

思旋天地

思旋

深圳當局近日停止簽發「一簽多行」簽注，改為發出「一周一行」以緩解香港最近發生的社會問題。但實際上，無礙香港為旅遊之都，香港仍熱烈歡迎各地旅客特別是內地同胞來港旅行，尤其是毗鄰香港的深圳同胞來港遊玩購物。香港文化教育交流協會副主席、香港何文田街坊會副理事長，年華三十的生歷奇教育機構董事梁思韻，她白手興家創辦了以教育及電子教學為主題的生歷奇教育機構，成績斐然。

梁思韻鼓勵港青北上創業

日前，《香港商報》舉辦了「深港兩地創業者座談會」，邀請了學者、企業家及創業者在會上交流討論，分享經驗，並檢視本港年輕人創業所遇的問題。梁思韻在會上發言，她認為香港不缺機會，在文化產業上，可利用自貿區給予港人的優惠，在內地進一步發展。她在走入內地市場的過程中有些體會，她認為不要錯誤解讀基本法及內地政策，現時的香港充斥着渲染資訊，作為年輕人，應看清消息來源，求證事實。梁思韻相信，「讀萬卷書不如行萬里路」，建議青年不妨到自貿區的前海、南沙、橫琴視察，同時思考在上述地方開設公司需要什麼準備。她認為港青創業要有視野，要向北看，向外看，向內看，重視中英雙語學習，事關重要。由於香港創業成本很高，租金物價亦貴，而內地的創業成本相對便宜，創業門檻大大降低。現時本港青年想在內地創業，已有許多有利條件。深圳前海提供優惠條件，針對港青建立創業平台。只要提出好的方案，就可能獲得辦公場地甚至投資。港青可藉此一展身手。自從去年本港發生「佔中」事件及「反水貨客」事件後，內地人對香港的形象打了折扣，我們應停止一切破壞香港與內地的關係的行為。以港人的無限創意和經營頭腦，北望神州，港青創業必大有可為。

琴台聚客

黃仲鳴

先看幾段引文：（一）公元一九五二年……（中路，下同）香港武術界卻頗不平靜。太極派與白鶴派發生爭執……相約在澳門新花園擂台比武，一決雌雄。……只幾分鐘時間，太極派掌門人吳公儀和白鶴派掌門人陳克夫上台交手，不一會兒便以太極派掌門人一拳打得白鶴派掌門人鼻子流血而告終。（二）比武的第三天，《新晚報》便開始刊載署名梁羽生的武俠小說《龍虎門京華》。（三）（梁羽生）第一部武俠小說《龍虎門京華》……以其新的形式、新的主題思想及其藝術成就，為新派武俠小說寫出了一批經典名作。……飲水思源，一九五二年的那場不甚出名的比武，實在是功不可沒。

陳墨的硬傷

（四）梁羽生一九五二年開始武俠小說創作……以上引文見陳墨的一部書：《新武俠二十家》（北京：文化藝術出版社，一九九二年）。陳墨是內地的武俠小說研究者，其後成為金庸專家，著作等身。在這部書中已極力推崇金庸，對梁羽生尊為「武壇第一長老」；這「尊」已是學界的共識，但陳墨資料引證錯誤，犯了嚴重的硬傷。第一，「吳陳比武」不是一九五二年，梁羽生初試啼聲也非一九五二年；而且，陳墨只寫年份，月日欠奉，考證不足。

「吳陳比武」應是一九五四年一月十七日，《龍虎門京華》在《新晚報》的起刊日期，是三日後的一月二十日，直至同年的八月一日刊完。陳墨三番四次說是一九五二年，不知資料從何而來。陳墨如此評價梁羽生：「他的小說確實有着與眾不同的模

發式生活

俞白川余英發

我自問是一個對親情很執著的人，可能自小已經到外國生活，沒有太多機會跟家人相處，所以對「親情」這方面特別看重。就好像自從到了外國求學開始，已經沒有機會再同鄉下的親戚見面，甚至後來家人也移民到外國，我只有每年在聖誕節及農曆新年寄一張賀卡，報告我們的近況，而他們也會寄一些信件給我，當年我們就是這樣聯繫。十年前祖母離世，告訴他們這個消息，他們很有心，在喪禮的前夕親自到了香港出席。但自己一向是個比較「論盡」的人，當天他們留給我的聯絡方式，不知不覺失去了，自此之後，真的跟他們失去聯絡。在這十年期間，自己嘗試憑模糊的記憶，繼續寄賀卡給他們，但已經沒有回應，相信是我的地址寫錯了。所以在這十年來，不久也會想盡任何方法，怎樣可以再跟他們聯絡，因為除了希望可以跟他們聯繫之外，最希望的是可以到鄉下拜祭多年沒有拜祭的爺爺。

