



源於奧運

李漢源

上星期才剛與讀者們討論中國足球現在還未找到自己的發展方向，短期內恐怕難上升到能與國際球隊匹敵的層面，但在這個長久的「發展寒冬季」之下，部分中超球隊更傳出營運困難：16隊中估計有11隊有對球員欠薪的情況，個別一些球隊，當中香港球迷比較熟悉的就「恒大」，甚至被母公司集團停止提供資金而令球隊（現稱廣州足球俱樂部）瀕臨破產，情況可謂雪上加霜。

不過就過往歷史估計，相信這些球隊不會破產的，通常這些球隊最務實的自救方法，就是尋求地方體育局或者區內有實力的廠商企業出資進行託管：正如2010年3月1日恒大集團以1億元人民幣，向廣州市體育局收購廣州足球隊組成「廣州恒大」，而今次恒大面對的困境，坊間也流傳廣州市協及廣州市體育局準備託管「廣州恒大」，我們就且看後事如何吧！姑勿論這次中超欠薪危機的結局如何，中國足球改革發展真的要研究一個長遠而可行的方案，方有機會在國際上立足。

中國足球面對着考驗，而香港足球也是一樣面對着重重困難。上世紀八十年代筆者入體育傳媒這一行時，足球是靠一班有錢老闆，為着喜歡足球，或者為自己的品牌宣傳，又或增加個人知名度等等理由，把足球搞得有聲有色，但是時移易，一些老闆因個人理由意興

闌珊退出，時至今日，今季香港足球只剩下8隊比賽，加上各隊球隊投資資源不同，造成球隊水準參差，競爭性較遜色，如果要改善這個現象，又應該如何處理呢？

香港球隊主要經營資金來源是靠單獨或幾個合資老闆支持，有些球員也分別與不同老闆簽約，其複雜性、不統一性可想而知，一些球會如果沒有長遠的計劃，當資源不足便會欠球員薪，經歷數次後便退出球壇。以前球市旺的時候，真的是「一雞死，一雞鳴」，若有班主因為任何事情退下來，總有新的班主出來支持球隊，就算結果可能是虧本的他們也覺得值得，因為那個時候的香港有球迷、有觀眾留意，每天有新聞報道，亦有一定見報率；但目前極少人留意香港足球，曾經跟足球圈內持份者交談，大家總覺得沒有好好計劃去做足球青訓，是沒可能培育出好的球員的，更不用說要香港足球可持續發展，回到昔日光輝了。

今屆「東京奧運」運動員有好成績是因為經過多年的深耕細作，本屆奧運正是香港運動員的收成期，但足球沒有青訓，又何來收成期呢？香港有各種不同體育項目在營運中，有個人或商業企業支持贊助，但大部分都是政府財政支持，而足球相信更是單一體育項目獲得政府財政支持最多的一項，在起點比其他運動高的情況下，又應該如何部署才有回報呢？可謂屋漏兼逢連夜雨，唯有只能衷心地說句：「香港足球友加油吧！」



方寸不亂

方芳

借題發揮

朋友讀幼稚園的孩子回家唱國歌，但唱不出歌詞，問歌詞是什麼意思？父母就反應緊張了，認為孩子過早「觸及政治」。他們對中華人民共和國沒歸屬感，就認為國歌是「政治」？如果你告訴他們，國歌的起源是抗日歌曲啊，他們也會認為，他們寧願選擇忘記抗日的歷史。

奇怪的是，他們很強調孩子要讀普通話科，孩子回家又問，是否中國人都講普通話？為什麼台灣人也說普通話？台灣人是中國人嗎？地球儀上看，台灣好遠喲，它屬於中國嗎？父母又緊張了，不要問中國台灣問題，那是「觸及政治」。如果你告訴他，這是地理、常識，他們也選擇不要懂地理、不要懂常識。

如果讀普通話會引起孩子如此多的好奇，那麼當初為什麼要讓孩子選讀普通話？父母會說，讀普通話只為將來工作做準備，那就真笑話了，這樣不正視歷史、地理、常識的父母，對孩子是封閉式的教育，孩子不可能一輩子都是幼稚園階段，將來在大中華地區乃至全世界，還有什麼競爭力？

