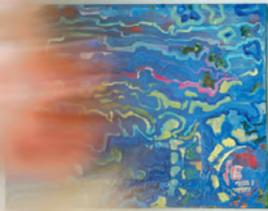


# 华江 ONENESS

●●● 凝聚华人 汇集新知

第50期 / 2024年12月

人物专访 | 席南 - 乐在土耳其的厨房里  
新鲜人物 | 陈伟达 破格翻新20年老品牌  
你说我说 | 你走进AI生活了吗?  
诱人寻味 | 奇葩口味南洋雪糕



专题  
报道

# 艺术版图的雅牙



新加坡宗鄉會館聯合總會  
Singapore Federation of Chinese Clan Associations

# 春到河畔

## River Hongbao

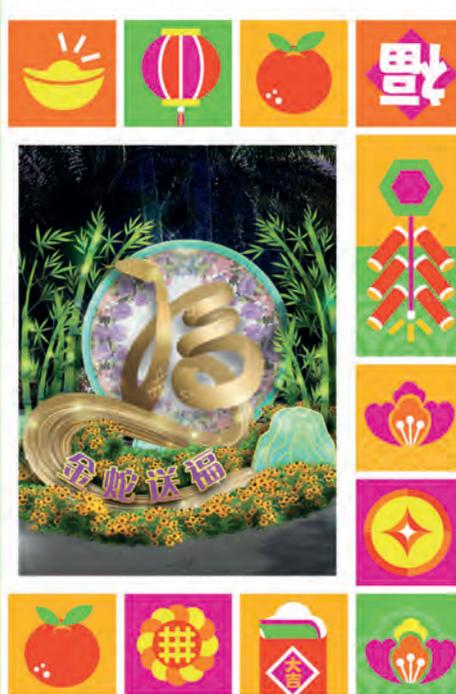
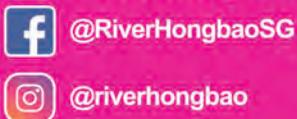


滨海湾花园  
@ Gardens by the Bay  
27.1.2025 - 5.2.2025

### 活动亮点 Highlights

- 大型新春灯饰 Dazzling Giant Lanterns
- 精彩舞台表演 Stage Performances
- 侨批报平安展览 Chinese Remittance Letters Exhibition
- 美食街 Food Street
- 游乐嘉年华 Amusement Rides

入场免费  
Free Admission  
[www.riverhongbao.sg](http://www.riverhongbao.sg)



Organisers 主办机构: 新加坡宗親會聯合總會 Singapore Federation of Chinese Clan Associations

新加坡中華總商會 Singapore Chinese Chamber of Commerce & Industry

華文媒體集團 Chinese Media Group

Singapore Chinese Chamber of Commerce & Industry

People's Association

Supported By 支持机构:

新加坡中華總商會

新加坡宗親會聯合總會 SINGAPORE CLAN FOUNDATION

CULTURAL MATCHING FUND

SPH FOUNDATION

Media Partner 媒体伙伴:

聯合日報

新明日報

UFM 100.3

96.3 FM

Venue Partner 场地伙伴:

Gardens by the Bay

Event Management Company 活动策划:

GP99 Associates

**社**会是人类互动的产物。人可以通过组织活动来扩大自己对社会的参与感，将志同道合的人凝聚在一起，发挥团体的力量去推动社会。在实践个人理想的同时，促进社会的繁荣。

本期《专题报道》聚焦新一代的艺术专才，包括策展人、藏家、评论员、画家等，邀他们分享如何编织本地的艺术网，通过静态的艺术品把人联动起来，形成折射社会关系的一面镜子。圈内人在实践艺术理念时，不仅影响到圈外人，也将本地艺术推向一个高点。

土耳其厨师席南在《人物专访》中分享他从夜市摊贩到餐厅老板的新加坡体验，伴随他与食客的互动，以及与其他厨师的交流，不仅成功地将自己的招牌风味落地生根，还让本地餐饮文化更加丰富多元。

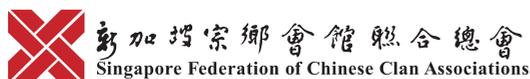
巩固社会凝聚力与强化心理的韧性，是推动社会的基础。《宗亲乡情》在展现宗乡青年体育节各族群参赛者的竞技精神之余，亦凸显着他们通过这个体育平台促进了解与交

流，建立跨种族的友谊，从而强化社会结构。

《新地新情》走访了2024年“全面防卫倡导奖”的两名青年得主，他们触及社会各个角落，通过不同的活动与平台，为社区带来积极改变。民众俱乐部管委会主席庄日慧就通过出人意表的创新点子与高效率的执行力，将社区成员团结起来，促进居民之间的认识，加强睦邻友好关系，从而巩固社会的凝聚力。

Devan则从心理健康层面着手，他通过网络平台与线下活动，排解心理问题，预防自杀，并构建一个强大的扶持网络，从而打造一个更有韧性，更加关爱的社会。

出版	新加坡宗乡会馆联合总会 Singapore Federation of Chinese Clan Associations
编务顾问	吴绍均、何雪芬
编委会主任	周兆呈
编辑委员会	卜清锺、李秉讓、杨应群、陈展鹏、陈奕姝、运佳
总编辑	欧雅丽
编辑	罗一峰
特约撰稿	罗一峰、区如柏、苏秉苓、陈爱薇、吴晓君、钟芝娜
特约摄影	陈福洲、熊俊华
版面设计	许丽莲
项目经理	叶宝莲
分色印刷	金合利印刷私人有限公司
承制	焦点出版(新报业媒体全资子公司)
出版准证	MDDI (P) 089/08/2024
出版日期	2024年12月(季刊)



397, Lorong 2, Toa Payoh, Singapore 319639  
Tel: 65-6354 4078 Fax: 65-6354 4095  
Website: www.sfcca.sg Email: oneness@sfcca.sg

支持机构:





## 04 专题报道 艺术版图的推手

策展人、画廊主、艺术家、收藏家……  
经过不断创作、发掘、鉴赏、  
推介，造就本地艺术景象  
的缤纷绚烂。



## 14 人物专访 席南 - 乐在 土耳其的厨房里

从街边小贩到餐厅老板，  
从失败到成功，他只专注  
在自己的厨艺。

## 19 新鲜人物 陈伟达 - 破格翻新 20年老品牌

以新生水、益生菌制啤酒，  
啤酒与面包的循环生产，  
创新经营模式。



## 22 新地新情 推动社会的力量

从团结社区到激励人心，  
关键在一个“韧”字。



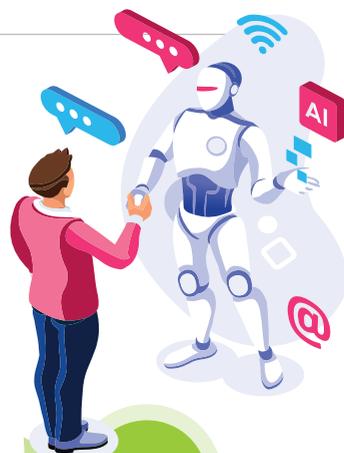
## 25 法律速递 广告的自律与违法

食物与餐牌货不对办，可否投诉？  
歌手在舞台上假唱是否违法？  
艺人代言产品，有何法律规定？



## 30 你说我说 你走进AI生活了吗？

AI 技术来势汹汹，  
你是热烈拥抱，还是心存警惕？



## 34 生活新趋 护理上门，随需所至

不用担心家中老人，  
不用请假陪复诊。

## 28 宗亲乡情 青年体育节 建立跨种族友谊

场内互相比较劲，场外衍生友谊。





**36 城市回眸**  
**寻访妈姐的足印**  
一代女性的艰苦奋斗,自强不息。

**40 文化拼盘**  
**马来人取名文化**  
名字竟与身份证不同?没有姓氏,却有回教意涵?

**42 诱人寻味**  
**奇葩口味南洋雪糕**  
猪肠粉、枇杷膏、菊花、枸杞、辣椒都是制作灵感,创意满满。

# 物



**44 保健养生**  
**腿脚抽筋怎么办?**  
从急救,到药物医疗,再到日常预防的指引。

**46 收藏记忆**  
**红色收藏的时代记忆**  
一个水深火热的时代,一批见证历史的藏品。



译文

**49 The profile**  
**Honing hometown flavours in his new home**  
Just a few years ago, Turkish kebabs were an unusual sight in Singapore's heartlands. Sinan Ozen is one of the people who helped turn this dish into a familiar local favourite.



**50 Special report**  
**Advocates for art**  
Sotheby's live auctions returned to Singapore in 2022, and art fair ART SG debuted here in 2023. Adding to the buzz, Singapore's arts scene also includes new immigrants who are opening art galleries, organising art shows, collecting art, and creating art.

**52 Across cultures**  
**The nuances of Malay names**  
Different cultural influences and conventions can be found in these names, according to the book *Gateway to Malay Culture*.

**53 Food talk**  
**Infusing ice cream with Nanyang flavours**  
Ice cream flavours inspired by local and regional ingredients, desserts and beverages have mushroomed in Singapore over the past decade. Here's where you can find some of these delicious treats.



# 艺术 版图的 雅 牙

先 回顾过去一两年，本地艺坛发生了什么事？

2022年8月28日，阔别15年的苏富比再度登陆狮城，举起木槌拍卖当代和现代艺术作品，打破2450万新元的成交额。

2023年首届新加坡艺博会，吸引了30个国家与地区、160间画廊和1000件艺术作品，以及超过700名艺术家与策展人参与。首日卖出的艺术品，总值近400万美元。接二连三的艺术盛事，进一步强化新加坡作为东南亚艺术枢纽的地位。

文 | 罗一峰 图 | iStock、受访者提供



Small white label with text below the painting on the left.



Small white label with text below the painting on the right.



日渐增长的藏家群体，逐渐成型的艺术市场，引来一连串的蝴蝶效应：世界级拍卖行重归并设立区域总部，新移民也纷纷将画廊落户本地，艺术专才也被吸引到此，迎向本地艺术兴起的新时代。

艺术的兴起，少不了一股不可或缺的推动力量。这股力量包括了策展人、画廊主、收藏家和画家等，经过他们不断地创作、发掘、鉴赏、推介……终于形成本地艺术市场的繁荣。

本期《专题报道》走访了协助扩大新加坡艺术版图的一众推手。究竟艺术家如何养成，画廊又如何传承？且听听他们的经验之谈。有趣的是，他们很多都是身兼数职，有者从画家变成策展人，也有者从策展人变成画家，更有藏家成为画廊主……折射出新加坡的艺术景象是如此缤纷绚烂！

石芮豪

# 画家与藏家的桥梁

艺术家的价值，不在于他的画，而在于他的思想。

石芮豪（持工作准证，原籍四川）拥有古典油画硕士学位，目前是画廊主理人，主要为画廊挖掘新锐画家并策划画展。另一方面，也为藏家搜寻作品，筛选梳理。换言之，主理人几乎是无所不理，他自然也必须具备鉴赏、管理、推广与发掘人才的能力。

## 发掘新画家的潜能

芮豪表示，艺术市场中有很多不同背景的人，包括那些懂画的、不懂画的。他的责任，就是在这么混杂的环境去发掘人才。

“艺术家并不是画得出彩就行，他必须通过艺术品来反思自己与环境、社会和历史的关系，从而产生对未来的期盼，他的思想会赋予作品深刻的内容。所以衡量一名艺术家的价值，不在于他的画，而是他的思想。”可是，将思想融入作品，不是每一个画家都能做到的。

“如果有想法，却无法在画中表达出来，这是执行力的问题；如果根本没有想法，即便是画得多么缤纷，仍感动不了别人。艺术家，是可以成功地落实他想要表达的意念。不管是雕塑、画布、行为艺术或是照片，他都能够将对生活的体会与想法落实在作品上。”

芮豪指出，作品与观众之间的空间是策展的一个考量。



## 画廊与藏家的关系

圈里流行这么一句话：“未看画家，先看画廊。”这一句话有多准确？

芮豪指出，由于良莠不齐的作品充斥市场，所以大多数藏家都会委托画廊帮他们筛选、梳理，并推荐作品。

“很多没有艺术价值的作品都会被过滤掉，所谓的价值除了思想内容之外，还要考虑升值空间，以及在未来有更多的流通性。”

芮豪指出，每个藏家的所爱都不一样，有的喜欢收藏先驱华人作家画作，有的喜欢收集当代年轻画家的作品，也有的以媒介作为选择标准，例如水墨或油画。画廊必须先将需求归纳起来，再去搜寻。

当然，有的藏家为了保持低调，不会亲自出面，而是通过画廊代为选购。也有藏家，对某个艺术家特别欣赏，会通过画廊邀请上门绘制，题材一般是由藏家决定，有时也会让画家自由发挥，其中以绘制人像画最为普遍。



# 王婧玮 与艺术家共同创作

王婧玮（永久居民，原籍浙江）在美国读大学时就养成每周逛画廊的习惯。毕业后，自己开画廊策划画展。她说，每办一次画展，就是一个吸收、消化、整合，再输出的过程，不仅是工作，也是学习。

## 寻觅感情上的联系

“艺术家开画展，其实是在叙说一个故事，作为策展人，则是在这个故事的基础上跟他一起创作。策展人的工作不限于企划、组织与管理等行政上的职务，更重要的是，必须找出艺术家与受众群感情上的联系，然后通过各种包装，将这一个个信息传递开去。”

婧玮曾经为一名香港艺术家在本地办展览，当时就巧妙地通过一些文史记载，将作品的“离散”主题与新加坡早期华人连接起来，让观众在情感上产生共鸣，拉近了作品与本地观众的距离。

“画展不是把作品挂出来，将场面布置得亮丽就行，还必须让受众群多了解作家的背景，创作的动机等，对新画家来说更是如此。”

婧玮一般会安排分享会让艺术家“销售”他的故事，以便观众更了解他的作品。有一次，她还让艺术家现场作画，并邀请本地的创意音乐人演奏配合。她说：“这是一个绘画过程，但也是一个表演，平时只在画室创作的他，通过现场互动与观众拉近距离。”

## 失败与成功的距离

如何定义为好的画展？王婧玮认为不外是两大要素，“首先，艺术家要被‘看’到，不光是被群众看到，也要被专业人士和收藏家看到，吸引他们的好奇与关注。再来，是让他们‘相信’这名艺术家的价值，这里所说的价值是指艺术家的成长空间，及其发展潜力。”

策展人不能确保一件作品的未来价值，但可以通过各种渠道，如作品的质量、艺术家的背景、未来的规划以及其美术定位，来展示他的价值。

当然，不是每一次展出都会圆满，如果成绩不如预期，婧

玮又会如何调整？

“开画廊其实是一项长期事业，通过一次次的活动寻找受众群体。我们不会因着一次展览的反馈而改变方向。较务实的做法是通过不断地分享与教育，扩大受众群。”

婧玮深信，策展人与艺术家应保持长期的合作关系，“我会关注艺术家的发展，给予他们支持的同时，也会制定长期的推广方案，包括行销与包装。”

艺术家要被“看”到，  
让人们相信他的价值。



王婧玮说，不只是让群众看到墙上的画，也要让他们看到画外的艺术家。

# 张鹤馨

## 收藏是长期的事业



张鹤馨重视展馆的明亮度与宽敞的欣赏空间。



张鹤馨（永久居民，原籍北京）2017年移居狮城，2019年创立品艺画廊，几经转折，奋斗至今。她之前在中国是一名颇富经验的藏家，这源于自小的耳濡目染。

### 藏画，传承下一代

“父亲喜欢收藏欧洲的雕塑与油画，家里藏了很多这一类的艺术品。收藏对我来说，反而更像是一种生活方式。”

于是她婚后也购买艺术品放在家中，与家人共享。“我曾在拍卖行买下一名失明印度尼西亚艺术家的作品，他的名气不大，可他坚持创作的精神深深感动了我，我希望借由他的作品来鼓励自己和孩子。”

鹤馨以藏家的角度来开画廊，对于作品的选择，有感性的看法。“收藏不一定非名家不可，也不一定很贵。重要的是，作品可以帮助藏家找到人生的感悟。”

收藏，应是细水长流，不能急功近利。

如果将收藏视为一种投资，鹤馨认为细水长流才是上策。

“收藏画作不能急功近利，不是今天买下，过几年就脱手的投机事业。它更像可以传承的文化资产。若以经济价值来衡量，它可以抗周期性通胀，并随着时间增值。艺术品兼具文化、学术与经济的多重属性，年代越久越能彰显其价值。”

