

社評
雙語道

融匯中西文化 打造特色盛事

原文

摘錄自 10 月 27 日香港《文匯報》：近日，在中環海濱舉辦的大型戶外盛事「香港美酒佳餚巡禮」及「維港海上大巡遊」，均受到市民、遊客追捧，人流如鯽，氣氛熾熱。

這兩項盛事成功舉辦證明，善用本港世界級旅遊資源，突出本港中西薈萃、多元共融的特色和優勢，只要肯花心思，創新意，盛事經濟「有得玩」「有排玩」，可以達至吸引高端遊客、帶旺消費、推介各行各業優質產品服務的多贏效果。此次盛事活動的成功經驗值得推而廣之，讓本港「區區有盛事、日夜都繽紛」，香港旅遊之都、美食天堂的招牌更熠熠生輝。

近年受環球經濟復甦未如預期、遊客消費模式改變的影響，本港旅遊業面臨遊客消費力下降、過夜客減少的挑戰。近日兩項盛事活動丁財兩旺，對本港旅遊業具有突破困局、迎來轉機的啟示。

首先，中環海濱坐擁世界級的維港美景，本身已經是一大「賣點」，在這裏舉辦盛事能夠吸引眾多遊客和市民參與。

其次，這兩項盛事堅持中外元素結合的原則，「香港美酒佳餚巡禮」匯聚全球 31 個國家及地區的美酒和美食；「維港海上大巡遊」集結多個風靡全球的重量級 IP，包括多啦 A 夢、KAWS & 芝麻街、麥當勞滑唧唧，以及泡泡瑪特旗下人氣角色 LABUBU 巨型海上充氣雕塑，

同時亦會舉辦《Kpop 獵魔女團》、《怪物奇物語》、SNOOPY 與《花生漫畫》家族等人氣 IP 主題市集。一次過可以品嚐中外美酒佳餚，與全球最出名的人氣 IP 充氣雕塑「打卡」，充分體現了香港中外文化融合的特質，讓遊客感受到其他城市難以複製的旅遊體驗。

此外，此次兩項盛事推出的美酒佳餚、人氣 IP 都經過精心挑選，優質新穎、具代表性，業界中人均表示對遊客特別是年輕一代具很大吸引力。昨日天氣炎熱，但無阻市民、遊客入場熱情。有「香港美酒佳餚巡禮」參展商表示，攤位生意理想，每個時段均現人潮高峰，忙碌時甚至應接不暇，反映活動成效顯著。

「香港美酒佳餚巡禮」「維港海上大巡遊」本身是上佳的宣傳推介平台，入場市民、遊客絡繹不絕，盛事中的產品、人氣 IP 受到歡迎，口碑更響，進一步提升品牌知名度，拓展商機、增加受眾；兩項盛事帶來大量客流，中環海濱附近的商場、食肆也受惠。

實際情況顯示，懂得識變求應變，香港旅遊業前景依然亮麗。本港近年大力發展郵輪旅遊、深度旅遊，希望以多元化策略，吸引更多高增值遊客，並產生漣漪效應，提振各行各業。要吸引更多元化、高增值的遊客，提供豐富優質的旅遊產品是關鍵。「香港美酒佳餚巡禮」、「維港海上大巡遊」已作出良好示範，值得認真總結經驗，持續優化、充分借鑒。

本港旅遊資源豐厚，西九文化區、啟德體育



◀「維港海上大巡遊」集結多個風靡全球的重量級 IP，包括人氣角色 LABUBU 巨型海上充氣雕塑。 資料圖片



園都是世界級的文旅場館，維港夜景更被譽為「世界三大夜景」之一。善於應變、轉危為機，是香港精神的核心要素之一。特區政府、旅遊業界銳意改革，主動作為，堅持靈活應

變、把握機遇，用好用足本港旅遊資源，打造有特色、具吸引力的盛事活動，保持盛事浪接浪，區區日夜都繽紛，「東方之珠」風采更勝往昔。 資料圖片

Fusing Eastern and Western Cultures to Create Signature Events

譯文

Recently, two major outdoor events held at the Central Harbourfront — the Hong Kong Wine & Dine Festival and the Water Parade at Victoria Harbour — have drawn enthusiastic crowds of locals and tourists alike, with throngs of visitors and a vibrant atmosphere.

