

歷史與空間

# 傳奇貝聿銘 期頤大工匠

馬承鈞

4月15日一早，幽靜的蘇州博物館湧來人流，展館外頓時熱鬧起來——這裡正在舉辦為期兩月的「貝聿銘文獻展」。

提起貝聿銘這位世界級建築大師，可謂如雷貫耳大名鼎鼎，今年4月26日是他的百年華誕，當然值得隆重慶祝。美國也將在4月底慶祝其榮膺「影響世界華人終身成就獎」。而正在辦展的這個蘇州博物館，正是貝老先生晚年的封山之作。

貝聿銘出身蘇州綿延六百年的名門望族，其父貝祖誥是著名銀行家。蘇州名園「獅子林」是貝家私人花園，美輪美奐的古典園林從小對他潛移默化，訪園林、賞藏品、聽昆曲，賦予他對中華傳統文化的一腔摯愛。

少年時代貝聿銘在上海求學，1935年，18歲的貝聿銘赴美留學，先後就讀於麻省理工學院和哈佛大學建築系，畢業後在紐約、費城、克利夫蘭和芝加哥等地的建築領域摸爬滾打十餘年，逐漸成為各大建築公司爭搶的「台柱子」。他設計的費城三層公寓大受工薪階層青睞，被譽為「平民建築師」；他設計的紐約富蘭克林國家銀行和夏威夷文化中心，至今仍是當地地標性建築。

1960年貝聿銘成立自己的建築公司。上世紀七十年代，為紀念已故總統約翰·尼克松，聯邦政府請貝聿銘設計波士頓肯尼迪圖書館。由於思想解放，設計新穎大膽，該圖書館被稱為美國史上最佳建築之一，全美建築界因此宣佈1979年為「貝聿銘年」，授予他該年度美國建築學院金質獎章。

貝聿銘一生功名卓著、得獎無數，1979年的美國建築學會金獎、1981年法國建築學會金獎、1983年普利茲克獎、1986年里根總統頒予的自由獎章以及1989年日本帝賞獎等等等等，當之無愧地被譽為「現代建築最後的大師」。

到巴黎的各國遊客，必看之地便是盧浮宮。在進入展廳之前，必然會被一座金碧輝煌的玻璃金字塔所驚艷，筆者曾在那裡拍照留念。去香港的觀光客，也對位於花園道的中國銀行大廈記憶猶新，我也曾在其55層俯瞰港島全景——這些超豪華建築正是貝聿銘的傑作。

據說1980年巴黎要翻修盧浮宮，法國總統密特朗力邀貝聿銘出山，貝老以自己對西方文化和800年歷史的盧浮宮的高度認知，完美設計了這座玻璃金字塔。注重「細節決定成敗」的貝聿銘凸顯「讓光線來作設計」的貝氏秘密武

器，在金字塔入口處將大量光線引入死氣沉沉的博物館，空間立馬變幻萬端，陽光通過玻璃投射在展館的各個角落，使展廳變成一個開闊光亮庭院，盧浮宮也隨之充滿生氣。玻璃金字塔於是為巴黎新添一景。

1979年，走出「圍城」的中國開始改革開放，百廢俱興的神州大興土木，首都北京決定建造香山飯店，一位高層點名邀請大名鼎鼎的貝聿銘。「這是對祖國的一次報答啊！」62歲的貝聿銘隻身回國，他在遠離市區的香山來回考察，決定以中國式的「四季庭院」作為設計方向，讓每一個窗戶都能見到園林。當他的設計稿和沙盤模型擺到決策者的案頭時，大家都為之驚艷了，連專家們都擊節稱讚：「它就像一位天然去雕飾的少女，體現了真正的中國美學！」

2004年，位於美國首都華盛頓的建築面積達4萬平方米的中國駐美大使館新館開建，新館外牆為乳白色法國石灰石，與華盛頓地區的建築非常協調，辦公樓內部設計則別出心裁地將中國傳統庭園融入現代建築風格，造型之獨特、形態之優美、使用之舒適三位一體，深得中外人士好評——其總設計師又是貝聿銘先生！

