翠袖乾坤

查小欣

小S險遭香精毀事業

台灣綜藝節目皇后小S徐熙娣丈夫投資的麵包連鎖店「胖達人手感烘焙」，以天然酵母製作麵包作賣點，竟被踢爆部分麵包加入人工香精，事件引起軒然大波。

台灣「胖達人」已被開罰十八萬港元，香港有關部門已進行調查，若證實該店是蓄意以不實標示誤導消費者，違反《商品說明條例》，最高刑罰是罰款五十萬港元及監禁五年。

「胖達人」在官方網頁標榜「從天然酵母的飼養到麵包發酵、烘焙，每一個架上的麵包，從無到有，總共需要九天時間。正是因為這個不可取代也不可加速的過程，才讓我們的每一個麵包與眾不同。我們不模仿、不抄襲，只做第一。」因此出品的麵包雖然價格高出市面一般麵包店五、六倍，仍然其門如市，大受歡迎，開業短短三年，已在台灣開店十九間、上海兩間，兩月前在香港開了一家，小S和丈夫許雅鈞更專程來港出席開幕儀式，吸引大批傳媒採訪，打響宣傳頭炮。

由於是老闆娘，小S順理成章成為「胖達人」的代言人，有「胖達人」的分店標示「天然酵母專賣店」外，更在顯眼位置寫上「小S老公投資的麵包店」利用明星效應作招徠。

正因如此，事件引發小S的形象危機，她涉嫌有欺騙消費者之嫌，網民要求她道歉，小S的危機公關處理很不賴，先由徐媽媽為女兒護航，稱小S純因好吃而推薦，不清楚有人「加料」，指今次是投資失誤，並表示抱歉，懇求大家繼續支持小S。

在母親代為緩和不滿情緒後，小S在她主持的《康熙來了》錄影前，即席鞠躬向公眾表示「最深歉意」，聲稱感到很震驚，她自己也是「胖達人」忠實消費者，沒想到會發生這種事，認為「我們有義務出來道歉」，並指丈夫只是該公司投資者，而非董事，坦言已和丈夫商量會否退股，最後她呼籲「胖達人」應要給消費者一個清楚的交代。此招反主為客，暗示她和丈夫雖是無辜，但也盡義務站出來道歉，真正的管理層才是最應該道歉的。明白公司法的人都知道，投資者唯一責任是掏錢包，董事則需負法律責任。

天言知玄

楊天命

閒話生死

要數由古至今最普及的算命術，我估計應是每年收錄在《通勝》內的《稱骨歌》。它是一種憑查閱出生年、月、日、時而計算出「骨重」及簡評的簡易算命法，在中國已流行超過一千年，其發明者，據說是唐朝的相學大師／天文學家／隱士袁天罡。

袁天罡一生最廣為人知的事跡，應是替嬰兒時期的武則天論相。當時，武則天的家人讓她穿着男性的衣服，袁天罡走到床邊細看其長相，詫異地指武氏擁有「龍睛鳳頸」，其尊貴的程度，將達人中的極致。如果是女嬰的話，更會成為天下之主——後來一如大家所知，武則天果真成為中國歷史上的唯一的女帝王，完全應驗了袁天罡的預測。

坊間關於這位大師的故事其實還有很多，不過我最欣賞的，要數他預知自己死期的片段：唐代的名臣高士廉問袁天罡，你最後能當什麼官呢？袁天罡回答，我到夏天，氣數就會盡了，言下之意，就是都快死了，還談什麼升官呢？他答得如此輕描淡寫，如此理所當然，反映他面對死亡的態度完全是處之泰然，擁有着超越凡人的修養及胸襟！

袁天罡另一廣為人知的得意傑作，就是與另一位玄學大師李淳風合著的《推背圖》，與日後劉伯溫所寫的《燒餅歌》一同被視為中國史上最神奇的預言書。「推背」兩字的由來，其中的一個說法，就是李淳風像入迷一般撰寫預言，袁天罡為免他洩露太多天機，便在其背後輕輕一推，示意是時候停止了，令這本驚世的著作，因「推背」這動作而終止，故取名為《推背圖》。

