

# 新開的中餐館



柏林漫言 余逾

記得年初時還在歐洲多個城市生活過的朋友聊起幾大城市的中餐水平，毫不意外的，巴黎的中餐從數量到質量都排名第一，緊跟其後的便是米蘭。按照米蘭朋友的原話說，這裏的中餐相當的「卷」，味道稍微差一點的基本上三個月內便會倒閉，能不好吃麼？

讓我們幾位住德國的朋友真是羨慕不已，甚至還相約專門去米蘭挨個打卡吃一遍那裏的網紅中餐。

不知道是不是如此的議論傳到了柏林餐飲界，近幾個月來，柏林新開的中餐館如雨後春筍一般，幾乎每一兩周都有新店開張。這可樂壞了柏林的華人小夥伴們，個個吃貨們都摩拳擦掌相約前往探店。

讓大夥兒們驚喜的是呼聲最高的冒菜麻辣燙。柏林還是有火鍋館的，但無奈火鍋館人均消費相對較高，大家也都逢年過節偶爾去吃一次解個饞。而冒菜麻辣燙在最大程度上減少了人工成本，又豐儉自如，每一百克三歐元，自己拿多少菜按重量付款。再加上冒菜麻辣燙出菜時間短，從點菜到用餐完畢可以半小時搞定，這也很適合忙碌的上班族。

柏林從沒有冒菜麻辣燙，到這兩個月突然開了六家——包括楊國福麻辣燙、張亮麻辣燙和三顧冒菜三個連鎖品牌，還有以前的兩個火鍋館新增了麻辣燙菜單，以及特意去成都學如何開冒菜館的胖哥麻辣燙。

可能是為了適合華人的口味，每家麻辣燙餐館都有辣和不辣的口味。辣的也分辣湯煮和麻辣乾拌；而不辣的花樣就多了，番茄湯鍋、酸菜味、菌湯，不僅深受不能吃辣的華人和小孩喜歡，這也是初次嘗試這種中餐的

外國人的首選。除了冒菜麻辣燙，中餐新店的另一個類型便是手工拉麵，從蘭州拉麵到刀削麵、手切麵，餐飲界大老闆們不約而同地想到了一起。是的，現場手拉麵這個噱頭可是相當能吸引客人的。

傳統拉麵館的核心當然是拉麵師傅，餐館老闆們可是費盡心機才從國內或者歐洲其他地方「挖」來拉麵師傅。我記得那天蘭州拉麵店開張時，拉麵師傅如同表演一種藝術一般現場拉麵，而老闆甘願當跑堂，一邊忙得都不能歇息，一邊樂呵呵笑得合不攏嘴。

拉麵館開業彷彿都有約定俗成的「規矩」——開業前三天都半價。這引來大批留學生一早便前往排隊吃麵，有些小有名氣的網紅還拍下這樣的「盛況」發到社交平台，吸引更多的柏林華人前往「打卡」。這氣氛一哄抬起來，大家都想去嘗嘗排這麼長隊的麵館到底有什麼「魔力」。

不論怎樣，柏林餐飲業裏的華人們勤勞又智慧，不僅讓生活在柏林的我們有了口福，更是把多元化的華夏美食帶到了歐洲。我們解了饞，更解了思鄉之苦。



▲乾拌麻辣燙。 作者供圖

# 藝術與空間



善治若水 胡恩威

絕大部分的藝術都需要空間來呈現，表演藝術需要一個空間讓表演者去表演，讓觀眾感受表演者的演出。視覺藝術需要空間去展示不同形式的作品，無論是三維

的雕塑，還是平面的繪畫，以至沉浸式多媒體裝置。學習藝術需要空間，創作藝術也需要空間，表演藝術和視覺藝術創作都需要空間進行實踐。所以藝術發展需要空間。沒有空間，藝術是難以發展的。

