



源於奧運

疫情下的足球

在剛過去的星期六晚，相信大多數香港足球迷也和我一樣，在電視機旁收看英格蘭足總盃決賽車路士對利物浦，該場球賽戲碼不弱，兩隊亦各有支持者。

當晚，電視台特別招待一些球迷及球圈人士入錄影廠一齊現場聯波，雖然只限招待百多人，但同一班球迷一齊聯波的感覺真的不一樣，場面非常熱鬧，氣氛也自然高漲。以往在同一錄影廠聯波是過千人的場面，疫情下雖然只能招待百多人，但氣氛亦不減，全場緊張時刻高聲吶喊大聲吶喊，大家沉醉在兩隊激烈比賽中，好不興奮。高畫大畫面下，時常出現當地球場觀眾的畫面，一片紅海利物浦球迷，對上一片藍色的車路士球迷，幾萬觀眾，全場爆滿，仔細一看，好像看不見有球迷戴口罩，反觀我們這一邊錄影廠，指引下4人一組分開坐及全部戴上口罩，真是相映成趣。他們那一邊足球比賽那麼激烈，而香港足球比賽則全部取消，真的很難不讓人感嘆。

早一個星期，中國已經宣布了把亞洲運動會及世界大學生運動會延期，而亞青運則取消，大家也開始傳亞洲盃會否延期呢？當時大家估計不會，因為距離亞洲盃決賽周2023年6月舉行尚有一年多的時間，誰知道在與英格蘭足總盃決賽的同一日，中國足協宣布放棄主辦明年主辦第18屆亞洲盃決賽周，一年多前就決定取消，可能是留待亞洲盃協有較多時間去找到接辦國家吧，因為在今次疫情關係下，相信中國未能答覆是否可以在亞洲盃期間，全面開放給觀眾球迷進場觀賽；而亞洲盃亦不想閉門作賽，在未能達到共識下，中國只好放棄主辦。

毫無疑問，這個沉重的決定，各方面應該已經詳細考慮，沒有其他方法而作出的最後決定，首當其衝的受害者就是中國足球業界。近期中國足球面對內憂外患，自從2004年亞洲盃決賽敗給日本，無緣做亞洲冠軍，當期望今屆亞洲盃能以主辦身份將中國足球氣氛再帶起時，又奈何再受沉重打擊。原亞洲盃會在中國10個城市中的球場舉行，當中8個是新建的，而2個則是改建的，目前這些球場又該怎樣處理呢？這些城市失去舉行「亞洲盃」決賽周賽事，原本將給他們帶來的就業、住宿、飲食及旅遊收入都化為烏有，這些損失難以估計，過去幾年為亞洲盃投入的相關工作者馬上要停下來，一切努力就成為泡影。

無論情況如何，全球疫情難以改變，但我們可以計劃將來，疫情之後如何忘記過去，不要只懷緬過去的成功，也不要為過去的失敗而怨天尤人，這也是無濟於事的。香港足球港超上屆多場賽事取消，今屆又如何呢？8隊？10隊？而中國足球是否計劃申辦2034年世界盃決賽周呢？體育業界也要好好計劃，原來奧運、亞運等等大型賽事也可以延期或取消，這是以前從未想過的，危機處理方面也要下一番苦功。

無情況如何，全球疫情難以改變，但我們可以計劃將來，疫情之後如何忘記過去，不要只懷緬過去的成功，也不要為過去的失敗而怨天尤人，這也是無濟於事的。香港足球港超上屆多場賽事取消，今屆又如何呢？8隊？10隊？而中國足球是否計劃申辦2034年世界盃決賽周呢？體育業界也要好好計劃，原來奧運、亞運等等大型賽事也可以延期或取消，這是以前從未想過的，危機處理方面也要下一番苦功。



