

變味的螺螄粉

這幾年，最火爆的網紅食品，非螺螄粉莫屬。憑藉臭味中的辣鮮酸爽，俘獲了不少食客的味蕾。筆者的鼻子比腸胃更脆弱，臭味系列的食物，無論是湖南的臭豆腐、安徽的臭鰱魚、寧波的臭冬瓜，乃至北京的豆汁兒、馬來的榴槿，向來畏而遠之。螺螄粉自然也不例外。但一樣米養百樣人，口味因人而異，對於喜歡「逐臭」的朋友，也充分尊重。

前幾天端午節，到朋友家裏吃糉子，猝不及防一陣濃烈的氣息撲鼻而來。原來是螺螄粉糉子。朋友咬了一口，無非是將糯米裏的紅棗豆沙換成了酸豆角螺螄粉。似乎從來沒有一種食品，可以像螺螄粉那樣，身披網紅戰袍，「無堅不摧」。春節的螺螄粉水餃，元宵節的螺螄粉湯圓，清明的螺螄粉青團，中秋的螺螄粉月餅，還有螺螄粉的漢堡、薯片、火鍋、奶茶、酸奶、蛋糕、麵包，不管是中餐西餐，統統拜倒在螺螄粉面前。

這還不算完，除了固體的食品、液體的飲料，連氣體也不放過，居然還有「香囊」，供死忠粉

們「吸食」，其功效大概跟鼻煙差不多。名副其實的「萬物皆可螺螄粉」。並且傲然走出國門，甚至被宣傳當成了中國菜的代表頂禮膜拜。廣西還成立了專門的螺螄粉學院。就連肯德基也忍不住進場做起了螺螄粉。

美食固然需要創新。但是，有些「創新」，比如將一整盤螺螄粉扣在蛋糕坯子上，或者將湯汁攪拌進奶茶裏，恐怕只是糟蹋糧食吧。這屆消費者尤其是年輕人，獵奇、冒險，不走尋常路，越花裏胡哨的「黑暗料理」越有炒作價值。

螺螄粉是無罪的。就像一切的網紅產品一樣，被當成了極盡出位地博取眼球、剛踏熱度、收割流量的鐮刀，噼里啪啦地伸向「韭菜」們的錢包。這已不是餐飲業，而更像是一場無節制的娛樂狂歡。



瓜園蓬山

gardenermarvin@gmail.com

逢周三、四、五見報

飯圈亂象

「其實我們也不想做那些『卷生卷死』（內卷嚴重之意）的榜單，但是人家都做，你不做，大眾和商家就會覺得你的偶像flop（不紅）了。」在「飯圈」頗有資歷的好友小A前幾日同筆者聊天時抱怨道。

本周中央網信辦公布正式啟動為期兩個月的「清明·『飯圈』亂象整治」專項行動，圍繞明星榜單、熱門話題、粉絲社群、互動評論等重點環節進行整頓。如小A一樣，在現實生活中名牌大學在讀、得體而理智的人，怎麼一到互聯網上，就成了互撕謾罵、拉踩引戰、造謠攻擊、人肉搜索、侵犯隱私的飯圈粉絲？「現在大家都在批判飯圈種種虛假繁榮、人身攻擊等現象，這些行為背後的邏輯其實很簡單，就是『流量為王』。」小A說。

飯圈的飯，是Fans之意，因此提到飯圈，大眾第一反應都是粉絲。但飯圈並非一個孤立的圈層。在互聯網時代，流量數據往往與人

氣、影響力、商業價值等掛鉤，飯圈與商家、平台、偶像、經紀公司，共同組成了當前炙手可熱的粉絲經濟。因此整頓飯圈，不能只從粉絲群體下手。

比如一些無良營銷號，會故意挑起兩個不同飯圈的罵戰，來為自身獲取流量，由此引發的粉絲群體間的互相謾罵，令網絡環境烏煙瘴氣；又比如現在網絡上以微博超話為代表的層出不窮的榜單，這些榜單，大眾直觀上看到的是粉絲在刷數據，但其實在此之前，先有平台主導設立這個榜單，以期為平台獲取流量；之後又有偶像的經濟公司拿着這個榜單的數據去向商家洽談商業資源。粉絲在這之中，出力雖多，但其實卻是相對被動的一環。



