

新書

新書

商場興起 = 社區崩壞？

林家穎、顏順剛、鄧信義

朗豪坊

林家穎

這陣子天氣總是不穩定。

差不多中午時份，雷聲把人扯離夢鄉，身體仍是疲倦，意識卻偏執地不願意再睡。想外出走走，但天色漸現深沉，只得向室內商場進發，以免下雨弄得一身狼狽。

這位於旺角的大型商場，跟地下鐵相連着，交通倒是便捷。由地鐵車廂至閘口，閘口至商場，由下至上，每一塊地磚，都跟門外的氣候隔絕。二千年以後的新式商場，與鐵路連接成為必然條件，鐵路間接操縱着商場的興衰。鐵路的設立，本是為方便人們到達偏遠地區，奈何日子遠去，它卻主宰懶惰的人的步伐，控制人們的去留。鐵路發展的原意竟變得本末倒置。鐵道不連接的地方變得更人煙稀少。

甫進商場，鋪天蓋地式的廣告迎接着自己。硬照上的模特兒裝扮時髦，配合懾人的氣氛和場景，片刻間你竟傻氣地認為穿上這些衣飾便會變得同樣，瞬間成為眾人焦點，或許業界就是看上每一個人內心深處的那一點自戀，成就廣告業的蓬勃。祖父母的那一代，廣告只局限於包裝紙，草草編上品牌名號，任由顧客將它散落於人們家中，有點碰運氣的样子。時移世易，廣告化作人們購物的指標，再不為實際需要。包裝上陳舊的廣告；在家中疊起硬幣苦惱着發薪日子仍遠的場景，是否已經是老一輩人的「集體回憶」？

本想踱步至商場大堂再看電影的宣傳，到達只發現宣傳公仔已被火速換去，取以代之的，是名為「我愛旺角」的展覽。有點失落，上星期我還興致高昂的拿着購物單據，憑發票玩那拋擲遊戲，站在遊戲攤位前期望得到電視主角的禮品。與我抱着同樣心態的，還有一群小朋友、人家的男朋友和家長們，他們用力地抓緊甜甜圈狀的紙圈，以高度專注力在心中盤算紙圈與目標的距離及力度的掌控，暗自希望拋擲成功，得到父母的掌聲、伴侶的擁抱及孩子的歡笑聲，他們驚呼、叫囂，和以疲憊身軀等待下班的商場職員成對比。最終，我只拿着「甜甜圈紙扇」這份安慰獎從圍觀的人群中離去，排隊玩遊戲的人龍，好像排隊等候重演那一幕。回頭細看模型公仔，令我決意進戲院，多看一遍這電影。片刻間視線回到「我愛旺角」，不禁竊笑。籌備展覽的人應以為這名稱是包含「潮流」的意味，可笑他們未能全懂，這新生名詞是隱含貶義。幸而，展覽品色彩斑斕，數百個紙皮箱子，被裝飾得美輪美奐，各自盛載小朋友們的夢想及憧憬，無論是小小的海洋世界、濃縮版的球鞋街、抑或是其他……它都包含着夢境般的甜酸苦辣，吸引父母這種孩子們的永遠誓死效忠支持者，不停閃着鎂光燈拍照留念。

離開這個展期只有十餘天的展覽，踏上扶手電梯，任由它帶領我到目的地，由大堂至電梯的頂端，需時兩分鐘或更多，如果以每天搭客量予以量化，它每天耗盡數十人的生命。我有瞬間往上走的衝動，但腳掌卻不聽使喚，像賭氣的孩子……

長電梯的頂端，仍是未完，以斷續的電梯再續，好像走不完般。不得不佩服設計師的功架。電梯設計的位置經過熟慮，使每一位逛商場的人走到每間商舖跟前，沒有任何一間被遺忘。各有主題的設計，充斥商場的每一個角落，沒錯，令人驚歎，然則是否完美得有點離開現實？來到商場的中層位置，看

見每個商場慣性設立的提款機，沒別的，就是想客人多花一點金錢。提款機默默等待人們，任由他們粗暴地從它身子提走重量，再等待銀行職員替它添回質感，周而復始，沒有人在它身旁的時刻，它，完全不沾一點人氣。提款機看來也快要被淘汰，就是因它運作時間「長」，香港人對着它就是浮躁。金錢早已化作一堆數字，它還攔着！購物還需拿着真實的金錢嗎？現在沒有自動轉賬服務的商舖可得提早關門。