◆這個亞洲盃Logo可放在中國足球歷史資料庫中了。 作者供圖



翠袖乾坤

味道是怎樣養成的

電飯煲可說是日本科研最大貢獻，使用這日本貨前，我們上一輩，戰時吃飯也成問題，受難過的同胞可真是百感交集。現在日本又因全球響應低鹽，擔心嗜鹹食家又嫌入口無味，明治大學某大教授發明了添增鹹味的電子筷子，據說使用這電子筷子，鹹度可以提升倍半，「低鹽致油」最大的勁敵來了。

可是動用這筷子程序不簡單，首先必須手腕連接隨筷附送的迷你電腦一起使用，雖然電流微弱不致影響人體，但是非此不能調整鹹味濃淡，萬一中途無電，這頓飯菜還是吃得煞風景。

就算飯前充夠了電，手腕多了那麼一套類似進行手術儀器一樣的傢伙，同吃吃飯的人看着怕也不會有好胃口，這樣的新發明，算不算一如我們俗語說的「阿茂整餅」，可就見仁見智了。

筷子是小玩意，之前據說有種萬元電飯煲，還可煲出有味飯，往後聰明的日本人，說不定五味筷子九大簋飯煲也面世了，真能實現的話，元宇宙世界豈不給日本領先發揚光大？

其實真為健康着想，堪稱為日本「國味」的味噌，首先就知道它鹽分高到未必如他們吹捧的對健康有什麼好處，不如索性減低鹹度50%還實際點。不過也很難說，舌頭幾千個味蕾人人不同，有人吃鹽焗雞也蘸豉油，口味差異，既先天也是後天，後天不外來自飲食習慣，比如下箸前未知肉味鹹淡，看到醬油就蘸，口味漸漸就重了。有個前輩說凡物皆有味，細心品嚐的話，白飯也會嚼出味道，過分依賴調味，自然一日無醬，什麼都吃不下嚥。有個朋友的太太就因為嗜辣成命，每頓菜總離不了大量指天椒，吃了多年，甜鹹酸味全失，味覺就只獨沽一味指天椒，可見幾個味蕾也會因後天糟蹋而受損。

聽說口味7年一變，是否與年歲增長味蕾變化有關就不得而知了。



◆像不像機械人在吃飯？ 作者供圖



獨家風景

「好看」的訴求

過去十幾年，當了一百年多年「經濟動物」的香港人像着了魔似的，突然熱衷於政治，尤其是街頭政治，把我們這座本來安定的城市引領至2019年黑暴動亂。

他們不懂，政治或政治鬥爭或利益較量其實是可以很斯文的，可以是英式幽默般的「語言偽術」，也可以是美式政客們狂妄般的大言不慚——睜眼說瞎話，更可以「時尚」手法或包裝去表達政治訴求，這樣，既不用動粗，還可以很「好看」。

比如，人們常看到的第一夫人外交、時尚外交等，包括荷里活夢工廠式，或華麗圈中的時裝騷式，甚或明星名模們以衣着形式乃至拒絕穿衣來表達訴求。

上世紀九十年代中，有一部頗受關注的時裝電影《雲裳風暴》，講法國時裝公會會長突然暴斃後的業界亂象。電影尾段有一場戲，由法國著名女星安努克·艾梅 (Anouk Aimée) 飾演的時裝設計師西蒙 (Simone Lowenthal) 在其告別時裝騷中，特別安排一群女模特兒一絲不掛地登場，當中包括一名大腹便便的孕婦，令魁首以盼的嘉賓都傻了眼，在那裏等候多時的時尚編輯們也束手無策，因為沒有特別亮眼的「設計或時裝」可拍

攝、可描述。

女性大師當然不是哄女人裸行來玩噱頭，以吸引眼球，而是藉此表達對時裝圈內不良現象，以及人們對精益求精的創作精神的放棄表達不滿。這是西蒙的時尚態度。

另有一些最常借時裝或時裝廣告來傳達信息、表達態度的主題是推動環保、保護動物、反種族歧視和反愛滋歧視等——或許跟流行文化界有多位名人死於愛滋病有關，其中以著名攝影師 Oliviero Toscani 出任創作總監時期的意大利休閒服品牌 Benetton 為最。在上世紀末最後十年，該品牌時裝廣告幾乎都以社會議題為背景，引起爭議，也帶來熱議。