談文論藝 嘉妍

逢周五見報

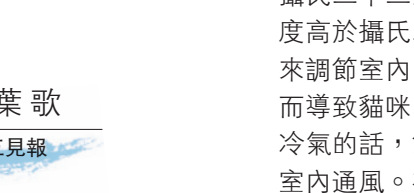
從美回國（下）

航班夜裏十一點半從底特律起飛。登機前，工作人員要求大家通過「海關指尖服務」的微信小程序在抵達中國海關二十四小時內申報健康狀況，成功後截屏保存二維碼。降落上海為北京時間早上五點。身穿全套防護服的檢疫人員上機，請大家按叫到的座位號分批下機。我在第三組下機。

浦東機場第一航站樓內可謂五步一崗，到處有身穿防護服的工作人員在一旁指導。入境旅客先到證件檢查處排隊。左右共二十個小隔間。輪到我，進入其中一間，先查護照，健康申報碼，登機牌，簽署檢測知情書。對方詢問是否接種疫苗及檢測核酸與抗體，並讓我出示檢測報告和接種卡。然後拿着檢測單下樓去檢測點。在這裏進行鼻拭子一邊採樣和咽拭子採樣，做完去拿行李。

取完行李出海關，根據標誌到接機大廳的「江蘇」一塊集中，旁邊為「浙江」和「安徽」以及「其他地區」。大廳另一端則為目的地為上海各區的旅客。又向這裏的工作人員出示護照，掃描另一個二維碼，填報個人資料及江蘇地址。申報成功後，拿着填好的又一張單子去一旁等待。護照要到集中隔離的賓館一起交還。

一個半小時後一起出發。拖着行李出大廳，交上單子，裝好行李，上大巴士。開車一個半小時後，到達上海寶山區定點隔離賓館。取行李，在大廳簽署集中隔離承諾書。然後又掃二維碼，再次填報個人資料，加醫護為好友。申報成功後截屏發給醫護。拿到房卡、一袋日用品，進房間，開始在上海的三天集中隔離。按規定，三天後坐車轉運江蘇，在另一家賓館集中隔離十一天。



墟里葉歌

逢周一、五見報

我是來看評論的

常在網上閒逛，總有新發現。這幾年，喜歡看評論的人似乎增多了。經常有人在帖子下留言表態：我是來看評論的。時間往回退幾年，各個論壇上，卻有網友熱衷於製作「脫水版」。所謂「脫水版」，與「灌水」這一網絡辭彙相對而言。脫水者，即為將「灌水」也就是無意義的跟帖刪去，只保留本主所發原帖。

從「脫水版」到「專看評論」，是網絡言論生態的變化。在這種變化背後，是網絡對生活介入之深廣愈發明顯，也是網民整體素質的提升。當年，之所以流行「脫水版」，確因許多評論隻言片語，不過是情緒發洩，或曰「無效評論」。

而如今，情況發生改變，有效評論增多了。我常見到令人拍案叫絕的連珠妙語，或辛辣諷刺，或幽默揶揄，或深刻分析，叫人忍俊不禁，或直呼「痛快」。如原帖所言是社會熱點事件，又會有一些評論，對原帖所言進行補充或辯駁，「吃瓜群眾」翻看評論，得以更全面了解事情原委，甚至發現被掩蓋的真相，吃到了更甜更大的瓜，當然就連呼「過癮」了。

這顯然是互聯網空間繼續發展的結果。由於這種發展，網民的資訊來源變得愈發多樣。譬如，一件街頭事件發生時，路人手持機拍下一張圖或一段視頻，上傳到社交媒體，此類資訊不但現場感強烈，比新聞媒體的事後報道更即時，而且角度