尤其在藝術科技年代，資訊科技的出現，空間體驗變得更為可貴以及獨一無二。透過手機去觀賞藝術只是一個平面化的過程，身處電影院看着大屏幕感受着聲音和影像的力量，才是真正的觀影體驗。科技進入一個新的階段，空間音響技術、沉浸式頭戴式的視覺科技出現，希望利用科技代替空間的體驗。但這些始終不能改變藝術和物質的真實關係。看着視頻裏的一件雕塑是難以達到真實的藝術體驗，因為那只是一種平面式的體驗。

就算是在手機上看電影，那也只不過是一些移動的影像，電影院的投影空間以及現場產生的氛圍是手機不能代替的。所以藝術發展的核心是要有空間，需要空間能夠呈現藝術，助力創作藝術。

隨着科技發展，空間或建築物的設計出現了很多不同形式的改變。傳統在戶外的表演隨着科技出現劇場，舞台的燈光、音響系統等的誕生也是因為科技的進步。因此，科技與空間是影響藝術發展的兩個重要元素。亞洲如何營造新的藝術，是需要有新的藝術空間觀念，今天我們身處的藝術空間大多數是以西方文化為核心的藝術空間，未來人類的藝術空間會隨着資訊科技以及各種技術的改變而改變。舉個有趣的例子，觀賞中國卷軸繪畫就是一種沉浸式體驗。觀者看畫是要和卷軸互動的，這與觀賞西方懸掛式藝術品是不一樣的。而這個模式正是亞洲藝術的一個特色，觀眾與藝術作品是近距離的，觀眾和創作者的關係也決定了一個藝術形式的演變和發展。旅遊其實也是另外一種藝術體驗，因為旅遊本身就是由時間與空間的變化所產生的。

# 故紙裏的親人



人生在線 姚文冬

我家有個漆面斑駁的木盒，內裝厚厚一疊泛黃的地契，還有曾祖父民國時期的證件，貼有照片，還有祖父上世紀五十年代的馬車駕駛證，也貼有照片。父親沒見過曾祖父，我沒見過祖父，通過照片，四代人得以「見面」。那麼，再遠的一代先祖，即我的高祖父，是否也「沉睡」在這堆故紙裏呢？

最早的地契立於乾隆年間，最晚的民國初年，內容千篇一律，吸人眼球的是那些人名，以姚姓居多。父親仔細查閱考證，鎖定一個名字，推斷是我的高祖。理由是：多張地契都顯示他是置地人，而另一個一字之差的名字卻總在賣地。父親說，有後的人家才會置地，無後之家才會賣地。那個賣地人顯然無後，但極有可能是高祖的一個兄弟。這種推斷倒也合乎邏輯，但父親心裏沒底。

有一天，他聽見幾位長輩閒聊，竟提到這個名字，父親為之一震，忙湊上前去。一位長輩說，你來得正好，正說你太爺（曾

祖）呢。這位長輩，人不算很老，但小鎮的一百年都裝在他腦子裏。有了物證，又有了人證，這個在故紙裏躺了一百多年的名字，就是父親的曾祖、我的高祖無疑了。

見過曾祖的人不少，見過高祖的呢？別說見人，就是知曉名字的，如今又有幾個？高祖的名字重見天日，彷彿人也跟着活了。父親以爺爺的年齡為依據，按二十年一代往前推，推算出高祖大概生於咸豐九年（一八五九年）前後。

時間就像一條縱線，高祖在那頭，我在這頭。他生命的某個片刻，是否也憧憬過未來的我？或許，就在高祖母生下曾祖的那天，高祖欣喜若狂，對家族的香火綿延充滿信心，他一代一代憧憬，就憧憬到了我這一輩——高祖與玄孫，恰好是五服之內的親人。一個血脈延續的家族，多像一支跑接力的隊伍。我沒見過高祖，但我手中的「接力棒」——這座我們世代居住的宅院，有過他的體溫，留有他的指紋。或許，我說話的聲音、走路的姿勢、拿筷子的習慣，都與他如

出一轍。發現高祖，父親欣喜異常。於是，他又把目光投向更遠，希望能從故紙裏找到高祖的父親——天祖。古人以「鼻、遠、太、烈、天、高、曾、祖、父、己、子、孫……」為序列排家世代，這種縱向的、線形的族譜，便是一座老院的紀年，如同皇帝的廟號之於他的王朝。找到天祖，家族的根基無疑會更牢。而父親唯一的依據，依然是這堆故紙。當然，他也只能像考證高祖一樣如法炮製。他又找出了一個置地人，他指着那名字說：錯不了！