貝聿銘一生功名顯赫，但名人也會偶遭不測。2015年12月13日夜，98歲的貝聿銘在曼哈頓上東區豪宅裡遇襲，侵襲者正是他的28歲家庭護理員尼古拉伊什維利。因為一樁區區小事，主僕二人發生爭執，貝老被這名護理員擊傷右臂，致皮膚撕爛、鮮血直流。凌晨4點，貝老被送醫治療。警方調查後拘捕了這名護理員，後來還是貝老出面求和，交保後將其釋放。

2006年，年屆九旬的貝老再次回國，他將自己畢生積累的建築智慧和東西方美學以及對家鄉的情懷融匯在蘇州博物館新館設計之中，獲得中外人士一致好評！此番在「蘇博」舉行的「貝聿銘文獻展」正是家鄉父老對這位蘇州之子、國際大師的壽禮。

我久久徘徊於偌大的展館，一遍遍仔細端詳「家源」、「治學」、「建樹」、「榮譽」、「祖國」和「回家」六大展廳，心裡充滿激動和感念。一位世界級建築大師，緣何生命力如此強大？從美國國家美術館、法國盧浮宮金字塔到北京香山飯店、香港中銀大廈、蘇州博物館新館……貝老主持的設計涵蓋政府大樓、博物館、紀念館、大使館、音樂廳、寫字樓、銀

行、酒店、醫院、住宅、教堂及城市廣場等眾多建築，項目遍及全球，可謂林林總總、蔚為大觀，其中許多成了舉世聞名的經典。

貝聿銘是如何設計出如此堪稱極致的藝術精品？一個人的創造力究竟有多麼久遠和深邃？展廳裡一張完成於1946年的設計圖引起觀眾的注意和熱議：原來，這是一份1946年貝聿銘創作的碩士畢業作品——上海博物館設計稿，而這個設計稿與60年後他設計的蘇州博物館一比對，竟然有驚人的相似之處——這又說明什麼？

我在貝聿銘的大型彩色照片前久久凝視，希望從中尋找答案。我發現：他的笑容是那麼開朗、親和、坦然，甚至不乏孩童式的天真無邪。我終於琢磨出來，他的生命力與原創力源自心中一以貫之的夢想，源自深深的人文情懷和對自然的由衷期盼，源自刻骨銘心的工匠精神 and 對真善美的刻骨追求。他是將江南園林之美、中華文化之美與現代建築之美水乳交融了，這是他對文化的理解和對生活的熱愛合二為一了！

一位熟悉貝聿銘的老者告訴我，貝老畢竟年事已高，這次沒能回來，但他對祖國對家鄉的感情卻從未淡過，他在電話裡對家鄉親友說：「我來自中國，來自蘇州，我很想有機會來『蘇博』坐上一天……在美國吃不到正宗的蘇幫菜，尤其是雞頭米……」

我知道「雞頭米」是一種蘇州小吃，一位遠在大洋彼岸的期頤老人，還在思念他的「蘇博」和雞頭米，這個細節足以令人扼腕感動了！我在留言冊上寫下四句話——

百歲工匠技藝高，一生功名化地標。盧浮宮前金字塔，多少眼球為你誇！



世界級建築大師貝聿銘。網上圖片

字裡行間

黃仲鳴

# 葉靈鳳的食經

書坊得睹葉靈鳳一書：《荔枝蟬》（江蘇鳳凰文藝出版社，二零一六年），甚奇，因從未得聞有此書也；翻之，竟屬食經，又奇，遂購之。

上個世紀七十年代，我初入報界，在《星島日報》做學徒。每晚返工，就見一少女挽着一老頭上班，問之，方知此老乃葉靈鳳也，那少女據同事說是他的孫女。當年對這老頭全無好感，因他在香港淪陷時期，成了漢奸；也看了他一些頗「鹹」的小說，遂鄙視此人。

