

## 何不食肉糜

晉惠帝司馬衷，被公認是封建時代最白痴的皇帝。時天下荒饉，百姓無糧可食，餓殍遍地。惠帝於是問身邊大臣：「何不食肉糜？」這句話成了司馬衷愚蠢而悲哀的一生，最凝練的概括。

按照常理，肉是最香、最有營養因而也最昂貴的食物。沒有糧食、蔬菜吃，自然更沒有肉吃。這是再平常不過的邏輯。不料，今年罕見的肉菜價格倒掛，為司馬衷他老人家正了名。原來竟然真有吃不上蔬菜而只好靠肉充飢的情況。受到洪澇災害造成蔬菜減產，以及農資成本正增加，以及疫情防控影響物流速度等多重因素影響，今年內地尤其是北方菜價一路飆漲。

筆者也不免學詩人，「從明天起，關心糧食和蔬菜」。一斤鮮菠菜價格高達十五塊錢人民幣，而豬肉價格已連續數月跌破十元。以前常常隨其他蔬菜免費附送的香菜，已八元一斤。就是精打細算的「大媽」軍團，也連稱「活久見」。既然吃不起菜，只能「何不食肉糜」，網民直呼「窮得只能吃肉了」。這也並非

## 秋 日

儘管天文台早有預報，各路政治人物、商業機構也通過社交媒體三番五次「溫馨提醒」天氣轉涼要多加衣服，但當降溫真正來臨的時候，還是有些突然——明明昨天還是穿短袖的夏日，一覺醒來就感受到即使穿了外套，還是會在風中凌亂的涼意。

束緊衣服，終於等來了巴士，跳上車那一刻，發現車廂內似乎有一層淡淡的溫暖。初初以為是巴士開了暖氣，但轉念一想，雖是降溫但氣溫畢竟也有十五六度，開暖氣可能有些誇張，或許只是關掉了平常開得很大的冷氣。早晨的長途通勤巴士，乘客都是半夢半醒，卻已經西裝革履穿戴整齊的上班族。原本就有規律晃動的巴士，再加上瀰漫在車廂內的溫暖，對乘客而言無疑是一個催眠魔法的結界，於是，我也很快昏昏入睡。

巴士緩緩駛入站台。在下車前已經縮了縮脖子，準備迎接撲面而來的冷風，結果沒想到跳下

王菲早就在歌中唱過，「就像一碗熱湯的關懷，不可能隨身攜帶」，相信彼時她還沒來過北方，不然換作一碗胡辣湯的關懷，不但能隨身攜帶，也許連冬天的光棍節，都能自在往來。

傳說中，胡辣湯是河南人的標配，感恩外賣的存在，讓一碗熱氣飄過更遼闊的地域，很多從小沒嘗過這道滋味的人，倒是在成年以後，被含蓄的溫柔撞了滿懷。第一次喝胡辣湯，到酣暢時，不自覺摘下了帽子手套，甩開膀子一飲而盡；之後每每天氣和心情都開始「漸凍」，就想到這一碗湯，是早起的動力，也是上班族殘存的元氣。

胡辣湯名震四海，只需湯底一味胡椒便能攪動乾坤。一小勺胡椒，絆住了冬天囂張的腳步，也保住了成年人的容身之處。胡辣湯的鮮美，始於胡椒香、陷於牛湯濃，忠於這味道之下，看不見但品得出的大千世界：從丁香、肉蔻等調料到粉條、木耳、乾豆腐等配菜，怕是也只有河南人，能把一份湯喝成主菜的模樣，還能在碗蓋之下再翻幾個跟頭，加肉丸、加黃花菜、加麵皮，每次不同打扮的出場，就是更精細的河南地圖，把憨厚混沌的胡辣湯，生生攬動成了更有風情的姿態。

在稍顯濃稠的湯底之上，幾滴香醋，才是天外飛仙。酸與辣自古就是絕配，親手當了一把月老之後，要小心翼翼順着碗邊吸溜入口，才能在酸酸麻麻中，盡享這氤氳鋪開的氣象萬千。胡辣湯雖然真材實料，卻還有更多不尋常的搭配，被東北人視作小油條的油饅頭，是當地人最推崇的一位；但此項術業無需專攻，所以更多人還是會選香脆的水煎包，吃下去雖辨不出是哪裏人，可只要味道夠好，誰不衷心嘆一句「行家」？畢竟胡辣湯的世界可容百川，任誰前來，都不孤單。