斤磅之間

自秦始皇統一了「度量衡」，中國一直沿用這些標準。後來出現了公制，也是雙軌並用。但買菜買水果，內地使用的一直是「斤」。

香港「斤」與內地「斤」重量相等，但內地一斤分十兩，香港則是十六兩。香港的蔬果部分來自內地，進口時交易該都用「斤」；來自外國的想來會用公制的「公斤」或英制的「磅」。街市上的蔬果標價，也視產地分「斤」與「磅」。

很多買菜的主婦包括我，從未去細思「斤」與「磅」間轉換的貓膩（見不得光的操作），總是按價目牌上的文字隨口一叫「要一斤」或「要一磅」。

有的蔬菜，如山東番茄馬鈴薯、寧夏菜心、廣東荔枝……在香港的街市都很受歡迎。這些內地蔬果進口時無疑都會用「斤」的基本計算單位。但某時起，像約好似的，許多內地蔬果在菜攤上都改用了「磅」標示。如：桂味荔枝「一磅二十，兩磅三十六」，「子薑一磅十六」。最是此地無銀的是「山東番茄、薯仔每磅八元」。我就奇了怪了，這些蔬果是來自外國的嗎？

香港許多無良商家不僅短斤少兩，還要在「衡」的單位上偷龍轉鳳。要知道一磅只有十二兩，該用「斤」時用「磅」，商家不但賺了買賣差價，還賺了斤磅轉換

羊腸小徑

我家住在郊野附近，遠離城市當然不大方便，但就落得清靜，而就在屋後有一條小徑能通往後山，那小徑與紅樓夢中的形容竟不約而同：「上面苔蘚成斑，藤蘿掩映，其中微露羊腸小徑」，我被那詩意所驅使，一個人走進那窄小的路徑，要一探當中究竟。小徑迂迴曲折，本以為上山，卻又往下走，原以為直行，卻又一直右轉左落，還好沒有分叉，不然真的會迷路，原以為短小的路徑，一併便是半小時，正要猶疑要不要走下去，發現前面有一個出口，竟然又回到家前的大馬路，原來是一條環山小徑，那刻似有所悟，原以為是登山之旅，卻是繞着家走了一個大圈。

心靈的發展彷彿也是異曲同工，我們一直以為放下悲傷，勇往直前就能解決過去的創傷，我認識一位行內的老前輩，昔日時候的她受家庭的傷害，一到成年她就離開家庭，憑着自己努力考上大學，找到一份很好的工作，然後成家立室，有位很會照顧她的丈夫。一切年幼時的噩夢看似遠去，但就在孩子長大後的某天，突然她被驚恐症纏擾，那突如其來的魔爪將她拖垮，身為治療師的她當然知道魔爪是從內心而來，就此她得尋求協助。

生命其實就像一個圓圈，它不斷地循環，只是軌跡不同，時而向外，時而向內。由起點到終點並不是一條直線，我們從來不是離開起點越來越遠的成長，而是

純淨透潤的琥珀

俄羅斯聖彼得堡凱瑟琳皇宮博物館的「琥珀廳」名聞遐邇，曾一度被譽為「世界第八大奇蹟」，因為大廳牆壁全鑲滿琥珀。一七〇九年時，普魯士國王命令頂級建築師設計和打造近六百平方呎的「琥珀廳」，動用約六公噸的優質琥珀（當時比黃金貴十二倍）。一七一六年，為了要與俄國結盟，慷慨贈送給俄國沙皇彼得大帝。一八一〇年，四壁全面翻新。第二次世界大戰時，德軍拆走「琥珀廳」，後來下落不明；據傳秘密埋在德國一個小村落深二十米的地穴下，迄今仍是一個謎。現今所見的「琥珀廳」，乃屬重建；但部分琥珀裝飾、小擺設、瓶子、小箱子、盒子