其中反皮草運動持續多年，就是荷里活女星和超級名模們拍廣告或在公開場合展示：拒絕穿皮草，而台灣女星伊能靜、主演過清宮電視劇《如懿傳》的內地女星韓丹桐 (原名：韓丹彤) 等也曾響應該運動而拍了半裸廣告，表達「寧可裸露，不穿皮草」或「尊重生命，拒絕皮草」等信息。

皮草曾是各時尚名牌的主打元素，當中不少更是以皮草起家。但隨著動物權益意識提高，這個主流漸漸被淘汰，全球已有850家零售商加入「反皮草聯盟」(Fur-free Alliance)，承諾不再以動物皮毛做衣服。



方寸不亂

兩周之後

看過一部美國科幻電影《明日之後》，引起觀眾對明日災難不可預測的恐懼，災難特技是頗嚇人的，但此片被列入不符科學和事實的十大科幻片之一。

現在，香港又有一部未上畫的「兩周之後」，這不是電影，而是政府專家顧問、港大醫學院院長梁卓偉的病毒數學模型推算，預料兩周後會爆發第六波疫情，而且他還建議，要約人見面就要快了，否則第六波到來，社交距離收緊有得見。

「見得就見？」我有很多人未見啊，反正兩周之內也見不完，於是索性不見，就等「兩周之後」看看第六波會否上畫！專家之言，是否將成為事實，兩周後就揭曉了。

當然，這不是香港人所願意看見到的局面，梁專家也希望自己估算錯誤，如果最終無出現第六波，就反映曾經染疫的市民比例可能更高。

個別專家發表意見，與政府防疫政策並不一致，各有各說。其實政府的防疫措施，也來自醫療專家組的意見，政府讓市民不用擔心，疫情在可控範圍，繼續放寬社交距離，運動場內不用戴口罩，戲院可以吃東西……而擺在眼前的是，食肆染疫群組仍在擴大，是不爭的事實，政府還預計食肆會有小型爆發，叫市民怎能不擔心呢？政府全盤考慮，除了考慮疫情外，還需兼顧其他經濟因素；而個別專家的推算，目標只有一個，只是針對疫情發展，所以也是很重要的參考信息。

香港市民對防疫是謹慎的，但外國就完全兩碼事。前兩天看了英格蘭足總盃決賽，場面相當震撼，震撼不是利物浦憑互射十二碼擊敗車路士捧盃，而是這個可容納9萬人的溫布萊球場，幾乎全場爆滿，9萬張歡呼的口，都沒有戴上口罩，好不容易才找到一個有罩的，那是唯一的亞洲人臉孔，能不驚心嗎？不過倫敦的朋友說，英國人疫苗注射率很高，所以當疫情無到，疫情因此反反覆覆，實是無奈。

小時候看到媽媽、外婆飛針走線，她總是不明白她們在做什麼，原來是在刺壯繡。這一刻，她愛上了壯繡。

長大後，每次看到繡娘在刺繡，她都感到親切，她們拿起針線的一瞬間，她都覺得這裏面有愛、有溫度。但她發現，年輕人幾乎對刺繡不感興趣，不由萌生了要把傳統壯繡繼承和發展下去的念頭。於是她成立了壯美坊壯繡工廠。

一開始，她的思路很簡單：就用老祖宗傳下來的精美技法，開發獨特的產品。

然而，這是一條鮮有人走的、艱難的道路：沒有可借鑒的經驗、沒有已有的可套用的模式，一切都是全新的開始。

她遭遇了寒冬。

耗盡繡娘心血的繡品無人賞識，一兩年下來，倉庫裏堆積了近萬元的繡品無人問津。

幸好她運氣好，一位蘇繡界的客戶轉來了一單「救命」生意：要求壯美坊按照蘇繡的要求完成一批工藝品。事業愈來愈順暢，不料有一天，一個繡娘哭着對她說，要去廣東打工，不刺繡了。她問為什麼，繡娘說在她這裏刺繡只能養活自己，現在丈夫生病過世了，她無法養活孩子，只好遠走他鄉打工掙錢。