最近有關南京大屠殺的片段，是否適宜給小學生觀看？坊間正在熱議。

有說，這些片段引起小學生的恐懼不安，有心人更批評教育局推行歷史教育為「政治效忠」。這是兩個不同的概念，屠殺片段中那些槍決活埋的殘忍獸行，成年人看了都會恐懼不安，何況是心智未成熟的小學生？南京大屠殺慘劇，值得國人銘記，國民教育當有此需要，但要讓心智未成熟的小學生觀看血淋淋的殺人畫面或視頻，值得商榷，不過，這只是教育手法與技巧的問題，國民教育應從幼稚園開始。

投訴人很聰明，先以孩子「恐懼不安」為切入點，博取同情，然後轉移焦點，批評教育局「政治效忠」，借題發揮，予以否定；有血性的中國人，教育下一代不忘歷史教訓，推行歷史教育是應有之義，當然是政治，難道特區政府不應效忠中央嗎？

你認識「新國潮」嗎？

內地流行講「新國潮」，要成為「國潮」概念的產品首先要注重「潮特性」、性價比高，品質服務質素好。

「新國潮」的興起可說是源起美國為首的一些歐美國家對中國的貿易經濟無理打壓，激起中國人的民族意識及民族自豪感，人民開始回歸理性，社會氛圍開始不再盲目崇拜外國品牌，懂得欣賞自己國家好的東西。

在過去十多年來民眾搭上經濟快速發展的列車，財富增加，追求生活上享受慾望增加，放眼海外，出外旅遊，眼睛盯着歐美、日本、韓國的名牌產品，你說崇洋也好，提升生活品味也好，對一個發展中國家的國民來講都是很正常的現象。富裕一族，年輕一輩對奢侈品和時尚潮流特別敏感，當人人都擁有一個歐美名牌手袋、名錶時你自然也想跟上。香港何曾不是經歷過這階段？

香港大部分人早已進入理性消費時代，甚至是過分精打細算，這兩年因為不能外遊留港消費，讓香港酒店業人士深深體會到有些港人「數口」要幾精有幾精，可以用「雞難」來形容。唯一仍有不理性的消費的一群就是「粉絲經濟」，為了偶像他們不計合理與否，但求擁有，所以導致一個人可以代言十幾個產品，雖然都不會是長久，但起碼搶了一批粉絲客，兼造勢宣傳，是目前最常用的營銷策略。

說回「新國潮」，其實是內地民眾對民族文化、國貨品質的認同。香港人上兩代人對國貨的信任度及使用度很高的，近十多年卻被遺忘了，香港著名的國貨公司萎縮，國貨包裝不及外國品牌。國貨輸的只是品牌，

其實「中國製造」一直興旺發達，銷往世界每一個角落，昔日在商品市場上中國商人都先賺錢再講品牌效應。到如今中國商人開始懂得品牌建造，在時裝、首飾和手機方面已經有走出國門的品牌。當然海外市場上仍有很大的空間。然而在目前國際的政治氣氛下，我們國民擁抱「新國潮」更加有價值和意義。要消費者擁抱中國品牌就要產品製造者發掘中國品牌的優點給大家知道。可以和外國品牌較勁，像華為、小米手機。

隨着「新國潮」興起，內地市場的新舊品牌競爭很激烈，不少具有互聯網性質的新產品、新品牌也開始紛紛湧入傳統企業，尤其是給老字號帶來不小的衝擊。據資料顯示，建國初期中國老字號有16,000餘家，目前全國經商部認定的中華老字號品牌有千多家。為了順應「新國潮」趨勢，一些老字號努力搭上這趟「潮玩」順風車，紛紛通過跨界聯名的方式搶入消費者視線，為自己品牌爭得一席之地。因老字號總裁都明白老字號不是作為文物讓大家去回憶的，想要存活，一定要以市場為先導、引領消費、緊跟時代，就要從產品、服務、技藝上做更新。結合節日文化故事、歷史傳說推出貼近「新國潮」概念的主題產品，這些產品具有「潮特性」、性價比，品質、服務一起跟上。企業銷售要與網紅合作、建設融媒體平台、推出線上線下融合的門店體驗才有機會成功出列。