The successful staging of these two events demonstrates that by making good use of Hong Kong's world-class tourism assets and highlighting its unique blend of Eastern and Western cultures alongside its diversity and inclusivity, we can, with creativity and thoughtful planning, develop a thriving "mega event economy" that is both sustainable and engaging. This can achieve a win-win outcome: attracting high-end visitors, boosting consumption, and promoting premium products and services across various sectors. The success of these events offers valuable experience that can be replicated and expanded, helping to realise the vision of "events in every district, vibrancy day and night," and further enhancing Hong Kong's reputation as a tourism capital and culinary paradise.

In recent years, Hong Kong's tourism indus-

try has faced challenges due to slower-than-expected global economic recovery and shifts in visitor spending patterns, including a decline in overnight stays and spending power. The recent success of these two events, both in terms of attendance and commercial outcomes, offers a promising sign of revitalisation for the sector. First, the Central Harbourfront enjoys world-class views of Victoria Harbour, which in itself is a major draw, enabling events held here to attract large numbers of tourists and locals.

Second, both events adhered to the principle of blending Chinese and international elements. The "Hong Kong Wine & Dine Festival" brought together fine wines and cuisines from 31 countries and regions worldwide; the "Water Parade at Victoria Harbour" featured a collection of major global IPs, including Doraemon, KAWS & Sesame Street, McDonald's Grimace, and a giant inflatable sculpture of the wildly popular Pop Mart character LABUBU at sea, alongside themed markets for hot IPs such as K-pop Demon Hunters, Stranger Things, Snoopy and the Peanuts Family. Visitors could savour Chinese and international wines and delicacies while taking photos with the world's most famous in-

flatable IP sculptures — all in one place — fully embodying Hong Kong's fusion of Eastern and Western cultures and offering a travel experience that other cities would find hard to replicate.

Moreover, the food, beverages, and IPs featured in these events were carefully curated for quality, novelty, and representativeness. Industry insiders noted that the offerings were particularly appealing to younger generations. Despite the hot weather yesterday, public enthusiasm remained high. Exhibitors at the Wine & Dine Festival reported strong business, with peak crowds throughout the day and moments of overwhelming demand — clear evidence of the event's effectiveness.

Both the Wine & Dine Festival and the Water Parade at Victoria Harbour served as excellent platforms for promotion. With a steady stream of visitors, the featured products and IPs gained popularity and positive word-of-mouth, boosting brand visibility and expanding market opportunities. The influx of visitors also benefited nearby shopping centres and restaurants in the Central Harbourfront area.

These outcomes show that with adaptability and innovation, the future of Hong Kong's tour-

ism industry remains bright. In recent years, the city has actively developed cruise tourism and in-depth travel experiences, aiming to attract more high-value visitors through diversified strategies that create ripple effects across industries. To attract a diverse and high-spending tourist base, offering rich and high-quality travel products is key. The Wine & Dine Festival and Water Parade at Victoria Harbour have set a strong example, and their success merits careful review and continuous refinement.

Hong Kong is rich in tourism resources. The West Kowloon Cultural District and Kai Tak Sports Park are world-class cultural and leisure venues, and the night view of Victoria Harbour is hailed as one of the "Top Three Night Views in the World." The ability to adapt and turn challenges into opportunities is a core element of the Hong Kong spirit. With the Government and the tourism sector committed to reform and proactive engagement, and by fully leveraging Hong Kong's tourism assets, we can continue to deliver distinctive and attractive mega events. With a steady stream of exciting happenings across districts and around the clock, the "Pearl of the Orient" will shine brighter than ever.