對袁天罡來說，生死，不過如閒話家常；影響千秋的預言書，也不過是微不足道的一個小動作，人生有什麼大不了？

琴台客聚

彥火

「我們仨」的失落

楊絳與錢鍾書的恩愛，在《我們仨》的字裡行間處處泛現，感人至深。

錢鍾書沉疴不起，身體逐漸虛弱。

起先楊絳去探望，兩人見面總說說話；後來錢鍾書沒有力氣說話，就捏捏楊絳的手，以表示回答及問候。

再後期，錢鍾書已動彈不得了，只能用睜眼來向楊絳示意了，兩人以眼神進行無言的交流。

錢鍾書儘管被病痛折磨得死去活來，每到探視時間一到，仍拚盡力氣，努力睜開眼睛，以表示對楊絳的迎候。

直到一九九八年冬的一個早晨，剛過了他八十八歲生日後不久，離開了人世。

女兒錢瑗比父親已先走了一年！

《我們仨》是寫於二〇〇三年冬。

楊絳辦完女兒、丈夫身後事後，把女兒開了頭的、記載他們的書稿重新翻出來，強忍悲傷下筆的。

全書共三部，第一部《我們倆老了》，篇幅只有幾百字。

作者開篇寫老年時的一個夢境，講述一家三口的生離死別，由此拉開全書的序幕。

作者以質樸、冷峻的口語道出「我們倆老了」、「我們仨失散了」的淒迷無助的心境。

第二部《我們仨失散了》，是從三口之家的歡聚場面開始。

這時候，錢先生突然接到一道神秘的、不可違抗的命令，匆匆離家而去。

文章驀地切入新場景，他們三人走上了「古驛道」。

「古驛道」，意喻古往今來人人必經的人生最後旅程。

「古驛道」上只有他們三人往返奔波，分外的辛勞，格外的漫長。

此時作者筆下流淌着迷離惝恍的境界，實實虛虛，忽醒忽夢，加上時空的切換，讓人看到他們三人身受的種種苦難，看到楊絳如何在絕望之中憧憬着希望，又從希望之中再次墮入絕望深淵。

以她的柔弱之軀，孤身為夫君和愛女與死神抗衡，她迭遭失女喪夫之痛，大有「欲哭還無方痛絕」之慨。

第三部《我一個人思念我們仨》，從題目看很傷感。

這部分寫從一九三五年七月他們到英國留學，寫到一九九八年歲末錢鍾書去世，可以說完全是對往事的追憶。

與此同時，這一部分也是全書的亮點，溫馨甜蜜，字裡行間充溢的是親情友情。

——他們倆的足跡遍佈半個世界，歷經新舊社會的風風雨雨。

——回首往日曲折崢嶸的歲月，值得細味的是：幸福和美的婚姻愛情，負笈異國的留學生涯，愛女錢瑗的誕生成長，給一家帶來的歡樂。

——不管風大雨狂，三口之家在一起，充瀰親和而美滿。

——正直善良做人之道，一味勤奮好學，是他們的人生準則。

——既不官也不政，不卑不亢，為文為人都是表率，生活充實而有意義，簡約而從容。

文章也涉歡樂，也道波折，總之，一樁樁，一件件，娓娓寫來。

字裡行間透出作者溫婉嫻靜的絲絲扣扣的情感。

作者在書中寫道：「我們這個家，很樸素；我們三個人，很單純。」

書末三個附錄，是錢瑗的手稿、習作、畫作，包括為爸媽造像，天真、活潑、幽默。她的早逝，更令人惋惜、唏噓。

這本書出版後，洛陽紙貴，在短短一、二年間，已印了三十多版。

（《說楊絳》之七）

百家廊

盧心

美麗會咬人

最近，中國青年報社會調查中心對17702人進行的一項民意調查，結果顯示，53.9%的受訪者表示身邊有做過整容手術的年輕人。75.1%的受訪者認同，在現代社會，一個人的容貌與其個人競爭力有必然聯繫。由此看來，「面子」確實已關乎個人形象，也已成為廣泛社會問題了，美麗會咬人。

