的公共屋邨。根據香港政府統計處的資料，太安樓居民高達五千人以上，是香港最多人居住的單一建築物，密集的居民也給

平價食肆帶來了市場。抱着對美食的探求欲，我踏入了太安樓。裏面的環境果然如網上傳聞所說的「接地氣」。略顯昏暗的燈光下，遮擋不住樓道整體的簡陋裝潢，店舖的裝修也都以簡潔風格為主。但是，樓內從港式茶餐廳到牛雜魚蛋一類的街頭小食，再到開設數十年的老牌甜品店，甚至是小而精緻的文藝餐廳、日式料理，基本是應有盡有。而且不論是何種類型的美食，價格都頗「美麗」，少有人均過百的餐廳。

疫情當前，連鎖大型食肆成本控制得當，生存自然不會受到影響。但前段時期洶湧的疫情的確對類似太安樓內的小店生意造成了影響，不少店舖也高高掛出了「待租」的字樣。如今疫情稍有緩和，惟願街坊們能多支持那些「百蚊有找」的街巷美食。



漂遊記 杜若

laser.li.hk@gmail.com

逢周二見報

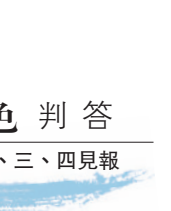
銀魚大成

日料中的魚那麼多，卻只有銀魚最懂生活。迷你的一隻，細小如絲，在數百年禪意的薰陶下愈發從容不迫，別家的魚都是爭先恐後出風頭，只有它成群結隊掩蓋住自己的鋒芒，每一次出場都講究個「團圓」。讓你還沒來得及吃，就已經被這種規模和氣勢鎮住了。

再進一步說，銀魚只是一個大類的統稱，至於它們的樣貌區別，用顯微鏡看也未必能辨識得一清二楚，只恨自己不是火眼金睛，還非要貪戀口福。不過中國才是銀魚的重點產地，對照一下遠房親戚，或許能略通大概。太湖銀魚多出名？請出著名的「太湖三白」：銀魚、白魚、白蝦就知道了，不過此白魚可非日本的白魚，只有此銀魚才可遙相呼應。日本人雖然對銀魚情深義重，無奈產量有限，有些還要從中國進口。

雖然長成了小透明，但味道可絕對挑得起大樑。從江戸時代就登上了富豪政要們的餐桌，就連德川家康也很上頭，賜了一個御用的標籤，從此王公貴族常見，尋常巷陌不再聞。如今新鮮的銀魚做成刺身，直接搭配醬油、山葵和醋味噌就可以入口，味道談不上濃郁驚艷，卻用一股鮮美和嚼勁打敗了食客們的驕傲。當所有的魚類都要成片嚼食時，唯獨銀魚是論條論群被消滅的，這種游離在獨立和群體之間的微妙感覺，哪怕是老饕也要直呼特別。但我更愛傳統的銀魚炒蛋，唯平平凡奇中才能襯托出它的性格，嫩到極點的蛋配上剛打撈的銀魚，瞬間驚覺在食物的世界裏，也有遇強則強的規則啊。

不過，其實大多數人遇見銀魚，都不算剛剛好。就算包裝再鮮美的銀魚乾，也不過是勉為其難的成全，無法長成鮮活時野獸派的樣子，只能用小小的身體集世間百味、百態於大成。



食色 判答

逢周二、三、四見報



吃老本

漫條思理 鄭辛遙

逢周二、四見報

鈕扣增加服飾魅力

一粒衫鈕在衣服上的作用，不要小看這細微的搭配物，如果用得其所，會讓一件平凡的衣物變得不一樣。一向我都相當重視這方面，所以在每件衣物上，總會檢視鈕扣與衣服的搭配如何，需要保留原物，還是把鈕扣換一下，看看是否會更吸引。

對這種用在衣服上的細節中，讓我擁有一些各種不同的鈕扣，有膠質、有金屬，還有皮革製品和布製品等，比較不欣賞是布製品，因為覺得缺乏特色，最喜愛是皮革鈕，但又不是每件衣服都適合用上皮革鈕。

一排別致的鈕扣，可以把服飾襯托得更完

移民火星？

最近看到一則令人振奮的消息，中國的「天問一號」火星探測器搭載的「祝融號」火星車成功登陸火星，讓中國成為繼美國後第二個完成壯舉的國家。筆者忽發奇想，人類是否朝移民火星又邁進一大步呢？