後來，為一雜誌所邀，撰寫張保仔武俠小說，四尋參考書，一找就找到了他的《張保仔的傳說和真相》；小說之成，全賴此書，可惜未寫完，雜誌就收檔了。跟着看了他寫香港歷史和方物誌的書，方知此人其有才華；以散文隨筆來書寫，甚為對我胃口。

再後來，他「漢奸」之名洗脫了，但看他淪陷時期主編《大眾週報》的媚日言論，心裡始終有個疙瘩。

其實，在上世紀六十年代的《新晚報》，已看過他的專欄「霜崖室隨筆」。當年我尚讀小學，對他的文字已有好感，後來知是葉靈鳳，竟覺有才氣的人未必有節氣也。「霜崖室」寫些什麼，已不復記，是否有過食經，還須深入挖掘。

《荔枝蟬》各篇俱是短文，仍是報刊專欄文字。奈何此書無前言後語，也無講述文章出處，實是一憾事。

所謂「荔枝蟬」，只是書中其中一篇，開首就釋名：

「又到了荔枝快上市的時候了。每逢荔枝上市的時候，廣東就有一種小蟬，全身青綠色，在樹上滋滋的長叫着。這種小蟬不一定棲在荔枝樹上，就是別的樹上也有，因為是同荔枝一齊上市的，所以呼為荔枝蟬。」

「荔枝蟬」這名字很美，所以就

取來作書名了。這種花鳥蟲魚的風物，葉靈鳳甚有研究。《荔枝蟬》不但講食，也有這方面的描述和考究，極見葉靈鳳的學識。

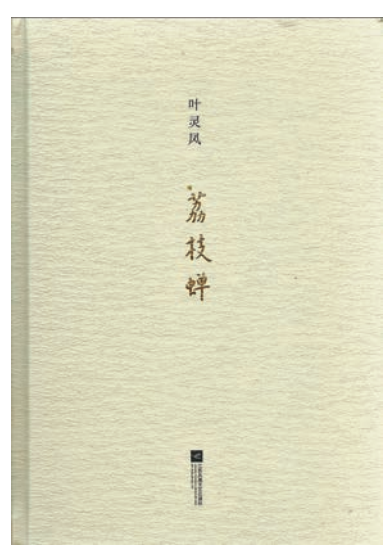
食，除了講業的家鄉食品 and 江南菜外，多篇述及香港，如〈香港的海鮮〉、〈可炒可拆的香港蟹〉、〈香港的年糕〉等，頗為可觀。〈可炒可拆的香港蟹〉有云：

「香港市上常見的蟹，有膏蟹和花蟹兩種，還有一種乃是被人瞧不起的『水蟹』。」

「瞧不起」而被稱為「水蟹」，正是粵詞。葉靈鳳還借黃山谷一首詩：「形模雖入婦人笑，風味可解壯士顏；寒蒲束縛十六輩，已覺酒興生江山」來解讀「港蟹」：

「我不知『形模雖入婦人笑』的出處何在，但望文生義，覺得頗與本地人『炒蝦拆蟹』一語的用意非常巧合。至於『寒蒲束縛十六輩』，那乾脆就是『扮蟹』了。『扮蟹』最為本地人所忌，尤其是擄家。因為『扮蟹』者，用繩子縛起來捉將官裡去之謂也。」

從這書食文來看，葉靈鳳是否一老饕或者食家，那就無從考證了。此書文章，篇篇可讀，葉才子之名不虛。



此書文章，篇篇可讀。作者提供

粵語講呢啲

梁振輝 香港資深出版人

# 茶記飲品2：肥妹、爆檸、甩色、孤寒、辣咀



廳面1：肥妹！肥妹：他在喚我們哪個呢？  
茶客1：「爆檸」、「甩色」。  
廳面2：你知道冷飲要加收兩蚊（二元）的啊！  
茶客2：顏色差不多，哪杯是「孤寒」，哪杯是「辣咀」呢？

