

風箏或許是永遠掙不斷線的。

天下的母親都愛操心，我媽媽是天下母親中最愛操心的。在她眼里，兒女全是還沒孵出蛋殼的鷄，她必須永遠牽着我們。

小時候，姐姐上小學了，她最懼怕的是毛毛蟲和圖畫課。她畫出的人全有着一副極可怕的嘴臉，圖畫老師只能搖頭嘆息不出了。有一次，她有點不舒服，可是有一項家庭作業卻沒有完成。那是一幅畫，要畫一個蘋果。她好為難，哭了。媽媽說：“我來幫你畫。”吃過晚飯，媽媽拿來姐姐的蠟筆和畫紙，在燈下鋪開來。她決心要好好地畫一個蘋果，為姐姐雪恥。媽媽畫得很仔細、很認真，運用了多種顏色。記得那是一個色彩極其複雜的蘋果，一半紅，一半綠，然後，紅和綠漸漸接近、相交、匯合，融入。姐姐則躺在床上哭：“老師要一只紅的。”

後來，搞文化大革命了，姐姐參加了紅衛兵，後來，紅衛兵分裂了，姐姐參加了某一派。這一派的觀點大約是要把她們學校的書記拉下馬。媽媽和姐姐進行了嚴肅的談話，大意總之是，怎么能反對黨的書記呢？黨的書記是黨的代表啊！最後，姐姐在學校大操場赫然貼出了聲明，聲明退出這一派，參加那一派。不久以後，真相大白了，姐姐退出的那一派是“革命派”，而重新參加的那派是“保皇派”。又過了不久，媽媽自己也靠了邊。緊接着，爸爸也靠了邊。這時，姐姐再弄不懂誰是“革命派”，於是就當了“逍遙派”。

媽媽時常輔導我們功課，尤其是算術。她不希望我們去搞文科，而要我們搞理工科。她明白

理工科的基礎，在小學里便是算術了。

有一次，臨近大考，她輔導我“換算”。她一定要問我“1丈等於多少米”，我說：“老師只要我們知道1米等於多少市尺就行了。”可是，媽媽說：“萬一有一道題目是1丈等於多少米，你怎麼辦呢？”她的邏輯是對的，我想不出任何道理來反駁，於是只能跳腳了。

其實，她輔導我語文恐怕更合適一些，可她並不輔導，只管制我讀書。第一次看《紅樓夢》是在我小學四年級，媽媽把那些不適宜我讀的地方全部用膠布貼了起來，反弄得我好奇難熬，千方百計想要知道那膠布後面寫的是什麼。

後來，我和姐姐先後去插隊，終於離開了家。可我們卻像風箏，飛得再高，線還牢牢地牽在媽媽手里，她時刻注意我們的動向。後來，我到了一個地區級文工團拉大提琴，媽媽凡是路過那里，總要下車住幾天。有一次，我告訴她，我們去了一個水利工地演出，那里有一座大理山，有許多大



風箏

作者:王安憶

了。之後，我閒來無事，寫成了一篇散文，不料這成了我第一篇印成鉛字的作品，給了我一個當作家的妄想。

然後，我便開始舞文弄墨，每一篇東西必須媽媽過目，然後根據她的意見修正，才能寄往各編輯部，再次聆聽編輯的意見，再次修正。她比編輯嚴格得多，意見提得極其具體、細微。我常有不同意之處，可是總不如她合乎邏輯，講不清楚，於是又只好跳腳了。

然後，我去了北京講習所，風箏的線仍然牽在她手里，每一篇東西總是先寄給她看。不過，與先前的不同是，媽媽同意讓我聽了編輯部的意見以後，再考慮她的意見。這時，我如同開門打

開，寫得飛快，一篇連一篇，她實在有些應接不暇了。終於有一天，她緊接一封談意見的信後又來了一封信，表示撤銷前封信，隨我去了。風箏斷了線，沒頭沒腦地飛了起來，抑或能飛上天，抑或一頭栽了下來，不過，風箏自己也無須有什麼怨言了。這後一封信是在我爸爸的勸說下寫的，爸爸勸媽媽不要管我，隨我自己寫去。這是爸爸對我們一貫的政策，他對我們所有的擔心只有一點，就是過馬路。出門必須說一句：“過馬路小心！”其他都不管了。似乎普天下只有過馬路這一危機，只要安全地穿過馬路，人平安無事，做什麼都行，什麼希望都有。倒也簡練得可以。

長大以後，說話行事，人家總夸：“你爸爸媽媽教養得好。”有所不滿，總說：“給你爸爸媽媽寵壞了。”似乎，對於我們，自己是一點功績也沒有的。或許也對。小時候，我喜歡畫畫，畫的畫也頗說得過去，老師總說：“和你姐姐一點不像。”可無奈大人要我學外語，請來教師，每周上3次英語課。只能敷衍應付。到了末了，連敷衍也敷衍不下去了，只得停了課。如今，我每周兩次，心甘情願地擠半小時汽車，前往文化宮學習英語，苦不堪言地與衰退的記憶力做着搏鬥，不由想，假如當年父母對我拳棒相加，也許這會兒早能看懂原版著作了。再一想，假如當年，大人聽順我的志趣，或許現在也能畫幾筆了。倒是這樣似管非管，似不管非不管，弄出了個寫小說的夢。想來想去，兒女總是父母的作品。他們管也罷，不管也罷，都是他們的作品。風箏或許是永遠掙不斷線的。