如何选择作品往往是最难的一环。面对海量的作品，她给予藏家的建议是：了解画家，了解自己，了解个人预算，了解艺术家的作品与定位，以及了解自己的收藏方向。

“收藏，不是单靠一份热情，而是在自己的预算之内取得一个合理的投资效益。”

### 以生命影响生命

鹤馨坦言，本地人不太注重艺术，市场还不成熟。不成熟的定义在于：其一，作品价值被低估；艺术圈仍属于小众，不能引起茶余饭后的话题。

为此，她将画廊作为推动本地艺术的平台，一方面促进藏家对本地作品的注意，另一方面推介更多的本地艺术家。“每年我们都给予签约艺术家一些曝光的机会，我们也会考虑市场的喜好，并结合一些时下话题去策划相关的展览。”

她也运用自己的社媒平台“艺术星球”去推广本地艺术，“我相信生命影响生命，我们做的每一件事，说的每一句话都会影响到身边的小生态圈，希望能够一点一滴去增进大家对于艺术收藏的认识和喜爱。”

萧瑶

# 征集作品的真伪鉴定

萧瑶（新公民，原籍重庆）曾任新加坡拍卖行的总监（油画部分），主要负责征集作品并参与拍卖行的交易过程。目前她是一家私人画廊的资深艺术顾问兼主理人，主攻策展与推广。

## 珍品可遇不可求

“不管是拍卖行还是画廊，征集作品不难，难在征集作品的品质，最理想的自然是作品可达到珍、精、稀的水平，但这可遇不可求。”

萧瑶指出，在遴选作品方面是十分严谨的，不会接纳所有呈交上的作品。拍卖行会先通过照片来作第一轮的筛选，选中后才安排专家小组去鉴定实物。

“拍卖行有不同专长的专家负责鉴定不同的征集品，有些作品可能因为年代久远，脱漆微损或经过修复，所以还必须收集资料来进行确认。包括从作品的来源鉴定，是否传承有序？比如说从祖辈、父辈代代相传的一些资料、画家本人与作品的合照、过去拍卖记录与画廊的一些认证信件等，都可以证实作品的真伪。如果这些都不具备的情况下，可从作品上的签名、画纸的材质，作品的技法与神韵来鉴定。”

## 将焦点集中在女画家

萧瑶目前主理的私人藏馆，其藏品属于本地一名企业家所有，但藏馆是对外开放的。她说：“美术馆也要生存，特别是民间藏馆，在没有政府资助的情况下，需要有开源的渠道，如果有人心仪馆

内陈列的作品，可私下洽谈，但并非所有作品都会出售。”

藏馆作品多达200幅，包括徐悲鸿、刘抗、陈文希、钟泗滨等的作品。每隔一段时间，萧瑶必须拟定主题，更换作品。除了策展，她也正计划出版藏馆的作品集以及有关画家的研究文集。

萧瑶表示，她特别想研究本地画家张荔英\*。“虽然国际市场逐渐把焦点转到女性艺术家身上，但我觉得，最终都要回归到艺术本质，从作品上去品评，而不是单单一个性别的概念。”

她也有意结合互联网与现代技术，例如借由直播与AI技能，将展览延伸到线上，把藏品推广至网络世界。

珍、精、稀  
的作品是可  
遇不可求。

\*张荔英的油画《静物与榴梿》于5月28日在佳士得香港拍卖场以约247万新元成交，刷新艺术家的世界拍卖纪录。相较于此画在1998年拍出的6万新元，高出逾40倍。



私人藏馆每隔一段时日就会更换主题，展示不同的作品。

# 刘岱松

## 多元角色切换自如

刘岱松（永久居民、原籍北京）于1998年在南洋理工大学攻读金融硕士，毕业后却往艺术领域发展，包括策展、出版、研究与创作等。2023年设立“五色”艺术廊，展示自己的创作与收藏。



刘岱松将策展展视为推动自己创作的动力。

### 从藏画到策展展

岱松非常看好本地的艺术市场，个人收藏了不少本地先驱画家的作品，例如陈文希。

“我一直都有研究水墨画与美术史，我发现陈文希的作品在艺术史上应该有很高的价值。其实不只陈文希，我发现这里有很多好的画家，他们作品价值远远超过市价。”

岱松在2009年开始收藏陈文希的画作，至今已有超过30幅。2015年，她策划了一个陈文希的回顾展，展出陈文希的250幅作品（其他藏家的珍藏），并出版一本有关研究陈文希的作品集。此外，她亦策划另一名先驱画家杨可均的画展与出版画册。

“策划画展可说是我对这些先驱画家的认识和研究，经过梳理后再加个人心得的一个总结。”对美术研究深感兴趣的岱松，也曾花不少时间为新加坡南洋美术史做了一番梳理。

每一次策展，她都会花大量时间了解创作者的心路历程，将他们的创作过程、风格与美术史作一个横向（同时代的海内外画家）与纵向（之前的画家）的比较，做出研究结论。她说，这是对前辈大师的致敬。

### 从研究到创作

为了更有系统地研究艺术品，她自我提升，考获中国人民大学哲学院美术系的博士学位，研究主题是海外华人的艺术，论文是研究南洋时期的刘抗。没料到的是，这把她引向创作的道路。

“读博士的时候，导师认为我有绘画能力，鼓励我作画。其实我从小就练书法、学水墨画，不曾间断，只不过没有发表作品。经导师提醒后，我从创作中加深了对理论的理解，于是决定创作与理论双线发展。”

2017年，她办了首个个展，随后每一两年，她都会策划自己的个展。除了梳理与总结个人创作之外，还是一种激励自己创作的动力。她说，艺术家的时间比较自由，她担心没有开画展的压力会容易松懈。开个展亦是对藏家的回馈，让他们看到自己的成长。

画家、藏家、策展人、评论家，岱松游刃于多个角色，切换自如。

**策展展就是梳理与总结对画家的认识与研究再加个人心得。**

# 范少华 十年磨一剑

一般画展的筹备时间最多不过一两年，但范少华（新公民，原籍广州）用了10年。2025年6月他将办一个新加坡历史回顾展。去年12月，他刚举办了一个预展，作为热身。

他与新加坡这个漫长的“约会”，还得从他的移民身份说起。

## 看不到的画外功夫

想当年，初涉陌生的土地，为了“武装自己，增加能量”，他用了一周时间走马看花，跟着是无数次进出博物馆与美术馆，从中了解本地的人文风貌。

他也深入本地生活，从衣食住行中去观察民生，包括参与牛车水的春节庆祝、小印度的大宝森节，以及土生华人的婚礼等，他把细微的观察都融入作品，用画笔记录本地人生活的喜怒哀乐。

回首在1992年移居新加坡时，他只是个不成气候的画家，但经过逾30年来新加坡的阳光雨水和土壤施肥后，他已成为当代新加坡具代表性的画家之一。2002年，他在北京首办个人画展，以自创的中西合并的新加坡艺术风格，获得业界赞赏，他亦获得多个绘画比赛的奖项。

## 自策画展自由度高

至今，范少华在海内外，举办的大小画展超过30个。作品被世界各地机构和私人收藏。他坦言，虽然邀约不断，但不会来者不拒。

“画家关注的是作品的突破，而画廊则注重市场，两者需要互相配合，才

能起到平衡作用。我会以画廊的档次、经验、风格作为考量，如果对方是擅长前卫的装置艺术，跟我的风格不一致，那合作的机会就不大。”

记得人在微时，他只是租了个摊位，就开始卖画生涯。随着时间的推移，创作路途越走越顺，机会也越来越多。他的画展，一般都交由专业人士策划，但对于一些自己特别有感的主题，他会亲自操刀。

少华认为自己策划画展的好处是有主动性，时间与主题都能自己掌控。例如这一次的“回顾展”，在10年前早已定下，然后再依照安排的时间表完成。

他的新加坡主题系列油画有着生活的脉动，时代的气息跃然纸上。他说，2025年是他从事艺术50周年，举办新加坡建国60周年回顾画展，自有特殊意义，这是对培育他成长的新加坡的一种回馈。

## 画家关注的是突破，而画廊则重视市场，两者有着一定平衡作用。



新加坡河苦力是范少华擅长的主题之一。



赵宏  
前中国今日美术馆副馆长/  
《源》杂志美术专栏特约撰稿人

# 谁是艺术圈的推手？

## 画展是艺术品的交易市场，还是推动艺术的平台？

这个问题可以分别从公共与私人，两个不同性质的画展来看。公共画廊，比如国家级的美术馆有一支专业的团队，正副馆长是最高的决策层。他们在策划一个画展时，主要以文化、政治、社会等作为考量，不会考虑市场。一般上，会以一个大方向为前提，策展人就朝着这个方向设定展览主题，例如适逢新加坡开埠200周年，就会围绕这个主题，拟定一个具体的展览题目。

公共画廊宗旨不在牟利，主要是通过展览展示馆内的珍藏与研究，从而达到教育民众、普及艺术的功能，在社会与文化的层面上有一定的推动意义。

私人画廊通常是具有商业性质的，主要通过出售艺术品获取利润。决定开画展前，须经过一轮慎密的市场评估：首先，必须有卖点，能吸引观众入场。其次，能够卖画，这样画廊与画家才能生存；第三，通过画展侧面推动画家在美术界或业内的知名度、影响力与学术价值。

一个地方的艺术圈是否蓬勃，公共画廊与私人画廊的力量是相辅相成的。两者不同的经营方向也直接影响其运营模式与收入渠道。公共画廊靠政府资助、企业捐赠、门票收入、赞助等，私人画廊则依赖艺术品的交易量。

## 个展与群展，策展人如何拿捏？如何避免几个画家的群展，沦为几个画家的小型个展？

个展的艺术家一般比较有名气，或者比较被市场认可，而且有足够的作品去支撑一个展览；群展是将几个画家集合起来，开一个展览。一般是根据主题选择画家，将不同背景的画家给串联起来。

群展要考虑的是，避免将风格落差太大，或是名气有差距的画家放在一块，否则会对观众带来困扰。比方说，在定价方面，一个高，一个低，就很容易引起公众的疑惑，非常不利于市场行销。

## 画展延伸活动的意义何在？

平时，艺术家一般很少与公众有过密的接触，他们与公众保持一定的距离感，其实对他们的形象、作品销售和作品的升值都是有利的。所以，策展人会在画展期间为艺术家提供一个与公众交流的机会，如办讲座、合照之类，让艺术家与支持者、藏家、评论家等各种背景的专业户直面交流。

有时，主办方也会在画展开幕时办鸡尾酒会吸引大批的捧场客。尽管这些人可能不懂画，不买画，但他们可以增添热闹，为现场多添人气。人气旺，就会引起媒体的兴趣，达到宣传的目的。



### 艺术评论扮演着什么角色？它是艺术家的“灯塔”，还是收藏家的“指南针”？

我看到有不少的评论，要不就谈感觉，要不就是在艺术家的背景大做文章，例如当年生活有多苦，可还是坚持创作之类，这只能说明作家对画画的态度，而不是他作品的内容。

艺术评论必须具备实质的内容，而非“自己的看法”。无可否认，生活是启发创作的一个元素，但这也仅是作品的一部份。艺术评论是必须要看这名艺术家在历史上站在什么位置上，例如他跟前人有什么联系，对后代又有什么启发；他传承了什么，又突破了些什么？从他的画看到他的内心是什么？

真正的艺术评论者必须从作品看懂这名艺术家，而非从艺术家的背景去挖掘作品内涵，更非只是感觉。

至于艺术家本人，他开画展，展示自己的作品，自然是想听到有建设性的意见，这是艺术家本人的内心期盼。可在本地，以我的观察，有的艺术家既渴望听到这种声音，又惧怕听到这种声音，这是一种很矛盾的心理。

美术评论是艺术品和画家价值的重要判断标准，但不是唯一的。艺术品藏家的个人喜好也很重要。有时候，艺术评论看重的，市场并不认同。

好比业内人士一致认为吴昌硕的艺

术质量比齐白石高，就连齐白石也曾说过“一生画不过吴昌硕”，还自称甘愿做吴昌硕门下学生，但吴昌硕的画始终卖不过齐白石，近百年来一直如此。

### 艺术家、策展人、评论家、收藏家，谁是艺术圈的重要推手？

这四类人都是推动艺术圈的重要推手，因为他们基本上就代表了艺术圈。也许有人会认为推手是国家级的美术馆、美术团体、私人画廊、拍卖公司……但无论是什么机构和团体，其实都是这四类人在运作。

艺术市场可以在很大程度上决定艺术品的经济价值，但无法完全决定艺术品的艺术价值或美学价值，后者是个非常复杂的问题，涉及哲学、历史、逻辑、理性、美学等很多超越艺术品本身的系统。一件好的作品，是自然而然形成的，是历史的沉淀和不断地再认识再判断，不是任何推手能决定的，推手能处置的只是当下，最多是几十年。世易时移，很多东西都会改变。



# 席南 乐在土耳其的厨房里

从街边小贩到餐厅老板，从失败到成功，他只专注在自己的厨艺！

文 | 苏秉苓  
图 | 陈福州



**新**加坡，这座以多元文化和美食闻名的城市，一直吸引着来自世界各地的创业者。在这片热土上，一名土耳其大厨凭借对美食的热爱和坚持，从餐馆厨师做起，到新加坡组屋区的夜市摆摊，再到小贩中心当起小贩，同时又在本地受欢迎的景区开餐馆。一路走来，他不仅开创属于自己的事业，也让新加坡美食文化增添一抹独特的土耳其风味。

## 以土耳其食品进攻邻里市场

生于土耳其东部锡尔特城 (Siirt City)、成长于土耳其首都伊斯坦布尔的席南 (Sinan Ozen)，是库尔德族，2009年他追随家族成员的脚步，只身到吉隆坡一间土耳其餐馆工作。初次踏足他国，他一句英语或马来语都不会。

为了克服语言障碍，他猛看电视节目从字幕学习、翻看字典、不羞于用瘪脚的马来语跟同事和顾客交谈，不到半年，英语和马来语都渐渐上手。加上新加坡籍妻子的调教，他在2011年移居新加坡时，日常生活所用的英语已难不倒他，新加坡式英语的“啦”“like”（意指好像）等表达方式，自然





## 不可思议的土耳其餐

食物，不仅是人们果腹之物，更是餐饮美学、新颖创意、营养成分与人文底蕴的多彩融合，才能碰撞出引人垂涎的火花。

土耳其是横跨欧亚大陆的国家，历史和文化遗产丰富，食物融合了中东、地中海、巴尔干半岛等地区的烹饪传统，形成了独特特色的饮食风格。

土耳其的前菜（Meze）种类繁多，讲究颜色搭配和营养。常见的前菜包括鹰嘴豆泥（Hummus）、酸奶黄瓜酱（Cacik）、茄子泥（Baba Ghanoush）等，蘸着刚出炉的皮塔面包（Pita bread），既是美味的前菜，也是特有小吃。

主菜中，最具代表性的莫过于烤肉串（Kebab）。烤肉看似简单，但越简单越考究功夫火候。烤肉的秘诀，从腌肉开始。

先清洗羊肉稍稍捶打静置12个小时。之后加入辣椒和香料等秘制腌料，涂抹均匀腌上12个小时就可烧烤。烧烤的火候和翻转肉片次数都有讲究，才能烤出口感鲜嫩多汁，香气四溢的肉串。

旋转烤肉则是将腌制过的肉片层层叠叠地串在一根大铁杆上，在旋转中烤制而成，外焦里嫩，为确保肉质鲜美，必须在表层烤熟后立刻切下，让食客吃到最新鲜的肉质，而里层还没熟的肉将继续烧烤，保持肉质的湿润和风味。

土耳其的甜点同样令人难以抗拒。最著名的当属巴克拉瓦（Baklava）。巴克拉瓦是一种用薄如蝉翼的酥皮包裹碎坚果，浇上蜂蜜或糖浆制成的甜点，甜而不腻。此外，还有由米、牛奶和糖制成的米布丁（Sütlac）、用干果和糖浆熬煮的蜜饯（Lokum）。

地贯穿在访问中。

席南与厨房结缘，拜他对洋葱的“厌恶”所赐。“我对煮熟的洋葱有点过敏，有洋葱的食物，我不能吃，所以就自己尝试煮些没洋葱的食物。”