## 大川集 利 貞

逢周一、三、四見報

王菲早就在歌中唱過，「就像一碗熱湯的關懷，不可能隨身攜帶」，相信彼時她還沒來過北方，不然換作一碗胡辣湯的關懷，不但能隨身攜帶，也許連冬天的光棍節，都能自在往來。

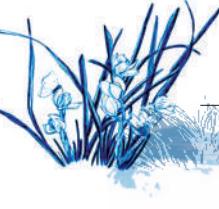
傳說中，胡辣湯是河南人的標配，感恩外賣的存在，讓一碗熱氣飄過更遼闊的地域，很多從小沒嘗過這道滋味的人，倒是在成年以後，被含蓄的溫柔撞了滿懷。第一次喝胡辣湯，到酣暢時，不自覺摘下了帽子手套，甩開膀子一飲而盡；之後每天天氣和心情都開始「漸凍」，就想到這一碗湯，是早起的動力，也是上班族殘存的元氣。

胡辣湯名震四海，只需湯底一味胡椒便能攪動乾坤。一小勺胡椒，絆住了冬天囂張的腳步，也保住了成年人的容身之處。胡辣湯的鮮美，始於胡椒香、陷於牛湯濃，忠於這味道之下，看不見但品得出的大千世界：從丁香、肉蔻等調料到粉條、木耳、乾豆腐等配菜，怕是也只有河南人，能把一份湯喝成主菜的模樣，還能在碗蓋之下再翻幾個跟頭，加肉丸、加黃花菜、加麵皮，每次不同打扮的出場，就是更精細的河南地圖，把憨厚混沌的胡辣湯，生生攬動成了更有風情的姿態。

在稍顯濃稠的湯底之上，幾滴香醋，才是天外飛仙。酸與辣自古就是絕配，親手當了一把月老之後，要小心翼翼順着碗邊吸溜入口，才能在酸酸麻麻中，盡享這氤氳鋪開的氣象萬千。胡辣湯雖然真材實料，卻還有更多不尋常的搭配，被東北人視作小油條的油饅頭，是當地人最推崇的一位；但此項術業無需專攻，所以更多人還是會選香脆的水煎包，吃下去雖辨不出是哪裏人，可只要味道夠好，誰不衷心嘆一句「行家」？畢竟胡辣湯的世界可容百川，任誰前來，都不孤單。

## 食色判答

逢周二、三、四見報



## 食色判答

逢周二、三、四見報

## 藝術與環保

單純的自嘲，農業部官員也公開呼籲民眾不妨多吃肉。

被顛覆的不光有晉惠帝的「肉糜」定律。以前的山大王、扛把子、揸fit人總是叫囂：「老子可不是吃素的！」如今卻變了，「吃素的」才是大佬。唯有《左傳》那句「肉食者鄙」更加深刻，「吃肉的」只有當小弟跟班的資格。

以前常說「理想是豐滿的，現實是骨感的」，如今現實居然也變得肉嘟嘟了。其實，受惠於幾十年來持續推進的菜籃子工程，中國蔬菜產量穩居世界第一，佔比超過全球的一半。國人可以享受「蔬菜自由」。今年的「何不食肉糜」，也只是季節性的暫時現象。「麵包會有的，牛奶會有的，一切都會有的。」蔬菜，當然也會有的。

筆者也不免學詩人，「從明天起，關心糧食和蔬菜」。一斤鮮菠菜價格高達十五塊錢人民幣，而豬肉價格已連續數月跌破十元。以前常常隨其他蔬菜免費附送的香菜，已八元一斤。就是精打細算的「大媽」軍團，也連稱「活久見」。既然吃不起菜，只能「何不食肉糜」，網民直呼「窮得只能吃肉了」。這也並非

**瓜園蓬山**  
gardenemarvin@gmail.com  
逢周三、四、五見報

全球各地正受氣候變化影響，旱災、洪水、熱浪、蟲害等無日無之，剛舉行的聯合國氣候變化大會「講多過做」。藝術與環保看似風馬牛不相及，但最近有藝術界有識之士，正利用自己的專長作貢獻。

英國女藝術家金斯伯格（Alexandra Daisy Ginsberg）近日與康沃爾郡一個生態景點合作，設計出一個混合多種植物的特殊花圃，吸引蜜蜂等瀕危昆蟲傳播花粉，既兼顧藝術與環保元素，又有助保存昆蟲和植物多樣性。