我只看了一眼，便發現了疑點——地契落款是乾隆六十年。能買房置地的人，定已成家立業，起碼也是成年人，所以，這位先人最遲應在乾隆四十年（一七七五年）左右出生。然而，與高祖的出生年竟相差八十六年，父子的年齡不可能如此懸殊。

作為僅有的證據，這些故紙的作用已捉襟見肘。這意味着，我們可能永遠找不到天祖了。父親沉默良久，他眉頭緊鎖，沒



▲維港看雲 郭一鳴

今年夏天全球炎熱，香港六月驕陽如火，但上周在會展中心舉辦的「拚經濟，如何拚？」研討會，依然全場爆滿，入場時碰見幾個朋友，都說是來聽聽高人有何高招。高人，是指主辦研討會的香港發展論壇召集人陳啟宗，以及三名主講嘉賓恒生銀行行政總裁辦公室高級顧問梁光基、智庫「黃金五十」創辦人林奮強和「一國兩制」研究中心總裁張志剛。同一主題的研討會在四月舉辦第一場，當日同樣反應熱烈，可見香港由治及興的關鍵時刻，社會正在形成一心一意謀發展的新局面，有識之士紛紛出謀獻策，但從另一個角度，亦反映出社會精英階層某種焦慮的狀態。

近期特區政府全力搞盛事、谷旅遊，推十八區日夜都繽紛，「五一」維港放煙花，「七一」荃灣搞無人機表演，不亦樂乎，但效果似乎未如理想。一到周末假期，香港市民紛紛北上消費，而入境遊客包括內地遊客卻未因為盛事而明顯變得踴躍。根據入境處數字，剛過去的「七一」三天長假期共有一百二十七萬人次香港居民出境。

在上周研討會上有主講嘉賓認為，特區政府一系列催谷旅遊的活動即使做到「天花板」，對推動香港經濟作用有限，他認為要振興香港經濟，出路在金融，金融與旅遊最大不同是前者有倍數效應，而後者沒有。專家認為，由於地緣政治原因，在美國壓力下不少外資基金無法投資香港金融市場，但香港仍可發揮國際金融中心的優勢，不過重點業務不是融資集資，而是在資產管理，特別是為內地十四億人口做好資產管理。亦有專家將香港與內地北上廣深和新加坡作比較，認為香港速度不及上述城市，一是因為香港回歸之後社會太多爭議浪費時間錯失機會，二是香港人口增長速度跟不上經濟發展的需要，他認為香港的人口目標應該是一千萬。

不愧是高人，專家提供不少數據和理據，非常具啟發性。遺憾的是筆者當日有事提前離開會場，沒有聽完所有嘉賓的發言以及與現場聽眾的問答環節。其實我有一個疑問：旅遊業真的對推動香港經濟作用不大，還是香港目前推動旅遊業的做法有問題？事實上，中央於二〇〇三年七月推出「個人遊」（俗稱「自由行」）計劃，允許廣東部分城市居民以自由行方式到香港旅遊，其後逐漸增加其他城市，香港旅遊業因此重拾興旺，成為推動受亞洲金融風暴及沙士打擊的香港經濟復甦的重要因素。問題是，老辦法不能解決新問題。

前幾天讀到一則日本旅遊業的新聞，似乎可以解答我的疑問。《日本經濟新聞》指，訪日遊客消費額十年增四倍，成僅次汽車後日本第二大「出口產業」，反映日本出口主力正從商品轉向服務業。該報引述政府數據顯示，今年首季「非居民家庭在國內市場的直接購買額」按年值計為七點二萬億日圓（約三千五百一十三億港元），雖然不及去年汽車出口額十七點三萬億日圓的一半，但已超越原本排第二的半導體等電子零件（五點五萬億日圓）及排第三的鋼鐵（四點五萬億日圓）。報道指出，訪日遊客消費額增長速度明顯較高。比較二〇一九年及二〇一三年，汽車及鋼鐵出口額增加約百分之四十五，半導體等電子零件增加近四成，而今年首季訪日遊客消費額較二〇一九年同期增加超過六成。目前訪日遊