这个小小的挑战成为他烹饪生涯的催化剂，他从七八岁就开始自己做饭，实验各种味道和技巧，厨艺获得家人的赞赏。这让本来不太热爱烹饪的他，渐生兴趣，44岁的人生中有30年在厨房工作。

未到吉隆坡前，他在土耳其餐馆担任主厨多年；后来在家族成员的游说下，决定到海外发展。也因此吉隆坡友人的介绍下认识了妻子，并在婚后随妻子定居新加坡，有四个年龄介于4岁到11岁的子女。



地道的土耳其餐，常在餐前喝口味醇厚的土耳其红茶。另外，用发酵牛奶制成的酸奶饮料（Ayran），加上薄荷或芒果等口味，非常适合本地炎热天气，是消暑解渴的佳品。





席南手持的烤肉拼盘，和身旁合伙人（中）和主厨手里的蘸料前菜，是Anatolia餐厅招牌的土耳其菜品。

原本他对新加坡的印象仅仅是一个执法严厉的国家，但与妻子交往后，认识更多不一样的新加坡，更感受到新加坡的井然有序和优质的教育系统，“在这里做生意虽然有很多条例要遵守，但比土耳其直接得多。新加坡社会安全，环境干净翠绿，教育下一代也很理想。”

席南身高超过1.8米，以土耳其族来说，是标准健硕型，有着典型厨师的微隆小腹，说起话来滔滔不绝，对自己未来的规划慎密。确定在新加坡发展前，友人建议他去夜市摆摊，售卖土耳其的招牌烤肉，这既是他最擅长的菜肴，在邻里也不多见。就这样，他在新加坡的第一门生意敲定了。

2011年结婚时，他虽是狮城女婿，但因为并没有可申请高薪工作准证的专业文凭，若要长期居留，就必须先找到工作。凭着厨艺，他一来新加坡就获聘在一家历史悠久的土耳其餐馆当厨师。

新加坡政府几年后修改条例，允许他这类背景和资历的外国人长期居留新加坡。于是他决定自己创业。2014年，他加入友人的公司，进军组屋区夜市。

“我们现场烘焙面包，竖立了大大的圆柱型牛肉和鸡肉烤肉，这在当时还是满新鲜的，第一天顾客很多，大排长龙。”



第一个夜市摊就在北部兀兰组屋区，反应很好。他每个月轮流在不同邻里摆摊四周，把土耳其美食文化广泛地传播开来。

### 从失败的地方重新站起

土耳其烤肉卷的火红，招来模仿者的激烈竞争。但席南独有的面团和食谱，让他在三年里赚了不少。可惜之后五年的夜市摊位成本上升，客流减少，要维持同样的食物品质和口感的费用越来越高，需更长的工作时间才能平衡收支，席南难免意兴阑珊。

冠病疫情严重干扰了生活形态，夜市被迫喊停长达九个月。2023年重新营业的夜市租金大幅增加，连基本的收支平衡也难以持续，他只好告别四处摆摊的生活，专注经营两家餐饮店。

2020年夜市停摆时，他与人在北区商场开设土耳其烤肉卷外卖小店。虽然生意不错，但经营了两年便因两名合伙人相继离开而结束营业。隔年，他和好友联手承接了一家土耳其餐厅，“当时很兴奋，自己的首家餐厅终于开张了，可是后来因个人原因，兴奋的心情变成了压力，10个月后我选择退出。”

待业在家期间，他那个把自己秘制的土耳其烤肉开遍全岛的梦想，不停涌现。在得知朋友新开的土耳其餐摊深受受欢迎后，点燃他再战江湖的心。他与妻子四处寻找心仪的地点，终于在2022年，成功标到实龙岗花园小贩中心的一个摊位，装上旋转烤肉柱。为了打响名声，他特别加入地道的土耳其传统菜肴Ali Nazik。

它以烤茄子和酸奶混合的酱为垫，铺上烤鸡或烤牛切片，配上特别调制的番茄酱，和着自制的皮塔面包一起吃。

取名“ZUZU土耳其烤肉”的小摊位接地气，食物售价大众化，第一天开张

就迎来人潮，“没想到这么受欢迎，我四个月就回本了。”一年后，为能保持食物质量，他不得不提高售价。至今摊位开业两年半，ZUZU还是很受欢迎，周末有长长的人龙。

ZUZU在席南的方言里，意指“快、快”，店名的由来，有一段小趣事。原来席南为精湛厨艺常刷烹饪视频，他爱看的其中一家餐馆就是ZUZU。更巧的是，小女儿的名字也有ZU。

## 24小时忙不停

俗话说旁观者清，这名在新加坡住了13年的土耳其人觉得，新加坡的生活是“24小时都在转动的城市”，无论白天或晚上，大家的脚步匆匆忙忙，工作不停歇，不像家乡，日落而休。

尽管劳逸如此不平衡，他却很喜欢新加坡。身为新加坡永久居民，这里有他深爱的妻儿，是他事业的基地，有许多欣赏他厨艺的常客，也是让下一代接受良好教育的理想地点。

“常有人说新加坡是fine国家，条例多罚款多，可是有的条例其实很好，以前我抽烟，不过因为在禁烟的地点抽烟被罚款，我就停止抽烟了！这很好。”

席南说，本地的土耳其社区不大，可能只有三四百人。他每年设法带家人回故乡探亲，“可能以后会回到土耳其养老，买个园地或做点小生意，也可能永远留在这里，一切自有阿拉（回教徒信奉的真主）安排。”

怀揣梦想，付诸行动，席南用自己的努力和韧性，在新加坡竞争激烈的美食界，继续扩展自己的一片天地。



席南喜欢小孩，与从事资讯科技的妻子育有四个年龄介于4岁到11岁的子女。

小贩摊位独立经营，席南的运营决策不再需要与合作伙伴协商。一人包揽摊位的所有工作，人多时往往应接不暇，但他不太愿意请人帮忙，“很难请到对的人，谁愿意一整天站在热烘烘的大烤炉前？很辛苦！”

ZUZU的成功，无疑是强心针。席南再接再厉，2022年下半年应下邀约，与四人接手在亚拉街（Arab Street）的Anatolia餐厅，主攻土耳其和黎巴嫩菜品。

然而，幸运之神并没有再次眷顾。一开始因为需要重新装修，申办手续和装修花了八个月，期间租金照付，三名合伙人吃不消退出，开业时只剩下席南和埃及伙伴。人少好办事，他对营业方向和菜品的决定权更多。

一年多来，这家以Anatolia（安纳托利亚又称小亚细亚，历史上是许多重要帝国如罗马帝国、拜占庭帝国、奥斯曼帝国争夺占领的地区）为名的餐馆，在众多黎巴嫩、土耳其餐馆的亚拉街争夺一杯羹。

席南的愿景不止于此。2025年上旬，他要在惹兰苏丹（Jalan Sultan）开设一家新的ZUZU餐厅，把小贩中心美食提升到餐厅级别。

## 秘方+创新=市场

美食佳肴引来的不只是来自四方八面的追随者，还会招来模仿抄袭者，一些人更是为追求蝇头小利而降低食物素质，结果破坏行业名声。

土耳其餐从15年前的稀有，到如今的常见，竞争可见一斑。尤其是高昂的租金和饱和的市场，需要策略性的适应。



面对越来越激烈的竞争，席南胸有成竹，对自家秘制烤肉和特制腌料深具信心，“我自小在厨房找生活，已经开发出独有的腌制材料和面包成分，要模仿非常不容易。”

他补充说，新加坡人具有国际视野，经常出国旅游，对非本土的特色餐饮接受度高，只要食物好吃，口味新奇，就有人来，重点是食物质量严紧把关。

即使在新加坡原材料价格高昂的情况下，也不能在这方面妥协，“我在这行做了这么久，对肉类的选择和腌制非常了解，什么部位怎样腌制和处理，都有一套学问。而且要不断创新，引入新菜品，才能在竞争激烈的市场中脱颖而出。”

“大家比较如何烹调出更美味的土耳其食物绝对是好事，竞争越激烈，创意越多，也会引进更多具特色的新菜品，让更多人爱上土耳其餐，甚至形成好像牛车水、小印度那样的特色区，让人一听到土耳其餐，就联想到亚拉街。”

厨师鲜少在自己家里下厨，席南更是没有时间。

他笑说：“我岳母是非常优秀的厨师，煮得一手让人吮手指的Biryani和Nasi Lemak，色香味俱全，而且不像外头卖得那样偏甜，我爱不释口。”

在文化上，土耳其和马来习俗之间存在差异，特别是饮食。土耳其食物非常依赖天然食材，马来食物更偏辣。

席南坦言，自己最爱的土耳其菜是由手剁羊肉拌辣椒粉制成的肉丸Adana、羊肝和羊头汤。如果本地人愿意尝试，他将来考虑引进自己的餐馆。



陈伟达

# 破格翻新20年老品牌

以新生水、益生菌制啤酒，啤酒与面包的循环生产，创新经营模式。

文 | 吴晓君 图 | 受访者提供

近几年，本地精酿啤酒品牌 Brewerkz 靠着“说新加坡故事”而受到注目。从用新生水酿制的“新生啤”（NEWBrew），与圣淘沙、新加坡航空展等联名推出的限量版口味，到融入各种本地元素的创新啤酒，都为人所津津乐道。卓越的啤酒品质，让品牌两度获选为“亚洲最佳中型啤酒厂”。然而，回到五年前，这个已有20多年历史的品牌，曾经奄奄一息。

接手品牌的陈氏三兄弟决定放手一搏，由排行第二的陈伟达（55岁）负责改造品牌形象和重新营销，终让品牌成功大翻身。这个过程也开启了他们在酿酒业可持续发展的探索之路。

## 26年跨国集团经验

加入 Brewerkz 之前，陈伟达曾在多家知名跨国公司担任首席执行官和首席财务官，累积了非常丰富的企业管理经验。

他毕业自新加坡国立大学经济和心理学系，从担任管理培训生开始，一步步晋升至最高管理职位，曾涉足的行业包括医药、传媒和房地产等。他曾穿梭于多个国家工作，领导过不同公司的多项重要计划，例如促成韩国 SBS-CNBC 电视频道的设立。忙于工作的同时，他还不忘进修，成功考取南洋理工大学工商管理硕士学位。

陈伟达说：“我在其中一间公司任职期间，短短两年就跑遍了三大洲六个国家，所接触到的人、事、物让我大开眼界，迅速成长。每进入一个行业，我都会深入钻研那个领域，从中增长了不少见识。”



如今领导中小型企业，而且是和兄弟一起工作，对他而言是截然不同的挑战。他透露，他原本只是偶尔参与公司的业务，在三人决定重新发展Brewerkz后，才全职加入负责这个项目。“我和兄弟分工明确，平时各忙各的，但遇到问题时会相互扶持。我希望以我之前的市场经验，带领品牌走出不一样的路。”

### 大刀阔斧刷新品牌形象

Brewerkz是在1997年由几名美国人所创立，除了拥有一家精酿啤酒厂，也经营着啤酒餐馆。

陈伟达解释，原本的餐馆概念类似美式酒吧，空间封闭，灯光昏暗。顾客以男性为主，他们通常是一边看球赛，一边吃着汉堡薯条，还有喝

啤酒。接手之后，他们决定彻底转换形象，在店面装上大面积的玻璃，增设户外座位，以营造明亮通透的聚餐式氛围。

食物方面，他们请厨师设计了一份全新菜单，推出融合美国、欧洲、亚洲和本地风味的餐点。酿酒后剩下、原本要丢弃的麦糟也被厨师巧妙运用，转废为宝的同时，让菜肴更添特色。

“我们想要留住原有的顾客，也想要吸引新的顾客。

原本受欢迎的啤酒口味，我们仍然保留，但同时我们也极力创新，例如在啤酒中加入仁当（Rendang）、玫瑰露、椰子、黄梨等热带风味，希望带来新鲜感。”

经过一番大换新后的Brewerkz，目前在本地拥有六间餐馆，在印尼则有两间。



风格时尚的啤酒罐设计让Brewerkz的品牌形象更显活力。



位于富丽敦一号的Brewerkz餐馆，常有外国游客光顾。



用卖不完的酸种面包来酿酒，后又把酿酒后余下的啤酒糟拿去做面包，这样的“自我循环”概念让人眼前一亮。



本地的独立精酿啤酒厂为数不多，Brewerkz是当中历史最久的一家。

### 用啤酒说新加坡故事

Brewerkz精酿啤酒厂位于麦波申一带的甘榜安拔(Kampong Ampat)，面积为8000平方英尺，是本地为数不多的独立酿酒坊中历史最久的一家。

陈伟达表示，他在构思品牌的发展方向时，发现之前并未突出它的“新加坡身份”。因此，融入本地元素成了他与酿酒师研发新口味时的重要方向。与此同时，他们也决定开始生产罐装啤酒，供超市和网购平台销售，以此触及餐馆顾客以外的群体。而铝罐本身也能成为很好的画布，通过活力又摩登的新加坡景象绘图，让品牌形象更鲜明。

2020年，Brewerkz与圣淘沙合作推出了本地第一款碳中和啤酒系列——Islander Brew，啤酒中融入了圣淘沙岛上的植物元素，并以岛上景点来命名。此外，以新生水酿制的“新生啤”，也引起了话题。这两个极具象征意义的啤酒系列，促使双方持续合作，每两年在这个系列的基础上推出限量版的新口味啤酒。

“‘新生啤’是我们与公用事业局合作，以新生水为原料的产品。把它带到国际重要活动中，人们将通过它进一步认识新加坡和我们的循环水处理技术。”

接着，Brewerkz还与国立大学附属公司Probiocient合作，推出了Red Billion益生菌覆盆子酸啤酒。这是世界首款推出市场的益生菌啤酒。此外，还有一款名为“Circuit Breaker”（阻断措施）的啤酒，含有热带特色的波罗蜜和芒果清香。

“通过这些合作，我们不再只是一个啤酒或餐馆品牌，而是成了企业可以寻求合作的对象。我们可以让一些概念或形象以有趣的方式呈现，这就是Brewerkz的转变。”

### 啤酒与面包的“自我循环”组合

陈伟达表示，另一个让他引以为傲的项目，是与Baker&Cook合作的啤酒和面包“自我循环”项目。Brewerkz把对方卖不完的酸种面包拿来酿酒，然后把余下的啤酒糟回赠对方，用作酸种面包的原材料。这种啤酒糟称为“NEWGrain+”，含高蛋白和高纤维，可为面包增加营养。

“食物浪费的课题一直备受关注，我们每酿造2500公升啤酒，就可以消耗180公斤的回收酸种面包；而每条新生产的面包则可用到64克的啤酒糟。为废弃食物找到新用途，有利于走向可持续发展。”

在持续研发和创新下，他们每年都推出30至40款口味的啤酒，其中10款是餐馆的常驻产品。

而在2024年10月，Brewerkz在2024年亚洲啤酒锦标赛上，连续第三年获得了“国家最佳啤酒厂（新加坡组）”殊荣，交出了亮眼成绩。

对于未来发展，陈伟达表示，“Z世代”是他想要进一步触及的顾客群。产品方面，他则希望研发较健康的低酒精，甚至无酒精含量的啤酒，以迎合现代人注重健康的生活方式。

他强调：“要让品牌能长期站稳市场，我们必须慎选合作伙伴，不能操之过急。每一步，都很重要！”

# 推动社会的力量

从团结社区到激励人心，关键在一个“韧”字。

文 | 吴晓君 图 | 受访者提供



社会凝聚力和个人的心理韧性是全面防卫的基础，两名充满干劲的青年朝理想挺进的同时，也深入社会的角落帮扶有需要者，为社区带来积极改变。

## 故事一 加强社会凝聚力

35岁的庄日慧是目前新加坡最年轻的民众俱乐部管委会主席。她从17岁开始服务社区，凭着许多创新点子和杰出的领导能力，成功开展过多项国际和本地的公益计划。

在国外当义工的经历让她意识到，不应把眼前的一切视为理所当然，每个人都应尽一份力去维护当前社会的美好。她因此通过社区活动让居民进一步认识彼此，加强睦邻精神，为“全面防卫”下的社会防卫做出贡献。这也使得她成为2024年“全面防卫倡导奖”的15名得主之一。