插圖中的廳面及茶客提到幾種茶記飲品的「暗語」，其由來分述如下：

「朱古力」是一種高熱量的飲品，多喝導致肥胖，於是茶記中人以「肥妹」作為「熱朱古力」的戲稱。飲品中，有「肥妹」卻沒「肥仔」；用現今的角度，可算是「性別歧視」了！「甩色」，即脫色；「（熱）檸茶」有色，脫色後便成「（熱）檸水」了。

早期冷凍飲品所用的冰粒是用冰插把巨型「雪塊」碎開而成的，茶記中人叫這個舉動做「爆雪」，「凍檸茶」隨之而叫做「爆檸」了。由於「爆冷」是「爆檸」的諧音，所以有人也叫「凍檸茶」做「爆冷」。嚴格來說，前述的「雪塊」要說成「冰塊」。為何出此狀況，大抵是廣東人身處南方，絕大部分人一生中不曾見過「冰」，於是「冰雪不分」，把「冰（ice）」說成「雪（snow）」，其他的例子有：「冰櫃/冰箱」叫了「雪櫃」，「冰棒/冰棍/冰條」叫了「雪糕」，「冰淇淋（ice cream）」叫了「雪糕」，位於中環的「Ice House Street」譯了「雪廠街」，所以有人說，問廣東人「冰」是什麼，一如：  
問道於盲；問和尚借梳/賣梳子給和尚  
夏蟲不可以語冰

【英譯參考：Ask a blind person for the way. Ask a monk for a comb./Sell combs to monks. Don't mention ice with a summer insect.】

一切都顯得毫無意義，而這個「冰雪混淆」的情況亦長期淪為北方人對南方人的笑柄。

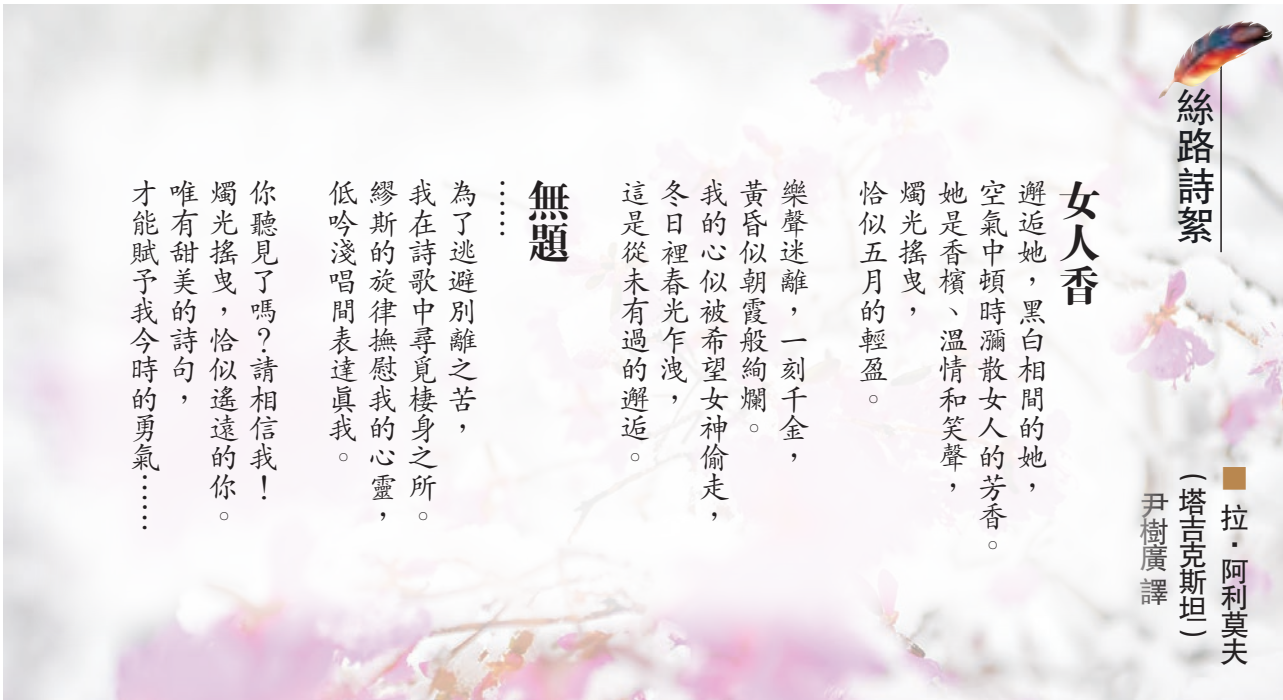
「孤寒」在廣東話中指極度吝嗇。由於不想多付卻想多得，「孤寒」的人認為喝含奶茶和咖啡的「鴛鴦」就最划算，雖分量不變，但心中總覺舒服，「孤寒」因而成了「鴛鴦」的代稱。由於「鴛鴦」包含兩種成分，且鴛、樣音近，所以有人也叫「鴛鴦」做「兩樣」。話說回來，若然有以下心態，「孤寒」也可看成優點：