失而復得的親情

某個晚上，我在主持節目的時候，把這個話題跟聽眾分享，他們說最好的方法，就是親身到當地的「鄉公所」，尋找自己的親戚，但這個大海撈針的方法，我相信是行不通，亦沒有積極地去進行。

但多個月前的某一天，打開微博的時候，發現有個陌生的男孩，留了一個私人留言給我，他說：「我是你伯父的孫兒，他說十年沒有跟你見面，很想跟大家一起傾談近況。」當我看到這個留言之後，最初是有一點懷疑，不知道是否有人白撞，但再看一次內容的時候，他留了電話給我，我便立刻打上這個電話，電話裡的声音就是我的伯父。終於可以跟失散多年的親戚聯絡上，那一刻，我的心情很激動，甚至眼泛淚光，亦不自覺地向天感謝爺爺及嫗嫗的指引，應該是他們的在天之靈，引導這件事情發生，失而復得的感覺，真是太難得。

我就是一個這樣為親情易動情的人，可能這個情況對於別人來說沒有什麼大不了，甚至沒有什麼需要跟內地的親戚聯絡，但對我來說，每一個在我身邊出現的人，甚至大家有緣能夠成為親友，我都應該珍惜，這麼難能可貴的重遇，我決定在未來的日子，會好好跟他們保持聯絡。而且也選擇了下星期，跟弟弟親自回鄉探親及拜祭我的爺爺，這是我一直想做的事，你也替我高興嗎？

式，所以說「不同於他人」，但他的小說卻經常在自我重複，奈之若何？」陳墨將他和古龍比較，認為古龍雖然也是「武俠小說的大家」，「喊「突破」與「創新」喊得最兇的人，也的確創出了自己的獨特的新的文體，突破了他以前的小說的舊有的模式。但在他的突破與創新之後，卻是一味地「吃老本」，出現了新的模式，新的「千部一腔，千人一面」的遺憾。」所以，他認為古龍與梁羽生「不能算是小說藝術創作的大家」。而金庸卻「既不重複他人，又不重複自己」，「創作出十幾部互不相同的小說來」，因此，金庸才是「絕無僅有」的「大家」，在梁、金、古三大家中，金庸「獨佔鰲頭」。

但不可不知，其後梁羽生與古龍已將武俠小說作為謀生技藝，在報上連載不能斷稿，卻無靈感、搜索枯腸之時，「重複」便來了，這是職業寫作人的悲哀。反之，金庸卻無此苦，並「修三修他的作品，終成通俗經典」。

陳墨既指梁羽生「經常在自我重複」，當然是指有些作品甚為「差劣」，但其後卻筆鋒一轉，說他全部三十五部作品，「基本上都在新武俠小說的『水準』以上」，這種前後不一致的評述，確令人啞然。

此外，書名「新武俠」，內文一時「新派武俠」，一時「新武俠」，閱之極為刺眼；本是同一事，焉何不一？



這書雖有差錯和不足之處，仍可一觀。 作者提供

怎一個「買」字了得

學校要開運動會，小孫子回來說，要買什麼樣的衣服、鞋子、襪子，還要買什麼樣的小板凳。怕我不相信，就特別強調說這是學校的規定，「是老師說的。」

「老師說的」就是聖旨，家長們幾乎無人不曾這樣調侃過。但話說回來，眼下基本都是獨生子女，養家餬口的經濟壓力，比起半個多世紀前我們小時候不可同日而語。說句醜話，誰家還買不起幾套校服之類的運動衣褲？尤其城市裡的家庭，只要身體健康人勤快，還真不愁沒收入。即使所謂「低保戶」，也未必真就那麼山窮水盡，走投無路。因此，近千名小學生參加的運動會，學校不求統一服裝，也無可厚非。問題是，連小板凳也規定要買同一款式同一顏色的，有那個講究的必要嗎？

實不相瞞，當我聽到一定要買什麼樣的小板凳，想到學校老是「買」字當頭時，驀然火起。什麼樣的小板凳不是坐呢？如此注重形式，置修為於度外，對學生成人成才到底有什麼好處？想我自己也是過來人，小學、初中、高中、大學一樣不少，運動會也不知參加過多少次，學校何曾如此講究過！