### 贡献受国际认可

庄日慧的领导能力和魄力，在中学担任学生会会长时就开始展露，上了初级学院后，更开始投身于各种国内外的



公益活动。除了本地联络所的活动，她也跟随青年义工团体到东南亚较落后的地区，协助当地人建造生活基础设施。

在这个过程中，她萌生了通过推动观光来为当地人改善生活的想法。还在念大学的年纪，她就创办了一家生态旅游公司，将想法付诸行动。

她忆述：“那些地区有着漂亮的自然风光，我想带新加坡的旅客过去参观，旅客能看到不一样的风景，也能为当地人带来一些收入。我与当地合作伙伴建立关系，提供相关知识。开始时，我都是趁着学校假期亲自带团过去参观，非常忙碌，却觉得很有意义。”

与此同时，她也在国际间进行着其他义务工作，例如，向落后地区的女性宣导如何预防子宫颈癌。

凭着跨国界的卓越表现，庄日慧于2012年获颁“亚细安青年奖”。此外，她也是第一个获得皇家英联邦协会专才奖(Royal Commonwealth Society Associate Fellowship)的新加坡人。2015至2018年，她还被任命为英联邦青年理事会的新加坡代表。

### 筹划设立新民众俱乐部

对于本地社区，庄日慧也一直不遗余力。17岁加入蔡厝港的基层组织以来，她协助推行过多项社区活动，例如，带领孩童到乌敏岛和实马高岛参观，灌输环保意识。

26岁那年，她加入了联络所的管委会，参与新民众俱乐部的筹划工作。2023年，她更毅然接下吉丰民众俱乐部管委会主席的重任。

于2018年开幕的吉丰民众俱乐部是本地首个设有保龄球场的民众俱乐部，里面还设有24小时开放的健身房。参与筹划的庄日慧表示，除了维持休闲的功能，联络所也可以成为居民将点子付诸实践的平台。

“有的年轻人很有想法，又或想帮助某个群体，我想联络所可以作为一个平台，让他们能测试自己的点子。比如说，一名来自新加坡管理大学的男生曾在联络所为孩童开办免费的戏剧增益课，让弱势家庭孩童优先报名。活动还获得了人民协会社区志愿服务计划的补贴。”

## 引航开路，建立社会韧性

庄日慧不仅善于领导，还常有出人意表的点子。以2020年的“父子体能挑战赛”（Father-Son Fitness Challenge）为例，那时正值冠病疫情期间，她便鼓励居民以父子档形式一起做俯卧撑并将视频发布到社交媒体，以此激发人们对国民服役的支持。

她说：“疫情期间很多人的心情都受到影响，我想做一些事来提振士气。这个活动相当有趣，也获得不错的反应。”

无论什么活动，目的都是为了加强社区的凝聚力，继而提高人们的防卫能力。只要社区成员能够团结一致，就能共同面对任何挑战。这种韧性的建立需要更多的主动性，也需要长时间积累。

“记得小时候我有个印族邻居，每

次走过我家门口时都会主动打招呼，过节时也会请邻居们去她家。她的友善让我一直铭记至今。良好的沟通和合作建立在了解之上，促进居民之间主动了解彼此，是我们办活动的目的之一。”

尽管现在工作越来越忙碌，庄日慧对公益事业的热忱依旧。不久前，她刚参与由全国青年理事会和新加坡国际基金会主办，在新加坡和老挝举行的亚细安青年专才计划（ASEAN Youth Fellowship）交流活动。

被问及如何平衡工作与社会服务时，她说：“我觉得自己比较擅长的是提供点子和铺路，之后执行的部分，我很放心交由伙伴来进行，这样的安排让我能投入到更多项目中。”



庄日慧从17岁开始在蔡厝港基层当义工，参与过多项社区计划。



通过参与国庆活动，庄日慧希望为加强社会凝聚力和全面防卫基础尽一份力。

## 故事二

### 强化国人心理健康

现年32岁的Devan，是2024年“全面防卫倡导奖”的另一名得主。

这名全职社工从18岁开始当义工，专注于帮助青少年排解心理健康问题。在其中一项线上支援计划下，他至今已成功拯救了34名有轻生意图的青少年。

他认为，每个人都应学习心理健康“急救法”，因为如同心肺复苏术那样，及时的心理帮助将能救人一命。人人变得更坚韧，也就能加强心理和社会防卫支柱。

#### 持续进修以提升技能

Devan自学生时代就加入社区服务组织从事义务工作，目前仍在好几个组织里服务，包括心件工程（Heartware Network）、印度人发展协会（SINDA）等。

多年来，他与志同道合的伙伴领导过多项计划，例如2014年的“Out and Go!”。在此计划下，面对心理健康挑战的青少年们受邀一起出游，参加骑脚车、划独木舟等户外活动。他们将参加者

们配对，以便他们能在相互了解后相互扶持，同时通过一起做运动，改善身心健康。

Devan坦言，他本身也曾在青少年时期面对心理健康问题，因此特别关注这方面的发展，后来更决定深入钻研这个领域。

他先是到新跃社科大学修读社会工作学士学位，后又通过持续进修，获得了由国家福利理事会、新加坡国立大学所颁发的心理健康领域的专业证书。他也拥有心理健康评估、心理健康急救的技能。

#### 盼建立循环扶持的网络

2017年，Devan与伙伴联办了Mental ACT——一个为新加坡南亚社群提供心理健康服务和课程的非营利组织。它所提供的服务包括辅导、危机支持、心理健康急救培训、预防自杀等。

其中，他们推出了一个在线支持平台，让有轻生意图或身边有此倾向的人与他们联系，“我们了解多数人不想曝露身份，因此想提供一个隐秘的、可以安心说话的空间。除了进行干预，帮助他们走出困境，我们也积极鼓励已复原者参与志愿服务，这样就能创造一个强大的循环扶持网络。”

接下来，他们也将推出“烛光计划”，帮助那些刚失去至亲的人尽快走出悲伤。

与此同时，Devan也不忘回馈自己所属的麦波申社区，加入了基层组织。他表示，及时发现心理健康问题并伸出援手非常重要，他希望能协助提高人们这方面的意识，打造更具同理心和韧性，相互关爱的社区。

“我希望扮演领航者的角色，先踏出第一步，吸引其他有志者作出回应。”



凭着对建设人们心理和社会防卫的卓越贡献，Devan获颁2024年“全面防卫倡导奖”。

# 广告的自律与违法

食物与餐牌货不对办，可否投诉？歌手在舞台上假唱是否违法？  
艺人代言产品，有何法律规定？

文 | 黄锦西律师 MUNGVERSE LLC 管理合伙人 图 | iStock

现代社会的经济活动有序运行，广告的作用不可小觑。为免商家以虚假广告误导和欺骗消费者，新加坡的广告业面对两方面的监管。首先是自律性的，由广告业者监督广告的道德层面。其次是执法，由政府部门管理广告的合法性。

广告业的自律行为，由新加坡广告标准局（它也是消费者协会的咨询理事会）监督。广告标准局的理事会成员包括广告业的代表，如消费者协会、广告代理商协会、媒介商公会、报界、电视台以及一些政府机关，如药品、食物、卫生局的代表。

标准局旨在监督各类广告的道德标准，即广告内容必须合法、正当、诚实和真实。为此，标准局制订了近70页的广告行为守则（广告守则），详细说明什么做法、呈现及措词是不当的。标准局在

接获投诉或发现某个广告违反守则后会展开调查。一旦确认某则广告违反守则，会指示广告商做出修正或撤回广告，否则将面对制裁，包括各媒体可以扣压有关广告，不予刊登，标准局也可以发表声明，公布调查结果，点名违反守则的商家。

一旦不太符合道德标准的广告变质成误导广告，损害到市场的公平商业竞争及伤害到消费者，就要用法律来规范了。竞争与消费者委员会（Competition and Consumer Commission）依据的是“消费者保护（公平交易）法令”（公平交易法令）（Consumer Protection (Fair Trading) Act）。该法令旨在促进公平的商业竞争，让消费者能做出明智的消费决定。

在该法令下，消费者协会及旅游局若接到投诉或举报，可向法庭申请向不良商家发出声明或禁制令，要商家停止误导性广告。若商家违反禁制令，可在藐视法庭罪下被判罚款或坐牢。

蒙受损失的消费者，可把商家告上小额索偿法庭，索偿额在3万元以内。消费者也可按合同法或民事侵权法起诉不良商家，但此前应设法通过调停解决。



至于什么是不公平交易，公平交易法令附录二列出27种情况，主要是一些虚假声明，例如冒称货品或服务有某种特定标准、品质或来源；又如冒称为了解某种原因，以特价提供某些数量的货品；或冒称货品质地有客观评估及科学报告支持等。此法令是一个全面保护消费者权益的法律。

以下就一些具体问题解答。

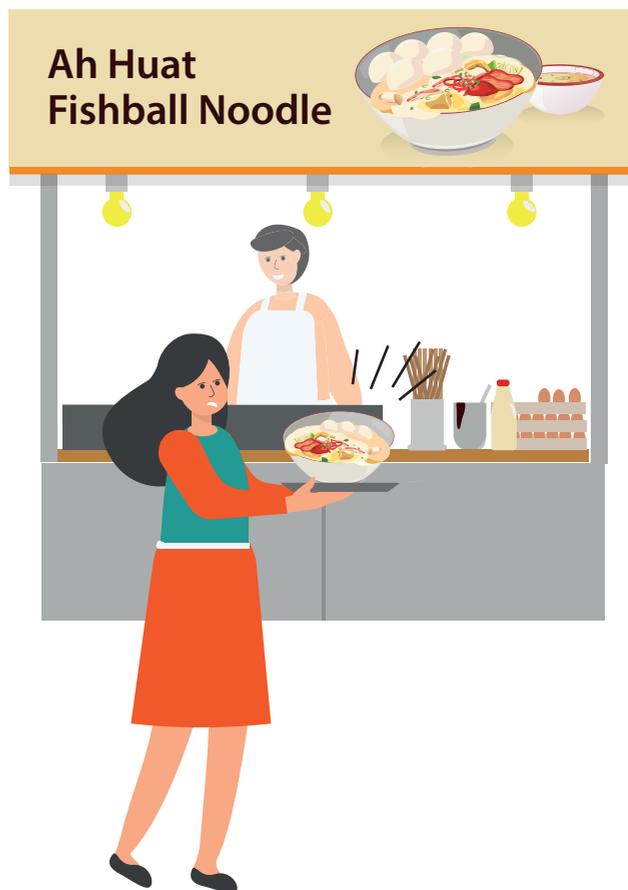
## 1 小贩摊的食物照片比实体大且诱人，有问题吗？鱼丸汤的照片有八粒鱼丸，实际只有七粒，可追究吗？如果广告注明“图片只供参考”，是否就成了商家的“免死牌”？

这两个问题涉及两点，一是“夸张”，一是“免责”，判断标准是“它是否合理”？

小贩摊或餐馆餐牌上的食物照片让人食指大动，却与真实的盘中餐不太一样，应该没有法律后果。只要不是夸张到不合理或离谱到变成误导或欺骗，应该可以接受。在美国，汉堡包店外的照片曾引起诸多议论，指照片上的汉堡包色彩鲜艳，有蛮多各种配料，但实体没有那么大，配料也没那么多。对此，法律学者认为那只是照片的一种夸张手法，并不是合同上的清楚条约。消费者虽然可以起诉商家，但胜算不高。

至于广告上特别注明“图片只供参考”，是类似“免责声明”的做法，是否有法律效力，就要看在那种特定情况下是否合理。若照片没有造成误导或欺骗，应该有效。因为人们明白那照片的目的，只是提供一般信息。但若照片里的鱼丸有八粒，实际只有两三粒，“只供参考”就可能没有效力了，因为这是不合理的。

再举一个例子，在美国有一妇女在快餐店买咖啡时被咖啡烫伤，索赔了200万元，后来快餐店的咖啡杯上都印



上“小心咖啡特烫”几个大字。这也是一种免责声明，是否有效很难说，因为若用的是纸杯，还是有很大的烫伤风险，但若卖时加上一个小托盘，可能就真可免责了。

## 2 “最后促销”持续数月，没有注明日期，违法吗？

要回答这个问题，要先看公平交易法令和广告守则怎么说。公平交易法令提到的不公平交易例子（七）说，“若商家说因为特定原因货物将以特价出售，却深知情形并非如此，那就是不公平交易，除非该商家有另外说明。”而且既然是促销就不太可能持续数月吧？这是其一。

促销的意思是价格有折扣或以特价卖。如果货物的价牌上长期写上原价多少，促销价多少，打多少折，这就违反广告守则第8.1条，该条文说若消费者已经认为或有理由认为该折扣价已经是平常价了，那就不能说是打折价，持续数月的促销可能已使促销价变成平常价了。这是其二。

公平交易法令提到的不公平交易例子（九）也说：若商家说某货品有价格优惠但实际上并没有，这也属不公平交易，这是其三。

所以上述提及的情况违背广告的道德标准，同时也违法。

### 3 没道明特价品的数量，供应不足引发混乱场面，消费者只能自叹倒霉吗？

商家这么做违反广告守则第10.1条，即商家必须确保有足够的货品来应对他的广告或促销所招致的可预见需求。

至于是否违反公平交易法令，严格来说是违反。该法令第4条解释何为不公平交易时说：“若有商家做或说一些事，或忽略做或说一些事而造成消费者可能被骗或被误导，就是不公平交易。”除非商家有说明货品数量。

消费者可以起诉商家，虽不值得这么做，但至少可以向消费者协会投诉。

### 4 新加坡广告标准局是否管制美容院的“之前”与“之后”对比照片？如果明星代言产品，是否一定要使用该产品？如若不然，是否违法？

过去美容院的广告常有“之前”与“之后”的照片对比或产品代言人的现身说法，现在比较少。这类广告必须符合广告守则，即“关于某些认为可以客观查明的描述、声称或比较，广告商必须能提供事实依据。”至于产品代言人的现身说法则必须是真实的，而且必须是代言人的个人经验（这种经验必须是一般使用者的经验而不是代言人的个别特殊经验）。如果这类广告不会造成不公平或误导的话，广告标准局会按具体情况允准。（见广告守则第1.1条和第3.1到3.5条）。

2024年9月12日《联合早报》就报道了因违反法庭禁制令而被判藐视法庭罪的第一宗案件。美甲Nail Palace两间分店的职员，误导顾客签下真菌护理配套，并让顾客误以为从店内取得的口红是免费的，这致使竞争与消费者委员会向法院申请禁制令，要两家分店停止这么做，

并自费在报章刊登全版通告，声明做出不公平交易和阐明禁制令。不料这两间分店不但逾期刊登广告、广告没有用四种语文，而且字体小到几乎无法阅读。竞争与消费者委员会因此提告两间分店和公司总裁，两分店各被判罚款1万5000元，总裁监禁四个月。

### 5 如果歌手在舞台上拿着麦克风假唱（幕后播出录音），有违广告中的“演唱会”字眼吗？

演唱会顾名思义是歌手现场以真声献唱。假唱是播放预录的歌声，由歌手对口型表演。对于买票去欣赏真正演出的人来说，听到假唱会感觉受骗。

中国有“营业性演出管理条例”，授权当局对付假唱行为，违者可被罚款人民币5万到10万元。例如台湾的五月天乐团2023年在上海演出，就有人在网上指出，演唱的12首歌中有五首是假唱，引起轩然大波。后经上海有关当局调查，指控不属实。

说实在的，假设演唱者有近半节目是假唱，那肯定不行。但若只有极小部份，例如摇滚演唱或边唱边跳舞的歌手，表演时喘不过气来，假唱一段应该情有可原，但不能太长太多。

新加坡没有类似中国的条例，但若演唱会的假唱情况严重到可能违反公平交易法令提到的不公平交易例子（四），即“指明货品或服务是有某些标准或品质，但实际并非如此。”那就是挂羊头卖狗肉，违法了。





第12届宗乡青年体育节于10月27日圆满落幕。图为主办方与参与代表合影。

# 青年体育节 建立跨种族友谊

场内互相较劲，场外衍生友谊。



文 | 钟芝娜 图 | 新加坡宗乡会馆联合总会

**第**12届宗乡青年体育节自7月开幕以来，精彩赛事不断，至10月27日终告圆满落幕。期间共举办了五项体育赛，包括保龄球、羽毛球、篮球、乒乓球和足球比赛。令人欣喜的是本届参赛队伍比往年增加了20%，吸引了超过1000人参赛，其中还包括友族同胞和新移民。