一位社會學家曾經說過：「實際上選美所昭示的永爭上游的競爭精神，是女性這樣一個社會弱勢群體所必需的」。實踐證明，「選美」已經推動了社會和經濟的發展，並形成現代社會獨特的人文景象。實踐證明，「選美」作為一種特殊的產業，伴隨着世人贊同、質疑、反對和詫異的目光。然而，其活動非但沒有曇花一現，還大有方興未艾之勢，實在令有些人始料未及。之所以會出現這種情況，充分反映出中國人骨子深處複雜的思想觀念，即人類對美有一種發自本能的喜歡。此外，「選美」畢竟為女性提供了一個受人矚目的舞台，也使女性擴大了影響力。這正是其煥發生命力的體現。「美女經濟」的產生由此而來。

進而言之，美女既為經濟，經濟自然也會生產更多美女，這就是美女資源源源不斷的原因，於是，包裝、交換、分配、推廣等，開始衍生出一條蔚為壯觀的美女產業鏈出來。就這樣，美女成為一種產品，一種市場的需求。然而，美女既為勞動者，所付出的價值也應該得到社會回報，因此一種價值交換就形成了。現實中，「美女經濟」所生產的美女如果能夠一舉成名，就可獲得巨大的無形資產，就能做許多其他美女做不到的事情，而作為美女也就有了自身不凡的身價。

有一句話叫作：「漂亮的臉蛋能出大米！」。這是上世紀七十年代一部朝鮮電影中著名的台詞。而這句話，在市場經濟時代似乎得到了更廣泛和充分的印證。「選美」正是在這種情況下順應了時代的潮流，並促進了美女經濟的發展。現在，許多報紙、雜誌、電視，美女鋪天蓋地，隨便搞個促銷辦個展覽，美女更是不可或缺。什麼「浴缸美女」、「香車美女」、「婚紗秀」、「空調秀」、「傢具秀」等等，一個個活生生的美女亮出來，讓人在不知不覺中愛屋及烏地延伸到美女促銷的商品上。美女們以「形象代表」、「親善大使」、「產品代言人」的形象出現，在市場上呼風喚雨，爭奪眼球，為廠家商家建下屢屢奇功。

事實上，「選美」符合社會經濟文化發展規律。也是一種「多贏」的遊戲。觀眾贏在看了美女，心情愉悅；策劃「選美」的公司贏在收到贊助費；贊助的企業贏在形象宣傳隨着「選美」也出名了，比買廣告套餐還划算；美女贏在知名度也提高了；同時，對參賽者而言，贏在「選美」是進入娛樂圈的一條捷徑，可謂多方受益。此外，美容美髮、百貨公司、珠寶公司、服裝公司、賓館酒店、攝影沖印等加起來，為「選美」大賽服務的人員不計其數。由此可見，「選美」帶動了一系列相關行業的發展，而社會也共同創造出一個個流行時尚和話題。

但是，「選美」到底是成材之道還是毀材之道？這一直也是人們談論的話題。從某種意義上講，傳統的「選美」是男權的象徵，而現代一些學者卻對當前的「選美熱」表示了擔憂，認為過分地強調女性外表的美麗和性感，使兩性之間的差異被強化分開，不利於男女平等。這種擔憂應該說不是完全沒道理。我認為，美不只是體現在長相上，即臉蛋和身材，也應該講究內在美，即心靈美。

多年前，有一位15歲的美國小美女這樣表露了自己的心跡：「乘坐高級轎車是我們的追求，身份、財富、名譽，這一切在我們幼小的心靈中已紮下根。我們誰都夢想當公主，盼望為所欲為，擁有一切。漂亮、愛情、殷實和名譽，美好的一切可以信手拈來」。可以說，這是眾多美女內心共同的心聲和追求，也造成無數美女盲目崇拜和追求的社會現實，明星熱或多或少就是這種現實的產物。

「美女文化」使許多美女變得只顧虛榮，只顧追求物質上的享受，這是事實；「美女經濟」也催生了眾多不健康產業的出現，也是事實。社會上，純粹以撈錢為目的的「選美」活動不少，包括擴大了色情產業的發展。事實上，現在只要打開網絡，很容易就可以看到許多跟「情色」有關的網站，簡直讓人觸目驚心。