大家都相信在新消費理念，網紅產品也要發揚到工匠精神，要爭「新國潮」一席之地，一定要回歸到好品質、好服務上來。收集海外人買內地品牌最大隱憂是品質不穩定，不似日本的貨品QC（質檢）做得好。



翠袖乾坤

連盈慧

中菜的味道

有個美國移民第三代華裔稅務律師，因為對美國華裔歷史感到興趣，為了身份認同而掀起尋根熱情，每逢出差都不忘走訪當地中國餐館，從中式飲食習慣中，尋回中國人的身份。

幾十年來光顧過的中菜館，據說已達7,812家（本文見報日不止此數吧），印象中有密西西比州克拉克代爾令他驚艷的港式炒麵（香港人身在福中可知了），最難吃的是北達科州醬油多到罐頭貨色一樣的炒飯，最令他懷念的是一般茶樓的酥皮叉燒包和魚肉餃子，全美以洛杉磯中菜夠水準，點心則三藩市最好。說到三藩市，多年前筆者與家人也曾到過當地機場附近一家酒樓，點心記不起了，只是侍應制服那身污漬，至今回想起來也倒胃口，未知該酒樓今日是否還存在？

稅務律師所說的好，相信也是相對美式飲食來說，久居美國的移民親友，每當提起美國飲食，從來就未讚過一句，難怪稅務律師說中餐已是他的第二天性，永遠吃不厭。可惜他只是獨自一人用膳，脫不了點心炒麵之類小菜，始終感受不到中國筵

席聯歡時鄉人情那種氣氛，同時他一直用刀叉吃中餐，總不知道筷子帶出來的情調，才有助提升中菜的味道。

沒親自到過自己國家品嚐不同城市鄉村的地道美食，才是一大遺憾，香港人滿嘴說那些物離鄉貴的泰式日式韓式，總不過是獨烹一味，變化不大的例牌菜式而已，同樣是雞，中式之雞，光是清淡的便有白切雞手撕雞，濃味的便有炸子雞豉油雞；鴨更多姿多彩，北京填鴨廣東大鴨之外，還有臘鴨燒鴨水鴨……菜式之豐富，一個中字說得全？地大物博，五湖四海，近山吃山近水吃水，同一食材，浙江菜東江菜客家菜潮州菜，都有數不完的製法，甜品更多到不下一百幾十種，大江南北走過的食客，都說每種中菜品嚐一次，活到120歲也吃不完。



● 菜不分南北，着重色香味！ 作者供圖



梁爽

若要了解一個人，除了去看他的書櫃，就是去看他的冰箱。前者，是精神世界；後者，還是精神世界。因為冰箱裏面裝什麼，裝多少，怎麼裝，大半也是由精神世界決定的。有的人，常常忍不住買一堆新鮮蔬菜，並不考慮什麼時候吃，放爛了再扔掉，往復迴圈，比如我媽。正如有的什麼，常常忍不住買書，也沒計劃什麼時候讀。好在書是放不壞的，只能翻爛、翻壞。果真誰有一兩本翻爛的書，真正幸福。

於我，有一台鬆鬆快快的大冰箱，也是很重要的一種幸福。強迫症最盛的時候，不吃空它是斷不能進新東西的。稍微理智一些的時候，裏面不能有超過一星期用不掉的新鮮食材。這意味著，我七八天買一回菜，一回用不掉20塊錢就夠了。最完美的，是只存三兩天內想吃的東西。這首先需要明確知道自己想吃什麼；其次是確保三兩天內能吃上、吃完；最重要的，是口腹的慾念相對穩定，上一秒想吃青椒、香菜、八爪魚，到了飯點兒不會變。以上都不是容易的事。