不錯，我們那時的確家家戶戶都很窮，不要說置辦不起校服之類（那時也沒這一說），就是一雙家做的布鞋，也是極寶貴的。我記得自己上小學時，夏季一般都是拎着鞋子赤腳往返，上學時到校門口的池塘裡把腳洗洗，再把鞋穿上，放學

後一出學校大門，立刻就把手脫掉。凡是能將就用的，都將就着用；凡是自己能做的，就自己動手做，「新老大，舊老二，縫縫補補老三和老四。」

可我們那時的節儉，也並非僅僅因為貧窮，更主要的還是一種社會風氣。我上高中時，同學中一些家庭相對富裕的高幹子弟，他們都照樣穿著舊衣服。不管是「官二代」還是「民二代」，沒見誰自慚形穢過。那時，因陋就簡是被當作傳統美德加以傳承的。無論城鄉，節儉莫不蔚然成風。哪像現在，稍不如意就用甩甩，動不動就買買買！

我就對小孫子說，我們家有現成的小板凳，帶去就可以了。小孫子不幹，說要是老師罰站怎麼辦？我便告訴他：「如果老師要罰你的站，爺爺就去替你。」我說這話並非戲言，但同時我也堅信，倘若真到了老師那裡，未必他們就不認同我的道理。

現在的孩子，從呱呱墜地時起就開始「買」上了。衣服鞋襪，四季穿戴就不說了，奶粉食品等也不說，可是連尿布竟也是成包成包地買。當然，人家那不叫尿布，而是科技含量很高的「尿不濕」，一次性的玩意，用過一扔，既浪費錢財，也污染環境，還腐蝕思想，甚至也不利於孩子的健康。

再大一點，開始牙牙學語了，除了爸爸、媽媽、爺爺、奶奶這些語言基本功外，首先學會的

就是「買」。買玩具，買零食，買小動物……大概除了天上的月亮星星不喊買外，舉凡他們認知的，沒有不鬧着要買的。

等到上小學了，那個「買」就更邪門。課本教材、書包學具這些就不說了。買鉛筆就像買筷子一樣成把地買，彩筆是一盒又一盒不歇氣地接着買，抄本是成打成打地買，各種規格的打印紙是大包小包地買，就連包書用的紙也不允許自己找，而必須買什麼「冷膜」；不僅課本要用「冷膜」包起來，甚至連用不了多久便要更換的作業本，也要用「冷膜」包起來。這算不算是一種奢靡？

肚子餓了要買，口渴了要買，嘴饞了要買，眼熱了要買，心癢了要買……別人都買，你買不買？我每天都被小孫子綁架，去學校接他時不是買這，就是買那。至於他媽媽、奶奶，那就更不要說了，綁架的理由也更充分，更加「理論化」，也不知他從哪兒學來的：「出門就是燒錢的。」

在這些五花八門的「買」中，最燒錢的莫過於玩具。就我家而言，汽車火車滑板車，飛機手機挖掘機，刀槍劍戟溜溜球，各種變形金剛，棋牌鼓板、陀螺喇叭……林林總總，所費數千元，倘若放在上世紀八十年代的鄉村，蓋棟樓房都綽綽有餘！

我並非守財奴心疼花錢，只是深感痛心和困惑。

在「買」字當頭，濫買成風的時下，孩子很難形成珍惜東西的概念，所謂「誰知盤中餐，粒粒皆辛苦」，根本就是「小和尚唸經——有口無心」。至於體恤他人，那就更別提了。相反，大手大腳，恣意爺田心不疼，浪費驚人。再貴的玩

具，只要到他手上，不出兩天便被拆得稀爛；文具損毀司空見慣，換過一茬又一茬；紙張撕剪裁畫隨心所欲，常常扔得滿地都是；抄本頁面利用率很低，有時寫不了十幾個字就翻頁，不待用完就棄之如敝屣……我看在眼裡，痛在心上，怎麼教都不管用，依舊我行我素。照這樣下去，我不由後怕，百年來的耕讀人家，豈不是要出敗家子了？

我的憂慮引來家長們的共鳴。然而，說來可悲，不少家長竟稱道說他還算是好的（因他的衣服不少為撿舊），比他差的大有人在。由此可見，近些年來的奢靡之風甚至也在民間蔓延開來。