商店的門外，由於日期及季節而懸掛了那令人昏醉的大減價標語。所有年紀的人：特別是年輕一輩，傻癡癡地看着橱窗，唾液快因過份渴望得到某樣物品掉下來而不自覺，可能有些人因家貧以致無力購買，然而應該是那些家中有多到穿不完的衣服的人更多。本土作家劉以鬯先生早在十多年前預示，這將是一個由死物主導的世界，可能，可能他真的說對了。這些地方所有東西都預先訂好價錢，沒有任何議價的可能，只有買跟不買的選擇。店舖的標語，把人的目光攝住，吸引人們不停進內購物，看啊！收銀櫃檯的刷卡聲就是沒停止過。尤其是名店，大減價時人們跑進場搜索，總渴望從那裏買一兩件物品，一年到晚穿它個稀巴爛，填補內心的一點寂寞。

有點可憐售貨員，曾做過相類的工作，其中印象難忘是員工守則上指引員工必須掛着微笑的一項。有點不通人性。笑得不夠着力？煩請閣下另謀高就。售貨員也是人哦！沒可能站立工作一天也笑容滿面，更何況碰上那些花數十元便把你罵得不似人形，咕嚕着今時今日不能有這樣服務態度的「貴客」，我明白的，有揮拳的衝動。擁有喜怒哀樂，才算一個活脫脫的活人。

最終到達頂層，伴着白雲的湖水藍色人造天空在自由轉動，很美。水晶質感的城堡和垂飾，是為着攻破少女內心渴望

成為公主的奢望吧。原來已踟躕數句鐘，自顧發呆，看到水晶城堡掛上的表演時間表，距離現在還有一段時間，步伐逕自隨着肚子發出的飢餓感走到食肆。

在此花了老半天，商場的一站式消費活動果真厲害，逛街、看電影、吃飯……甚麼都能在這個空間完成，不正好符合年輕人的需要嗎？他們約會出來也是不停重複這些事而已。

食肆選擇很多，有日本、韓國、本地……應有盡有，滿足五官的需要，生活中，飲食給予能量，到底，不應苦了自己的肚皮。等候桌子的過程如同競賽，飢餓的人的眼睛不停轉動，目視四方，務求盡快和不失儀態下找着位子。找着，心裏暗自歡呼，並向找不到位子的友人投下勝利笑容。

吃飽了。從商場大堂的那一層重新走到頂層。

業餘歌手已在唱歌，她天籟般穿透心靈的歌聲，很美。無論唱歌或是寫作，唯有用心靈，才能真正觸動別人。音樂停止，圍觀者拍掌的一刻，歌手稚氣地笑了，眼中好像透露着感激，這便是夢想踏前微小一步的感動，無法隱藏。她等待的，應是伯樂，不單是拍掌聲。伴着水晶城堡，澄明的天空，整個氣氛有點夢幻。如果時常能享受這種環境，那應很不錯……

在這待了半天，黑夜完全臨到，想着便決定離開。

女人街

顏順剛

近年來，香港的經濟轉型，服務業成為大熱之選。其中旅遊業更是脫穎而出，成為香港的經濟支柱之一。事實上，香港除了一些中外皆知的大旅遊點之外，如天壇大佛，山頂纜車等等；更有一些別具一格，保留傳統香港風味的勝地，如摩羅街，金魚街，女人街等等；這些街道有香港的歷史，有香港人的心血。

如果你有留意，會發現香港越來越多大大小小，各式各樣的商場，它們有明亮的燈光，有舒服的空調，有一應俱全的貨物，有一塵不染的花崗石地板，還有……雖然這些「密室森林」大行其道，不過世事總是沒有完美的，只因它們都欠缺了一種生命力，一種只可以從特色街道才得到的原始生命力；不能取代，不能改變，也不能製造。

從旺角朗豪坊稍移玉步，穿過一條馬路，就會去到一條長約1公里的道路——女人街。當你站在街中，會感覺到人的體溫，因為人實在多；而且，即時有一種與朗豪坊截然不同的感覺。女人街是香港登打士街至亞皆老街的一段通菜街的俗稱，位於油尖旺區，是旺角的一個觀光購物地點及夜市。身為香港的一份子，女人街又怎會缺少你的氣味。雖然女人街是人所週知的一個購物熱點，不過關於她的歷史就鮮有人知。

