



沒有白色聖誕的香港

深秋仍在徘徊，初冬靜謐，12月未至，一片聖誕氣氛早已洋溢在各大商場，悠揚妙曼的音樂、歌聲……琳瑯滿目的布置、裝飾、禮物……感覺彷彿聖誕漸近，而且在全球暖化下，這個聖誕將不太冷！

沒有白色聖誕的香港，依舊是許多人心目中的朝聖地。還記得我有一對認識多年的美國夫婦好友，從上世紀八十年代起，每逢聖誕假期，一定要遠赴香港歡度，數十年不變，後來兒女長大成家，就幾個家庭一起來港慶祝，已經成為他們的家族傳統。

好友自小在港唸書，後來前往美國升讀大學，畢業後在加州三藩市創業，成績斐然，就此定居當地。這份思念生長的香港情，自然不難理解，但他們在美國土生土長的一對小兒女，竟然也愛在港歡度聖誕，真有點莫名？！

這兩位小朋友是混血兒，有着四分一的中國血統，自幼在父母耳濡目染下，喜歡看香港電視劇，時裝劇、古裝劇皆瞭如指掌，過目不忘，尤其遇上儀劇集，總會翻看又翻看，最高紀錄曾翻看20多次，那是上世紀錄影帶蓬勃的八九十年代——科技網

絡尚在萌芽期。

兩位小孩天天看香港電視劇錄影帶（主題曲）唱和（對白）講，從小就能哼廣東歌，操一口流利粵語，更嚮往香港的一切事物，喜慶節日，當然樂意跟着父母回港，追隨「港式」一切，這就是軟實力的體現——通過影視娛樂文化，潛移默化地影響着許多人。當時整個亞洲地區（除卻日本）以及中國內地，深受香港的軟實力影響，但隨着各地逐步開放自由、相互學習和不斷發展，我們是否已經漸失優勢？

然而，這對美國夫婦的家族傳統依舊保留下來，自疫情後3年沒來港，今年又預訂了酒店行程，要回來過一個不太冷的聖誕。他們說：「香港很細、很可愛，短短距離就能看到繽紛燈飾、享用美食……一天下來可做好多件事……」這也是我們的優勢吧！



一片聖誕氣氛早已洋溢在各大商場。 作者供圖



2024年期望香港娛樂圈發展

跟朋友吃飯的時候一起詳談香港娛樂圈未來該如何發展？當然我並不是一位專家，但我也是一位工作娛樂圈接近30年的朋友，可以算是一位有經驗的參與者。今年很多情況之下都是唱衰娛樂圈，但其實我們應該要唱好，因為一定要向好方面思想才能有機會成就好成績，其實香港，一座引領着亞洲娛樂風潮的城市，其娛樂圈的繁榮發展引人矚目。本文將探討香港娛樂圈的發展歷程、現狀及未來趨勢，以期為讀者揭示這個獨特產業的魅力與價值。

二十世紀五十年代，隨着電懣公司的成立，香港電影業拉開了序幕。此後，邵氏兄弟、嘉禾等電影公司的崛起，推動了香港電影業的迅速發展。進入上世紀七十年代，香港電視業開始嶄露頭角，無線電視等電視台的湧現，為香港娛樂圈注入了新的活力。

香港娛樂圈的現狀：
1. 電影業：香港電影業一直以其獨特的地域文化、靈活的市場機制和優秀的創作人才而備受矚目。儘管受到全球影業衝擊，但香港電影業依然保持着活力和創

造力。

2. 電視產業：香港電視產業在近年來發生了翻天覆地的變化。從最初的無線電視到現在的各種衛星電視台和網絡平台，觀眾的選擇愈來愈豐富。

3. 音樂產業：香港音樂產業以其多元化的風格和國際化的視野而著稱。流行音樂、搖滾樂、電子音樂等各類音樂風格在香港都有其市場。

香港娛樂圈的未來趨勢：

1. 數字化轉型：隨着科技的發展，香港娛樂圈正在經歷數字化轉型。流媒體平台、網絡直播等新興業態將為香港娛樂產業帶來新的機遇和挑戰。

2. 創新與融合：面對全球競爭壓力，香港娛樂圈需要不斷創新和融合。未來的香港娛樂圈將更加注重新興業態與國際潮流的結合，打造出更多具有全球影響力的作品。

香港娛樂圈的發展歷程堪稱奇跡，其獨特的文化魅力與靈活的市場機制使其成為亞洲乃至全球娛樂產業的重要一環。面對未來，2024年我們期待香港娛樂圈在創新與融合中繼續繁榮發展，為觀眾帶來更多精彩作品。