客數目已超過新冠疫情前。今年三月單月訪日遊客人數首次突破三百萬人，截至五月已連續三個月達到三百萬人，今年一至五月訪日遊客人數達到二〇一九年全年近一半。與疫情前相比，二〇二三年訪日遊客每人平均消費額比二〇一九年增加百分之三十一，平均住宿天數從六點二晚增加至六點九晚。

眾所周知，中國內地以及香港遊客，對日本旅遊業貢獻應該不少，具體數據就不必詳列。我問一位剛從日本回港的商界朋友：你為何喜歡去日本旅遊？他不假思索給出幾個理由：日本菜好食、日圓便宜、服務質素好、可以泡溫泉、好玩的地方多等等。我的看法稍有不同：日本吸引香港人去旅遊的因素，最重要是三條，一是日本文化與中國文化既有淵源又有明顯的差異性，二是日本食物很對香港人的胃口，三是性價比高，確切說不是便宜，而是覺得物有所值。朋友對我的觀點完全認同。那麼，「香港對內地和海外遊客的最大吸引力又是什麼呢？」對於我的問題，朋友沒有回答，但我相信他有答案，肯定與放煙花和無人機表演無關。

日本從上世紀九十年代開始確立「觀光立國」戰略，全國拚旅遊，而今，入境旅遊收入成為僅次於汽車行業的第二大「出口產業」。日本的例子可以給香港一些啟發，拚旅遊可以振興經濟，問題是，如何拚？



▲維港一景。 香港中通社

# 恐龍探秘



市井萬象

進入暑期，不少遊客來到雲南玉溪澄江化石地世界自然遺產博物館參觀遊覽，了解生物的起源進化史。圖為小朋友與恐龍模型互動。

中新社

# 拚旅遊，如何拚



維港看雲 郭一鳴

今年夏天全球炎熱，香港六月驕陽如火，但上周在會展中心舉辦的「拚經濟，如何拚？」研討會，依然全場爆滿，入場時碰見幾個朋友，都說是來聽聽高人有何高招。高人，是指主辦研討會的香港發展論壇召集人陳啟宗，以及三名主講嘉賓恒生銀行行政總裁辦公室高級顧問梁光基、智庫「黃金五十」創辦人林奮強和「一國兩制」研究中心總裁張志剛。同一主題的研討會在四月舉辦第一場，當日同樣反應熱烈，可見香港由治及興的關鍵時刻，社會正在形成一心一意謀發展的新局面，有識之士紛紛出謀獻策，但從另一個角度，亦反映出社會精英階層某種焦慮的狀態。

近期特區政府全力搞盛事、谷旅遊，推十八區日夜都繽紛，「五一」維港放煙花，「七一」荃灣搞無人機表演，不亦樂乎，但效果似乎未如理想。一到周末假期，香港市民紛紛北上消費，而入境遊客包括內地遊客卻未因為盛事而明顯變得踴躍。根據入境處數字，剛過去的「七一」三天長假期共有一百二十七萬人次香港居民出境。

在上周研討會上有主講嘉賓認為，特區政府一系列催谷旅遊的活動即使做到「天花板」，對推動香港經濟作用有限，他認為要振興香港經濟，出路在金融，金融與旅遊最大不同是前者有倍數效應，而後者沒有。專家認為，由於地緣政治原因，在美國壓力下不少外資基金無法投資香港金融市場，但香港仍可發揮國際金融中心的優勢，不過重點業務不是融資集資，而是在資產管理，特別是為內地十四億人口做好資產管理。亦有專家將香港與內地北上廣深和新加坡作比較，認為香港速度不及上述城市，一是因為香港回歸之後社會太多爭議浪費時間錯失機會，二是香港人口增長速度跟不上經濟發展的需要，他認為香港的人口目標應該是一千萬。