跟以往的体育节相比，本届的活动亮点纷呈。主办方特别邀请多名体坛好手为比赛助阵，保龄球国手王伟雄、前任足球国脚拜哈基 (Baihakki Khaizan) 和乒乓球国手舒麟茜现身说法，与参赛者交流和分享宝贵经验。

此外，有别于往年只有保龄球赛设有趣味奖，这回每个体育项目都增设了这个环节，提高了赛事的参与感与趣味性，意味着未必最高分才能得奖，特别的技术和运气都可能为自己赢得一份小礼品，让赛事更添乐趣和惊喜。

宗乡总会青年体育节自创办以来，已经从一个展现竞技体育精神的的活动，逐渐成为促进不同族群了解以及会馆交流合作的平台。

10月27日，体育节闭幕式暨颁奖典礼在宗乡总会礼堂隆重举行，碧山-大巴窑集选区议员安迪在颁奖典礼上致辞时表示，这个活动凸显了健康和凝聚力的重要性，也让年轻人有机会建立跨种族的联系和友谊，强化社会结构。

宗乡总会副会长曾建权也认同，他在致辞时说，体育节为年轻人提供了参与体育、培养团队精神和加强社交联系的机会，并让他们能够更深入地接触华社。

他承诺，宗乡总会未来会继续为年轻人搭建更多交流平台，推动他们在体育和文化领域的全面发展。同时，他也希望青年人把这种热情与毅力，延伸到学习和生活中，成为推动社会积极发展的力量。

本届体育节也首次开展延续活动，筹委会与宗乡总会的“青年兴趣圈”联合



## 天府会、九龙会交接棒子，吸纳新血



新加坡天府会新一届理事出炉，杜志强（左）卸下会长一职，交棒给胡军辉（右）。（图：新报业媒体提供）

新加坡天府会24年来积极协助新移民融入本地社会，如今的核心创会成员中，许多落户本地已经30年，子孙亦服役，新一届理事会中也有九成入籍新加坡，标志着天府会正从新移民社团转型为本地社团。

天府会是新中两国建交后的首个新移民社团，会员逾3000人。10月26日，69岁的创会会长杜志强本着社团应该新陈代谢、吐故纳新的想法，交棒予胡军辉。

新会长胡军辉，59岁，定居新加坡30多年间活跃于社区建设，并获颁公共服务奖章（PBM）。他于2020年加入天府会，当选会长后表示，“服务社团最重要是有热情、爱心和能力，唯利是图只会给社团带来危机。”他表示，天府会将会稳中求变，继续协助新移民融入，凝聚本地社会。



新加坡九龙会选出新会长夏余昊（前排左二）引领团队。（图：九龙会提供）

无独有偶，新加坡九龙会也在10月28日更替领航人。新会长夏余昊（Daisy Ha）来新加坡12年，从事金融，主要协助中国大陆、香港及东南亚企业拓展资本市场融资业务。她于四年前加入九龙会后，积极参与社会关怀工作。

她受访时表示，九龙会将继续通过文化交流活动，协助新移民融入新加坡生活。同时，也将从两方面吸纳更多的新血。其一是吸引现有会员的第二代加入，其二是向近五年来自中国大陆和香港的金融界精英招手，希望从事金融、基金和家办业务的专才，能成为九龙会的中坚分子，贡献力量。

拥有600多名会员的九龙会，将在2025年2月18日办35周年庆，主题为《家有喜事》，借这部香港电影带出即便家中成员性格各异，也能充满情趣，热闹非凡。

主办“以箭会友”射箭交友活动，让举办的运动更为多样化。宗乡总会希望借此了解青年对射箭运动的兴趣，并为志同道合的青年人提供一个交流和共同成长的平台。11月16日举办的射箭活动吸引了约70人参与。主办方在现场安排了教练，现教现学并以友谊赛画下句号。

本届宗乡青年体育节是由新加坡宗乡会馆联合总会主办，新加坡晋江会馆、新加坡永春会馆、武吉班让客属公会、丰永大公会、符氏社（祖祠）、新加坡海南会馆和新加坡江苏会协办，新加坡广东会馆、新加坡安溪会馆和新加坡南安会馆协办。活动同时获得国民融合理事会、新加坡宗乡会馆基金和文化配对基金的支持。

新加坡永春会馆赢得了保龄球、羽毛球和篮球比赛的团体冠军，是本届

青年体育节的大赢家。而获得足球团体冠军的是公众团队TKO，这也是由友族同胞带领和组成的团队。

32岁的普拉萨德·塞尔瓦拉朱（Kelvin）是TKO足球队的一员，自2016年便开始参加宗乡总会的体育节。他回忆说，那时他还在共和理工学院求学，是在偶然的机会上报名参加宗乡总会的体育节。至此之后欲罢不能，几乎每届都参与，只有两次因为不在新加坡，时间配合不来而没有参加。

Kelvin说，他很感激宗乡总会这个平台，他作为印度族，从这个赛事中感受到新加坡不分宗教、不分种族的包容性，也通过体育节认识了很多朋友，这些都深深吸引了他，让他觉得参与赛事是一件非常开心的事。

他说，球队教练也一直教导他们应该回馈社会，因此他们会从比赛赢得奖金中，拨出一半捐给弱势团体。



异族也来参赛。Kelvin（左）是冠军足球队队员。

# 你走进 AI 生活了吗?

AI技术来势汹汹，  
你是热烈拥抱，还是心存警惕？

图 | iStock





陈春梅  
义务教师

在我看来，AI还没有完全替代人工。我使用过chatGPT，发现它有不准确的地方，所以对它尚有保留。虽然它确实带给我很多生活上的方便，但我没有完全依赖它，我会测试，也会核实。

我发现现在小孩子居然开始用chatGPT来做功课，譬如说给他们一个作文题目《我的家庭》，结果我看到的是几乎相似的文章，一看就不是自己写的。一来，小学生不可能写出那样的语句，而且原来是一家五个人的，怎么文句里会是一家三口呢？显然不是自己写的。

我不是说学生不能使用AI，通过跟AI互动找寻答案，也是学习的一种过程。可使用AI，需要很强的自律性和自学能力。

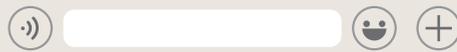
就以作文来说，能写好一篇文章不是一蹴而就的事，这需要经过一段时间的模仿与学习锻炼，如果学生能从AI生

成的文章中背下一些好句子，慢慢摆脱对机器的依赖，就是学习上的一种进步。

我认为，好学的人会越来越好，因为他们利用AI的高效，促进自己的学习。但是，也有的人会越学越懒，什么都依赖AI，一旦少了AI就什么都不是。社会以后会出现严重两极化，没有中间层。

我需要再强调的是，对于AI的结果不能照单全收，你可以使用它所提供的答案作为一个参考，但不能直接用它来解决问题。

**网友@马炮炮：**关键不在于AI，而在于使用的人。具备竞争优势的不是懂得使用AI的人，而是那些懂得使用而又不完全依赖AI，兼具创意、独立思考的人，才是强者。



吕伟胜  
科技学院董事长

我认同AI的发展是利大于弊，这并非我的公司从事AI培训才这么说的，而是从宏观的角度看，这是人类社会的一个新台阶。

回顾以往的工业革命，都能让人提高工作效率，并改变人类的生活方式。AI的出现，可以减低时间成本，提高生产力，让人从紧绷的工作中解放出来。与此同时，它亦会对就业市场造成一定冲击，社会对其产生疑虑、抗拒的心理也是可以理解的，最大的恐慌应该就是自己将被取代。

AI已经是社会发展的大势所趋，如果不想在这新一波浪潮中被淘汰的话，最好的做法就是主动参与。

在中国，目前一些电商平台、医疗平台早就已经用人工智能来替代人类了，你去向店家查询问题时，面对的可能就是一台AI机器。

以前的机器人操作比较生硬，不太好用，现在有很多的AI公司为其他传统企业提供第三方的服务，公开开源代码，为企业提供训练。例如，如果将机器训练得熟悉公司业务，那么它就可以取代客服，来跟客人直接沟通，这是一个市场上较广泛使用的例子。

AI目前还在进化的阶段，10年内它的能力肯定会更强，我觉得每一个人都应该好好拥抱它，学习它，而不是排斥它。

**网友@Aaron：**AI结合机器人必将替代人类大量重复性的工作，AI也令各行业重新革新，譬如未来车辆都是无人驾驶，人类开车反而不安全。人类现在犹如站在马车和汽车的工业革命节点上，有生之年必将看到碳基生命和硅基生命在同一世界的共同生存发展。





宋鹏  
口译顾问

很多人提到AI，总是围绕在是否会被取代的问题上，我觉得未来社会的竞争，不是机器和人之间的竞争，而是懂得善用AI和不懂得使用AI的人之间的竞争。

就以同传口译员来说，AI的出现提高了我们的工作效率，而不会取代我们。

机器是可以做到人做不到的东西，譬如AI对数字，地名会抓得比较准，而且它的反应速度是不受情绪影响的，但是人有的时候就不行了，是吧？

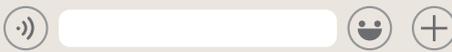
可是经由机器翻译出来的成果，也不是百分百准确，特别是在会议的现场面对来自不同国籍，不同口音的发声，它的翻译可能就会出现偏差，加上机器的翻译结果总是很“冷”，所以我们就必须要在上面做一些加工，把人的温度与人的味道加上，这才是未来的发展方向。

从2018年开始，我就开始在用人工智能来协助翻译的工作。有别于其他行

业，口译员在接获工作后，需要做大量的事前准备工作，例如翻阅资料、查询关键词都会耗费很多时间。如果有了AI的辅助，在经过自己融会贯通之后，可以更精细地翻译，提高质量。

人类的大脑其实非常复杂，人工智能也只不过是模拟人类大脑，它并不算精密，它也会出错，最后还是要经过人的判断。

**网友@小璇：**各类AI工具功能逐渐丰富，确实对日常工作中简单繁琐的部分有效率提升，但还是觉得日后更应该赋予AI工具功能而不是取代人的创造性。从媒体工作者的角度，也希望AI工具的准确度能更高，持续完善自动总结文章和视频的关键点等功能。



陈浪  
语言学博士

我是一个尝鲜派，所有生活中无处不是AI的影子，几乎天天都用上。

一提到AI，很多人总是担忧它是否会取代人类？又是否会造成很多造假的犯罪，我觉得是多虑了。因为，任何由技术所产生的难题，都能以更高的技术来解决。在AI出现之前，不都出现过造假音频、造假图像，甚至造假视频吗？后来不也都有一些更新的技术识别出来了吗？

我本身从事科研，也是个独立的学者，会利用AI辅助做一些科研，最大的帮助就是帮我写代码。以前就是自己写，自己想逻辑，亲自写，现在基本上就是AI代劳。

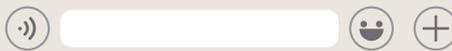
现在的AI只不过是一个大语言模式，它并不能产生思想，只是模拟了人的说话方式。目前的AI充其量只不过是做一个概率的预测，它分不出对错。

另外，它是被设计出来讨好客户的，

所以它会永远认为你是对的，不会反驳你。团队也会事先灌输它正确的价值观，有关色情、恐怖主义、暴力等话题都全给挡住了。

虽然我使用AI，但我却没有尽信AI。因为它不会分真假，不会核查事实，它给你的答案都是从网上搜集而来的。毕竟网上也有很多假话，你说，它的东西会百分百正确吗？

**网友@Yiman：**AI作为解放生产力的工具，能够有效减少重复低效工作对精力的占据和消耗，让我们聚焦于重要决策和规划上。但是过度依赖，也许会导致人们阅读能力、语言能力和思考能力下降，知识产权和学术诚信也是另一重要考量。





江芳芳  
模型设计师

我不否认AI技术对我的工作流程起了非常大的变化，它缩短了 workflows 的时间百分之五十以上。但我不会依赖AI完成自己的作品，它可以给予我灵感，我利用它为我生成图像，觉得满意了，才动手制作。

我是在前期设计和出方案的时候要用很长的时间，AI的产生提高了我制作效率。

很多人担心AI的出现是否会导致工作被取代，这点我并不担心，因为AI也只是一种工具罢了。我更担心的是，因为有了这个技术，很多人可能都不去创作，久而久之，人的思维、创作力一定会退化。

如果延伸到整个行业的发展，业界大量使用AI，而真正去创作的人，数量一定不及AI，所以社会上的人会看到大量AI生成的东西，AI对普通人的审美也会产生很大的影响，反而创作者没有市场，最

终导致一个行业的退化，甚至没落。

以前要培养一个插画人才，需要花很长的时间，现在有AI代劳，那么以后社会或个人是否有耐性去养成这种技术？他用了AI之后，就不会花时间继续学习、深研他的技能。缺乏了最底层的基石，完全靠机器，那么未来就不会有新图片，因为大家都是在同一个数据库里不断复制。

这种缺乏新意，不断重复性的动作才是最令人担忧的。

**网友@灰灰：**过度依赖AI会使人类失去自我思考能力。AI的应用必须限制在一定范围之内，否则人类的未来也许就会像电影里演的那样，慢慢走向毁灭。





胡刚  
武术教练

我接触AI不是特别多，以前是用在中国的居家方面，就有人工智能的设置，不用动手，只是开口就帮你解决一切了。在新加坡反倒没用，因为生活成本太高了，况且这里有女佣就能搞定。

让我来说，女佣与AI，各有优缺点。AI有效率，给予另一种便利，但由人来做，则比较灵活。好比扫地，机器人也可以扫，但它肯定不比女佣来得仔细。AI嘛，它会帮你把通风系统打开，把音乐放好，但如果你要它帮你切盘水果、榨果汁，它就做不出来。

我也曾尝试过将AI与武术教学结合，原本的构思是想通过AI，制定一些标准化动作，供学生学习。在研发的时候，我发现武术动作是很难标准化的，因为每个人的身体结构不同，武打招式使出来也展现了不同的风格，我不能将他们“绑死”在同一个模式里，武术教育

是应该因材施教。

因为觉得这套武术教育的AI研发使用性不大，但研制的过程却非常耗时耗力，觉得不实际，也就没有继续下去。

当然，AI的发展肯定会对人的生活越来越好。不管是从生活，还是从工作的层面看，或多或少都会提高生活的效率与品质，但人也可能变得越来越有依赖性。任何东西都有利与弊，AI也是一样，都是一柄双刃剑，是好是坏，取决于用的人。

**网友@Jess：**在拥抱与警惕中找到平衡，AI可以帮助我们解决问题并提高效率，但同时需要警惕潜在的数据、隐私泄露的风险以及伦理问题。





感谢舌尖上的狮城及其粉丝参与话题讨论。期待更多人参与这个跨平台的讨论。

# 护理上门， ， 随需而至

不用担心家中老人，不用请假陪复诊。

文 | 吴晓君  
图 | 受访者提供

你是否碰过这样的情况：原本准备在两天后带母亲到医院复诊，却突然接到通知说当天需要出席一个会议，你只得将复诊推迟。又或是，你家中有年长者曾经跌倒入院，你在工作时担心他可能又会在家里摔倒，总是放心不下。



家恩 (Homage) 联合创始人郑彬彬。

这时，临时看护者将能助上一臂之力。你只需通过手机应用发送请求，就能获配对一名看护者，让对方上门帮你接送家中的年长者看医生，或在家中照顾他们。

这样的护理配对服务有助缓解人们照顾年长者的压力，而且使用方式方便简易，越来越受欢迎。

## 专人看护，安心工作

家恩 (Homage) 是一个可依据个人需求提供看护和护理服务的平台，服务范围涵盖一般居家看护、居家理疗 (物理治疗) 和特殊护理 (如手术后护理、中风康复护理、失智症护理、慢性病护理等)。用户可选择一次性、定期或长期服务，时长最短为一小时。

与之配对的医疗护理人员方面，则包括了擅长不同领域的合格看护者、护士、专业治疗师和医生。收费按服务项目、时长和所配对的医护人员而定，最低从每小时23元起。



从专业护理到一般的饮食起居，护理人员都能登门提供协助，让年长者享有更优质的晚年生活。

这样具高度灵活性的服务自2016年推出以来，迅速吸引了消费者的目光。如今，平台每天提供的护理服务达到数千次，范围也从新加坡扩展至澳大利亚和马来西亚，注册用户和护理人员的人数在持续增加。

