

## 香港的「古老」

稱古兆申為「古老」，除了因為他姓古，最主要的是他有古風。他雖然親歷「歐風美雨」，鑽研西方哲學，寫現代詩，卻絲毫未改他對中國傳統文化的熱愛，晚年投身崑曲，正表明傳統藝術才是他的美學歸宿。這種「中學為體」的立場，使他在為人處事方面儒雅謙和，恂恂有古君子風。我在一個場合與他認識後並沒多少交往，可是有次他得知我去香港後，非常熱情地幫我聯繫香港中文大學的「香港文學特藏」，並領我去參觀。記得那次去港中大之前，他還在一個咖啡館約了葛亮一起見面喝咖啡聊天，雖然那天聊了什麼現在都已記不得了，可他的那份古道熱腸，和我一起擠地鐵去港中大的情景，我至今想起來依然內心溫暖。

「你開始後退／魚一般 一升一降／漸退 漸遠」，這是古兆申詩作《別》中的句子。「古老」雖然遠行，我卻因與他相識，得以感受到了一個「古風」拂面、傳統濃厚、溫馨有情的香港——那是香港的「古老」帶給我的「古老」香港。



過眼錄 劉 俊

逢周二見報

## 嶺南味道

作為廣東人，我偶爾會思考一個問題，為何深圳經濟如此發達，文化也頗為兼容，卻總會被認為少了點「文化底蘊」？廣州、佛山、香港與深圳之間，在文化上到底在哪裏有着區別？或許是深圳作為新興的城市，少了那麼一絲「嶺南味道」。那麼嶺南味道又是什麼呢？

提起嶺南文化，或是「粵」文化，許多人第一時間想到的是講究的粵菜，「一盅兩件」的廣式點心，也有人想到的是精緻的廣繡、木雕，亦有人鍾情別致的廣東園林、騎樓，更有人喜歡別具韻味的粵語與功夫，在我看來，上面提到的都代表着典型嶺南味道，也是嶺南味道的外化表現，嶺南味道似乎也存在於精神之中，是一種豁達澄澈心境。

過年期間，這種心境體現得格外明顯。新年出門，人人手裏都拿着一把紅包，裏面裝着一點零錢，見到相識的就發，不為了攀比炫富，只為了與身邊人分享過年的好

意頭與喜悅，就算是與親戚朋友相聚，給小輩的紅包也都是小數額。過年期間，嶺南生意最好的地方也是茶樓，人們聚在一起嘆生活，只要有美食，便會吸引大量客流。

從更現實的角度來看，嶺南的味道實際上來源於經濟上的寬裕。精緻的飲食文化與服裝文化、園林建築，代表的是歷史上一直以來的「吃穿住不愁」，心態則是一直以來穩定富足的生活造成的，不求巨富，只求常樂。經濟的發展給了嶺南人心境豁達的資本，友人感慨，以往堵到「飛起」的虎門大橋隨着各個高速通道的貫通而不再車龍長排。以往「零丁洋裏嘆零丁」的珠江入海口也變得舳艫千里，橋貫長虹。相信隨着灣區的騰飛，物質上的豐盛，或許也能使這種精神上的富足與自信更加充實。



漂遊記 杜 若

laser.li.hk@gmail.com

逢周二見報

## 泉州炸醋肉

每一個東北人見到泉州炸醋肉，眼裏都會閃過一絲喜出望外的深意，原來油炸食品的快樂是不分地域不分國別的。當你在東北吃到了鍋包肉，又能在韓國邂逅糖醋肉，等到了泉州，就可以大嚼特嚼炸醋肉了！以為是嘴巴和胃破了壁，其實是人類對口腹欲始終不變的追隨。

當然，一旦涉及到南北方差異，就是瘦身版、苗條款。也從某種程度上敦促我們，即使是吃，也要吃得克制、吃得理性。

所以從體積上看，泉州炸醋肉，跟四川的小酥肉更加相似。第一眼看到它的時候，會誤以為是打牙祭的小菜，如果沒有「衣冠楚楚」的碗盞作配，幾乎要走到別的片場去了。文文弱弱的樣子堆疊成小山，肉可以是前腿可以是裏脊，這一點倒是很寬容，跟吃的人一樣，既保留了江南水鄉的靈巧，又帶着一股北方的豁達和豪爽，喝酒必配豬拳，想來也只有泉州人了。把醃製好的肉裹上地瓜粉炸兩次，炸到沒有多餘油分，但金燦燦的保留口感時就可以上桌。怪不得人家說，這是減了肥的鍋包肉，也是穿了外衣的小酥肉。因為炸醋肉在醃製的時候已經加入了醋和醬油，肉的味道會更加有層次感，更濕潤，如果再沾上黑醋汁，就是裏應外合的熱鬧了。

在泉州吃炸醋肉，老闆都會熱情地提醒你趁熱吃，別怕燙嘴。店家也各有各的絕活，大排檔裏的是一「出生」就帶着煙火氣，口感挺實而不柴，用來下酒爽上眉頭；高級餐廳中則會把肉切得更厚實，炸出之後噴醋汁，活靈活現的肉球炸彈，吃起來又香又酥。一時間竟然分不清哪個是經典、哪個叫地道，問了問當地人，也說各花入各眼，吃還挑別那麼多？你喜歡就好！可不是嘛，竟忘了這恰如其分的四字真言：喜歡就好。