金斯伯格首先與養蜂專家、物理學家研究後，在該生態景點一處長五十五米的土地開始種植多種花卉植物。雖然花圃看上去顏色花哨，排列方式不規則，但實際上是經過精心計算，專門為蜜蜂、蝴蝶、

飛蛾等瀕危傳粉昆蟲設計，考慮了不同昆蟲的傳粉路線、開花期等因素。

為了吸引更多人參與保護環境，金斯伯格還同時推出一個與該花圃設計有關的網站，讓民眾透過輸入他們想種植的花圃大小、位置和土壤條件，設計出獨一無二、由金斯伯格手繪的3D花圃，鼓勵他們在家中等任何可用空間種植，幫助更多昆蟲種傳播花粉。

美國藝術家Hillary Waters Fayle，則選擇在樹葉上穿針引線，創作植物藝術，除了呼籲人們關注身旁不起眼的小事小物，也強調人與自然的聯繫，實現零浪費的設計。

她就地取材，在住所附近拾樹葉和落英，再取出祖母的線材，在樹上編織近

似花窗的蛛網紋路，躍然葉上的小昆蟲，準備展翅的蝴蝶，然後編織出一幅幅觸動人心的療愈作品。她希望，透過植物刺繡說話，吸引人們近距離觀察自然，進一步思考如何建立人與自然界的平衡。

現實生活中，許多行業都對生態造成傷害，藝術創作有時也成為污染的源頭。但有些具環保意識的藝術家，正用垃圾、天然植物和回收材料進行創作，減少對環境的污染。以上兩位藝術家跨出一步，用藝術創作來喚醒人類對環保的關注。

**童眼觀世 梁戴**  
逢周二、四見報

華麗隆重的禮服拍照、戴閃鑽冠冕挽着夫婿接受親友祝福。外在的種種，不需比較，能力所及與自我感覺良好就行。反觀真子完婚當天，沒有喜宴盛會、耀眼首飾與日本婚服白無垢，只有夫婦二人公式的發言，最矚目的只是妹妹給她的擁抱。那對公主而言簡單得過分的出嫁儀式，不會折損任何真誠的祝福，卻讓人無奈地看到現實世界平民想當公主，公主又想做平民的諷刺，人們總為了夢幻的愛情，寫下一個又一個情節永不如童話的人生故事。

**竹門日語 簡嘉明**  
逢周一、四見報

「都懂」。大灣區的文創產品和科技新品更是頻繁地在購物車中。

大灣區購買力驚人，持續多年蟬聯「雙11」購物狂歡節消費金額榜單的榜首。不過，經歷過這些年「雙11」的狂飆後，「剁手黨」們也從最初的瘋狂「買買買」，逐漸清醒理性起來，認識到不能單純被低價和商家廣告誘惑，要根據自己的實際需求，管住手。一位港星大灣區哥哥在晒出自己的購物車產品時，附上了一本「斷捨離」的圖書，提醒人們給購物車加上安全帶，獲讚無數。

有人盤點了大灣區購物車中分享的好物時發現，大灣區子女最愛的是灣區的好景、好物、好味道，比如多種多樣的溫泉旅遊套餐，還有王老吉的涼茶、鷹金錢的罐頭、李錦記的醬料、元朗榮華、廣氏鳳梨啤、澳門永輝的蛋卷、位元堂的保健品等。這樣的購物清單，只要是灣區人

## 「雙11」

電商平台淘寶商城在二〇〇九年十一月十一日策劃了一個嘉年華式的網上購物節，一次偶然的操作，誕生了一個新的消費節點。

互聯網的聚合力量是強大的。十二年，一個輪迴過去了，「雙11」實實在在地演變成購物狂歡節，每年都花樣迭出，與人們「搶便宜貨」文化的混合發酵，成就了「雙11」現象。中國「製造」的「雙11」走向世界，演變為全球消費者的狂歡節。

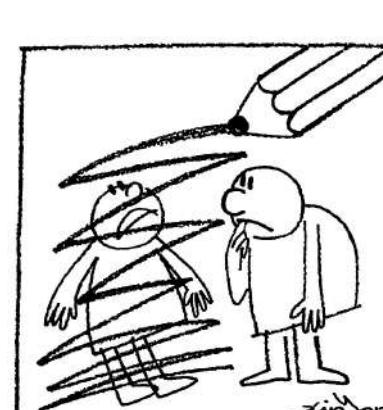
「雙11」的模式正在改變，各大電商平臺一個多月前便啟用商品預售模式，使得購物節變成了消費月：低價促銷、數倍積分，還有滿減、買贈、體驗券、團購、火併贏大獎等玩法。消費活躍氛圍拉得滿

