

穿越的元曲

仲秋時節，讀到一首元曲：「叮叮當當鐵馬兒乞留玎琅鬧，啾啾唧唧促織依柔依然叫，滴滴點點細雨兒浙零浙留哨，瀟瀟灑灑梧桐葉兒失流疏刺落……孤孤另另單枕上迷彪模登靠。」

此篇出自浙江文人周文質之手，曲牌為《正宮·叨叨令》。全篇基本以疊字和擬聲詞連綴而成。尋常所見所聞的秋聲、秋景，一唱三嘆，綿綿不絕。通俗生動，幾乎是白描手法，幾乎是「穿越數百年而來」，毫不過時、違和，無需額外翻譯。只是「鐵馬兒」有些不解，但肯定不是機車或是路障柵欄。問了AI，原來就是屋檐下懸掛的風鈴。至於「乞留玎琅」「失流疏刺」之類，無非是擬聲、摹狀。

正好窗外連日陰雨，頗為應景。涼風細雨，秋蟲鳴唱，樹葉沙沙，躺在沙發上，頭墊靠枕，翻着書頁，一陣困倦襲來，也是一樣的「迷彪模登」，無一不相符。讀來令人莞爾。

元代是一個馬背上的王朝，文人地位不高。唐詩、宋詞的大家巨匠，很多都是達官顯貴、文人雅士，引領着詩詞沿着高雅的主流前行。而元曲作者，文化水平普遍較低。但這在另一方面，又讓元曲更加接地氣，語言格律都相當自由靈活，真正能夠在市井勾欄處口口傳唱。就像這首《叨叨令》，沒有高大上的闡發，也沒有典故辭藻的堆砌。就連筆者這種粗通文墨之徒，都頗能共情。

這幾年嘻哈之風盛行，但很多歌詞，實在不忍直視。有的粗鄙不堪；有的「偽古風」，「掉書袋」式地強行拼湊。其實讀讀這《叨叨令》，以及關漢卿那「蒸不爛、煮不熟、捶不匾、炒不爆、響鑼瑤一粒銅豌豆」，只要嘴皮子稍微快一些，渾然天成的嘻哈就出來了。這才是「有話直說」的嘻哈精髓呢。張口閉口什麼「三生石畔，紅顏淚斷」之類，笑死人。



瓜園蓬山

逢周三、四、五見報

外柔內剛波特酒(下)

波特酒的另一個有趣之處是，上游種植發酵，下游熟化出口。

酒雖然產在杜羅河谷，卻從波爾圖出口，連名字都取自這個港口城市波爾圖（port）。

這樣做的原因，一方面是由微氣候所決定：杜羅河谷夏季炎熱乾燥，能保證葡萄在種植的過程中充分成熟，可一旦釀好，高溫會導致極高的蒸發率和水分流失，酒液容易過度氧化，這時候就需要運到波爾圖對岸的加亞新城，那裏的氣候受海洋調節，全年潮濕、溫差小，能保證穩定的酒窖環境。

而另一個原因，則是葡萄牙長久以來的歷史和商業分工模式決定的：杜羅河谷地形閉塞，不利於運輸，可波爾圖作為大西洋沿岸的天然良港，自波特酒原產地保護制度建立以來，就是知名的貿易集散地。這獨特的「產銷分離」模式甚至曾被寫進律法，雖然後來取消了，但很多酒商依舊保留了傳統。

波特酒需要極其穩定的陳年環境，因為在橡木桶裏睡多久，怎麼睡，直接關係到它最後的品類和風格。年輕的寶石紅波特（Ruby）可謂大家族裏最直白的，酒液深紅，帶有強烈的黑莓、櫻桃果香，因為只需陳放一到三年，屬於不複雜、甜潤易飲的類型。而茶色波特（Tawny）走的完全是另一套路：它們「沉睡」的時間跟寶石紅波特差別不大，但顏色更淡，釀酒師會用更溫和的萃取方式，或選擇單寧較低的葡萄完成發酵，口感更輕柔。如果能陳放個十年、二十年，就可以標註成有確切時間的陳年酒。而真正的區別，要到年份波特（Vintage Port）這個級別，作為「金字塔尖」，它只在最好的年份釀造，每十年間不過也只有三四次機會，裝瓶後還能再陳放幾十年，醒來時帶着皮革、咖啡、乾果的複雜氣息。一杯波特，沉沉浮浮。



食色判答

逢周二、三、四見報

如今港人北上，早不止「買買買」一種姿勢。有人拖着大行李箱過關——不為「掃貨」，而是去深圳「出貨」。福田一間閒魚線下循環商店裏，店員見慣了這樣的客人：一位阿姨打開行李箱，歐洲淘回的餐盤、土耳其的琉璃燈、新加坡買的地球儀，件件九成新。年輕時愛旅行、愛收藏，如今搬家，索性斷捨離，寄賣「回血」。