孤寒自己，唔孤寒人啲【對己吝嗇，對人開脾】  
【英譯參考：Mean only to oneself, but not mean to others.】

「辣咀」的正寫是「辣嘴」，「辣」解作「燙」。「燙嘴」就是嘴巴觸及溫度高的液體而感覺疼痛。「辣咀」這個暗語指的是「熱奶茶」。一杯「足夠水準」的「熱奶茶」必先要「足夠熱」。要達到這個效果，水吧師傅會先行把瓷杯（高保溫度）放在熱水槽裡「坐熱」，即要溫一段時間使杯熱透。就是這樣，茶客從第一口喝至最後一口，那分熱度仍可保持，叫熱奶茶做「辣咀」可謂最適合不過。

- 「一蚊（一元）」好比舊時的「一文錢」。
- 「朱古力」，chocolate的音譯，內地譯作「巧克力」。「古力」讀「古2-1力6-1/gu1 lik6」。
- 口語讀音中，「雪糕」的「條」讀其變調「條4-2」。「老油條（形容那些閱歷豐富、世故老練、處事圓滑的人）」、「綳條身型（瘦卻卻很扎實）」、「兩條嘢（二十元）」中的「條」也讀此音。
- 「ice cream」這個「冰淇淋」的譯名，前半部是意譯，後半部則是音譯。
- 「雪廠」其實是「雪倉」；當年「雪廠街」有一座儲存從美國運來的天然冰的倉庫。
- 「嘴」、「咀」同音，亦與「嘴巴」有直接關係，故易生混淆，有人還誤以為「咀」是「嘴」的簡體。由於「嘴」字筆劃多，人們已把「咀」和「嘴」看成相通了。其實兩者不難區分：「嘴」是名詞，如嘴巴、多嘴；「咀」是動詞，如咀嚼、咀佢（吻他/她）。在名稱上，何時用「咀」，何時用「嘴」，歷來每多爭議，香港的「尖沙咀」、「大角咀」、「石塘咀」便屬該類例子。正名的源流已無從稽考，可上述三個地方，只有「尖沙咀」位於形似「嘴」的半島上，所以亦只有「尖沙咀」才配得上「尖沙咀」這個寫法。
- 「辣」在「辛辣」中讀「laat6」；在「辣嘴」中讀「laat3/la6-3」；在「熱辣辣」（熱騰騰）中讀「laat6/laat1」。英語中也以單一個「hot」字表示「辛辣」和「熱騰騰」，在「辛辣」和「熱騰騰」同時出現時會說「hot and hot」。