家恩联合创始人郑彬彬表示，她是因为看到现今家庭在护理方面的需求及面对的挑战后，希望提供解决方案，让护理更个性化，更方便获取。她认为，数码平台可作为一道桥梁，拉近有护理需求者和护理人员之间的距离。这样一来，家中有年长者的人就能兼顾亲人和个人所需，不必在工作和个人生活方面作出太多取舍。



康复治疗是家恩护理服务配对平台提供的其中一项服务。

平台的一大特点是能“随需而至”。对于那些不需要24小时或长期照顾的年长者，用户只需在必要时寻求服务。至于想自己照顾亲人又不想牺牲工作的人，也可通过平台请人白天来家中提供看护，无需聘请保姆或把亲人送到护理机构。

“顾客可以通过我们的平台找到合格、可信赖的护理人员，与此同时，护理人员能享有灵活的时间安排和职业发展机会，双方都可从中受惠。”

### 弹指间可获登门护理

郑彬彬表示，在各种服务中需求最高的项目是，二至四小时的个人看护、护理和康复服务。这是因为人们都希望确保家中老年长者在安全的情况下，进行日常活动。此外，在人口老化的趋势下，人们也越来越意识到除了护理机构，优质的居家护理服务也是另一个选项。

“平台会根据服务所需的专业知识、时长等因素进行配对，例如，中风后出院的患者需要的是个人看护和康复治疗，获配对的将是拥有相关认证和专业知识的护理人员，以及可以制定良好复健方案的治疗师。若碰到紧急需求，我们也会尽可能满足，在24小时之内完成配对。”

目前，向家恩注册的合格护理人员在新加坡、澳大利亚和马来西亚三国已超过2万5000人。他们拥有不同领域的护理经验，经过资格审查和背景筛查，也曾参与培训计划。

此外，平台的操作简易。通过专属的应用程序，用户弹指之间便可预定服务、读取护后报告、管理户头和完成付款。这种以高科技、高感触（high touch）为基础的运作模式非常符合现代人快速的生活节奏。

### 减轻传统医疗负担

家恩的用户来自不同年龄层，但大部分是需要照顾年迈父母或至亲的人。与此同时，他们也和医院及护理机构合作，提供可获津贴的登门护理服务。

和许多国家一样，新加坡面对人口老化和医护人员短缺的双重挑战，而家恩的存在可说是起着独特又重要的作用。对此，郑彬彬解释，平台“随需而至”的运作模式能让护理资源得到有效分配，惠及更多有需要者。这也让护理人员能制定适合自己的工作时间表，而更愿意加入或留在护理行业。此外，家恩也为对护理感兴趣者提供培训，协助扩大新加坡的护理队伍，以满足不断增长的需求。

“平台的灵活服务让不需要住院的人能够在家接受护理，这无形中减轻了传统医疗机构和医护人员的一些压力。”

她说，目前正在积极地与医疗服务提供者以及政府机构进行各种合作，包括开发可提高护理管理效率的软件。

“我们的目标是继续扩大我们的护理网络，增强技术以提供更个性化的护理服务，并向东南亚和大洋洲扩张。我们也希望让护理服务尽可能便捷、无缝接轨，让顾客和护理人员都能拥有更好的生活品质。”

在外籍女佣还未进入新加坡之前，广东妈姐是一般富贵人家或中等家庭的好帮手。随着时代与环境的变迁，“妈姐”如今已成为行业的历史名词，尽管如此，年长一辈依然记得她们的贡献。

不愿名字见刊的第二代企业家林先生说：“我们小时候很敬畏妈姐，我们顽

皮不听话时，她会告诉父亲，父亲就会处罚我们，我们不怕妈姐，因为妈妈不会告诉父亲。”

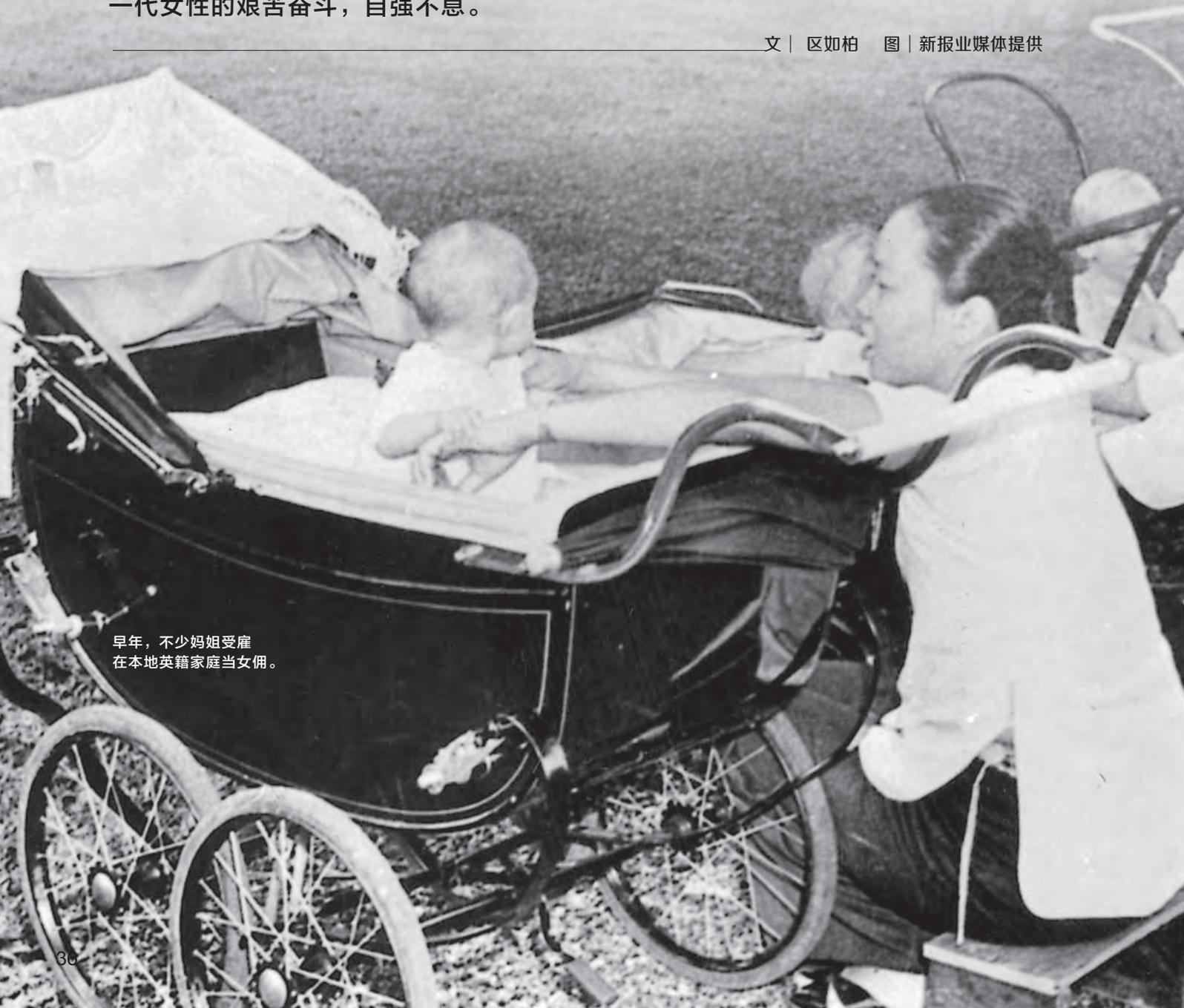
另一名老板张先生也说，“小时候家里的妈姐会定时煲凉茶给我们喝。她说，天气热，小孩子一定要喝凉茶才不容易生病，我们只好乖乖地喝。”

从前雇主聘请妈姐除了做家务之外，还授权妈姐管教孩子，照顾孩子的饮食和健康。雇主甚至会把妈姐当作家庭成员看待。

# 寻访妈姐的足印

一代女性的艰苦奋斗，自强不息。

文 | 区如柏 图 | 新报业媒体提供



早年，不少妈姐受雇  
在本地英籍家庭当女佣。

## 妈姐从哪里来？

1819年莱佛士爵士率领舰队抵达棋樟山(St. John's Island)，与管辖新加坡的柔佛天猛公签订协议，英国以每年3000西班牙币租借新加坡岛。1924年英国东印度公司(英国开拓殖民地的机构)再与柔佛签订条约，柔佛苏丹正式割让新加坡给英国。此后，殖民地政府引入大批移民开辟新加坡。

1819年至1937年间南来新加坡的华族移民可分为两类。一类已在中国事业有成，他们听说新加坡是个很有发展前景的新天地后，便到新加坡来拓展业务。如广东新会人经营的“中街七家头”(中街即直落亚逸街)：朱广兰、罗奇生、广恒、朱有兰、同德、罗致生、朱富兰七大粮油杂货商行。

另一类是从闽粤两省南来开拓农场、种植园林或经营各种行业的人。这些先辈在新加坡落户后建立家庭，急需女佣做家务和照顾小孩。

自1840年，中国因“鸦片战争”，与英国签下《南京条约》，割地赔钱之余，国运也一直下滑，国内民不聊生，导致不少青壮男女往海外谋生。当时的新加坡被视为只要勤劳就能生存的地方，于是南来的男性多为工人或店员，女性则通过同乡介绍当家庭女佣。

当家庭女佣的广东女子被称为“妈姐”，身穿黑色长裤和斜襟布纽的白色或浅色上衣(俗称“阿妈衫”)。她们能烹饪、打扫、洗熨或照顾小孩，并且对雇主忠诚，赢得人们的口碑。

广东妈姐多数来自粤语方言群的顺德、南海、番禺、东莞、中山、新会、台山、高要、鹤山、开平及恩平等县市。来自三水和清远的女子较多从事建筑即起卸货物的劳力工作。广东妈姐当中以顺德妈姐的人数最多，而顺德妈姐又以均安(旧称江尾)妈姐居榜首。她们南来时多数是云英未嫁的少女，也有少数是已婚少妇，为了生活远走他乡。



## 从七夕看妈姐手艺

西方有情人节，华人也有情人节，那便是农历七月初七的乞巧节，也称“七夕”。古人借牛郎与织女相会的这个日子，表达对爱情坚贞不渝。

大约在1963年马印对抗之前，牛车水一带是广东人聚居的地区，在农历七月初六晚上，这一带是手工艺品展览的地方。其中以恭锡街的潮荷同乡会、水车街的沙浦同乡会以及安祥山的欧阳家族宗亲会的人潮最为拥挤。人们都涌入她们的会所，浏览拜乞巧节的展览品。

那些展览品都是由妈姐会员和家庭主妇会员亲手制作，她们将西瓜、木瓜、柚子等雕成精致的瓜果灯，也有用丝绸或纸扎成牛郎织女或地方戏曲人物，还有用芝麻、莲子、绿豆、红豆等堆砌成各种人物和场景，如平贵回窑、牛郎织女相会、西厢记、红楼梦、薛仁贵征东等，非常生动讨喜。

恭锡街、若泉街和德林街是大坡的红灯区，称为“金三角”，区内的阿姑借乞巧节寄托她们对爱情的向往，并展示她们的身价和收入。她们在楼下摆香案，展示各种精致的手工艺品，那些展览品都是由伺候她们的妈姐制作的。妈姐的这些手艺是她们年少时跟长辈学的。



妈姐的日常用品，包括梳妆打扮的用具、煤油灯和瓷枕。妈姐一般自己梳发打辫，要外出或节庆时才会特别请人打理。

从前广东妇女的妇人身份很容易辨认，已婚妇通常会梳一个发髻在脑后，妈姐则梳一条长辫子。她们对于雇主很忠诚，当雇主有困难时，她们会到庙里求神拜佛，为雇主祝祷，她们也很爱护雇主的小孩，尤其在饮食方面，除了做饭煮菜，还会煲汤煲凉茶，照顾一家大小的健康。

妈姐一般很少随意更换工作，很多妈姐在雇主家为两三代人工作直到退休。笔者的一位长辈朋友的妈姐退休后，虽然住在估俚房。但小主人和她保持密切联系，常到估俚房探望她，而她临终前也把自己的金首饰分送给几个已成家立业的小主人留念。

### 妈姐非常照顾家乡亲人

笔者是广东新会人，新会中有不少女性过番来当妈姐。从前新会县的潮连和荷塘同乡在恭锡街有一个潮荷同乡会，会员当中不少是妈姐，其中一名同姓的妈姐就常上门，找笔者父亲帮她写家书给在家乡的弟弟和在香港的妹妹。她除了常常汇钱回乡给弟弟之外，也在妹妹的要求下，汇钱帮助妹夫开药材店。

## 当妈姐，为逃婚

为何要当妈姐？一般有两大因素：一是为了养家活口；一是逃避婚姻，追求自由。

曾有一名来自顺德麦村的受访妈姐说：“做人媳妇甚艰难，清早要打水给家婆洗脸，吃饭时要像婢女般在家婆身后服侍。除了家中大小事务，还要到田里劳作，永无休闲，所以在我们的村里，10个女子当中，有八个是到外地工作的。”

当时还有一个古怪的风俗，就是女人婚后仍须住在娘家，只有过年过节才回婆家帮忙祭拜祖先，同时小住一阵。这种夫妻相隔的情况一直持续到女方怀孕为止。

资料来源：1984年3月22日《联合晚报》《梳不尽的岁月》



身穿白衣黑裤的妈姐梳起不嫁，终身为雇主效忠。



妈姐伺候雇主一家大小，毫不懈怠。

到了晚年，有些妈姐继续留在新加坡，她们大多数参加所属的同乡会如潮荷同乡会、沙浦同乡会、顺德会馆、欧阳家族宗亲会等。从前她们在牛车水一带租赁共同落脚的估俚房，已经受市区重建的影响而搬迁到红山的组屋，两人共住单房式的组屋，安度晚年。

也有些妈姐告老还乡，回返自己的祖籍家乡。笔者于1995年到广东顺德县均安镇，在均安镇侨务办公室的协助下，到冰玉堂探访了几位告老还乡的妈姐。

冰玉堂寓意玉洁冰清之堂，是顺德均安侨姑婆们聚会的地方。受访的三位妈姐都有一些积蓄存入银行，赚取利息作为日常开销。她们都有侄儿侄女在均安镇，闲暇时便到冰玉堂聊天，生活还算惬意。

### 妈姐的估俚房

从前过番的妈姐都是由乡情凝聚在一起的，较早来的妈姐三五成群或七八个人共租一个房间，以备生病或转换雇主的过渡期间有一个落脚或暂住的地方。她们把共同租赁的房间称为“估俚房”或“妈姐房”，类似福建单身男性

## 估俚房的阿姑婆

阿姑婆是妈姐对年老妈姐的尊称。通常估俚房由一名退休的阿姑婆租下，同住的妈姐每人每月付三元给阿姑婆，当租金、打扫和拜神用，剩余的就是阿姑婆的收入。

由于妈姐在本地多数无亲无故，因此会把阿姑婆当作妈妈看待。阿姑婆除了要打扫房间，早晚给神明上香外，还要负责把来自家乡的消息传达给同住的妈姐，帮她们处理种种琐碎事务，所以妈姐在回估俚房时，大都会送点米粮之类的东西给她，以答谢阿姑婆对她们的照顾。

由于估俚房一般只是妈姐寄放私人物件，生病时养病，年老时栖身的场所，她们平日很少回去。不过，一旦同房的妈姐中有人生病或逝世，她们一定设法“回家”，生病的就包个红包给她，去世的，就交殡仪给阿姑婆，方便她料理后事。那时的雇主都很守旧，会要求妈姐探丧后必须换衣洗头发才能回返雇主处，所以，若是探丧，通常妈姐都不会告诉雇主，省得麻烦。

估俚房也有一条不明文规定，就是妈姐不能跟男人交往。为了维护妈姐梳起不嫁的名声，阿姑婆有权警告犯规的妈姐，再犯就得面对被逐出“家门”的后果。

然而坦白从宽，对于那些有意结婚，又一早就表态的妈姐，阿姑婆不但不会以“家法”惩罚，还会帮她打点妆嫁，让她开心嫁人。

资料来源：1999年7月25日《联合早报》《妈姐房里的50春秋》

的“估俚间”，海南单身男性的“公司楼”。

估俚房多数在大坡和小坡一带。从前新加坡河以南至武吉巴梭路称为大坡，新加坡河以北至芽笼一巷以南称为小坡，其中又以宝塔街（俗称广合源街）、登婆街（俗称戏院后街）、士敏街（俗称戏院街）和水车街一带。她们的私人物件也放在估俚房，一些退休的妈姐也住在估俚房。