循環商店成了港人北上的新地

詞人張先曾寫「那堪更被明月，隔牆送過鞦韆影」，隔壁鄰居家的鞦韆，被調皮的明月斜着照過來，正好把影子投送到我家的庭院裏來。隔牆便是鄰居，中秋國慶假期，若不外出，鄰居是可以安心將寵物託付照看的人。

有關鄰居比較有名的一個故事，是清朝名臣張英的家人在安徽老家建房子，與鄰居發生宅基糾紛，張英收到家裏的求助信，回詩一首：「一紙書來只為牆，讓他三尺又何妨。長城

二〇一三年我告別了度過七年學生歲月的北京，搬來香港工作生活。香港頗可稱為美食之都，雖有老字號的川菜館，也有京川滬菜品全出的大雜燴餐廳，但其中的川菜多已走樣，味道上進行了融合。比如港式擔擔麵滿滿一碗湯，裏面主要的味道都來自於芝麻醬和花生醬。那時的香港，還沒有這麼多內地品牌和主廚來開店，要吃地道川菜並非易事。

我搬來香港的頭兩年，W小姐還在北京工作，因此我常回北京。記得二〇一四年某次回京，我們還特意

標。店內寄賣流程貼心：下載軟件、實名認證、核驗成色，大品牌手袋還需查驗購買憑證，店員甚至備好了繁體版流程說明。有店員說，單是一個工作日下午，便有十多位港人上門，店裏積壓的港人寄賣物件，上百件來不及清點。

淘貨的樂趣更不必說。全新夏涼被百元人民幣出頭，落地風扇三四十元人民幣，九成新相機幾百元人民幣——有人笑稱，這不是省錢，是給

萬里今猶在，不見當年秦始皇。」家人收信後豁然開朗，主動退讓三尺，鄰居見賢思齊，也退讓三尺，「六尺巷」由此而來。

《兩般秋雨庵隨筆》記有位楊尚書，辭官回鄉，舊宅為鄰里侵佔，子弟心裏不平，楊尚書作詩：「餘地無多莫較量，一條分作兩家牆。普天之下皆王土，再過些兒也不妨。」比「六尺巷」的故事發生得還早。

生活在一個地方，能有一位「芳鄰」是幸事。王安石曾寫詩《書湖陰

訂了櫻花東街的眉州東坡與朋友小聚，那是我最後一次去這家店。那次，我們終於不再是臨時起意，而是訂了一樓的包廂。就好像與一位久別重逢的朋友相聚，總不能似少年時般恣意妄為，需要好好準備一番。那時候，我剛開始利用工作閒餘時間撰寫飲食文章，去的精緻餐廳也漸漸多了，但當我再次吃到這裏的東坡肘子時，依然覺得美味。

那次小聚後，我整整十年都沒有再去過這小店，後來聽說因為業主收回舖面，櫻花東街的這家店已於二〇

北上「出貨」

舊物第二次人生。多抓魚華南首店落戶深圳灣，閒魚在田面的旗艦店足有四千平方米，號稱全國最大線下二手門店，周末擠滿了講粵語的年輕人。

從「買買買」到「賣賣賣」，港人北上的消費心態悄然轉彎：不再迷信全新，不再執著囤積，轉而擁抱循環與實用。一座城市的文明，不在商場裏堆了多少新品，而在舊物能否體面地流轉。

有人說，斷捨離斷的不是物件，

鄰居

先生壁》，看詩的標題，就知道王安石晚年居住紫金山時和鄰居的關係很好，要不然鄰居不會讓他在自家牆壁上寫詩。也有鄰居品格不太高雅，《論語》裏孔子評價一個名叫微生高的人：「孰謂微生高直？或乞醢焉，乞諸其鄰而與之。」有人求他給一些醋，他卻到鄰居家討了些，當成自己的送給那個人。

《笑林廣記》裏有一則關於鄰居的笑話，某人極好靜，左右鄰居卻一個是銅匠一個是鐵匠，從早到晚噪音

地道川菜

一九年結業。這些回憶也就塵封進了大腦的角落裏，不再想起。

去年二月，約了幾位好友來香港吃飯，其中有來自北京的于先生。他說，想介紹眉州東坡的創始人梁棣給我認識。聽到「眉州東坡」四字，那些久已塵封的回憶重又泛上心頭，尤其是那久違的東坡肘子，着實讓人掛念。

梁棣姐是成都人，其先生王剛是眉山人，他們白手起家創建了這個品牌。雖然企業已如此成功，但梁棣姐依然保持着對新事物極強的好奇心，

你是我的光

十月的維港，潮水在夜裏退得很慢。晚上八時，第一朵煙花在維多利亞港上空撐開，三萬多枚煙花從躉船騰起，照亮了海濱人群齊齊揚起的笑臉。

傳媒很早就預告今年國慶八幕煙花的主題，《喜迎國慶頌山河》《驕陽送暖》《香江時光》《有夢飛航》《擁抱愛》《青雲奮進》《你是我的光》《旭陽高照慶華年》，悠長的期待後，絢爛的夜空帶來的是溫暖、勇氣和力量。據說旋轉的太陽花是今年的新亮點，相信那一刻，天上的光真的是有了溫度。