茶葉包裝上題字

幾年前，好友為我做了一款普洱茶。當時，他讓我自已起個茶名，我不加思索便提筆寫下「君馨」二字，我親親自題了一首所謂的茶詩。茶做好後，朋友送了100盒給我，看到「君馨」二字印在包裝紙上，旁邊是我寫的拙詩，咏珍品：「君馨名品播蒼穹，遊客高天送遠鴻。一鑑金湯春不老，竹爐試火帝王宮。」還配上一幅畫，覺得挺有意思，馬上送了十幾盒給其他朋友，讓他們也欣賞一下。我將書法放在商品包裝上尚屬第一次。之後，我又打算做一款「君馨禪茶」，於是也提筆用行楷字體寫下這幾個字，朋友馬上就做了個樣品，我看了覺得也挺好的。

幾年後，又有另一位汕頭籍朋友要出一款「鳳凰單叢」茶，也邀我寫茶名「金露韻」和茶詩，印在包裝盒上。我記得茶詩寫的是：「一杯堪潤喉，兩泡足明眸。淳化清風起，自然心境悠。」那時做的包裝盒更為精美。

為茶包裝題字寫詩過去多年，漸已忘懷。然而，前幾天，香港大紫荊勳賢楊孫西博士舉辦「工夫茶耀香江暨鳳凰單叢茗會」，邀我參加，又勾起我的回憶。

楊博士的品茗會不但請來了高級茶藝師表演，還請來了製茶大師講茶的製作。著名茶葉品牌「日川」的董事長施福津向大家介紹：在鳳凰單叢茶中，知名度更高的還要數「鴨屎香」，一個街頭巷尾皆知的名字，在茶界中名氣響噹噹，是名茶鼎鼎的「網紅茶」、「明星茶」。「鴨屎香」，又稱銀花香，帶自然的銀花香味，山韻味獨特悠長，一試之下，果然名不虛傳。據聞這款茶的價錢並不便宜，可惜他做的茶外包裝卻與書法無緣，我覺得，如果給不同品種的鳳凰單叢題上一個文雅一點名字，也許會更好！

楊孫西博士近年致力推廣茶文化，他本身也愛好書法，不知他日後會否在出品的茶葉包裝盒上題上自己的墨寶。



筆者題的「君馨禪茶」。 作者供圖



競選廣告創作玉律

區議會選舉將於12月10日舉行，今年據悉有不少初次參選的素人出戰，相信可為社區帶來新思維、新氣象。只要走到街頭，已見不少選舉廣告，由單張到橫額到直幅，林林總總；制服整齊的拉票人員，遍布大街小巷，各施各法推薦候選人，為城市帶來一陣熱鬧。

由於今年不少是素人新登場，候選人普遍欠缺社區知名度，而今年經改革後的區議會直選選區，範圍卻已大為擴展；以往只要能好好服務一個小社區，可能已有機會贏得議席，今年就要動用更多人力物力去作宣傳，因此，宣傳的質素變得更為重要。

競選，本來就是一場市場推廣的競技，產品就是候選人。因此，競選廣告的創作，就應好好套用廣告宣傳的概念，才可在競爭激烈的選戰中脫穎而出。文公子曾有多年的廣告創作經驗，當年初學做廣告時，一些教授和前輩們歸納的廣告玉律，可供創作競選廣告時參考。

文公子認為，競選廣告第一玉律，是USP（Unique Selling Proposition）。無論是廣告、品牌定位還是市場推廣，都應先知己知彼，研究一下自己的競爭優勢，找出「人無你有，人有你優」的賣點，即USP。候選人應先思量，在面對競爭對手時，自己的優勢何在？例如本人有多年社區服務經驗，面對素人，就是優勢了。如果自己是素人，但在社區內形象正面又知名度高的政界名人「背書」，又或者代表社區服務往績好的黨派出選，可以在選民心目中建立信心，則又是另一種優勢。當找出USP後，就可開始創作。