●Tiffany

秋園偶遇翠絲葉 蘇軾甕中天門冬

恒大清思

秋日午後，在校園花園內見到一株色澤翠綠，葉子呈絲絲針狀的奇特植物，煞是可愛。查看後知它叫「天門冬」，在香港很多公園、路旁與天台周邊均有種植，是特意用以綠化環境的。

天門冬的名字帶點霸氣，據《植物名釋札記》載，「天」字在植物名稱中有天然之意；「門」則從杜甫名句「朱門酒肉臭，路有凍死骨」中，得知古代富貴人家的門是赤紅色的，對應天門冬肥大的根部，外皮呈暗赤褐色；「冬」乃屋檐冰柱之狀，正如天門冬根部的紡錘狀，故天門冬之得名，乃源於其外形及色澤。

天門冬的根部有非常高的藥用價值，具有滋陰、潤肺、降火等功效，是秋冬滋補中藥之一。宋代《太平惠民和劑局方》標註的「甘露飲子」，以天門冬（去心），乾熟地黃、枇杷葉（刷去

毛），加上枳殼、山茵陳等研成粉末，水煎後服用，可治胃熱口臭、牙齒腫爛等症。即或在平日生活中，清人的《飲食辨錄》也教讀者以天門冬、梗米、冰糖等煮成粥，具滋陰潤燥、清肺止咳、養胃健脾、補中益氣等的食療功效。

天門冬的藥用價值那麼高，難怪宋代的大文豪兼美食家蘇軾也以它來釀酒了。據說蘇軾歷經烏台詩案後，被貶黃州，連買米的錢也沒有，卻興高采烈地以蜂蜜釀製蜂蜜酒，見於他的《蜜酒歌》，然而他的晚輩葉夢得在《避暑錄話》中說，可能因酒變壞了，令喝過的人都生病。

他在被貶惠州時，在《桂酒頌》中也記述他興致勃勃地釀製桂花酒，葉夢得繼續取笑他，指他兒子蘇邁及蘇過喝後都投訴味似屠蘇藥酒，連他的愛妾朝雲也只嘗了一口便不肯再喝了。幸而後來他得「仙人指導」，學到釀製色香味醇的「真一酒」，他把這次奇特的經驗寫

在〈記授真一酒法〉中。

最後，蘇軾晚年被貶儋州（今海南島）。這時候，他的健康及經濟狀況比之前更差，但由於釀酒技術已突飛猛進，他遂以當地的中草藥天門冬釀酒，名為「天門冬酒」。在〈庚辰歲正月十二日天門冬酒熟予自漉之且漉且嘗遂以大醉二首〉云：

自撥床頭一甕雲，幽人先已醉濃芬。
天門冬熟新年喜，曲米春香並舍聞。
看來他這次釀酒非常成功，天門冬酒釀製完成時酒香四溢，令他心中充滿喜悅，更以杜甫詩中的曲米春酒自比，他在濾酒時已受此酒吸引，忍不住偷喝，更喝得酩酊大醉。《本草綱目》載：「天門冬酒，補五臟、調六腑，令人無病。」看來，蘇軾以天門冬釀酒，有其一定的藥理考慮。

香港恒生大學 THE HANG SENG UNIVERSITY OF HONG KONG 陳慰敏 香港恒生大學中文系講師

詩行如翼展靈性 玄思妙喻寄虔心

人文 視野

喬治·赫伯特（1593年至1633年）是英國17世紀著名詩人、演說家與英國國教牧師，被譽為「玄學派詩歌」的代表人物之一。他的詩作以宗教主題為核心，融合了細膩的情感、精巧的隱喻和嚴謹的形式結構，展現信仰與內心的掙扎。赫伯特生前未出版詩集，臨終前將手稿《聖殿》（the Temple）交予友人，該集於1633年出版，成為英國宗教詩歌的經典。