妈姐很注重乡情，她们都参加自己所属的同乡会或会馆，从前的潮荷同乡会、沙浦同乡会、欧阳家族宗亲会、顺德会馆、番禺会馆以及东安会馆等都有不少妈姐会员。后来潮荷同乡会因会员减少，会员们集体加入冈州会馆（冈州会馆是广东新会县人的组织，潮连与荷塘是新会县内的两条乡村）。

因此，妈姐除了估俚房之外，同乡会和会馆是她们的大家庭。

下期预告：昔日的打石街和打铁街



# 马来人取名文化

名字竟与身份证不同？没有姓氏，却有回教意涵？

资料来源 | 《马来文化之旅》 图 | iStock

**马**来社会的发展受到多元文化的影响，在不同阶段有着显著变迁，因此马来人的名字经历很大的转变。

最早的马来土著或原住民的名字，还没有受到多元文化和宗教的影响，它们主要反映了人物形象、周围环境和大自然事物。例如：Bukit（山）、Pungut（拾起）、Kurus（瘦）、Hitam（黑色）、Mawar（玫瑰）、Khamis（星期四）、Bulan（月）。

## 名字受哪些文化影响？

另外，马来人受印度文化影响的名字和名衔就有Raja，那是印度文的王，还有Dewi是女神，Sri的意思是光明、吉祥和圣等。Parameswara是满刺加国（马六甲王朝）开国君主，原为室利佛逝（三佛齐）巨港城的王子，传统信奉印度教混合佛教。

至于马来名Hang Tuah、Hang Jebat，根据一些历史学者的推断，Hang

Tuah与其他名字带有Hang开头的人物极有可能是明朝福建闽南一带往南洋迁移的汉人，“Hang”是“洪”氏（闽南语发音为Ang）；“Tuah”是闽南语“大”的发音，Hang Tuah（洪大）是闽南人对洪姓首领的一种称呼，与Hang Jebat和其他名字带有Hang者同为洪氏一族。

不过有些名衔如今只出现在民间故事里，并与过去的含义稍有不同。例如“Sang”曾是用来象征贵族的名衔（如Sang Nila Utama，室利佛逝巨港城的王子），现在通常只用于故事或童话中的人格化动物，如Sang Kancil（鼠鹿）和Sang Hrimau（虎君）。

随着时代改变，新的称呼也相继出现。如“Tuan”用于男性，“Puan”用于女性，“Che”后来演变成称呼男性的“Encik”和称呼女性的“Cik”。

### 哪些名字有英雄的意涵？

回教传入马来群岛后，马来回教徒也开始选用有宗教文化含义的名字。由于回教语言是阿拉伯文，因此在取名字时也用上阿拉伯字。一些马来父母会为孩子取有回教意涵或圣人、英雄的名字，希望孩子长大后也拥有高尚美好的品德。例如：

Ali：回教四大哈里发（Caliph，指先知默罕默德的继承者）之一。

Hamzah：回教先知的表亲，称为“沙漠狮王”

Khalid：回教伟大的将军之一，称为“回教之剑”

Abdullah：真主的使者

Nurul Jannah：天堂之光

Saif-ur-Rahman：仁慈之光

### 为何给小孩取小名？

有些人相信，如果名字取得不恰当，孩子会蒙受病痛困扰。因此，他们会给孩子取第二个名字或小名。有些人的名字与身份证上的名字不同，便是这个道理。

### 能从名字看出是一家人吗？

有些马来父母为孩子取名时，会用开头同样的字，例如儿子取名Raji、Rajiman或Rajimin，女儿取名Rajimah，名字都有“Raji”。又或者在女儿的名字前冠上“Siti”，在儿子的名字前观赏“Noor”。

现在的父母也会把自己的名字结合起来，组成孩子的名字，只要顺口好听就行了。



### 马来人没有姓吗？

他们没有姓，个人的名字排在父亲的名字之前，中间是连贯词，男性用“bin”，女性则用“binte”。

例如以下三代的名字，画线的名字（即父亲的名字）只会传一代。

祖父：Ahmad bin Ali

儿子：Osman bin Ahmad

孙女：Sulaimah binte Osman

### 怎么尊称马来人？

对男性可称呼Encik（先生），如Encik Osman。女性的话，未婚女性可称呼Cik（小姐），如Cik Siti，已婚女士则称她为Puan Siti。

如果这两人已经到过麦加朝圣，那么Osman可在自己的名字前加上“Haji”称号，Siti则可以在名字前加上“Hajjah”，意思是“完成朝觐的人”。

# 奇葩口味南洋雪糕

猪肠粉、枇杷膏、菊花、枸杞、辣椒都是制作灵感，创意满满。

文 | 陈爱薇 图 | 陈爱薇、品牌提供

大热天来一球冰淇淋实在过瘾！“冰淇淋”这个外来词的起源，众说纷纭。说是公元前四世纪左右亚历山大大帝远征埃及时，将阿尔卑斯山的冬雪保存下来冷藏水果或果汁。又说是公元前400年，波斯人已开发先进冷藏技术，以大型地下洞穴隔绝沙漠热量，储存冰块。更有文献记载，最早冰制冷饮源于中国，早在周朝就有冬天储冰，夏天拿出来吃。

13世纪时，冰淇淋配方随意大利旅行家马可·波罗的《东方见闻录》漂洋过海，是上流人士才能享用的奢侈品。到了20世纪工业制冷技术日臻完善，冰淇淋才大规模生产。如今人们对冰淇淋的追求返回到精致手作。

新加坡过去10多年出现许多个性化冰淇淋店。好些品牌发挥天马行空的想象力，以在地食材创造南洋风味手作冰淇淋。它们尝起来像本地人熟悉的甜品、糕点或饮料，但又不失口感丝滑和奶香浓郁，尝一口就瞬间感受到清凉和欢乐。

## ★ Creamier ★

Creamier于2011年在大巴窰组屋区开设第一间店，如今已有五间门店。其雪糕均手工制作，招牌椰糖海盐口味，以纯浓椰糖和来自英国的手采海盐制作，尝起来香甜中带微咸。其他受欢迎的南洋口味有蝶豆花香草、黑糯米、红毛榴槿冰糕(sorbet)和泰式奶茶等。

店家也和本地品牌合作，如2024年配合国庆与东兴饼家合作推出蛋挞口味，冰淇淋内可尝到蛋奶和酥皮。两年前店家也和本地昆虫养殖和进口业者洽谈，探讨磨成粉后融入冰淇淋，或直接点缀在冰淇淋上。



## ★ Kind Kones ★

Kind Kones的最大特色是冰淇淋不含乳制品、鸡蛋、精糖和其他化学添加物，而且大多不含麸质(gluten)。品牌于2017年开业，在新加坡有五间门店，马来西亚有两间。

虽然少了一些传统制作冰淇淋的食材，但成品和一般冰淇淋相差不多。有一款冰淇淋，在巧克力口味内尝到火辣辣的辣椒，很是特别。班兰椰糖口味的基底是椰子冰淇淋，里头有略带苦涩的班兰叶丝，以及椰糖波纹。



### ★Udders★

于2007年开业的Udders,是非常成功的本地品牌,不仅在本地有五间门店,并在全岛添油站和超市售卖;也进驻马来西亚、菲律宾和印度尼西亚,在中国、荷兰、汶莱和英国也有销售点。



它的口味众多,如果专注亚洲风味,猫山王榴梿是必选,一款含榴梿果肉超过35%,一款更超过50%。一般超过三成榴梿果肉的冰淇淋就已足够味;当尝到含超过五成榴梿果肉,且是甘甜中略带苦味的纯正猫山王时,自然更爱。

加入新鲜水果的冰淇淋很难掌握,尤其是芒果。Udders却有泰国芒果和印度阿方索芒果(AlphonsoMango)两款。后者堪称芒果之王,香甜多汁的特色充分体现在冰淇淋内。

还有灵感来自香兰糯米糕(Kueh Salat)的口味,加了蝶豆花麻糬和班兰椰子冻粒。其他亚洲风味有泰式冰茶、东京抹茶、焙茶、新加坡煎蕊、黑糯米,和泰国嫩椰制成的冰糕。



### ★Tom's Palette★

2005年营业至今, Tom's Palette创意和玩味满满。2018年品牌曾与广和兴酱园合作,推出猪肠粉冰淇淋。2024农历新年有菊花红枣口味。8月配合马来西亚国庆,推出枇杷膏口味。三间门店推出的限量限时口味,有时也会不同。



### ★Island Creamery★

2003年创立的Island Creamery,是本地手作雪糕品牌先驱,除了自制冰淇淋,也售卖冰淇淋蛋糕。2024农历新年就主打黄梨挞、橘子马天尼鸡尾酒、黑芝麻奥利奥曲奇饼三种口味。



经典款黑糯米、煎蕊和拉茶口味仍常青,也有猫山王榴梿。黑糯米和煎蕊可以尝到黑糯米和煎蕊条,为冰淇淋添加口感和层次。

### ★Denzy★

Denzy Gelato2019年研发的香梨、姜和姜花口味冰淇淋,于同年获新加坡甜点协会评为最佳冰淇淋。2024年中再推出研发了八个月的无添加糖冰淇淋系列如:阿芳素(Alphonso)芒果雪葩、菊花枸杞、巧克力、黑芝麻和榛子拿铁五种口味,还添加益生元纤维。自2019年创业至今,已研发超过百种口味。

## 南洋风味冰淇淋的创造泉源

**黑糯米:** 马来文称Pulut Hitam,是一种将黑糯米煮开后再加椰浆制成的浓稠甜品。手作冰淇淋一般会将黑糯米捣碎后融入其中,冰淇淋略带灰,散发糯米香。

**煎蕊:** 中文名是Chedol的音译,是东南亚一带常见的甜品。煎蕊条以糯米粉或其他粉类制成,以班兰叶染成绿色。小贩会先在碗里放一勺煎蕊条,再刨一座冰山在上面后淋上椰糖浆,有些小贩还会加玉米粒、红豆、仙草等。

**拉茶:** 马来文称Teh Tarik,是加了炼乳、牛奶或淡奶的饮料。称为“拉茶”是因为小贩会用两个大钢杯倒来倒去,而且一手提得特别高,让红茶和奶充分混合,产生大量泡沫。拉茶一般较甜,拉茶冰淇淋也同样带有奶茶的香甜。

**椰糖:** 马来文称GulaMelaka,萃取自棕榈科树木上的汁液,也称棕榈糖。它比一般白糖浆粘稠,还带天然焦糖香,常用于各类甜点和冰品。好些店家会在焦糖冰淇淋内加一些海盐,咸甜交织。

**蝶豆花:** 这是在东南亚国家常见的亮蓝色花朵。泡在水中,水会转为蓝色或紫色,常用做天然食物染料。

**班兰叶:** 娘惹和马来族常将它捣烂,取其绿汁染色;用它煮食,也会带有特殊清香。它现在广泛用于各类食品,当然少不了冰淇淋。





# 腿脚抽筋怎么办？

从急救，到药物医疗，再到日常预防的指引。

文 | 新加坡北京同仁堂中医师林景春博士 图 | iStock

**腿**抽筋是常见病及多发病。下肢抽搐的典型发作为小腿后肌肉突然收缩，局部肌肉疼痛变形，触摸发硬而紧张，关节僵硬。腿抽筋好发于夜间，尤其在睡眠中。持续可以是短暂的，疼痛轻重不一。下肢抽搐经常好发于腓肠肌、股二头肌、股四头肌，以老年人及孕妇多见。发病机制不清楚，推测可以是以下几点原因：

- 1 运动过度、创伤、肌肉劳损。
- 2 环境气温骤降，例如寒湿天气、泡于冷水中。

- 3 不良行姿，例如久站久坐等。
- 4 身体脱水，例如严重泄泻呕吐、大出汗等。
- 5 局部微循环障碍，周围血管粥样硬化。
- 6 电解质失衡，有些是心脏病引起。
- 7 情绪过度紧张。
- 8 怀孕期钙离子失衡。
- 9 药物副作用，如利尿剂、降脂药、抗抑郁药、肾上腺素等等。
- 10 健康问题，例如肾衰竭、肝硬化、酒精中毒、甲状腺功能偏低。

## A 抽筋急救法

### 急性发作该如何处理？

1 小腿抽筋：可坐位或靠墙，双手扳脚尖使脚趾上翘，接着尽量伸直膝关节，热敷或轻度按摩放松紧张的肌肉。若患者仰卧，伸直双腿，抬高至垂直位，然后放下，保持膝关节伸直。

2 脚趾抽筋：要反其道而行之，即朝抽筋的反方向扳脚趾并坚持1~2分钟以上，即可见效。

3 游泳抽筋：先深吸一口气憋住，身体仰浮，用抽筋腿对侧的手抓住脚趾向身体方向拉，用另一手向下压膝盖，使腿后部伸展，缓解后上岸继续按摩休息。

### 抽筋的后续处理

- |           |                    |
|-----------|--------------------|
| 1 着地走动踢腿。 | 4 对肌肉搓揉。           |
| 2 热水冲身。   | 5 西药有止痛药或肌肉松弛剂。    |
| 3 冷热敷。    | 6 补充水分，避免脱水或电解质失衡。 |

## B 中医药疗法

小腿抽筋属痹症范围，中医认为脾主肌肉，肝主筋，肾主骨，这些脏腑失衡，气血不畅而影响肌肉的功能。治则以补养脏腑，舒筋通脉，温经散寒为主。常见证型有：

1 寒凝经脉：肌肉僵硬疼痛，得温而缓。可以当归四逆汤加减治之。

2 寒湿阻络：患者或有浮肿，肢冷沉重，得温痛缓。以散寒祛湿，温经止痛治之。用鸡鸣散加薏苡仁、苍术、芍药。

3 肝郁血虚：肌肉僵硬抽痛，麻木，伴有头晕痛。胸闷郁抑，治则为疏肝通络，养血熄风。用归芍六君子加柴胡、木瓜等。

4 气血两虚：小腿屈伸不利，患者多有神疲乏力，少气懒言，失眠多梦，目眩等，可与十全大补汤增减。此多为慢性病，疗程较长。

### 孕妇抽筋的处理

多发生于中晚期，因体重增加，加重腿部的负荷，局部血管神经受压，或营养不平衡导致。中医对养胎有比较明确的要求，针对不同期的孕妇有不同的重点。患者还是直接请教医师为要。

无论何种证型，皆可以芍药10克，甘草6克，长期服用缓解。无任何副作用。

### 针灸治疗

针灸治疗调节肌肉的紧张兴奋甚效。能马上缓解症状，但均属短期疗效，临床常於局部肌肉刺激，效速。

## C 防治抽筋的生活日常

### 如何按摩防治？

- 1 搓足心。
  - 2 按揉委中、足三里承山、阳陵泉等。
  - 3 以虚拳拍打患处。
  - 4 双手搓揉患处。
  - 5 伸直腿部，用手扳直牵拉。
- 以上皆可以刮痧处理。

### 日常注意事项有哪些？

- 1 均衡饮食。
- 2 避免寒气直接面对腿部。
- 3 注意保暖。
- 4 运动前，充分热身。
- 5 舒适合身的鞋袜。
- 6 补充水分。
- 7 减少饮酒。
- 8 避免生活紧张，临睡或休息前可做伸展运动。
- 9 锻炼身体。
- 10 改善睡姿。
- 11 老年人宜多晒早晨的阳光。
- 12 放松心情，劳逸结合。



# 余广达 红色收藏的时代记忆

一个水深火热的年代，一批见证历史的藏品。

文 | 罗一峰  
图 | 熊俊华



2006年，新加坡美术馆举办了一场“毛泽东时代艺术”的讲座后，本地开始掀起一股“红色经典”的收藏热。红色经典藏品是指1949年至1976年间，反映中国革命历史题材与社会面的作品。其中，尤以文革主题



的物件最受藏家欢迎，余广达是其中一名发烧友。“文革时期的藏品有太多的风云变幻，它记载了当时的政治、经济、文化和社会事件，具有一定的历史价值。另外，文革藏品销毁很多，不可再生。相对其他年代，文革藏品无疑是具有较高的收藏价值。”不过广达表示，他收藏不是为了市场价值，而是满足自己的审美观，在观赏之余感受一下历史的气息。