【專欄簡體版】https://leoleung2016.wordpress.com/



絲路詩絮

拉·阿利莫夫 (塔吉克斯坦) 尹樹廣譯

女人香

邂逅她，黑白相間的她，空氣中頓時瀰散女人的芳香。她是香檳、溫情和笑聲，燭光搖曳，恰似五月的輕盈。

無題

為了逃避別離之苦，我在詩歌中尋覓棲身之所。繆斯的旋律撫慰我的心靈，低吟淺唱間表達真我。

你聽見了嗎？請相信我！燭光搖曳，恰似遙遠的你。唯有甜美的詩句，才能賦予我今時的勇氣……

青絲

# 古代的粉絲經濟

現代商業模式，商家為了擴大知名度，銷售出更多的產品，常以重金聘請明星代言，吸引粉絲的關注。實際上在古代，也經常有名人為了實現商業目的，利用自己的名望形成聚光效應，把粉絲像飛蛾一樣吸引過來，由此帶起消費的熱潮。這種帶有明確預期性的創收行為，也就是最早的「粉絲經濟」。

北宋時，蘇軾任杭州太守，有人到衙門控告一個小販，欠自己兩萬錢一直拖著不還。蘇軾召小販來質問，為何拖欠他人錢財不還。小販陳述自家以製扇為業，遇到父親最近去世，喪葬花了不少錢，加上天氣不好，一直都是陰雨天，氣溫低，人們不願意掏錢買扇子，生意淡薄，故難有餘錢還債，並非是有意拖欠不還。蘇軾略為沉吟，讓小販把已經製作好的扇子拿來，自己想辦法為他促銷。

小販把扇子拿來後，蘇軾挑了二十把，用筆以各種書體，在每把扇子上寫幾個字，或隨手畫一段枯木竹石，然後交給小販，讓他拿去賣掉，償還欠債。當時蘇軾已經名滿天下，連鄰國的契丹、高麗，都很仰慕他的大名，他的書信都能易物換錢。蘇軾的朋友韓宗儒，就經常寫信給蘇軾，騙他回覆，然後拿去跟人換羊肉吃。所以，蘇軾有著巨大的粉絲群體。小販

拿著扇子還沒有出衙門，追著看熱鬧的人就以千錢一把扇子的價格，將二十把扇子搶購一空。聞知消息隨後趕來的人，沒有買到扇子，還懊悔不已。小販遂得錢還債。

明代大學士申時行，是萬曆皇帝的老師，又擔任首輔八年，為顯赫一時的人物。他辭官後攜家眷回到家鄉蘇州，想要擴充舊居，安排已經增加了數倍的人口居住，遂與四鄰協商，想以高價買下相鄰的地皮擴建。申府的鄰居有一戶篋匠，卻怎麼也不肯賣，一問大房子為作坊。篋匠於是主動找申時行，把房子賣給他，成就了一段互為得利的雙贏佳話。

除了能促銷、抬高商品的價格，名人也能通過自己的示範效應，把價格壓下來。北宋慶曆年間，廣州有客商被籍沒了一批珍珠，送到宮中，宋仁

宗把珍珠賜給了張貴妃，結果引發其他人效仿，皆以佩戴珍珠首飾為時尚，市面交易活躍，珍珠的價格瞬間就翻了幾番。某天宮中賞牡丹，張貴妃最後一個到來，頭上戴着珍珠首飾，想要向其他人炫耀。宋仁宗故意以袖子掩面，責怪說：「戴得滿頭白紛紛的，也不懂些忌諱？」張貴妃羞愧得無地自容，當即把頭上的珍珠首飾取下。宋仁宗很高興，又讓每人頭簪一朵牡丹為飾。消息傳出後，人們遂以頭簪牡丹為時尚，珠價於是大減。

古代的「粉絲經濟」之所以能有顯著的商業效應，除了在信息不對稱的條件下，人們對曝光率和知名度更高的人學習模仿，是一種永恒的傾向。所以，名人利用粉絲的身份認同心理，很容易形成需求上的供給，達成定向營銷。不過，這種「粉絲經濟」也隱含有一些不為人知的利益考量。因為古代是人治社會，名人又都是擁有權者，粉絲追隨崇拜的，不止是名人的文化知識及人格魅力，也還包括了相應的身份背景內容。有些粉絲也是希望能通過商業行為，與名人形成利益共同體，由此獲得相應的好處。所以，古代的名人對粉絲的影響越大，也越容易形成腐敗，這也是官僚商業的不二規律。