

# 守護殘障軍人三十載如一日

## 與親人聚少離多「榮軍媽媽」無怨無悔

受電影《高山下的花環》感染的謝留英，在1983年於衛校畢業後懷着對英雄的崇拜，走進了浙江省榮軍醫院，在這裡照顧那些因為參戰、參加國防建設或搶救人民生命財產而身負重傷的殘障軍人。三十多年來，謝留英陪伴榮軍的時間遠多於陪伴自己的父母、丈夫和女兒，榮軍們都親切地叫她「榮軍媽媽」。



謝留英稱，如果自己的工作能給榮軍帶來安慰、幫助，就非常開心了。

### 盼退休後多侍奉父母

三十多年來，謝留英陪伴榮軍的時間，遠遠多於陪伴自己的父母親人。2008年，謝留英的女兒要高考，她的丈夫又病重入院，那時她既要工作亦要照顧丈夫，根本來不及顧及女兒的學業。最後女兒高考沒有發揮好，也選擇了就讀衛校，並立志要做個好護士，「以後可以幫媽媽好好照顧爸爸。」

謝留英坦言：「家裡人對我的工作很支持，好幾次榮軍病危，在接到電話時已經晚上10點多，我愛人都會用電瓶車送我到單位，他從來沒有一句不樂意的話。」

再過兩年，謝留英也到了該退休的年紀。她指，如算到退休，她將整整陪伴榮軍35年，退休後將把時間多花在家人的身上。「我還有一對高齡父母，爸爸今年93歲，媽媽今年88歲，他們在老家與我哥哥一起生活。我照顧了榮軍那麼多年，還沒好好侍奉過父母，退休後一定要多陪陪他們。」

從21歲到53歲，謝留英人生中最美好的時光是與榮軍們一同走過的。她坦言，「和他們可歌可泣的英雄事蹟相比，我的付出實在太少了。如果我的工作能給榮軍帶來安慰、幫助，我就非常的開心了。」

### 堅守崗位 奉獻青春

1983年6月27日，謝留英懷揣着「白衣天使」的夢想走進了浙江省榮軍醫院，憧憬在未來的日子裡，能像電影《高山下的花環》裡的女醫生一樣，穿着白大褂奔走在醫院的走廊，搶救各種各樣的病人。

事實上，在榮軍醫院裡休養的都是因戰或因公負傷的殘疾軍人，他們中絕大多數都高位截癱或下身癱瘓，喪失生活自理能力，有的甚至成了植物人。謝留英剛到醫院的時候，這裡安置了七八十位榮軍，後來都被陸續調了出去，還有的已經去世，如今只剩下25位，其中年齡最小的24歲，最大的93歲，最長的已臥床60多年。

導尿管、大小便護理、翻身拍背、預防壓瘡、肢體活動、功能鍛煉、打針輸液、發藥換藥……如此繁複、瑣碎、單調的工作，填滿了謝留英的青春歲月。醫院護理部主任張黎明告訴記者，榮軍醫院成立於1949年，幾十年來，榮軍病區最多時曾有20幾名護士，之後很多護士轉崗調整，陸陸續續走的走，調換的調換，那些跟謝留英同齡，在榮軍病區工作過的老護士們都換到了行政、門診、



年輕時的謝留英在細心地給榮軍做護理。本報浙江傳真供應室等相對輕鬆的崗位上，只有謝留英始終陪伴着榮軍們。

### 不嫌髒累 專家讚歎

排便困難是長期臥床病人的一大併發症，有時常規的灌腸方法不奏效，榮軍又因排不出大便痛苦得滿頭大汗，謝留英就用手將榮軍直腸裡的大便一塊塊地掏出來。「這活很髒，有時來看望他們的親屬也忍不住皺起眉頭、掩着鼻子，躲得遠遠的，但我不能，我不能讓榮軍覺得我在嫌棄他們。」謝留英坦率地說，「比起我們，他們幾乎什麼都失去了，為他們做這點事算什麼？」

病區裡有好幾位植物人榮軍，他們對饑飽、冷暖、疾病沒有知覺，更加不會表達需要。謝留英就經常給他們唱革命老歌，期望他們能感知到她的召喚，感受生活的樂趣。在她的照料下，幾位植物人榮軍健康地生活了幾十年，最長的已臥床40多年，他們皮膚白淨，面色紅潤，沒有褥瘡，讓前來慰問的護理學會的專家都讚歎不已。

## 伴榮軍走完最後人生路

榮軍陸秋生是一名戰鬥英雄，22歲時作為一名戰士，在已經接到退伍通知書後，主動要求赴越南前線參戰，在戰鬥中為保護戰友而光榮負傷，高位截癱，只能終身與病床和輪椅為伴，但陸秋生卻堅持坐在輪椅上為社會各界作了數百場事蹟報告，用行動實現着人生價值。

2014年4月，陸秋生被診斷出肝癌晚期。在他發病直到去世的5個多月時間裡，謝留英沒有放心地好好休息過一天。陸秋生在生病期間，發生原發性肝癌破裂出血，隨時可能出現生命危險，謝留英便緊守在他身邊，幾乎三天三夜都沒有合眼。一口口餵飯，一遍遍擦拭身體，一次次清理大小便，一句句貼心的安慰，讓陸秋生鼓起勇氣頑強地與疾病抗衡着。