當然，「選美」從剛開始好奇到抵觸，再到後來與國情與女性的地位等系列問題連在一起。經過一陣風起雲湧之後，大家轉為贊同和觀賞，當然也有猜測和懷疑乃至非議種種。其實這也是一種過程。如今，人們對「選美」的是非評判越來越趨於平淡，愈來愈樂於接受，對參賽者的素質要求，對評委的權威性和整個操作規程也提出了更高的要求。愈來愈多的人開始以平和的心態來看待「選美」，也愈來愈多的年輕人把它看做展示自己美麗和才華的機會。更重要的是，也越來越多的人看出了「選美」當中包含着的巨大的商機，從一開始沒有任何贊助到現在每一次的單項獎都有人專門贊助，當然，也愈來愈多的商家把它當作絕佳的推銷機會。也就因為有越來越多的商業因素的介入，傳媒對「選美」的操作過程也獲得了巨大的利益。因此可以說現在的「選美」和過去相比，真是不可同日而語。

「人造美女」應運而生，也給「選美」帶來新的變化。從某種意義上講，人造美女也是「美女」，只是會讓人產生疲倦而已。據說，韓國多美女，而且長得大體上差不多，後來才知道，大都是整容出來的假美女。更有趣的是，據說韓國有一條街，專做整容，生意火爆，而這條街的顧客幾乎都是中國人，因此被稱為中國街。我想，之所以出現這種現象，大概有三個原因：一是試圖投機取巧，想借助容貌拉自己一把；二是受大環境「以貌取人」的影響，君不見，不少用人單位完全屬於「外貌協會」的；三是受外國文化的影響，不管自己外貌如何，都要跟潮流、趕時髦，花巨資進行整容。當然，也和經濟實力有關，有錢才會去整容。

還有一個現象值得關注，隨着美女經濟、美女文化的迅速崛起，目前在大學裡面也已經出現並且有可能很快形成一種現象，就是許多的女大學生們開始熱衷於整容，有人為此專門做過認真調查，結果顯示，女大學生們普遍反映出一種心態，就是認為整容以後走進社會，更具有競爭力和展現自己能力的機會。這種心態健康與否暫且不說，首先反映出當今社會對美的需求和對美趨之若鶩的心態。

最後，有必要提醒一句，美麗會咬人，內在美更勝外表美。

■網上圖片

生活語絲

吳康民

小孫子扮醫生

不知怎的，三歲半的小孫子，突然要扮作一個醫生來了。

他問嬤嬤要了一個口罩，又拿了一支經常為他探熱的兒童探熱針，於是逐個要為爺爺、嬤嬤、爸爸、媽媽檢查身體，還要借勢打了一支針。打針時你要雪雪呼痛，他才得意。這玩意他玩了一個晚上，現在又不玩了。

我們的家族，從老爺一代以來，五代數十口人，都沒有一個學醫的。上世紀六十年代「文革」前後，我的小妹妹，上山下鄉，作為知青，學了一丁點醫護常識，作為「赤腳醫生」，算是和醫生沾了點道。但改革開放以後，她也不可能重操舊業，現在也已退休了。所以我們的家族還是沒有一個醫生。看人家不少是醫學世家，父子兩代，有好幾個醫生，生病不假他求，真是羨煞了。特別是我們這些已屆耄耋之年的老人。

醫生是一個崇高的職業，俗稱醫者父母心，又說救死扶傷，實行人道主義。在香港的確是做到了。我認識好多位醫生，都是醫術精湛、人格高尚。至今還要定期接受幾位顧問醫生的檢查，我對他們更是尊敬和感激。

回說十年前的「沙士」災難，本港許多醫生全力以赴，有的竟以身殉職。那位耳鼻喉科醫生，便是我熟悉並讓他看過病的。

內地的醫生，在文革之前也是非常好的。那些年，我們有嚴重的疾病，也都會去廣州就診，並曾在廣州的大醫院留醫過。

不知怎的，近年的向錢看風氣吹進醫療機構，變成醫院大門八字開，沒錢沒勢莫進來。既沒有「救死扶傷、實行革命人道主義」，而且先收錢後治病、做手術收「紅包」成為常態。令港人望內地醫療機構而卻步，如能趕及回港就醫，必然趕回香港。去年結伴遊覽潮州，就有一位團友被一些無業少年用電單車撞傷，只好連夜把她送回香港就醫。