食色 判 答

逢周二、三、四見報

## 圍村盆菜與都市盆菜

與非遺有關，以往吃團年飯時享用盆菜，有維繫族人感情和確認宗族成員身份的社會功能，今日的「都市盆菜」已脫離傳統宗族的社會脈絡，惟仍有親友團聚的意涵。

筆者印象中，圍村盆菜一般是在祠堂前的公地，放上幾十圍的八仙桌椅，用特大的廚具烹調，不同廚師負責不同的原材料，到最後才盛上如洗臉盆大的容器內，一層一層美食堆在盆內象徵「盤滿鉢滿」、「豐衣



童眼觀世 梁 戴

逢周二、四見報

## 年 味

年才吃得上的美食，早已成了飯桌日常；曾經拜年時才會穿戴的新衣新鞋，也已變得不再稀罕；記憶中那魂牽夢縈、觸動心弦的年味，卻似乎隨着歲月更迭逐漸變淡了。

是時光流轉帶走了傳統年味嗎？其實仔細思量便可發現，變的只是形式，不變的是精髓。過年的儀式感或許有別於以往，但告慰心靈、期許未來、享天倫之樂、嘆生活之美的文化內涵，已經在歲月的洗練中凝結為「年」的厚重內核，成為中國年、中國味的強大凝聚力所在。



十八彎 關 爾

逢周二見報

## 《加價熱潮》

詞語，不單具趣味性，亦呈現了香港中西交融的獨特文化。最重要是歌詞內容戲而不謔，俗而不怒，反映市民心聲，卻不會帶來任何怨恨。

《加》歌曲問世時我仍是中學生，正是「食米唔知米貴」。歌詞提到「燃油又話每卡七個六」，意思是汽車用的汽油每加侖要賣七元六角。我不知道這真是當年的物價，還是純粹為歌詞押韻而作。現在我也是車主，香港汽油每公升大概二十多元，並不便宜。



文藝中年 輕 羽

逢周一、二、三見報

## 有錢錢滾錢

去年誰賺的錢最多？毫無疑問是馬斯克。在最新的全球十大超級富豪排行榜中他排首位。馬斯克的資產總額一年內暴漲逾七成，究其原因為電動車銷量超過了市場預期，引致特斯拉股價暴漲。

特斯拉上月發布最新產量數據，其中上海超級廠去年交付電動車逾四十八萬輛，同比增長兩倍有餘，產能佔了特斯拉全球交付總量半數以上，是汽車史上最瘋狂紀錄。在此之前，有報道指上海廠人均年齡二十六歲，所有員工都獲配股，這是否為員工為產量衝刺的動力未得到證實，但有一點十分明顯，投資、報酬、管理皆到位是缺一不可的成功元素。

馬斯克財富暴增的最直接來源與股市密不可分，從二〇一九年特斯拉股價一度跌至三十五美元低谷至今兩年半時間裏，其股價大升大跌，行家預測的二〇二一年底股價將升至一千美元，人們以為不可能，但實現了！進入新年更一度升近一千二百美元，馬斯克一句話便可影響到股價。股市水極深，各國央行及政府為刺激經濟注資股市，海量股民追隨，造成富豪各個產業領域的價值水漲船高，令錢滾錢成為資本鐵律。



紅塵記事 慕 秋

wusiupikwa@yahoo.com.hk

逢周二見報

## 精緻的新春彩妝品

農曆新年的來臨，會把產品設計融入賀歲氣氛中，一系列限定美妝品，每年都會受到不少消費者的歡迎，因為除了品質，有些設計更是「匠心獨運」的創作，可像珍品般用來收藏。平易近人的美妝品牌倩碧，去年的小金牛立體浮雕光影粉，今年換上了喜氣洋洋的金紅色，把平衡修護乳瓶蓋變身為金光閃閃的立體小虎頭，與瓶身的虎頭圖案互相呼應，小金牛很可愛。

環保美妝品牌品木宣言，今年也推出紅色瓶身的靈芝水虎年限定

版，同樣配有「福虎開運」的金色瓶蓋。除了這兩款金色小虎商品，資生堂妝品的護膚霜，紅色虎年行運版是由專業設計師特別打造全新包裝；韓牌雪花秀則把三款熱賣產品名為「幸福如意」限定版，紅色瓶身象徵愛心的圖騰，連結賀年祝福心意，而同樣很注重農曆年的日牌植村秀，紅金閃耀的唇膏、眉筆和卸妝油，都是賀年限量的商品。

天然護膚品香緹卡，一個很別致的名字，新春美妝品有鑽石級面

膜，外盒特別燙金印上栩栩如生的老虎頭像，充滿喜氣的金與紅色包裝設計很漂亮。還有我曾經用上頗長一段時間的品牌、每年新春總有產品推出的雅詩蘭黛，今年就以「金虎」為主題，配合紅金兩色，金虎配牡丹花的小紅瓶，是集合了好運元素的虎年新春限定系列。



衣尚 蕙 蕙

逢周二、四見報