隨着地球暖化以及污染問題，很多高瞻遠矚的人士已提出，人類應該未雨綢繆，提前準備第二個家園。事實上，有一些有識之士及科學家已在認真作準備了。

火星是太陽系內，除地球外，最適宜人類居住的行星，人類生存最需要的要素是空氣和水，火星兩極的冰蓋中含有大量的冰和乾冰。問題是火星大氣太過稀薄，由於沒有任何溫室效應，因此導致平均溫

度只有攝氏零下六十三度，這樣的環境下人類根本無法生存。

目前，已有很多瘋狂的設想，將火星塑造造成適宜人類居住的星球。例如有人提出，可以在環繞火星飛行的軌道上建造大量的反射鏡，讓太陽光匯聚在火星兩極以融化冰蓋。還有人提出，挖火星兩個衛星上的黑色塵土，把它們撒在兩極的冰蓋上，提高兩極的溫度，促成冰蓋自行融化。更匪夷所思的方案是特斯拉創辦人馬斯克提出的——在兩極扔一大堆氫彈，爆炸釋放的大量熱量能夠讓兩極冰蓋融化。

當然，改造氣候環境只是第一步，還有大量難題要克服，如來往兩地的距離太遠了。火星跟地球的距離有時近、有時

小吃裏有大文章

好看的風景千篇一律，特色的小吃萬里挑一。對於一眾吃貨來說，各地特色小吃就是一個城市的靈魂。就當下而言，最火爆的網紅小吃，恐怕非柳州螺螄粉莫屬。

很多人對螺螄粉的情感變化，都逃脫不了「真香定理」，從好奇、嫌棄、淺嘗輒止、莫名上癮、欲罷不能，往往只需要短短幾天時間。疫情最初爆發時，內地民眾宅家時間顯著增加，螺螄粉的銷量也突飛猛進，甚至到了賣斷貨的地步，還因此頻上熱搜。

另一個成功出圈的「國民小吃」，當屬沙縣小吃。「一元進店、兩元吃飽、五元吃好」，曾經是沙縣小吃的宣傳語。憑着經濟實惠、價廉物美的定位，沙縣小吃

以「小身姿」切入大市場，辦得紅紅火火有聲有色，還跳出「農門」走出「國門」，實現從「小吃」到「名吃」的跨越。

仔細分析即可發現，螺螄粉和沙縣小吃的成功，並非「一夜暴富」的偶然現象。二十多年來，沙縣政府始終秉持「小吃大文章」的發展思路，推動沙縣小吃做大做強，將其發展成為門店超八點八萬家、年營業額達五百多億元的大產業。而柳州市也明確提出「用工業的理念謀劃推進螺螄粉產業升級發展」，一碗螺螄粉，從七點五元做到年產值三十億元，並通過打造螺螄粉特色小鎮，將其創造成國家4A級景區，帶動一方經濟。

反觀大灣區幾大城市，雖以小吃如雲

懷念尼泊爾

印度疫情嚴峻，我一點也不詫異。印度是現存其中一個文明古國，但社會階級觀念並未隨着時代步伐而改進，貧富差距極其嚴重，草根階層的生活條件惡劣，三餐不繼，如何維護個人衛生？尼泊爾與印度兩個國家的歷史和文化不大相同，卻因為部分邊境接壤，故此兩國人民的交往寬鬆自由，兩地之間多年來形成緊密連繫。疫情在印度全國蔓延，尼泊爾備受牽連，近來的疫情越見惡劣，可見世界各國都不能獨善其身，攜手抗疫才是共贏之道。

說回尼泊爾，也許該國並不屬於先進國家，可是民風純樸，環境優美，乃是旅遊好去處。我在廿多年前便曾到該國旅

行，現在想起來，仍甚回味。

當年尚未進入高速網絡年代，前往尼泊爾旅行仍然倚靠一本旅遊書，以及精密的籌備心思。我們一行二人，預先在港用長途電話致電當地的背包客旅店，預訂到步後首兩晚的住宿。抵達加德滿都之後，按照旅遊書的指示，尋找當地旅行社，再預訂我們自己構想行程的一切所需，包括交通、住宿，以及例如激流泛舟和叢林探險等特別玩意。接着下來，手拿着各類紙張單據，每到不同景點便尋找接洽對象，由對方安頓之後便自行遊玩。從東部至西部，再回程加德滿都離開，十分暢快。