這現象令人扼腕，焉能不反思！不錯，我國經濟已連續多年飛速發展，現總量僅次於美國，躍居世界第二。但是，人均國內生產總值世界排名卻只在第86位（2013年數據）。這不是說，家大口闊的華夏之邦，並沒有富得流油，還得「常將有日思無日」？這樣的國情之下，我們豈能未富先奢，萬事一買了之？而且，即使到了國民人人都不差錢的那一天，又能怎麼樣？明擺着的，孩子們的責任感、使命感、家國情懷、理想、情懷，凡此種種，任何民族都不可或缺的精神樑柱，哪一樣是用錢可以買得來的？無需再贅言了，中華民族的偉大復興任重道遠，買是買不來的！

因此，癩疫般盤踞孩子心頭的「買」，如何定位是社會學家的事，但理應高度重視則是全社會的事，尤其是我們的學校，我們的老師。既然孩子們都敬畏「老師說的」，諸位何不曉以大義，讓其務必因陋就簡呢？

見多識廣

尹樹廣

蘇繡的魅力

今年第一次參觀深圳國際文化產業博覽交易會。我喜歡在九號工藝美術館參觀時的感覺，可以安靜地在蘇繡、陶瓷和中國古典傢具等「國粹」之中流連忘返。在蘇繡展區，一幅西洋靜物畫吸引了我的目光。淡粉色的玫瑰、橙黃的鬱金香、晶瑩的葡萄，作品層次分明，質感很強，乍一看，還以為是一幅歐洲風格的靜物油畫呢。旁邊另一幅，表現的是一位虔誠的藏族老婦人，臉上的皺紋深如刀刻，胸前掛着佛珠，右手緊握法輪，藏人質樸善良的天性活靈活現。作者湯沢萍就坐在繡品旁，她個頭不高，眉清目秀，一張口便知是江南妹子。

在我印象裡，花鳥蟲魚是蘇繡的主要題材，像國畫一樣，講究寫意和意境，很難繡出西洋油畫的立體效果來。看着我一臉疑惑，湯沢萍告訴我：「我是用亂針法繡它們的。這是沈壽獨創的刺繡技法，能完整表現西洋油畫的質感。」沈壽原名雪芝，字雪君，一八七一年生於江蘇省吳縣一個古董商家庭。雪芝在家裡排行老五，從小隨父親識字讀書，家藏的文物書畫滋養了她的藝術天賦。她七歲學刺繡，八歲便繡成《鴛鴦圖》，十二歲繡成《秋雨月圖》，轟動鄉里。清光緒十九年（一八九三年），她與浙江學人余覺結婚，婚後盡心刺繡，士大夫爭相購買。光緒二十九年，慈禧過七十壽辰，余覺將夫人的《無量壽佛》和《八仙上壽圖》繡品送上北京。慈禧觀後大悅，特賜「福」、「壽」二字給余覺夫婦，雪芝得「壽」字，遂改名沈壽。不久，沈壽在自己豐富的繡藝基礎上，運用西洋油畫光影、明暗的色彩原理，革新中國傳統刺繡針法和色線用法，獨創了仿真繡，即亂針繡，使蘇繡技藝達到了一個高峰。鴉片戰爭後，中國傳統工藝藝術深受歐洲影響，蘇繡也

在我印象裡，花鳥蟲魚是蘇繡的主要題材，像國畫一樣，講究寫意和意境，很難繡出西洋油畫的立體效果來。看着我一臉疑惑，湯沢萍告訴我：「我是用亂針法繡它們的。這是沈壽獨創的刺繡技法，能完整表現西洋油畫的質感。」沈壽原名雪芝，字雪君，一八七一年生於江蘇省吳縣一個古董商家庭。雪芝在家裡排行老五，從小隨父親識字讀書，家藏的文物書畫滋養了她的藝術天賦。她七歲學刺繡，八歲便繡成《鴛鴦圖》，十二歲繡成《秋雨月圖》，轟動鄉里。清光緒十九年（一八九三年），她與浙江學人余覺結婚，婚後盡心刺繡，士大夫爭相購買。光緒二十九年，慈禧過七十壽辰，余覺將夫人的《無量壽佛》和《八仙上壽圖》繡品送上北京。慈禧觀後大悅，特賜「福」、「壽」二字給余覺夫婦，雪芝得「壽」字，遂改名沈壽。不久，沈壽在自己豐富的繡藝基礎上，運用西洋油畫光影、明暗的色彩原理，革新中國傳統刺繡針法和色線用法，獨創了仿真繡，即亂針繡，使蘇繡技藝達到了一個高峰。鴉片戰爭後，中國傳統工藝藝術深受歐洲影響，蘇繡也