你也許曾經會問，女人街內的商販是否有商業牌？

其實，早於1970年代，香港有很多小販於路邊無牌經營，影響市容之餘，亦為居民帶來不便甚至危險。所以，為將他們規範化，香港市政局於1975年3月14日於九龍的20個地點推行「小販認可區」計劃。亞皆老街至山東街的一段通菜街，就是首個獲准成立的小販認可區。其實早於1924年，位於旺角的芒角村拓展道路。由於這條道路的位置，本來是種植通菜的田地，所以就被命名為通菜街；隨着旺角的發展，菜田早已消失，變成以商業及住宅大廈為主。其後，通菜街延長至登打士街。由於街道早期的攤檔所售賣的物品，多以女性服裝和女性用品為主，所以俗稱女人街。

時間是可以改變一切，變幻才是永恆。許多人都認同，社會是要不斷進步，不過創新和改變，女人街也不例外。現時，女人街已成為香港人及外地遊客的購物及觀光地點。而所售賣的物品亦已趨向多元化，包括各種家居用品、男女服裝、化妝品、手袋、手錶、飾物、玩具、香薰等等。事實上，對於女人街內的商人而言，露天的攤位式商店的大敵始終是大型商場。所以他們的貨物均價廉物美，希望能吸引大量人到訪和購物。女人街攤檔的營業時間是個特色，因為她們不像商場中的品牌商店，有一個特定的營業時間；他們一般於中午起營業至晚上11時為止，他們有時會因應天氣、人流、營業額來決定他們當日的營業時間。此外，女人街外圍附近亦有不少熟食檔及濕貨攤檔，可謂對購物者的一個恩賜，也是女人街商店的好夥伴。

當天，我們訪問了女人街內商店的老闆和逛女人街的客人。原來，他們商店的貨物類型會按季節性而改變，如夏季賣皮帶，冬季可以轉賣布帶。雖然只是小小的改變，但都可以見到他們的心思。而他們的策略就是密切留意市場的動態，可以參考同行相鄰商店的營業額作為一種貨品受歡迎程度的標準。

如果發現某種商品大行其道，那必定成為女人街內熱賣貨品之一。女人街與商場最不同之處是女人街多了一種彈性，多了一份溝通。當你去到商場購物時，每一個標在貨品上的價錢牌就是該貨品的實價，即不能改變的價目。但在女人街購物，你會發覺只是小部份貨品才貼上價錢牌，即大部份的貨品都可以議價。事實上，他們會因應天氣、人流、營業額和對象而對價格作出調節。如當下雨天時人流較少，營業額較低，故會將貨品價格稍為調低以吸引客人。

可能你沒留意，其實女人街的商人跟客人議價是一個十分有趣的場面。他們有兩種議價方式，第一種是針對本地香港人，第二種是針對外籍遊客；對於本地人，他們先以一個較高的價格出售，再透過雙方內心的掙扎和口角一番，老闆會假設讓一步，回贈客人一個較合理的價格；也許要客人多買多送，也許給一個大家稱心的價格，那就做成了一宗交易。另一方面，對於外籍遊客，他們的溝通媒介不再是口，而是一部有大顯示屏的計算機；在計算機上按一個天價給遊客，遊客再加以反擊，雙方的手指就不斷在計算機上舞動；直至當一宗交易成功或者失敗時，計算機才暫時停下來，只是暫時停下罷了……

原來，許多女人街的商店都是家族式營業的，大都是上一代或者以前祖先向政府租下。他們的牌照是每五年續一次；這些老闆大都是住在附近，有自己的貨倉，而且大都是設在女人街兩側的樓上單位。另一方面，女人街亦有一些租上租的客戶，因為政府每次（一次性年份租約）租給他們，大約二、三千元一個月左右，而因為租金較便宜，所以他們會再租給別人；故此現時女人街的商店老闆大多是租上租，有二租，有三租，甚至四租……

其實，無論對於女人街的老闆、客人而言，女人街都是一

個充滿特色的地方；這裏有香港特色的物件（例如：中國風格的摺扇，風景的鎖匙扣等等）。外籍遊客會因為她是香港的特色慕名而來，而我們又會因為她有許多外籍遊客而多添一份味道。根據女人街的老闆所言，朗豪坊的出現對他們的營業額並沒有造成直接的影響；由此證明，女人街有她自己的特色，有自己的生命力，有自己的存在價值，更有她在香港的地位。