院長張新根告訴記者，這麼多年來，幾乎每一位去世的榮軍在臨終時，都是由謝留英陪伴着走完人生的最後一段路。



謝留英陪伴榮軍陸秋生走完最後的路。本報浙江傳真

不少人愛好杯中物，近年興起的精釀啤酒(又稱手工啤酒)，或許可刺激你的味蕾！美國Alltech公司去年進行的全球調查顯示，精釀啤酒行業總值高達500億美元(約3,879億港元)，全球128個國家和地區共設有逾1萬間釀酒廠，單在美國便有逾4,000間，產業規模更不斷擴大。

■香港文匯報記者 余梓暢

Alltech公司創意總監康諾利指，精釀啤酒漸受歡迎，反映消費者愈來愈鍾情「獨特和高質素的啤酒」，對大型啤酒廠口味千篇一律的產品感到厭倦。

### 加入時令水果

《財富》雜誌引述美國啤酒釀製協會指，現時美國最少有4,269間精釀啤酒廠，銷售量佔全國啤酒市場12%，並連續8年以雙位數的幅度上升。美國連鎖超市Hy-Vee更提供不同種類的精釀啤酒予消費者選擇，並在不同季節提供添有時令水果和其他材料的啤酒。

雖然精釀啤酒流行，但對之如何界定，卻欠缺統一準則。最大市場美國的釀酒師協會為此立下定義：啤酒產量每年在600萬桶以下、釀酒商獨立運作、而且味道來自創新釀製原料的啤酒。美國精釀啤酒歷史可追溯到1970年代末，當時低卡路里啤酒興起，挑戰傳統啤酒的市場地位，掀起精釀啤酒熱潮。

## 歐美酒業 搶攻中國市場

中國消費者視高消費為身份象徵，近年對優質精釀啤酒需求持續增加，預計市佔率將由2010年的少於10%，到2020年增至逾1/3。中國消耗全球1/4啤酒量，但釀酒商來自中國的利潤僅佔3%，有大型啤酒廠明白到，在中國售賣廉價啤酒利潤有限，改為瞄準貴價精釀啤酒市場。

美國連鎖酒吧集團World of Beer於3月份，在上海開設海外首間酒吧，供應多款精釀啤酒。世界各地釀酒廠也有意進軍中國市場，雖然中國人傳統啤酒飲用量是美國人兩倍，但中國精釀啤酒廠只有60多間，相信仍有龐大發展空間。



莫斯科近年開設多間提供手工啤酒的酒吧。

### 俄羅斯

## 「精釀革命」棄飲烈酒

俄羅斯人向來喜歡飲伏特加等烈酒，世界衛生組織(WHO)2010年數據顯示，俄羅斯人的酒精飲品當中，51%屬烈酒，啤酒只佔38%，但嗜烈酒風氣嚴重損害國民健康。

近年當地新式酒吧愈開愈多，且廣泛售賣較溫和的精釀啤酒，改變俄羅斯人的品酒文化，掀起一場「精釀革命」。

莫斯科自前年以來，已開設20多間提供手工啤酒、被稱為「啤迷」的新式酒吧，它們大多售賣國內外的精釀啤酒，強調享受品味多於買醉。

俄國精釀啤酒於2010年首先出現，當時俄國最大酒廠Baltika與多間外國精釀啤酒廠合作。到2012年，有Baltika員工自行釀製啤酒，結果大賣。現時已有大量出售精釀啤酒的酒吧，遍佈莫斯科及聖彼得堡一帶。

### 加拿大

## 星巴克踩過界 首次賣酒

美國連鎖咖啡店星巴克加拿大分公司上月宣佈，部分分店會增售酒精飲品，除紅酒及白酒外，還提供多款精釀啤酒及蘋果酒，迎合顧客口味。

今次是加拿大星巴克首次賣酒，公司主席威廉斯表示，很多喜歡咖啡的人同樣愛酒，希望餐牌加添酒精飲品，為客人帶來品

嗜咖啡以外的新體驗。

另外，溫哥華教育委員會月初首次批准數間中學明年開設課程，教授釀酒知識及方法。導師指，學生不會飲用自行調製的啤酒，只會觀察、鼻嗅和輕試味道，類似品酒訓練，學生不會因此染上酗酒惡習。



星巴克出售的酒精飲料。

### 新加坡

## 漸為人知 手機app分享飲評

歐美是精釀啤酒的主要市場，熱潮在亞洲也漸漸興起。有新加坡業界人士表示，在數年前開業時到處向零售推廣精釀啤酒，由於不為人熟悉，結果處處碰壁。然而時至今日已有大量「粉絲」，還在Tappd等手機社交應用程式(app)分享試飲經驗。星洲精釀啤酒節組織者格里爾預計，

當地精釀啤酒銷售量未來3年可增加2至3倍。

新加坡精釀啤酒市場發展並非一帆風順，以賽亞·陳(譯音)2010年創立Alchemy酒吧時，當地人仍傾向喝虎牌等熟悉的啤酒品牌，酒吧決定每隔3個月舉辦免費試飲活動，精釀啤酒才開始為人接受。