湯沢萍正刺繡肖像作品。

作者提供

送、貪、買

營銷一定要做得漂亮到位，如果給人吝嗇小器的感覺，則適得其反，不如不做。說的是兩家化妝品公司的營銷手法。先說明，我眼兩家都沒利益關係。一是C品牌，走法國高檔路線，一是美國K品牌，只賣護膚品，價錢中檔，標榜科研形象。二者都不時向客戶寄出精美郵件，請客戶在某期限之前，憑件到分店換取新產品試用裝，有時更會讓客戶在期內以折扣價購買美容服務，很吸引的樣子。這類營銷都是基於個「貪」字，我作為消費者，一樣貪，所以如路過也必會去換取。但C牌子很討厭，比如五月四日寄出的郵件，到我家最快都要五月六或七日止，但換取期限竟會是五月八日之類，很小家子氣。而且一些大分店又常沒貨，難道要為了這麼一點贈品，坐車去偏遠的分店？對客戶心態之不解可見一斑。重複引起客戶的貪念而不能滿足，很令人胃口，甚至對本來會順帶購買的商品，也馬上興致索然。還有是店員的態度：最基本的推銷則是，即使贈品派完，客戶難得登門，也應推介其他東西吧。C牌子的店員卻一副「換完了，走吧」的表情，我還不走？

K牌子剛好相反，它要送的試用裝永遠有貨，店員還會親切地給你一些其他試用品，卻不硬銷，無論最終有沒有幫襯，店員的態度總叫人舒服。當然，熟悉這牌子的人都知道，送試用裝是它的強項和營銷平台，但既然這樣，對手就更不能只抄表面而忘記「餽贈」這策略的神髓。不錯，送試用裝招徠是利用消費者的貪，但動輒花得起一千幾百元買護膚品的顧客，真的貪你那價值一塊幾毛的小包小瓶？那不過是女人給自己一個去逛百貨公司、開心購物的理由吧。「餽贈」這策略由貪開始，最後反是客戶解囊，企業為了做到維繫顧客（Customer engagement），不把贈品寄給顧客，而讓她們必須去店裡領取，皆因面對面接觸才最珍貴。以為「餽贈」期限越短越珍貴的想法，十分「離地」。

別忘本

兩大黨派為了締造華人參政歷史，在今次大選中爭得頭頭領額。保守黨內人才濟濟，卻不惜將其根深蒂固的選區，讓麥大粒去代表參選，以便他十拿九穩勝出。可惜，麥大粒看不到這番苦心。他淡化華裔出身背景，甚至強調自己是艾倫·麥（Alan Mak），從來不使用「麥大粒」這中文名字。事隔半個月，麥大粒終於「醒悟」。他透過「保守黨人之友」發表聲明，鼓勵更多英國華人參與公共事務。他更感激父母灌輸給他刻苦耐勞的價值觀，和中西背景結合的人生哲學。麥父母七十年代由香港移民英國，經營外賣店和餐館，含辛茹苦栽培兒子入讀劍橋大學法律系。父母心目中，他永遠是「麥大粒」。

做人千萬別忘本。英國出生的小瑤告訴我，每逢她結交新朋友，他們總問道：「你從哪裡來？」她答：「我在倫敦出生。」朋友補充說：「『哪裡來』是『原民族裔』的意思。」小瑤明白了，華人、日本人和韓國人都是黃皮膚和黑頭髮，英國人難以辨識。她從此懂得回答：「我來自中國。」

跳出框框

蒙妮卡

粒，成為英國首位華裔國會議員，改寫了英國華人參政的歷史。可是，這位代表保守黨的三十一歲政壇「黃毛小子」，從當選的第一日起就和自己的族裔「劃清界限」。

麥大粒強調，他不代表華人，無論中國內地和香港人怎樣看他，他都「不感興趣」。麥大粒認為，他只需要向自己選區的選民負責。麥小子的言行，激起英國華人社區的猛烈爭議。事實上，英國華人在社會上的影響力愈來愈大，保守黨和工黨均期望能選出首位華人擔任下議員，以更好地解決旅英華人群體的需求。