這件事，讓她下了這樣的決心：讓成千上萬的大山裏的繡娘，依靠自己的手藝，養活自己、養活家人，過上體面的日子。

她靠在門口，看着繡娘一雙靈巧的手，嫺熟地在織布上穿梭舞動，上下翻飛，繡出栩栩如生的花鳥蟲魚，繡出莊嚴肅穆的壯族圖騰，繡出民族的精華，她笑了，覺得她的二次成長是值得的。

選擇一條人煙稀少的路，是她從遇見壯繡那一刻開始。

10歲那年，媽媽的生日。那天，媽媽穿着一件旗袍，非常美。她問媽媽，這件裙子在哪裏買的，誰知媽媽告訴她，這是媽媽自己做的，並告訴她，這是壯繡。

小時候看到媽媽、外婆飛針走線，她總是不明白她們在做什麼，原來是在刺壯繡。這一刻，她愛上了壯繡。

長大後，每次看到繡娘在刺繡，她都感到親切，她們拿起針線的一瞬間，她都覺得這裏面有愛、有溫度。但她發現，年輕人幾乎對刺繡不感興趣，不由萌生了要把傳統壯繡繼承和發展下去的念頭。於是她成立了壯美坊壯繡工廠。

一開始，她的思路很簡單：就用老祖宗傳下來的精美技法，開發獨特的產品。

然而，這是一條鮮有人走的、艱難的道路：沒有可借鑒的經驗、沒有已有的可套用的模式，一切都是全新的開始。

她遭遇了寒冬。

耗盡繡娘心血的繡品無人賞識，一兩年下來，倉庫裏堆積了近萬元的繡品無人問津。

幸好她運氣好，一位蘇繡界的客戶轉來了一單「救命」生意：要求壯美坊按照蘇繡的要求完成一批工藝品。事業愈來愈順暢，不料有一天，一個繡娘哭着對她說，要去廣東打工，不刺繡了。她問為什麼，繡娘說在她這裏刺繡只能養活自己，現在丈夫生病過世了，她無法養活孩子，只好遠走他鄉打工掙錢。

這件事，讓她下了這樣的決心：讓成千上萬的大山裏的繡娘，依靠自己的手藝，養活自己、養活家人，過上體面的日子。



麗君

二次成長，為了一群人

她決定不再坐在家裏等客戶上門。她帶著業務員四處奔走，上門推廣壯繡產品。這次實戰，她聽到的最多的一句話是：「你這些東西的確好看，但是擺在哪裏都不合適。」

一語驚醒夢中人！是啊，時代不同了，必須讓壯繡擁有更多的實用性和時尚感。

自我改變的勇氣和再生的決心在她心中熊熊燃燒，於是，她和團隊走遍廣西，四處尋訪搜集壯繡繡品，並在此基礎上，請來自不同地區的專業設計師，把先進的設計理念和豐富的想像力融入到壯繡產品中，讓壯繡擁有更多的實用性和時尚感：傳統壯繡主要有富貴花、太陽紋、水波紋等具有民族代表性的圖案，花紋圖案多為花卉、蝴蝶、鳥獸魚蟲，還有壯族的吉祥物鳳凰、繡球等，用色濃艷。改良後的壯繡，創新了圖案，不僅可以繡製出傳統圖案，還可以繡製出金色的煙花、藍色的海浪，也可以繡製出熠熠生輝的南寧地標建築——國際會展中心，栩栩如生的壯族活化石——花山壁畫……色彩也不再是傳統的濃艷，而是能根據客戶的要求，調淡色彩，並且無論是盤繡、打子繡、平繡還是馬尾繡，每種繡法都表達不同的意境。