明星的商業價值

迪奧（DIOR）本月宣布趙麗穎為全新迪奧中國護膚代言人。趙麗穎出道十五年擁有一些影視代表作，人氣頗高，商業價值相應亦高。另一影視明星楊冪的人氣也不差，其服飾品味受現代女生模仿，最近上雜誌穿的都是古馳（Gucci）的新款。

對於當紅明星的「帶貨」能力，市場上每季每年都會羅列指數排行榜，明星作品、代言表現及綜合熱度均以百分比計算，一目了然，去年全年的前十位是楊紫、易烱千璽、楊冪、趙麗穎、王一博、迪麗熱巴、張藝興、朱一龍、蔡徐坤、黃曉明，今年的排行榜則會重新洗牌，肖戰、趙露思等人的代言數量都呈直追而上勢

遠，最近的時候約為五千五百萬公里，最遠的時候也有約四億公里之遙。即使選最短的路線，一來一回也要五百多天。

連對於移民外星非常熱衷的馬斯克也承認，火星惡劣的條件可讓殖民者意外死亡，首批殖民者很大機會客死異鄉。由於人類並沒有在火星長期居住的經驗，必須擁有足夠的膽量和不怕吃苦的心，才能順利完成任務。

筆者心想，經過幾萬億年，地球才孕育出人類，多位「太空人」都說過，從太空回望，才發現地球的可愛和美麗。如果我們好好保護它，是否沒有必要去移民呢？

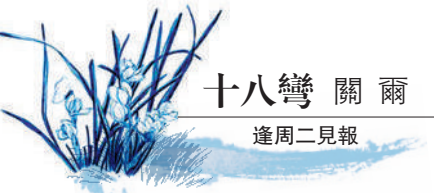


童眼觀世 梁戴

逢周二、四見報

著稱，卻往往因為政府扶持力度不足、缺乏產業長遠規劃，從業者未能打破傳統常規、突破思維定式、積極創新進取，而沒能在激烈的餐飲市場競爭中樹立起脫穎而出的品牌。

實際上，一個蝦餃，就能帶動一方致富；一碗年糕，就能炒出「金飯碗」。螺螄粉和沙縣小吃這種「小而美」的發展思路還可以「觸類旁通」，並不局限於地方特色美食。對於想要以小產業撬動大發展的各地而言，如何不斷延長上下游產業鏈、如何進一步挖掘品牌內涵？回答好這些問題不僅是未來產業發展的大勢所趨，更是疫後提振經濟的主攻方向。



十八彎 關爾

逢周二見報

記憶中的尼泊爾，充滿自然風光，人們待客親切。當年的物質條件仍然貧乏，我們聽從曾到當地旅行的朋友指導，預先帶備了大量清潔乾淨的舊短袖圓領汗衫和牛仔褲，在當地一些小商店購物時，只要和店主談得投契，便可提出以物換物，不需付上現金。大部分店主都樂意交換，我們亦可得到心頭喜好的紀念品。

最重要的是，我與當時的女朋友一同在尼泊爾遊玩，遠離塵囂，心無掛慮。雖然後來與該女友沒有良好結局，但也留下一段美好回憶。



文藝中年 輕羽

逢周一、二、三見報

頭。

明星的收入很大一塊來自品牌代言，像王一博代言約三十二個；迪麗熱巴代言約二十四個；蔡徐坤代言約十五個；黃曉明代言數量不算多，但含金量卻很高。國內外商品種類繁多，中國市場巨大，珠寶、服飾、護膚、母嬰、餐飲、保險、手機、電器……處處有商機。應對消費影響力，奪取品牌代言不僅要拚實力更要拚形象。



紅塵記事 慕秋

wusiupikwa@yahoo.com.hk

逢周二見報

區別，可以看到多以膠製品或布鈕來配合青春服裝類，加強自然感，而放在成熟年齡層的女士服裝上，一件金色鈕扣的紅黑格仔大襖就非常搶眼。

配合硬朗作風的皮草服飾，亦多以同色系的皮製鈕扣配套，從名牌服裝選用鈕扣作為主要配飾的角度來看，鈕扣實與衣服有非常密切的關係，不論任何季節和不同設計中，都可看見鈕扣與服飾互相發揮的魅力。



衣尚 蕙蕙

逢周二、四見報