和棋子等，依然是一七六〇年後期至一七九四年間，由當地琥珀工匠精心製作的珍品。

我國在清代嘉慶期間（公元一七九六年至一八二〇年），宮廷也開始時興雕製琥珀小擺設。名師喜歡以古瓶的造型為基礎，稍加變化。像附圖透明度高的金琥珀蓋瓶，浮雕精緻紋飾，益顯華美；工藝卓絕，比較俄宮珍品不遑多讓。這些宮廷傑作，皆首重琥珀的品質，真、純、正、潤、老，為極品的基本條件。像金琥珀（簡稱「金珀」），體質要透明純淨，尤以金黃帶枯黃者為美，老金珀更明瑩通透（如附圖者）。琥珀的透明度足以影響其色澤與寶光。天然寶光強



的上品，顯得淡雅純勻和淨化。通常金珀愈透明清澈，含琥珀酸較少；只要不超過百分之四的含量，就呈透明；若介乎百分之四至百分之八的含量，則呈半透明，而且出現稀薄雲霧狀，亦即純淨度較低。像蜜蠟，大多數品種含琥珀酸超過

百分之八，而且多受酸性土滲蝕，故此透明度較低，較多微小氣泡而呈雲霧狀；至於透明的晶蠟，則與琥珀相近。上述俄羅斯「琥珀廳」牆壁上重建的琥珀裝飾，以及所展出的小箱子、盒子和各種雕刻品，其實並不大透明，色調亦參差；論質素，應遜於附圖清代的琥珀古瓶精品。由於琥珀的摩氏硬度較低，容易脆裂崩缺，所以雕藝要十分精湛，稍一不慎，即損毀珍罕的上好琥珀。波羅的海產的海琥珀，外層氧化較少，大多明瑩透亮，品質潤澤純淨。



閒性閒情 李英豪

逢周五見報

預防「毛孩」中暑

狗狗會出街，炎炎夏日有機會中暑，但喜歡待家的貓貓原來也有機會中暑，到底應該如何預防貓貓中暑呢？其實很多做法與預防人類中暑相差無幾。

最適合貓貓居住的室內溫度為攝氏二十二到二十五度，若室內溫度高於攝氏二十八度，必須開冷氣來調節室內的溫度，以免因為室溫而導致貓貓的體溫過高。如果不開冷氣的話，飼主應盡量開窗，保持室內通風。在夏天，一天中最熱的

時間為下午一點至三點，飼主應盡量避免讓貓貓暴曬於炎熱的陽光下。貓貓只有在腳的肉墊上有汗腺，但流汗不是主要的散熱方式，如果夏天飼主與貓貓玩得太多，貓貓運動量過大，就有可能中暑。夏天一動不如一靜。

夏天水分流失快，補充也很重要，飼主應準備足夠一天飲用的水分，放在貓貓時常出沒的地方隨時補充。如果貓貓體溫過熱，很容易出現脫水現象，若未能適時補水有

可能造成休克。此外，飼主可以在家鋪設寵物涼墊及裝了冰水的水樽，讓貓貓可以隨時休息及散熱。

至於狗狗，牠們沒法像人類透過排汗來把體內的熱力釋出，所以狗狗天生怕熱。假如真的中暑，可試試以下四招急救。一、移至陰涼，有遮蔭和較乾燥的地方，避免體溫進一步上升。二、四肢塗酒精，可以嘗試在狗狗四隻腳掌塗抹消毒火酒或搓手液等酒精，幫助散熱，這是因為酒精的揮發性高，帶走熱力的時間快。三、餵凍水，狗狗中暑後，會有很多口水積聚於呼吸道，這時應盡量將口水抹走，避

免呼吸道受阻，可以餵牠喝水溫約二十五度的涼水。四、情況危急的話，可以用較冷的水，直接淋在狗狗身上降溫。

當然，做完急救後，應盡快帶狗狗到就近獸醫診所求醫，即使表面上，貓貓、狗狗的中暑跡象已經消失，求診也可買個安心。



萌寵集 佑松

逢周五見報