滿的。

今年的「雙11」有一個特殊之處。除了內地搞「雙11」外，香港也有史以來第一次迎接「雙11」促銷活動。

當大灣區與「雙11」邂逅，這樣的字樣便出現了：「你的雙十一快遞，正坐着大灣區電商班列趕來」，「你的網購商品可能來自大灣區」，「大灣區的哥哥姐姐、靚女靚女們分享購物車了」……

有人盤點了大灣區購物車中分享的好物時發現，大灣區子女最愛的是灣區的好景、好物、好味道，比如多種多樣的溫泉旅遊套餐，還有王老吉的涼茶、鷹金錢的罐頭、李錦記的醬料、元朗榮華、廣氏鳳梨啤、澳門永輝的蛋卷、位元堂的保健品等。這樣的購物清單，只要是灣區人



如果有兩個人意見始終一致的話，那麼，其中的一個是屬於不必存在的人。

## 漫條思理 鄭辛遙

逢周二、四見報

如果有兩個人意見始終一致的話，那麼，其中的一個是屬於不必存在的人。

## 漫條思理 鄭辛遙

逢周二、四見報

## 短的正流行

網上越來越多「短視頻」，像「抖音」的各類型節目，一般都在五分鐘左右。有一個喜劇節目叫《陳翔六點半》，經常演出的角色只有六七人，一個戲在五分鐘左右做完，但起承轉合，十分完整。劇情誇張，卻又反映現實和人性。在網上每天都可以看到一兩個新戲，還真能吸引我收看。

受眾的耐性似乎越來越短，一位作曲家說，他新作的曲長度只在五分鐘以內，一場音樂會能帶給聽眾更豐富多樣的享受。

臉書上的鋪文多數很短，還要配上圖。報上的專欄從以前的八百至一千字減縮到像本欄只有四百字，作者只能用開門見山，要言不煩來適應。曾經流行過的連載小說早已絕跡。

每年《春晚》上有「小品」節目也短小精悍。

我覺得最需要改良的應是粵劇，一個折子戲四十分鐘，一晚演七個，連中場休息要近五小時，七時開場散場已是午夜。老年觀眾還真不易頂。我發覺曲詞中有大量往事的複述和交代，把這部分省下，半小時便可看完，節奏更明快。可惜聽說要改良的話多年了，如今還是老樣子。

**南牆集 阿濃**  
m.facebook.com/A.Nong.cps  
逢周四見報

## 春夏手袋預覽

時裝界的潮流來得特別快速，隨着明年春夏時裝的步伐，一系列精緻又點綴潮流新貌的手袋，具備復古風格，與時尚繽紛色彩的春夏時裝融在一起，展示手袋簡約優雅的外形，還有充滿創意靈感的特色設計，成為配合明年春夏服飾的亮點。

看着這些不同風格的手袋，使人不得不佩服品牌總監們，都希望可以透過各種時裝展示，把美好生活訊息帶給人們，為不同性格、不同喜好的女士在選擇衣飾之餘，平添不少趣味。服裝穿得好看與否，某程度上確是與所選擇的配飾有關係，例如穿上一套經典式的套

裝，手中拿着運動風背包，就顯得並不相配。不過，在百花齊放的配飾潮流下，營造自我風格也無不可。

衣飾要配襯手袋，不同場合更需要手袋配合使用。看明年春夏熱潮新款手袋焦點，在時裝展中仍是以集中數品牌為目標。香奈兒的粉色系列，一股甜美風格，心形的小袋子，造型可愛，不過相信可盛載的物品不多，手提電話加上美妝品唇膏和小型香氛已差不多了。比例差異下，另一款則是大型像購物袋，雖然外形簡單，但一個經典菱格紋設計已教人無可抗拒。經典式的化妝箱款則繼續在下季出現，所

不同的是有更新的骰子形狀袋出現，與化妝箱有點大同小異，最欣賞是充滿復古情調的串珠小袋，連肩帶都是串滿標誌式的珍珠。

LV手袋系列，充滿古典的設計，取材自品 牌行李箱的手袋有帆布款，和閃石圖案藝術風款，迷你水桶袋款和翻蓋式的包款，都是走向較為低調的風格。DIOR經典造型的藤格紋手袋，換上熒光與橙色，還有充滿懷舊風的運動型手袋，不同牌子都各展所長，各自有不同設計的產品推出。

**衣尚蕙蕙**  
逢周二、四見報