新產品出來後，她大膽將樣品免費送給客戶試探反應。但時間不允許她坐等客戶上門，她決定主動出擊。

她列出了一份城市裏知名企業客戶名單。然而，所有人都認為，那些客戶不可能和她合作。

她把自己關在屋裏，站在鏡子前，練習微笑，把客戶名單唸了10遍，將客戶創業史背得熟透。

她懷着堅定的信心出發去拜訪那些客戶。

第一天業績為零，第二天業績為零，第三天業績為零。家人勸她放棄算了，她痛哭了一場，擦乾眼淚後，她又開始出發了。第四天，她和這些被看作「不可能的客戶」中的一個談成了交易。在第一個星

期的另外幾天，她又成交了兩筆交易，到第一個月的月底，30個客戶中只有一個客戶不買她的賬。

她沒有放棄這位拒絕的客戶。每天早晨，這位拒絕她的客戶的酒店一開門，她就進去和這個商人商談，而每天這位商人卻總是相同地回答：「不！」每一次當這位商人說「不」時，她就假裝沒有聽到，繼續前去拜訪。

到第三個月的最後一天，這個商人問她：「我想知道，我連續說了3個月的不，你為什麼還能堅持下來，你不是在浪費時間嗎？」

她說她並沒有在浪費時間，她相當於在上學，在學習逆境中如何堅持。商人說：「我不得不承認，你教會了我堅持到底這一課。對我來說，這比金錢更重要。」

商人稱他需要一幅高7米、長逾10米的壯繡作品擺放在酒店大堂。同時要求，壯繡一方面堅持民族特色，一方面在作品中注入更多時尚元素，創新圖案，調整繡線顏色。

面對這前所未有的挑戰，壯美坊集合全部高水平的繡娘分工協作，每繡一段花紋就必須重新對齊。

繡品的圖案和主色彩由設計師設定，但小的細節需要繡娘們自行發揮。在繡到一個繡球紋飾時，繡娘藍潔建議墊上一塊布再繡。沒承想試繡的效果非常好，繡球紋飾顯得更有層次感。半年後，這幅作品終於完工，商人連聲讚嘆。

有一年德中文化交流年的時候，有80幅壯繡作為中國最美的民族手工藝品在德國國家博物館展出。

民族的就是世界的。如今，壯美坊出品的壯繡手工藝品在東南亞、歐美、南美等20多個國家和地區銷售，每年出口銷售額達千萬美元。

創業之初，她是為了繼承傳統；二次成長，是為了改變一群人的命運。

她都做到了。

她決定不再坐在家裏等客戶上門。她帶著業務員四處奔走，上門推廣壯繡產品。這次實戰，她聽到的最多的一句話是：「你這些東西的確好看，但是擺在哪裏都不合適。」

一語驚醒夢中人！是啊，時代不同了，必須讓壯繡擁有更多的實用性和時尚感。

自我改變的勇氣和再生的決心在她心中熊熊燃燒，於是，她和團隊走遍廣西，四處尋訪搜集壯繡繡品，並在此基礎上，請來自不同地區的專業設計師，把先進的設計理念和豐富的想像力融入到壯繡產品中，讓壯繡擁有更多的實用性和時尚感：傳統壯繡主要有富貴花、太陽紋、水波紋等具有民族代表性的圖案，花紋圖案多為花卉、蝴蝶、鳥獸魚蟲，還有壯族的吉祥物鳳凰、繡球等，用色濃艷。改良後的壯繡，創新了圖案，不僅可以繡製出傳統圖案，還可以繡製出金色的煙花、藍色的海浪，也可以繡製出熠熠生輝的南寧地標建築——國際會展中心，栩栩如生的壯族活化石——花山壁畫……色彩也不再是傳統的濃艷，而是能根據客戶的要求，調淡色彩，並且無論是盤繡、打子繡、平繡還是馬尾繡，每種繡法都表達不同的意境。