近來，香港人都愛上集體回憶，希望女人街不會成為下一個被回憶的對象。

旺角黑夜

鄧信儀

旺角又一次被黑夜重重籠罩如昔，卡門的身影卻逐漸隱沒其中，再也找不着——不，也許她只是在換上更華麗的衣裳，以勾搭更富貴的水魚。

七月初四，雷雨。宜留守家中，不宜外出。

天朗氣清，是一個決定去街與否的重要條件。可是，惡劣的天氣，縱使能把人困在家中，也不能制止人們的心跑到街上去。為了滿足人上街的慾望，十九世紀初的巴黎就產生了一種叫「拱廊」的東西。而在相隔兩個世紀的香港，拱廊猶如借了個摩登美女身軀的芳魂，再度活得花枝招展起來——那就是大型商場跟地鐵網。正確點說，是兩者的連結。雖然說，大型商場跟地鐵網的連結在香港來說已不是甚麼新鮮事，事實上，幾乎每一個地鐵站都必然附帶至少一個大型商場，但說到最容易令人聯想起巴黎那些玻璃頂拱廊街的，而又的確最以此作賣點的，卻是近三年才在旺角平地冒起的朗豪坊。

雖說在香港有異曲同工之妙的不獨朗豪坊，相隔才五個地鐵站的銅鑼灣也有個名店坊，此坊甚至比朗豪坊更貼近於原本巴黎拱廊街的面目：甫踏進名店坊的範圍，即被一股截然不同的氣氛包圍起來，拱廊蔭彷彿把滾塵馬路、水洩人流都擋隔開來，刺目陽光也被過濾至亮度足夠而舒適；周圍換上歐陸格

調滿溢的露天餐廳／茶座，品味（價格）高檔的歐洲名牌時裝店。在這裏時間蹣跚得特別懶慢，猶如漿糊濃縮而凝滯，真人仿似置身浪漫愛情電影中的香榭麗舍大道一樣，隨時能聽到Jean Seberg在對面街悠悠喊着「New York Herald Tribune！」

（不過這條香榭麗舍有點狹窄就是了）

可是，就是這個與世隔絕的特質，令名店坊再形似，也是及不上朗豪坊受注目，並富有拱廊街的精髓。那就是，對玻璃特性的運用。玻璃的作用就是，除了讓內裏的人看到外面的風景，也讓他們自己成為一幅風景畫，被外面的人觀看。而朗豪坊就是做到這看與被看的功能，並以一個合於現代的外表出現。因為我們不是要回到過去，而是把過去帶到現在，因為借屍還魂不等於複製。

再者，比起其他商場，朗豪坊的玻璃在建築上的使用率也是特別地高，即是說，它把更多的戶外帶來了室內。從前的商場多是不見天日的密封式，讓人得到一個逃隱的密室；現在的設計則努力抹掉，或至少減弱戶外室內的隔膜。讓人在其中得到保護之餘，又不致產生被困的感覺。即使比起IFC，另一個同樣是開幕不過數年的大型商場，在朗豪坊裏能看見戶外的機會還是較高。因此，更加新的朗豪坊裏有假天空，透過玻璃也可看得見比在街上更接近的天空，以滿足人類對天空的追求。正如班雅明（Walter Benjamin）所說：「所有的東西都拜倒在透明的旗幟之下。」不同於過去黑壓壓的水泥，現在較不令人注意其存在的玻璃才是主流的趨勢。

反而，真真正正處於戶外的女人街，連玻璃這透明的隔膜都沒有，卻很難令人留意天空的存在。先不要說街兩邊本來已經密度很高，而且連高度也愈來愈高的樓宇；就連小販本身也揚起層層的帆布——並不是出海去，而是把自己的檔口跟其

他檔口，和有後面的商舖區別開來；除此，也有遮風擋雨的功效，但不是為來往行人，而是為了自己的貨物。可是，保得住自己的貨物，卻保不住客源啊！「那也沒辦法，這些問題我又作不了主！」一位檔主——一個看來五十多歲的大叔不耐煩的回答。那也是的，他擁有的只是一個百呎不到的位置的使用權，而那位置甚至可說是朝生暮死：午時出來擺檔，至午夜前，就要開始匆匆的四散離去，猶如灰姑娘般，每天在等候不同的王子來出價。只是，會來這兒作出選擇的王子，也不見得出身很高貴，「當然是貪平才會來這兒買啊，要是這兒的東西跟商場裏的一樣貴，那我怎麼不乾脆去商場買？」朋友直接了當的告訴我。