國慶假期前就接到幾位香港藝術家的邀約看展。假期期間，

香港中央圖書館展出香港美術家的精選作品。歷年的國慶美術展，都是香港藝術家對香港這座城市的描繪，有歷史的縱深，有城市的發展。朋友照例送上自己擅長的山水畫參展，看着這些作品，會想起自己在這座城市走過的路、住過的地方、見過的人。畫裏的光，是另一種光，不耀眼，卻很實在。

維多利亞公園國際中秋燈匯，三千盞各國綵燈各有特色，正門八米高的「樹影流光」由南京為香港量身定做，樹冠繁茂，氣根連綿，遊人可以在光影之間慢慢穿行。利東街早早就掛起八百盞傳統大紅花的燈籠和繽紛宮

是執念。當一件舊物跨越深圳河，在新主人手裏重新發光，粵港澳大灣區人共享的便不止是價格差，更是一種更鬆弛、更環保的生活哲學。行李箱北上，裝的不是貨，是轉身的從容。



灣區聽雨

黎園

逢周四見報



伏牛山

喬苓

逢周三、四見報



痴齋嚶語

徐成

逢周四見報



九連環

薩日朗

逢周四見報

傳媒人的專業

最近在網上刷到一條短視頻，內容是節目主持人專訪已故「慈善伶王」新馬師曾兒子鄧兆尊。主持人一句「最近未有聽到祥嫂（兆尊媽媽）的消息？」引起網民熱議，批評該主持沒有做足「功課」，對受訪者欠缺尊重。反觀身經百戰的鄧兆尊心態自若地回了一句：「因為她過身了嘛！」

作為傳媒工作者多年，記得初入行當記者時，前輩傳授的第一堂課：除了要在稿件中清楚交代時間、地點、人物外，最常強調的便是「訪問前務必做好功課」，千萬不要拋出讓受訪者尷尬的荒謬問題。過去曾親眼目睹的尷尬場面不少，最常發生的莫過於每年父、母親節，總會有些例行問題，如「今年會怎樣跟父母慶祝？」若受訪藝人的雙親早已離世，記者卻毫不知情地拋出這道問題，就會令訪問瞬間「凝固」。

曾有一回，一位初入行的記者專訪一位輩分極高的一線資深女藝

人。當問到「入行經過」時，資深女藝人當場反問為何不自己去搜集資料。確實，在資訊發達的今天，關於公眾人物的個人信息不難查到。

在長達三十年的採訪經歷中，慶幸未有在自己身上發生過這類尷尬場面。不過，平穩之中總會遇上挑戰。曾遇過一位說話極少、精簡的男演員。訪問前，以為早已做好萬全準備，但拋出的每一條問題，得到的答案也不超過十個字。訪問結束一刻，如耗盡所有能量，還要思考如何完成這篇稿件。

儘管採訪過程或順利或艱辛，但每一次訪問，都能在受訪者口中感受到對方的想法，同時亦有所啟發。或許這亦是多年來能一直堅守媒體工作的主要原因。



霏常娛樂

文霏霏

逢周三、四見報

心理遊戲

社交網頁常出現手機遊戲廣告，無非想潛在顧客下載。遊戲的內容設計固然重要，好不好玩往往難以一秒定論，但宣傳視頻偏偏要在短短的一瞬吸引用戶注意。所以如何快速地从氾濫的信息中脫穎而出，讓人稍稍往下看，才是最費心思的一環。抓着顧客的眼球，就等於遊戲開發商成功得到銷售樂園的入場券，然後想法子讓目光停下來的人，伸出其尊貴的手指试玩。這時遊戲開發商等於突破了跟手機用戶隔着屏幕的距離，拿着手機的也不再拒人於千里，乖乖下載遊戲。故此，只要捉到推動下載應用的心理關鍵，想來就無往不利。

市場意向調查、研究消費者心理、提高科技水平，以上都是賣遊戲者的必修課。同時，也不能缺乏推銷手段。不知大家有沒有留意，雖然賣家不能在顧客面前說盡討好的美言，卻能透過間接的方法傳遞故意的抬舉。例如大量遊戲以智力測驗的模式包裝，並列舉著名科學

家的IQ指數，從而令看廣告的人對自己的IQ水平也感好奇，希望透過小測驗得到「評核報告」。到這階段，下載遊戲就是最方便的「評估」方法。

討好不行，那就轉用激將法。許多廣告像播放街頭訪問，有不同年齡的人试玩在展示板上的遊戲。例如一筆過走出迷宮、連上相同顏色的圓點但不能橫跨其他顏色的路線、在有限時間內找出兩幅圖畫的不同。這些明明是常見的小遊戲，偏偏試玩者卻一再失敗，不懂解難。這時候盯着手機的人，只要稍為投入，也很容易變成熱鍋上的螞蟻，迫不及待想下載遊戲一顯身手，卻不知自己已在跟賣家的博弈中輸了。



竹門日語

簡嘉明

逢周四、五見報