新產品出來後，她大膽將樣品免費送給客戶試探反應。但時間不允許她坐等客戶上門，她決定主動出擊。

她列出了一份城市裏知名企業客戶名單。然而，所有人都認為，那些客戶不可能和她合作。

她把自己關在屋裏，站在鏡子前，練習微笑，把客戶名單唸了10遍，將客戶創業史背得熟透。

她懷着堅定的信心出發去拜訪那些客戶。

第一天業績為零，第二天業績為零，第三天業績為零。家人勸她放棄算了，她痛哭了一場，擦乾眼淚後，她又開始出發了。第四天，她和這些被看作「不可能的客戶」中的一個談成了交易。在第一個星



琴台客聚

用耳朵滋潤心田

很多人都討厭下雨，我卻是個酷愛雨天的人。

每到開始下雨的時候，我都會祈禱雨不要停，可以因此名正言順地宅在家裏，沒完沒了地聆聽雨聲。如果運氣好，再有風聲、雷電一起，便成了一章又一章的《天地交響曲》，這時的聲音，在我聽來，才是真正的天籟。

然而雨怎麼會不停呢？似乎只有在馬爾克斯筆下，在《百年孤獨》裏的馬孔多鎮，雨才會魔幻地持續地一下就是4年11個月零兩天。在現實世界中，倘若我真是為了滿足自己耳朵的慾望而期待雨一直下，那便會變成一個自私的罪人，卻卻對不起自己園子裏的花草，亦對不起在土地上辛勤耕耘的農民，還有許許多多雨天也要出門工作的人們。

當然，喜歡聽天地間自然的聲音，並不一定時時聽真的雨聲。

我是班得瑞的忠實粉絲，聽班得瑞的音樂已有20年。喜歡班得瑞的同好中，除了音樂發燒友，多是一些極其熱愛大自然的。我的朋友

們都知道我是個五音不全，對樂理一竅不通的人，而聽班得瑞，並不需要通樂理，全五音。

班得瑞的音樂全是來自大自然的聲音：原始森林的鳥鳴、清澈江河的水流、深夜草叢裏的蟲鳴、陽光下翻滾的海浪、午後拂過山谷的微風，甚至月下花兒的綻放……這一切的一切，與清脆的風鈴聲、悠揚的風管聲、清亮的鋼琴聲、輕盈的排笛聲交織、重疊、融會，每一個音符都像精靈般地在耳畔滑翔，人便由此進入了與自然一樣空靈飄渺的仙境，在天籟之音裏靜靜地颯然地馭風而行。

好友黎明兒的同學楊群是位愛讀書的女子，她愛讀書，不單是自己讀，且愛讀出聲，讀給人聽，因此在網絡的讀書平台給自己開了名為「風語」的專欄。

如同她的專欄的名字「風語」一般，楊群讀書的聲音清澈、乾淨、隨性，讀起任何文章來，都雲淡風輕，彷彿一股清泉，在山谷間自然地起伏、流淌。許是緣分使然，楊群讀了我的《呆呆為梅》和《呆在字裏》這兩本書，便一下子喜歡上了，和我聯繫之後，徵得我的同

意，開始在她的專欄裏讀我的文字。

除了所寫的影視劇本裏的台詞，我極少在別人的聲音裏聽到自己的文字，當楊群把她錄下的朗誦發給我聽的時候，我在她的薄脆輕盈的聲音裏重新認識了自己的文字。記得有一次在我的作品研討會上，花城出版社的老社長肖建國老師說我的文字像是「水洗過一樣地乾淨」，楊群在讀我的文字的時候，她的聲音也是如此的乾淨。那一刻我很俗氣地想到了從前流行過一段時間的韓國電視劇《來自星星的你》裏面的那句「啤酒和炸雞最搭」。

這個春天的雨還在斷斷續續地下，這幾年的疫情也還是糾纏着不肯離開。其實所有的人心裏，都掩藏着在表面偶爾的寂靜中喧囂的焦慮。

但是，哪怕我們並不能隨心所欲地去聽雨聲，只要有安靜的音樂，只要有乾淨的讀書聲，那些音樂和文字就能夠化為雨聲，能夠一點一滴地滋潤我們的耳朵，讓我們從耳朵到心靈都沉靜下來，可以雲淡風輕地去度過每一段艱難的時光。