赫伯特的詩歌語言簡潔而富有音樂性，常通過日常物象（如祭壇、器皿、樂器）象徵人與神的對話。他的作品在平靜中深藏哲思，體現了虔誠與謙卑的靈性追求。

這是赫伯特一首「圖案詩」或「形體詩」（'pattern' or 'shape' poem）《復活節翅

膀》（Easter Wings）的展示。這類詩歌不僅供人閱讀，更注重其形態的鑑賞。此詩最初被橫向印製在書籍相對的兩頁上，詩

行排列（如上所示）如展翅高飛的鳥兒向上翱翔。

Lord, who createth man in wealth and fowr,
Though foolishly he left the fowr,
Decaying more and more,
Till he became
Most poor:
With thee
O let me live
As larks, harmoniously,
And sing this day thy victories:
Then shall the fall further the flight in me,
My tender age in fowr did beguine
And fill with thickets and thame
Thou didst fo punish fime,
That I became
Most thine.
With thee Let me combine,
And feed this day thy vie tonic:
For, if I limp my wing on thine,
Affliction shall advance the light in me.

●文鯉

古北歐語如何重塑英語基因？

貼地英文

承接上文關於英語母系的探討，本文聚焦於西日耳曼語支的古英語，並引入北日耳曼語支的影響，後者又稱古北歐語（Old Norse），即維京人所使用的語言。在盎格魯-撒克遜人統治英格蘭的五百多年間，維京人持續侵擾長達四百年，於全盛時期幾乎佔據整個英格蘭，盎撒人僅能固守韋塞克斯王國（Wessex）。丹麥系的維京人更在英格蘭東中部大片區域建立丹麥法治區（Danelaw），推行丹麥法律與語言，使維京人成為當時英格蘭的第二大族群。

語言學家提出一項理論：現代英語雖源自中古英語，但中古英語的基礎並非古英語，而是維京語。此論點立基於現代英語與現代挪威語在文法上的高度相似性。例如，句子「I read a book」在現代挪威語中的結構完全相同；若將英語詞彙套用於德語或荷蘭語，則會形成「I a book read」，動詞置於句末，這正是古英語的典型句式。

現代英語與現代挪威語還有兩項共享的文法特點：其一為介詞後置，如「I am talk about」；其二為分裂不定詞（split infinitive），例如「I swear to never do it」。德語、荷蘭語及古英語均未出現此兩種結構。另一佐證在於，現代英語的爆發期與倫敦印刷機的普及相關，而維京人曾佔領倫敦半數地區長達二十餘年。

掠奪時代的「遺產」

維京人在掠奪時代留下了大量與戰鬥相關的詞彙，例如：洗劫（ransack）、屠殺（slaughter）、狂暴（berserk）、暴力（violent）、刀（knife）及棍棒（clubs）。

據推測，盎撒人與維京人的語言同屬日耳曼語系，雙方可能具備一定程度的相互理解能力。透過共同生活、貿易，以及關鍵的通婚，兩種語言進一步融合與演進。

維京人為英語引入了代詞如：they、them 與 their；實用動詞如 give 與 run；以及生活詞彙如 guest、kid、cake、sky 與 window。值得注意的是，sky 原意為「雲」，window 則源自「風之眼」（wind eye），指屋內的通風口。

「蛋」在古英語中為 ey，拼寫與發音近似 eye，幸而採納維京人的 egg，否則「食蛋」猶如「食眼」，實為駭人。古英語與古北歐語亦存在同源詞，例如英語的 whole 與挪威語的 hale 同源。Skirt（裙子）與 shirt（襯衫）最初皆指稱身上的一小塊布料，直至現代才分化為兩種衣物；反之，ship 與 boat 卻源自古英語。

維京人生存於嚴酷的北方環境，長期遠航與征戰需求，促使北歐語朝簡潔高效發展。今日英格蘭仍可見其痕跡，北歐語習慣將 son 附加於名字後，如 Peterson 即為 Peter 之子，英國至今常見以此結尾的姓氏。

Husband 一詞源自古北歐語，wife 則來自古英語；假期可選用拉丁語源的 vacation，或古英語的 holiday。本文論及的四種語言相互支援，為英語提供豐富選擇。綜觀上述論點，讀者認為誰是英語的母親呢？歡迎分享見解，作者暫無定論。

（二之二）
●康源 專業英語導師