



陳復生

透過中醫藥說好中國故事

澳洲的醫療體系一直以西醫西藥為主流，而看中醫、吃中藥，絕大部分是當地的華人。不過在2005年，北京同仁堂在澳洲開設第一間分店後，對當地的中醫藥業帶來了很大的改變！他們首先在悉尼開設第一家旗艦店，隨後陸續在澳洲的不同城市設立分店。

而在墨爾本就有兩間分店，在拍攝電視特輯《一帶一路醫藥行》的時候，我們特別前往其中一間設於唐人街的分店，訪問了該店的陳淑馨店長，店長從香港移民至澳洲已有廿多年，對中醫藥業在當地的發展甚為了解，她說：「這裏有很大的需求，許多華人，尤其是中國過來的，看西醫有點困難，而他們又很相信中醫，所以華人的診治就比較多。但是，現在外國人也很喜歡試試中草藥，他們會覺得，為何這樣神奇呢？因為有療效，所以愈來愈多外國人到我們的藥店。」

為方便照顧當地人，陳店長補充說：「在澳洲的中醫師必須要有一定的英文程度，有些中醫師從中國過來澳洲，英文程度未必那麼好，所以我們未必能聘請他們，因此好的中醫師的確不容易找，但我們也盡量在澳洲找。」現時每間店都有中醫師和針灸師，實行本地化管理，經營模式上也講究「因地制宜」，完全根據當地人的體質和飲食習慣，做針對性的治療及配藥。



◆作者在墨爾本拍攝，北京同仁堂獲得澳洲政府授予「海外華人最信賴品牌」的榮譽。

作者供圖

這家百年老字號也經常舉行會議和展覽等活動，讓當地人更了解中醫藥文化。2008年，他們更獲得澳洲政府授予「海外華人最信賴品牌」的榮譽。憑藉多年的努力和奮鬥，北京同仁堂以「身體力行」，真正說好了我們的中國故事！

老實說我現在只做了4個月，也不是認識很多，但是開心的便是這位大廚很用心地教我，亦因為這樣，我們創作了一些新的概念，他也將他的經驗以及他的願望放在這個概念上面，也有機會同另外一些大廚合作，希望這個新的概念就是我的新的開始，所以在這裏我特別感謝大廚Stephen，他給了一個我能夠參與紅褲子的經驗，另一位便是大廚Jacques，透過他們兩人合作我更加能夠有機會在這個餐飲業學習展現我另外一面，當然未知道成功與否，但是能夠在人到中年時，有人肯給予你機會和學習，去改變航道，這絕對是個非常值得珍惜的機會！因為相信大家也知道，我經常覺得娛樂圈發展並不是你的能力，最重要的是你的運氣，能力我仍然在學習中，但是運氣不是我本人可以控制的，所以我不能夠坐以待斃，一定要搵多一條出路，令到自己能夠重新出發。

其實這個也是我的願望，很希望自己能夠開拓一門新的事業，但是自己是在娛樂圈發展，並無其他特別的工作經驗，所以很難成為一位走進商業國度的人士，但是這次因為認識這位大廚，令我有機會跟他學習。起初便是跟他學習基本的廚房溝通，之後便是學習將我自己知的網上Marketing放到餐館上推廣，我將自己這幾年學習的剪片互聯網文化推廣SEM等等的技能放在這餐館上，從一位打工仔成為一位有職位的員工，目的只有一個，就是希望未來自己能夠成為餐飲業的一分子。

朋友是位美術教師，工作之餘酷愛釣魚。以往進城區辦事，我習慣走他家門前那條近道，然而最近我卻寧可繞道而行，生怕碰上他時難免會尷尬，擔心他會提及送我的魚味道如何，那時真不知要如何回答他。萬一遇上他詢問，我也只能違心地回答：「不錯，味道很鮮美。」如此也許能敷衍過去。因為我把送的那條大鯉魚放生了，那是我計劃用來宴請客人的食材。