我媽就是常常不知道想吃什麼，看見什麼就買，買完了沒空吃，等有空了又突然想吃別的那一撥兒人裏的代表。所以每逢前來視察，打開我的冰箱，總有一種想把它塞滿的心理衝動，覺得我這過得不像個日子。我也總是嚴詞拒絕，好不容易吃空了些，真不能再裝了。等一盒酸豆角、兩罐炸醬放進去，招待我的除了一桌好飯，還有一句「早知你這麼浪費，不如買個小冰箱」。

浪費嗎？不浪費，小了就擠了，大的才有空氣感。就比如畫畫吧，總得有點兒留白。就比如寫東西吧，總得起來喘口氣，上一回洗手間，再回來坐下。就算不畫不寫，只以肉身行走坐臥，也難以想像七竅壅塞，內臟之間沒有空隙。冰箱亦不過是一個巨大的腔體。縫隙，很重要。流通，很重要。它是消除一切焦慮的前提。

「彼節者有間，而刀刃者無厚；以無厚入

冰箱疑問集

有問，恢恢乎其於游刃必有餘地矣。」莊周的智慧，流傳下來，常常被誤解。費這麼多筆墨講一個故事，真是為了教人解牛，多數人一輩子也沒機會解牛。那是幹嘛呢？當然是傳授養生之道，消除內心焦慮，為了一輩子活得自在順暢。尤其到了關鍵的瓶頸兒上，「見其難為」，知道有所為、有所不為。

於是想起瑪麗蓮夢露在電影《七年之癢》中，除了著名的風吹裙襪，還有一個橋段饒富趣味。入夜，夏曼先生賤兮兮地立在樓下，用一腦門兒抬頭仰望廣告女郎。而女人只是隨口一說，要去廚房拿件衣服，就把不值一提的瑣事變得不可描述。「去廚房？」「對付這大熱天你猜我怎麼辦？我把內衣放在冰箱裏。」真是絕了！

不過由此可以斷定，她的冰箱也是極有空氣感的，裏面最好只放一塊奶油蛋糕，綴兩顆黑紅櫻桃。

所謂無腦的性感，大概就是這副樣子。她無意挑逗，卻又處處讓男人坐立難安。如果冰箱也有心智，只怕和江戶川亂步筆下的「人間椅子」差不多。不過一個把身外物吃進了體內，一個把慾望留在了身外。同樣是得益於空隙，一具無法悅目的人類男性軀體將自己整個兒藏進一把最為完美的椅子，同時保留呼吸、視覺、聽覺、觸覺和吃喝的基本需求，以一張熱臉，幻想坐在椅子上的女人「從中感覺到生命，不把椅子當成一件物品，而視為一個生命喜愛有加」。很難說於妄想狂而言，這把椅子究竟是天堂還是墳墓。因為面對慾望，同樣是了不可得。

色如此，食亦如此。舊時北方寒冷的冬季，大人們常把需要冷藏的吃食直接掛在窗外。大自然成了天然的冰箱。只要窗把手受得住，只要窗簾還有一絲空地兒，都會被榨乾用淨。那時候，冰箱是公共空間。一日比一日薄得透亮的塑膠袋，顯出裏面支棱的排骨或帶魚尖尖的嘴，或者奶油冰棍兒包裝紙的鋸齒邊緣。小孩子隔着窗玻璃看着，一天比一天更饑。

世間不變是山海

我曾經在我的文章裏寫到過自己的旅遊原則：看景第一，美食第二，購物完全忽略。其中「看景」則以人文第一，自然第二。在平潭島的旅遊亦不例外。

接連幾日的山海遊之後，在平潭媒體人欣桐的推薦下，我們一行終於把博物館之旅提上日程，告別凜冽的海風和沒有溫度的日曬，揀一個風和日麗的午後去參觀了平潭古城所在的海壇海防博物館。

去之前亦亦花了點時間做了些許的攻略，因此對於海壇與澎湖、南澳在古時被稱為「海上三山之目」，以及海壇作為閩省藩籬、浙粵中途的海防重地，被當作「東南鑰匙」的重要地位已略知一二。