創作廣告的第二和第三玉律，就是要找出市場需要，在創作上突出「消費者益處」（Consumer Benefits）；而在競選而言，就是選民應投票給你的原因。例如你是一位賣力又貼地的候選人，就可透過一些曾處理的個案，告訴選民你有心有力，當選後一定盡心服務，選民不會求助無門。又或者你充分了解當區選民的急切需要，提出當選後會為選民爭取解決問題。

競選廣告的第四玉律，就是宣傳的訊息要單一（Single Mind）。不少候選人都想「大包圍」，推出愈多版本廣告，就更易打動不同層面的選民。事實上，市場是不可能一網打盡的，因此只需做好自己最有利而市場份額又夠大的區隔（Segment）。單一的訊息，形象就會愈鮮明，反而有利選舉。

廣告創作，其實並無保證成功的定律，不過如能跟隨上述建議，相信可提高勝算。



一路向北

一路向北，目標直抵千里之外的石家莊！得知孩子高考分數時，我淡定中透着歡喜。孩子一門心思想要去外省上大學，經過反覆綜合權衡，各項志願塵埃落定。又熬過忐忑的日日夜夜，錄取通知書如約而至——河北科技大學電腦專業，孩子最期盼的第一志願。

石家莊，我迅速關注這座城市。關注《石家莊日報》、《燕趙晚報》，關注石家莊熱門公眾號和零零碎碎的新聞。關於石家莊的前世今生，我都充滿興趣和好奇，譬如，為什麼叫石家莊？一南一北約2,000公里，路途遙遙，妻子極力主張送孩子上學。起初，孩子固執己見，堅決反對父母送讀。後來考慮到行李眾多，且第一次出遠門，中途又需轉車，他最終放下矜持。

清晨，我倆從龍岩出發，高鐵經瑞金、贛州、南昌、武漢、鄭州等大大小小20幾座城市，一路向北，夜色濛濛中抵達石家莊。我迫不及待地地在石家莊站拍下父子倆十餘年來的第一次合影。沿途每路過一個站點，我便在手機上搜索當地風土人情。自視線進入江西吉安後大山愈來愈少，平地、湖泊、江河愈來愈多，地勢愈來愈平坦開闊。儘管一路飛奔，青山綠水和高樓大廈匆匆閃過，我依然能略略到祖國的地域遼闊和繁榮昌盛。我蟻居龍岩多年，沿途風光顯得無比新鮮和震撼。孩子宿舍住6人，我們第一個到



「長跑達人」張樹槐

著名「長跑達人」水哥張樹槐剛完成了星期大舉行的首屆「港珠澳大橋（香港段）半馬拉松」賽事，他笑言能夠成為長跑界KOL是一個奇跡，「當年中一100公尺賽跑是包尾大王，自覺沒有運動細胞，想不到自己40多歲才跑馬拉松，竟取了全球馬拉松大滿貫，跑過6大洲超過50個地區、完成了130次全馬，佔不到自己有潛質，我雖然是出名的龜速跑手，但記得在內地長跑路上的一句標語：蝸牛也是牛！」

可能水哥是世上最牛的水哥，他是第一位完成世界最高峰「珠穆朗瑪峰馬拉松」的香港選手，「我參加前靜靜寫好了遺囑，我們約有100名參賽者，用10天時間登上位於5,000多米即1萬5千尺的珠穆朗瑪峰基地營，休息兩天才開始比賽，過程好辛苦因為那裏空氣稀薄，不主動也會很累……香港最高是大帽山，那兒就是5個大帽山的高度！」

「山路有大大小小的砂石好容易跌倒，未幾，我發覺四野無人，我又沒帶電話，終於見到一位村民，他的手向前一指，我就加緊向前行，之後又遇到另一人，他只講了一個英文字『Wrong』！大件事，我真的行錯路了！他指向旁邊那座山，結果我攀完一山又一山，那感覺就是infinity永遠一樣！哈哈！」