女人街的存在價值

那麼，女人街除了便宜得唾手可得之外就沒有吸引人的地方了嗎？那要是有其他地方能以同樣的價錢售賣同等的東西，那女人街豈不是可以拆之大吉？「那又不可以那樣說……女人街始終是香港的特色嘛。」一個在逛女人街的女孩如是說。嗯，好像又是呢，怎麼說也是十大最多旅客曾遊覽的景點之一嘛，連旅發局也曾為女人街製作宣傳錄像《我的1997和2007》，足見女人街的旅遊價值也受到政府的重視。不過，那即是有甚麼特別？「嗯，這個……」女孩語塞。「是人情味！」女孩旁的另一個女孩搶答。人情味？「是啊，在女人街買東西時可以講價，有時遇上脾氣不好的老闆還會被罵被趕走！」把標價提高再減價，是很普通的促銷手段吧？而且，被罵被趕走……是一件好事嗎？「呃……」另一個女孩也語塞了，看着她尷尬的表情，我也不好意思再追問了。

平民百姓答不上來，那藝術家應該也自有一套看法吧。電影之中，一大堆以旺角為題的，如《旺角黑夜》、《旺角揸Fit人》、《旺角卡門》、《旺角風雲》、《旺角暴族》、《旺角街頭》、《旺角的天空》、《旺角靚妹仔》、《旺角半熟少女》等等，幾乎清一色以黑社會、罪惡、暴力、色情等元素為主題。情節都不外乎是警匪槍戰、黑幫仇殺、少女賣淫等；背景畫面則多是film noir那一類，就是陰暗的街頭（因為多是深夜）、污穢的後巷、血等等，鮮有明亮的鏡頭；而劇情就多走向悲愴，或是愈走下坡的，如在《旺角卡門》裏，華仔本來如何風光，最後都落得為救烏蠅而死；《旺角黑夜》中，來福也陷入愈來愈暗的胡同中，掙扎到最後還是躲不過死亡的宿命。《旺角揸Fit人》中的叻君因外來的打擊，而由一個善良的人變成一個最喪盡天良的人……這些電影都不約而同地講述着向好的心／事情，如何被骯髒的漩渦捲至沉淪不起，最終都被吞沒的故事。雖然沒有像相隔一地鐵站之遠的廟街那樣被獨立講述，但這些戲中都有不少曾取景於女人街，所以作為旺角的一個重要而突出的部份，戲裏所帶出的旺角印象，某程度上還是於女人街有一定代表性的。

而事實上，正如我們不會期望蠱惑仔是個有良好教育程度、文質彬彬的有為青年一樣，沒甚麼人會期望女人街會光潔舒適得不輸商場、也不會期望女人街能遮風擋雨，更不會要求那些老闆殷勤得像麥當勞的員工一樣。甚至可以說，「髒亂嘈雜」本身，就是女人街最大的特點，也即是這條街道的氣質。沒錯，每一個地方，一個風景，都有其獨特的氣質，就是說，人們加諸其上的原有風貌，比如說天星碼頭遷址不遠，其新址上的碼頭設計也是參考了舊有的天星碼頭而建的，而且還更加

漂亮，但仍然是不滿的人多，讚的人少，為甚麼？「因為很假。」一個曾參加舊天星保育示威的朋友如是說。有甚麼假呢？這個新建築的外形怎麼看都是一個真真正正的碼頭，而且又比舊的那個更明亮，更讓乘客等得舒服。最大的不同，也許就是那股殘舊的風霜味吧！

因此，要是有一天女人街的攤檔，全被搬進商場內，也沒有人會承認那就是女人街吧，因為在很多人心中，女人街的市井味，就是其「文化價值」。這跟沒有要求不同，要求不一定是向上、追求完美的；我們都不是神，不是身處無菌的天堂，污穢陰暗的一面一向都存在於一般人的生命中、生活裏，而且也是一種自然不過的需要，正如會吃飯很自然就要排泄。誠如SM教父薩德侯爵所堅信，惡跟善美的存在都是同等重要的。儘管缺少了美的那種優雅，惡卻更具有「真」的品質，而且比美的單調更有魅力。因此，我們在此向女人街索求的是其不完美。這是個向下的要求。所以，女人街最好一直都保持着現在這樣子，再爛一點也沒所謂，但最要緊的是不要美化，因為，一美化、一潔淨就會淨化了那份缺陷美，那女人街的氣質就不復再。試想像Sex Pistol的主音Sid Vicious，要是他沒有了滿身自割的傷痕，要是他不憤世嫉俗，要是他是個吃飯前會堅持作禱的好孩子，他還會被如斯仰慕並一直被傳誦嗎？他本身就是一股叛逆的氣質，就是這氣質滿足了人心底裏那較少被正視的dark side。