說起來有些慚愧，我小的時候好讀「閒書」，卻不愛學歷史。對於歷史上真有其人的首任福建水師提督施琅，還是從前在課間偷看的金庸小說裏知道的，於是當日到了海壇海防博物館，看到館裏關於施琅的資料介紹，便倍

感親切，很慶幸自己曾經好讀「閒書」。又在講解員的詳盡講解下，了解到了自明代以來在海運和海防上作出過大貢獻的「福船」、水寨等等。到最後，幾個靠文字「搵食」的旅人，走出博物館，討論得最熱烈的，竟是綠營水師的軍餉……結果，文化的收穫頗豐，關於軍餉的眼自然是算得一塌糊塗的。

去過了博物館，考古遺址公園當然也是要去。平潭的殼丘頭考古遺址公園與我們此前去過的其它新石器時代遺址同樣的是——此處出土的文物長相雖與其它地方的大同小異，但它們全都是挖掘於貝丘之上。另外一點讓我們感興趣的，是我們此前不曾知道的「南島語族」，據說排名中國第五大島的平潭島是南島語族文化的發源地，而南島語系是目前世界上唯一的主要分布在島嶼上的一大語系。

聽講解員說到南島語系竟然有1,000—1,200種語言的時候，本呆就開始犯暈了，馬上拋開了考古學、民族學、語言學等等學問，滿腦袋都



獨家風景

呂書練

水的智慧

一邊是文人也感艱澀難明的《道德經》，另一邊是潮人趨之若鶩的時裝，如何扯上了關係呢？胡恩威最新劇場作品《道可道 Fashion道》卻將之巧妙地融合，構成了一場別開生面的視聽饗宴。

顧名思義，劇名正是取自《道德經》第一章「道可道，非常道」。也就是藝壇多面手胡恩威和時裝設計師盧聲前攜手，以「非」一般的「道」來進行一場時裝騷，但又不僅僅是時裝騷。在舞台科技的助力下，這場表演除了時裝外，還結合了流行音樂、書法、動態追蹤技術（Motion capture），以及數碼人偶等元素，既令人目不暇給，又清耳悅心。

在多首耳熟能詳的粵語流行曲串燒下，穿着奇裝異服的男男女女走過舞台，但在巨大的投影和強勢的科技特效下，舞台上的主角被投影上的公仔搶了鋒頭，真實的人和虛幻的影融為一體，虛實互動，再配以沉浸式音響，以及取自《道德經》的書法投影，令觀眾恍如置身於由對遠古的追溯和對未來的想像構成的世界中，也將《道德經》的虛具象化。

熱熱鬧鬧，如幻似真，一個小時十分鐘的預定演出時間很快過去。好看是好看了，但導演想表達什麼呢？胡恩威在演出後走上舞台，接

受現場觀眾提問，但他只想聽取意見，卻沒給出答案，我們只好自己去「悟」。

上善若水。《道德經》第八章最著名的一句話，構成本劇主題，除了現場有流水聲外，投影上已故功夫巨星李小龍那番如何「成為水」（Be Water）的解說，除了令人知道學功夫的最高境界是要達到水一般的柔軟和靈動，也帶出了人要學會適應環境的生活睿智。

《道德經》是道家哲學思想的重要來源，乃一部蘊含人生大智慧的經典著作，對傳統哲學、科學、政治、宗教等影響深遠。創作者顯然是想通過當代觀眾熱衷的流行文化「手段」，道出這部東方古老名著的思想精華：以柔制剛，以靜制動。

而且，正如李小龍的「Be Water」，做人要像水一樣，要有極大的可塑性。因為水性柔而能變形，在海洋中是海洋之形，在江河中是江河之形，在杯子中是杯子之形……

借助科技和時尚來闡釋《道德經》精華，以及如水的智慧，是我的觀劇體悟。至於什麼戲劇張力和戲劇效果，不重要。而那場時裝騷及其演繹它的人，也忘了吧。但胡恩威想用《道德經》重新定義時裝騷？卻可能是對《道德經》的互動，以及對時裝騷的誤會。