不愧是高人，專家提供不少數據和理據，非常具啟發性。遺憾的是筆者當日有事提前離開會場，沒有聽完所有嘉賓的發言以及與現場聽眾的問答環節。其實我有一個疑問：旅遊業真的對推動香港經濟作用不大，還是香港目前推動旅遊業的做法有問題？事實上，中央於二〇〇三年七月推出「個人遊」（俗稱「自由行」）計劃，允許廣東部分城市居民以自由行方式到香港旅遊，其後逐漸增加其他城市，香港旅遊業因此重拾興旺，成為推動受亞洲金融風暴及沙士打擊的香港經濟復甦的重要因素。問題是，老辦法不能解決新問題。

前幾天讀到一則日本旅遊業的新聞，似乎可以解答我的疑問。《日本經濟新聞》指，訪日遊客消費額十年增四倍，成僅次汽車後日本第二大「出口產業」，反映日本出口主力正從商品轉向服務業。該報引述政府數據顯示，今年首季「非居民家庭在國內市場的直接購買額」按年值計為七點二萬億日圓（約三千五百一十三億港元），雖然不及去年汽車出口額十七點三萬億日圓的一半，但已超越原本排第二的半導體等電子零件（五點五萬億日圓）及排第三的鋼鐵（四點五萬億日圓）。報道指出，訪日遊客消費額增長速度明顯較高。比較二〇一九年及二〇一三年，汽車及鋼鐵出口額增加約百分之四十五，半導體等電子零件增加近四成，而今年首季訪日遊客消費額較二〇一九年同期增加超過六成。目前訪日遊

客數目已超過新冠疫情前。今年三月單月訪日遊客人數首次突破三百萬人，截至五月已連續三個月達到三百萬人，今年一至五月訪日遊客人數達到二〇一九年全年近一半。與疫情前相比，二〇二三年訪日遊客每人平均消費額比二〇一九年增加百分之三十一，平均住宿天數從六點二晚增加至六點九晚。

眾所周知，中國內地以及香港遊客，對日本旅遊業貢獻應該不少，具體數據就不必詳列。我問一位剛從日本回港的商界朋友：你為何喜歡去日本旅遊？他不假思索給出幾個理由：日本菜好食、日圓便宜、服務質素好、可以泡溫泉、好玩的地方多等等。我的看法稍有不同：日本吸引香港人去旅遊的因素，最重要是三條，一是日本文化與中國文化既有淵源又有明顯的差異性，二是日本食物很對香港人的胃口，三是性價比高，確切說不是便宜，而是覺得物有所值。朋友對我的觀點完全認同。那麼，「香港對內地和海外遊客的最大吸引力又是什麼呢？」對於我的問題，朋友沒有回答，但我相信他有答案，肯定與放煙花和無人機表演無關。

日本從上世紀九十年代開始確立「觀光立國」戰略，全國拚旅遊，而今，入境旅遊收入成為僅次於汽車行業的第二大「出口產業」。日本的例子可以給香港一些啟發，拚旅遊可以振興經濟，問題是，如何拚？

精打采地捲起了地契。望着父親落寞的背影，我也深感失落。

母親聽不懂我們的話，她嘮叨說，你爸天天摩挲那些黃紙，着魔一般，還把多年不戴的老花鏡翻了出來。那些黃紙，還有什麼用嗎？有什麼用呢？在人人自身應接不暇，為子女操勞，像「孫子」一樣照顧孫子的社會裏，誰還有閒心逆時間而上，去探望沉睡在時間裏的先祖呢？話又說回來，如果連先祖的名字都不知曉，若干年後，我們的後人，還會記得我們的名字嗎？

張愛玲也沒見過她的祖父和祖母。她說，「我跟他們的關係只是屬於彼此，一種沉默的、無條件的支持，看似無用、無效，卻是我最需要的。他們靜靜地躺在我的血液裏，等我死的時候再死一次。」我也覺得，高祖、曾祖、祖父，這些我未曾謀面的先人，還有父親、我、我的兒子以及剛學會走路的孫子，我們這些人，其實就是生活在不同時間裏的「同一個人」，彼此血液相通，互為支持。