那年7月，我新房裝修好，並準備慶祝喬遷入住。按本地風俗第一個春節得在新居過年，還要請親友熱鬧一番，遂準備兩桌農家菜。春節前夕，姐姐送來兩隻黃兔，妹妹送來土雞土鴨，我還買了幾十斤土豬肉，加上朋友送的土雞蛋和蔬菜，請兩桌客人所需的食材已綽綽有餘。按老家規矩請客要雞鴨魚肉，這下唯獨缺魚了。我突然想起那位愛釣魚的朋友，或許他能指點我哪兒弄兩條野生魚。

除夕那天，當我打電話詢問朋友時，他說現在恐怕太遲了，有錢也不一定能買到。他隨即反問我要幾多條，我說兩條就行。他很爽快地回說：「那我送你兩條，方便時上我家去取。」那段時間我常從他家門前路過，由於年底各忙各的，一晃時間便過20多天。

春節過後，我已經宴請完畢，也就漸漸忘了那兩條魚。

大概一周前，在北京供職的一位畫家回蓮探親，他上我家聊了一下午。朋友只慕畫家的名而未曾與之謀面，他曾託我向畫家請教；他想到北京進修人物畫，最好能幫他推薦一位老師。我想如果他們能面談會更好。於是提前致電他，可對方手機無人接聽。等他回話時畫家已經走了。他解釋稱，因午間手機調成靜音，沒接到電話。他話鋒一轉，便問我怎麼不去取魚，都餓了快一個



文公子

長輩圖的創意

今年新春，由年三十晚到年初八，幾乎每天都在社交媒體或即時通訊軟件的群組，看到大量設計繽紛，俗稱「長輩圖」的祝賀圖片；可見大家都很接受用現成的長輩圖來傳情達意，反而自己親自撰寫祝賀語句的，就變成非主流。

長輩圖雖然網上橫飛，但如果仔細欣賞，其實也頗具創意。例如今年新春假期，致賀辭每天都有特別的主題。年三十晚是闔家團圓，年初一是祝賀新歲，初二二是開年大吉，初三雖是傳統的「赤口」不宜拜年，但也收到頗多迎春接福的長輩圖。年初四是接灶神，然後到年初五就接財神，在年初六是「六六大順」的祝賀，年初七「人日」則是祝大家生日快樂的為主。

今年新歲是癸卯兔年，因此，長輩圖的圖形內容，除了傳統的年畫、財神等，還有用兔為主題的設計，除了例牌的喜氣洋洋外，更多的是造型可愛、畫工精細，因而深受網民歡迎；一幅可愛的兔主題長輩圖，往往被轉發多次，在不同的群組都收到。

相信因為懶惰，文公子頗喜轉發長輩圖，但由於本身從事廣告公關傳訊工作，因此在選長輩圖時，通常會揀選內容或設計上，比較有品味和具特色者，而且習慣「一稿多投」，即在不同群組都發出同一版本。然而，在轉發長輩圖時，文公子認為其實有一個應留意的「禮儀」，就是不應在同一群組內，轉發群內已有人曾發出過的版本，造成「撞圖」的尷尬；如果在向個人轉發時，還將「撞圖」轉發回原發者，更應避免。

長輩圖除了圖形設計要美觀和有品味外，也應留意祝賀句的內容。今年由於是兔年，所以在創作上，也少不免用「兔」字入文造句。除了傳統的「兔年大吉」、「兔年大運」、「兔年進步」、「動若脫兔」之類的祝賀辭外，不少長輩圖都以「食字」的方式，將「兔」字套到祝賀語內，造成語帶雙關的效果。

今年收到比較有創意的例子，有「不落俗套」（不落俗套）、「前兔似錦」（前途似錦）、「錢兔無限」（錢途無限）、「大展宏兔」（大展宏圖）、「鴻兔大展」（鴻圖大展）、「兔花朵朵」（桃花朵朵）、「兔飛猛進」（突飛猛進）、「兔滿長肥」（肚滿腸肥）、「奮發兔強」（奮發圖強）、「勵精兔治」（勵精圖治）、「兔破自我」（突破自我）……等，都是藉諧音「食字」的佳作。文公子也藉此再恭祝大家：「虎盡金來，兔氣揚眉！」