可是，對朗豪坊呢？不，不可以。蟑螂橫過女人街是一件天經地義的事，污水在女人街也是點綴；但在朗豪坊裏走過一堆老鼠應該沒有人會覺得是美感，地上水漬該在有人投訴前就

處理好。兩者不過是數街之隔，要求差異怎這麼大？是出於對朗豪坊的那種向上的期望所致吧。這座新簇簇的建築物，沒有「文化價值」作為耍酷耍壞的藉口，就只可不斷地向上發展以作吸引人的手段，不論是在高度上還是質素上。

從來，對「高」的發展都是對權力的追求的象徵（巴別塔就是對上帝的權力的追求）。即便不扯得那麼遠，那又粗又大又直挺挺的巨柱，也很難叫人不聯想到男人那話兒。所謂去勢去勢，男人那話兒跟（權）勢根本就是相等的詞。香港當了百多年的蘇絲黃，被老家接回，當然不要滿足於只當個小公主，而是要一嚐當個男人的滋味。首要的就當然是先建立起自己的雄風，尤其是在砵蘭街這陰性最重之地，那夜夜提醒着自己過去妓女身份的部位，絕對要快快以雄性的重點來「取長補短」，刻意地掩飾掉，就像女人總會在臉上瑕疵最明顯的地方蓋厚厚的粉一樣。於是，搔首弄姿的卡門霎時間變了雄赳赳的男人。但是，有了「硬」件，軟件又如何？

且看朗豪坊開幕初期的廣告：一個CG（computer graphic）美女，穿着超低胸吊帶迷你裙，在搔首弄姿賣弄誇張得可以的身材，擺出各種誘人姿勢，呵氣如蘭地引誘觀眾來進入自己（商場），也許是因為那一直以來嫵熟的挑逗伎倆一下子改不掉，弄得像是個多了條大長根的女人，既要挺着兩團肉來招惹目光，又忙着要叉開雙腳來提醒人自己男人的身份。即便如此，堅挺的朗豪坊，仍然能自傲的與女人街遙遙相對，遙的不是地平線上的距離，而是高度。砵蘭街本來也不過是卡門的好姐妹，如今被變了性，就有資格高高在上的俯視本是同根生的女人街，看着她擺脫不了灰姑娘的命運，儘管在骨子

裏，其實大家還不都是以一股騷勁來吸引客人的歡場女子，同樣以「風騷蝕骨，玲瓏浮凸」作為賣點，高檔點，低檔點都不過是銀碼上的差異，LuLu又好MiMi又好，甚至是借屍還魂的白靈，說到底都是以身體換飯吃的。只是，在這陽具聳立的年代，灰姑娘不得不屈身離去。一雞死一雞鳴，自然有人歡喜有人愁。

愁嗎？「賺到錢的話，搬到哪賣東西都沒有所謂啦！」女人街的檔主，似乎都不像電視上那些捍衛文化的鬥士那樣，滿腔熱誠地珍惜自己的存在「文化價值？我哪懂甚麼文化！我不過是想賺兩餐而已……你不是買的就不要問那麼多！」灰姑娘自己都那樣說了，我們這些逢場作戲的草根王子，不相不干的，怎麼反倒表現得依依不捨那麼婆媽？

其實，誰個妓女不想立即脫離被操（縱）的生活？一雞上岸，一雞又下海。對他們來說，不過是生涯的過渡而已，沒甚麼好懷念的。作為被享受的工具，是為了別人，而不是自己的快感而工作，恐怕不會有這種不能飽肚的愁緒吧。反而作為用家，處在一個沒那麼切身的位置，那麼努力的想保存那暮生朝死的情人，芸芸情人中的一個，是出於對它們本身價值的珍視，還是為了滿足自己對它們的期望？在《樂滿夏灣拿》中，看到一眾樂手的國家——古巴，令我嚮往不已。可是他們來到美國後卻讚不絕口，還想在美國定居的樣子，令我突然驚異地失望，覺得被他們欺騙了。作為隔山眺望的觀眾，我以為，他們應當為自己所愛的音樂挺起胸膛，送死不辭才夠轟烈，才夠傳奇。

一切會不會都只是我過份美麗的幻想？

其實朗豪坊又好，女人街又好，都不過是不同形式的商場，拱廊本也是方便中上產階級的產物，也是為了令人在

window shopping時勾起他們的購買慾。從這一方面來看，女人街其實跟朗豪坊沒有甚麼分別。

反正班雅明已死，而世界仍會自願自的運行如故。