他的红色藏品从火柴盒到徽章、从书签到小人书，从宣传插画到黑白照片，从生活日常的碗碟到案头上的摆件，都反映着一个时代的精神面貌。

## 毛主席徽章

毛泽东徽章，俗称“毛章”，是红色藏品的一个重要分支。小小的徽章容易保存，画面是浓缩的历史故事，是一个集绘画、书法、篆刻、陶艺、





各珍藏展示了不同阶段的毛泽东造型，及其诗词歌赋。

雕塑于一体的综合艺术品。1982年，中国全国人大常委会通过的文物保护法，将毛泽东徽章定为现代文物。

徽章中的毛泽东像从直径1厘米到40厘米之间，或是更大。这是当时各市各县的工厂、学校与群众组织随心所欲自行生产，种类繁多。据保守估计，总产量应该是20亿枚至40亿，为世界政治家纪念章之最。生产热度起于1966年，1969年抵达顶峰。

毛章中的毛主席像，包括正面、侧面、戴军帽、便帽等样式。除了头像，还有各种站像、挥手，正面、侧面、半身、全身。毛章内容主要分成青年时代、红军时代、延安时期、解放前后以及文革时期五类。

毛章的材质更是五花八门，主要为铝、金、银、铜、铁、铝、塑料、玻璃、陶瓷、竹木等。铝章因为制模花费较昂贵，所以产量较少，而瓷章因为容易生产而形式多样。

颜色方面大多是以金、银头像加红

色光芒，并伴有浓厚的地方色彩。背面则以葵花、红旗、红心、灯塔、毛著作等为代表。

### 文革瓷

文革瓷，顾名思义是指带有文革历史痕迹的瓷器，从毛泽东到底层民众都是瓷器的题材。虽说文革瓷的价格一直被炒高，但不是每一件都有收藏价值。

毛主席瓷像摆件为藏品中的最高档次。据闻，当时瓷像的成品率很低，大约每百件中只有20至30件留下，原因是粗制滥造的那些瓷品当场就被销毁，能够顺利推出市面的都属精品，而经历时间洗礼后留存下来的，更属精品中的精品。因为量少，所以成为藏家追捧的藏品之一。另外，瓷像形貌的逼真度，神态的传神度都是收藏的一个重要指标。

其他一般的日用品，例如印有毛主席格言的玻璃杯、民众生活图像的碗碟、茶壶等，都有浓重的时代色彩，亦有一定的收藏价值。

至于一些没有印上“文革”标语或图像的瓷碗瓷碟，虽然同属那个时代的产物，但是外观上就跟一般的旧碗碟没什么两样，几乎没什么市场价值。广达的几件生活日常藏品，纯粹属于个人欣赏。





根据样板戏“红灯记”人物雕塑的瓷像。



## 纸品

收藏界向来有“百年无废纸”之说，任何的旧报纸老照片，都蕴含丰富的历史文化和文献价值，所以极具珍藏的魅力。

广达藏有不同版本的《毛主席语录》，通称《红宝书》。目前，其收藏价格从几十元到几千元不等，视版本而定。例如发行量少的少数民族语文版、外文版价格较高。首版的《毛泽东选集》创下21.28万人民币的成交纪录。

另外，连环画的存世量也很少。早期的出品，书页前面都有毛主席、林彪的手书题字，目前在市面上已经很难找到。在市场比较多见的是文革中期的印刷品，特征是封面采用大量红色，内容反映工业停产、学校停课、民众投入热烘烘的革命浪潮。文革后期的连环画充斥着各式各样的政治宣传：反地主、反富裕，以及各类上山下山的口号等，由于发行量很大，所以在市场上较容易找到。

纸品如插画、宣传画，除了当时为政治服务的作用之外，其实画作本身自有其艺术特色。当时有大批的专业美工、插画师，甚至艺术家等，都投入宣传画的创作，整体上提高了宣传画的艺术水平。

其他收藏如黑白照片、海报等都传递着丰富的历史信息，跳动着鲜明的时代烙印，深深牵动着人们的思维。



# Honing hometown flavours in his new home

Just a few years ago, Turkish kebabs were an unusual sight in Singapore's heartlands. Sinan Ozen is one of the people who helped turn this dish into a familiar local favourite.

Translation: Hong Xinyi

Sinan Ozen, 44, was born in Turkey's Siirt City and grew up in Istanbul, the country's capital. As a boy, he began cooking because he was allergic to onions, and wanted to try making onion-free dishes. From there, he started experimenting with different flavours and techniques, and later became a chef.

In 2009, he moved to Kuala Lumpur to work at a Turkish restaurant. After marrying a Singaporean, he relocated here in 2011. The couple now have four children, aged four to 11. Sinan, a Permanent Resident, is part of a fairly small Turkish community in Singapore that numbers about 300 to 400 people.

After working at a Turkish restaurant here for a few years, he ventured into local night markets selling Turkish kebabs. This style of roasted meat is a signature Turkish dish, and requires excellent marinades and skilled roasting techniques to achieve the best texture and flavour. For doner kebabs, the seasoned meat is slowly turned on a vertical rotisserie, and the outermost layer of meat is sliced off when cooked.

Kebabs were a novelty in Singapore when he started selling them, and his stall was very popular at night markets. Competitors soon sprang up. But he is confident of his skills. "I've been making a living since I was young, and have developed my own recipes for marinades and pita bread [which can be served together with the kebabs]."

Even so, it wasn't easy to keep pace with rising costs. Then came the Covid-19 pandemic in 2020. The night markets were closed for a long time. By the time he thought about re-entering the night markets, rents



there had spiked. So he decided to explore new directions. He had previously opened a small shop selling kebabs at a shopping centre, and also took over a Turkish restaurant. Both ventures were undertaken together with business partners, and did not last long.

But he still dreamed of setting up a chain of kebab shops in Singapore. In 2022, he opened a stall at Serangoon Gardens Market & Food Centre, naming it Zuzu Turkish Kebab ("zuzu" means fast in Kurdish). He runs the stall on his own, and his food draws long queues.

In 2022, he also took over Arab Street's Anatolia restaurant, which specialises in Turkish and Lebanon food, together with four business partners. When costs accrued due to a long renovation period, three partners backed out of this venture. But he is happy with having more control over operations, and this restaurant is holding its own.

In 2025, he hopes to open a Zuzu in Jalan Sultan, where he can introduce more elevated versions of his hawker dishes. Singaporeans travel often, and are very open to different cuisines as long as they taste good, he says. The key to success is maintaining the quality of the food, and constantly introducing new dishes in order to stand out from the crowd.

After all, kebabs are no longer a novelty in Singapore these days. But he thinks that having more competition is not a bad thing. "More people making Turkish food means more creativity, which can help more customers fall in love with Turkish food."



# Advocates for art

Sotheby's live auctions returned to Singapore in 2022, and art fair ART SG debuted in 2023. Adding to the buzz, Singapore's art scene also includes new immigrants who are opening art galleries, organising art shows, collecting art, and creating art.

Translation: Hong Xinyi

## RICK SHI

(Work Permit, Sichuan, China)

Shi has a master's degree in classical oil painting, and is currently the manager of an art gallery. He scouts for emerging artists, plans art shows, and helps collectors in their hunt for artworks. "An artist needs more than just technical skills," he says. "He has to express his relationship to his environment, society and history with his work. His ideas add depth to his art." Not every artist is capable of this depth. Since there are works of varying standards on the market, art collectors often rely on galleries' expertise to select outstanding pieces. Those in Shi's position also evaluate whether an artist's work has the potential to appreciate in value and circulate more widely on the market over the long term.



## WANG JINGWEI

(Permanent Resident, Zhejiang, China)

Wang started visiting art galleries when she was studying in the United States, and now owns a gallery and organises art shows. "For an artist, an art show is about telling a story. As the organiser, we use this story as a foundation from which we create together with the artist," she says. "It is about more than just administration and planning. We are finding ways for the artist and his audience to connect emotionally." For her, an art show is not just a display of artworks in a nicely decorated space. Rather, a show helps visitors understand the artist's background and creative motivations, which are especially important for newer artists. "A good art show helps the artist feel seen, not just by visitors but also by art professionals and collectors. It draws their curiosity and attention, and leads them to believe in the artist's growth and potential."



## AUDREY ZHANG

(Permanent Resident, Beijing, China)

Zhang's father is a collector of European sculptures and paintings, and this exposure to art influenced her deeply. She eventually became an art collector as well. After moving to Singapore, she opened Prestige Art Gallery in 2019, and brought her collector's sensibility to her gallery. A good acquisition does not necessarily need to be a famous or expensive piece of art, she believes. "What's important is that the work helps the collector to discover an appreciation for life."

If a collector views art as an investment, she suggests taking a long-term view. "You cannot look for a quick profit. Art is something you can pass on to the next generation. It has cultural, academic and economic attributes, and will get more valuable over time." The key to building an art collection is to understand the artist's body of work and his standing in the art world. It's also essential to understand the focus and trajectory of your collection, including your budget, she advises.



**FION XIAO**  
(New citizen,  
Chongqing, China)

Xiao previously headed a Singapore auction house's oil paintings division, and is now an art consultant and manager for a private art gallery. "Acquiring artworks is not a problem," she says of both roles. "The challenge is getting works that are valuable, exquisite and rare." The private art gallery she now works for displays a collection that belongs to an entrepreneur. The whole collection comprises over 200 pieces, including works by Xu Beihong, Liu Kang, Chen Wen Hsi and Cheong Soo Pieng. The gallery is open to the public, and its displayed artworks vary according to the themes that Xiao comes up with. She is planning for the publication of books about the collection and its artists. She also hopes to explore using new technology, such as livestreaming and artificial intelligence, to enable global access to the collection.



**FAN SHAOHUA**  
(New citizen,  
Guangzhou, China)

When he first moved to Singapore in 1992, Fan visited many museums and galleries to better understand Singapore. He was also a keen observer of the local way of life, including celebrations and rituals held in different neighbourhoods by different communities. He infused everything he saw into his art.



Thirty years later, he has grown from an unknown artist into one of Singapore's significant contemporary painters. His first solo show in Beijing in 2002 drew much acclaim for his East-meets-West style. Since then, he has won many art competitions, held over 30 shows, and his work is collected by both organisations and individuals. In 2025, he will be holding a retrospective of his work. He started planning this show a decade ago, and it will happen on the 50th anniversary of his career as an artist, and the 60th year of Singapore's independence. He sees this as a way of giving back to Singapore, which has nurtured his artistic growth.

**ALLISON LIU**  
(Permanent Resident, Beijing, China)

Liu earned a master's degree in finance at Nanyang Technological University in 1998, but ventured into the art world after graduating. In 2023, she started Woosee Gallery to display art that she created and acquired. Her collection includes works by many Singapore pioneer artists, such as Chen Wen Hsi. "I have studied ink and wash painting and art history, and I think very highly of Chen's work," she says. "In fact, the excellent quality of many Singapore painters' work exceeds their current market value."

She has staged art shows featuring these works, and sees these projects as a way to deepen her understanding of these artists through researching their creative processes and artistic evolution. In fact, the subject of her doctoral thesis at Renmin University of China was Liu Kang during his Nanyang era. "My academic advisor at that time felt that I had artistic abilities, and encouraged me to create art," she shares. This inspired her to use art-making to better understand academic theories about art. In 2017, she had her first solo show, and has continued to hold shows for her work since. Besides giving her an impetus to keep making art, it also allows collectors of her work to see her artistic growth, she says.



# The nuances of Malay names

Different cultural influences and conventions can be found in these names, according to the book *Gateway to Malay Culture*.

Translation: Hong Xinyi

## Cultural influences

Early Malay names were not influenced by external cultures and religions, and included references to the natural environment, such as bukit (which means mountain) and bulan (moon).

Subsequently, Malay names were influenced by Indian culture. For instance, the title for the historical figure Bendahara Paduka Raja includes raja, the Sanskrit word for king that was also used in India.

There were also Chinese influences. For example, Hang Tuah is a legendary warrior in Malay culture whose status as a real-life figure is the subject of debate. Some historians speculate that the name Hang may have been derived from the Han Chinese surname Hong, which is pronounced Ang in the Minnan dialect spoken in China's Fujian. Chinese people with this surname may have moved from Fujian to Southeast Asia during the Ming dynasty.

After Islam arrived in the Malay Archipelago, Malay Muslims began to use names with Muslim significance, including those with Arabic words. These names often referred to important figures in Islam. For example, Ali was one of the four great caliphs of Islam.

## No surnames

In Malay names, one's own name is placed before one's father's name. For instance, Ahmad bin Ali means Ahmad son of Ali, and Sulaimah binte Osman means Sulaimah daughter of Osman. As such, there are no surnames that are passed down from generation to generation.

## Names of those who have made the pilgrimage to Mecca

Men who have made this pilgrimage can add Haji in front of their names, while women can add Hajjah.

## Forms of address

Tuan means sir, while puan means madam (this is used for married women). Encik means mister, and cik means miss.

## Family naming conventions

Sometimes parents may choose to give their children names that begin the same way (for instance, Rajiman and Rajimah). Or they may choose to place Siti before all their daughters' names, and Noor before their sons' names. Some couples now also choose to name their child after a combination of their own names.

## Nicknames

Some believe that choosing the wrong name will cause a child to suffer from ill health. To guard against this, children are sometimes given a second name, or nickname. This is why some people may have one name on their official identity documents but another in everyday life.



# Infusing ice cream with Nanyang flavours

Ice cream flavours inspired by local and regional ingredients, desserts and beverages have mushroomed in Singapore over the past decade. Here's where you can find some of these delicious treats.

Translation: Hong Xinyi

## ★ DENZY ★

In 2019, its Pear, Ginger and Ginger Flower ice cream was awarded the title of "Singapore's Best Gelato" by the Dessert Association Singapore. In 2024, after eight months of research, it launched a series of flavours that has no added sugar and contains prebiotic fibres. These include Alphonso Mango and Chrysanthemum Goji.

Website: <https://www.denzyselato.com/>



## ★ ISLAND CREAMERY ★

One of the pioneering handcrafted ice cream brands in Singapore, Island Creamery also sells ice cream cakes. For Lunar New Year in 2024, it introduced Pineapple Tart, Mandarin Martini and Black Sesame Oreo flavours. Other classics include the Pulut Hitam, Chendol, Teh Tarik and Mao Shan Wang Durian flavours.

Website: <https://www.islandcreamery.com/>



## ★ CREAMIER ★

Launched in 2011, the signature flavours for its handcrafted ice creams include Sea Salt Gula Melaka, Blue Pea Vanilla, Pulut Hitam, Soursop Sorbet and Thai Milk Tea. In 2024, it collaborated with Tong Heng bakery to create an Egg Tart ice cream.

Website: <https://creamier.com.sg/>

## ★ KIND KONES ★

This brand is known for ice cream that does not contain dairy products, eggs, refined sugar and other chemical additives, and is mostly without gluten. Try unique flavours such as Chili Chocolate and Pandan Gula Melaka (which has a base of coconut ice cream).

Website: <https://kindkones.com/>

## ★ UDDERS ★

Udders has become a very successful local brand since its launch in 2007, with its own branches as well as a significant retail presence in Singapore and abroad. Favourites include its Mao Shan Wang and Emperor Mao durian flavours. Other Asian flavours include Thai Mango, Alphonso Mango from India, Kueh Salat, Thai iced Tea, and Chendol.

Website: <https://www.udders.com.sg/>



## ★ TOM'S PALETTE ★

Launched in 2005, Tom's Palette collaborated with Kwong Woh Hing Sauce Factory in 2018 on chee cheong fun ice cream, and introduced a chrysanthemum and red date flavour for Lunar New Year in 2024. In August, to celebrate Malaysia's National Day, it introduced a Pei Pa Koa-flavoured ice cream. Check out limited-edition flavours at its three branches.

Website: <https://www.tomspalette.com.sg/>

# 华汇 ONENESS

●●● 凝聚华人 汇集新知

## 电子版杂志上线

扫码注册



 [www.sfcca.sg/oneness](http://www.sfcca.sg/oneness)

即刻申请注册会员  
精彩内容免费阅读



支持机构:

National  
Integration  
Council



新加坡宗鄉會館基金  
SINGAPORE CLAN FOUNDATION

CULTURAL  
MATCHING  
FUND