我對扮醫生的小孫子說，你長大了如果能當上醫生，便趕快來醫爺爺的多種疾病。但是，除非我能活到一百二十歲以上，才能享受小孫子的醫療服務！

隨想國

興國

乾隆過中秋

收到朋友送的月餅，不禁想起以前在台灣讀書工作時，看已故珍妃侄孫唐魯孫在報紙副刊上寫吃的故事，看得津津有味。特別是他的知識豐富，加上他的先輩做過清朝大官，對清朝掌故知道的不但比別人多，而且更多是聞所未聞的軼事。

記得他寫乾隆過中秋的與別不同，因為他生於康熙五十年的八月十三日，那是辛卯年，而他又在在卯年登上帝座，更在卯年稱太上皇訓政而實行內禪，所以對卯字有特別好感。他的生日，又接近中秋佳節。而中秋的傳說故事，有蟾宮和玉兔，蟾宮加玉兔又暗合卯字，因而一到中秋時節，他心情就特別興奮。

他的生日和中秋，都是在熱河行宮裡過的。而內膳房為萬歲爺準備的月餅，有一個是寶塔形狀的，重量超過十斤，名字叫做「年年有」，還有兩個玄霜月華餅，重為三斤，用作月光供。民間流傳，男不拜月，女不祭灶，我們的乾隆可不管這個，到了中秋皓月東昇的時候，就拈香拜月了。

那個寶塔形重逾十斤的月餅，不是當場分吃的，而是要妥善保存，留到該年除夕才吃的，表示一年到尾都歡喜堅固的綵頭。

不知是否這個綵頭留存至今，北京的月餅因而都是硬綁綁的。內人十多二十年前，在北京住了好一陣子，住所大廈的管理員，由於平常受她照顧不少，所以當她在中秋節前離去時，特別送給她一盒北京月餅。內人形容那個月餅之硬，連坦克車也輾不碎。乾隆討的堅固綵頭，想來就是這麼堅實的江山吧？

路地觀察

湯禎兆

日本書寫為甚麼？

從來也沒有想過日本書寫會一本接一本撰作下去，屈指一算，已經不下十數本，於是不期然要問：真的有需要嗎？如果日本書寫只屬手段，那麼背後的終極目的又是甚麼？

其中當然不可能是窮盡日本的介紹，除了囿於個人的識見視野及興趣流向，那根本就是不可能的任務。更重要的，乃凡屬認真的撰作，必牽涉主客雙方的互動。客觀上自然指涉日本書寫的對象，由社會現象延展至如本書中的動漫、小說以及電影等等；主觀上就是作者的個人觀照角度。在媒體上可見的比較文化撰作中，兩者的關係往往會失掉平衡，「客大於主」就會出現不具名的搬字過紙式抄錄譯寫，「主大於客」則出現如部分內地作者由上而下式自我膨脹的指點目光——當然，很明顯都不是理想的文化互動結果。

有一陣子，我把日本書寫的定位，集中在文明病的審視上，簡言之就是把日本的紛陳社會變化，作為一種社會問題的預警參照對象，以便讀者可收警惕之效。那其實是另一種「主大於客」的撰作方針，希望從日本書寫的對象中，尋找出我們關心的直接對應物，背後功能性的心態濃厚，離不開問題→解難的便捷構思。那當然有其重要性及時效性，但一本接一本寫下來，我發覺所謂文明病的核心，一旦外露化呈現於社會現實中，那其實已屬開花結果的最後階段。一般而言，蘊藏病變的潛藏因子，最豐富的存庫就是流行文化，此所以今次我把日本書寫的範疇鎖定在小說、動漫及電影上，正是企圖去發掘更隱性的文明病變基因，而且也嘗試把「主大於客」的窠臼，還原至主客平衡的互動狀態，希望可以循此而建構出另一日本書寫系列的脈絡。所以如果探察社會現象的文明病況三部曲（《整形日本》、《命名日本》和《日本中毒》）屬「外編」，那麼我深信由《人間開眼》而肇始的日本書寫將屬「內編」的啟首作。

感激舒明及洛楓的推薦序言，寫作從來都需要知音的迴響，好讓作者得以步履堅實地繼續毅行四方。

（此為作者新著《人間開眼》的自序）