結果水哥用了10個小時完成賽事，其實，在眾多艱辛的賽事途中，

水哥可有想過放棄呢？「沒有，我記得村上春樹的一句：就算我跑馬拉松跑得多慢，我都不會停下來，我要保持跑步，這是馬拉松精神！」

水哥由魚販的兒子到大銀行的高層，公關界大哥哥，正是一個充滿正能量的故事，「請不要相信命中注定，我不是聰明，我就像小學老師給我的評語：吸收能力不足、領悟力差，另外的中學作文只有9分，但我可以讀到大學，可以做到英文報章的採訪主管，做到銀行的高層，所以大家不要看低自己，勤奮可達成夢想！我們多鼓勵自己和身邊的人，你的一句說話可能改變一個人的心情，甚至他的一生……正如我小時候在巴士上遇到的那位伯伯，他叫我細路，界心機讀書呀！我就開始改變了。」

水哥身體力行不斷鼓勵大家享受跑步，多將相片放到社交媒體上分享，大家多寫甜言蜜語回應，「人生有很多困難和不如意的事，想太多會好低沉，你要扶持自己和別人，終點不在望不要緊，再往前跑，再往前跑，終點一定望得到！」

水哥今次在青馬橋上沒有遇上發哥（周潤發）有點兒失望，可能發哥也有同感，希望下次水哥真的遇上發哥，大家笑呵呵！香港多了很多愛跑步之人，我們的「長跑達人」功不可沒！



水哥身體力行不斷鼓勵大家享受跑步。 作者供圖



從零創夢

在一些心理諮詢當中，會發現其實許多惡劣的心理情緒都是源自於別人的看法，當我們把別人的看法當成了衡量自己的一個準則時，那就好像拿了一根繩子來綁住自己，心裏自然而然的就會給自己設了很多限制，不能真正施展自己的能力。就像有位朋友曾遇到一些煩心事一樣，困擾於複雜的人際關係和被人對他的批評而中傷，於是她花了很多時間把這些來龍去脈給朋友訴說，期待能把複雜的事情一一分析出來，但朋友聽完只是笑笑說，放過別人其實就是成就自己，他一下子豁然開朗，對呀，其實別人對我們的批評，如果沒有牽絆到生活那又何必去揪着不放？

一個人想要什麼樣的生活都要靠自己爭取，創業的人最懂這個道理，有時候別人不

放過別人，成全自己

懂或誤會我們，那又有什麼關係？只有讓自己強大起來，才能坦然面對人生的風雨，凡事還沒開始做就想着別人這個想法，想着別人那個評價，就好像把所有的希望都寄託在他人身上，那我們又怎麼能專心的去做好自己的事情？常常覺得人生是充滿着無限的可能，只要願意不斷去挖掘便會發現人生是非常廣闊，能過什麼樣的生活，決定權從來都在自己手上，確定這條路沒有走錯，所做的事情並沒有違反社會規則和道德法律，那便可以勇敢去做，旁人的意見和看法可以給個參考但不是你的全部。甚至也可以這麼說，世界是自己的與他人無關，能夠做到這樣，便會是內心壯志力非常強的人。真正內心成熟的人，懂得放開他人的眼光，照自己喜歡的方式去生活，這才

是對自己負責，也是對自己最好的「成全」。人生短短幾十年，每一天都是屬於自己的，當中的酸甜苦辣也只有自己最清楚，別人怎麼說也許都不太重要，別人有怎麼樣的人生標準，對我們來說也沒有太大的影響，敢於活出自己的人，充滿魅力的同時也會獲得與自己同類的人喜歡。不管是勇敢創業還是做其他職業的朋友們，只要喜歡，那就是最好的人生，世界上沒有一條道路是重複的，也沒有一個人生是可以被他人替代，我們不必干涉別人的生活，同時也要避免別人的干涉，擁有一種能阻擋負面影響的能力，內心才能變得更強大。放過了別人，其實就是放開了受束縛的自己，人生有着無限的可能，我們要奔向那些令人期待的未來，而沒必要在路邊被一些無關痛癢的事情影響。