中國節帶來各行業繁榮 海外“鬧”春拉動經濟新元素

金蛇狂舞，在中國農曆新年進入了倒計時，世界各地也躍動着中國“春”意。春節已不再是國人專屬，逐漸走出國門，走向世界。春節期間，大規模的消費活動帶來了文化、旅遊、餐飲各行各業的繁榮，延伸出中國特有的春節經濟，近年來，春節經濟也在海外逐漸發展起來。

春節禮品：講究文化品位

“年貨”是中國春節必不可少的一項內容，在春節來臨之際，國外一些大型商店及賣場紛紛出現以華人為對象的促銷景象。大打中國牌，期待繼聖誕節後又一次的銷售高潮。

隨着農曆蛇年春節的到來，美國華裔人士聚居的洛杉磯地區到處充滿了“年味兒”，出現了繼聖誕節後又一輪的消費熱潮，人們紛紛在

送禮的首選。

澳大利亞的羊毛製品、瑞士軍刀、土耳其的海泡石煙斗、非洲特色木雕、俄羅斯的油畫和伏特加、阿根廷的玫瑰精油與馬黛茶、埃及的紙草畫、手工製作的銅盤和銀盤等具有異域文化特色的禮品尤其受到海外華人的歡迎，“送禮送特色，送禮送文化”已成為海外華僑華人的廣泛共識。

外賣年夜飯：美食文化新渠道

“民以食為天”，一頓看似簡單的團圓飯，蘊含着豐富的文化內涵。隨着中華文化和春節影響力的擴大，在除夕吃年夜飯，不僅是華人的傳統項目，也大受國外當地人的青睞。

年夜飯是中國農曆新年必不可少的一項內容，在海外，年夜飯與中餐是畫等號的，年夜飯承載了比口腹之欲更深刻的文化含義，成為中國文化的一個符號。這為海外中餐館也帶來了很大的商機，中餐館的老闆們

中，由於各家餐館可以通過發放外賣廣告單的方法擴大影響力，使得郊區的居民也可以成為遠在市中心餐廳的客源。外賣年夜飯已經在無形中擴展了中餐館的經營道路，其中當地西班牙人已經成為了新顧客的主力，外賣年夜飯的推廣又將中餐外賣市場向前推進了一步。

西班牙一位中餐館老闆稱，外賣銷售極大地擴展了他的客源，現已成為了餐飲收益的重要來源。這在西班牙持續低迷的經濟環境下是非常少見的，同時也對外賣年夜飯的前景表示樂觀。對不少消費者來說，外賣年夜飯也使他們多了一種選擇。海外華人吃的是“年夜飯”“團圓飯”，但傳播的卻是中國的飲食文化、傳統文化。

中國符號：海外也熱蛇年郵票

蛇年將近，不僅是中國郵政局發行的蛇年郵票受到集郵者的追捧，在國外也出現了蛇年郵票熱，吸引的不僅是華人收藏家和愛好者，更有對中國文化感興趣的外國人。

法國郵政總局從2013年1月4日開始發售中國蛇年紀念郵票，這是法國郵政連續第9年發行中國生肖郵票。同往年相比，此次發行的蛇年郵票種類豐富，除了傳統的5聯張之外，還包括首日封、明信片、小型張等。對於廣受集郵愛好者歡迎的5聯張，法國郵政今年預計發行130萬張。蛇年郵票由旅法華人藝術家李中耀設計，這是他第8次主持法國郵政生肖紀念郵票設計工作。在1月4日舉行了蛇年郵票首發式，許多法國民眾一早就趕來搶購。在集郵商店內，不少集郵愛好者排起長隊，與出席首發式的郵票設計者互致新年問候並請他用中文題字留念。

除了上述幾個國家之外，韓國、日本、新西蘭、新加坡等國也應景推出蛇年生肖票，設計各異，很多國家的郵政總局發行中國生肖郵票已經成為一項傳統，越來越多的外國民眾通過購買郵票，對中國文化產生興趣，推動了兩國民間文化和交流。

春節旅遊：主打購物牌

近年來，歐美國家不少城市紛紛將中國農曆春節納入公共假日，中國春節也搭上了經濟的快行車。世界各國紛紛把“春節”當作一個不可多得的好賣點。

隨着中國經濟的快速發展，中國人在過春節的方式上也屢出新意，越來越多的人選擇出境遊度春節，這些遊客的到來給海外的商家們帶去了巨大商機。隨着人民幣升值，而美元、歐元的匯率不斷走低，購物環節已從配角躍升到了吸引遊客的主打牌。

據美國《僑報》報道，舊金山作為華裔聚居地與著名的旅遊城市，每年春節都會接待很多中國內地遊客。據悉，今年該時段某旅行社接待的中國赴美旅遊人數比去年同期增長了大約兩成。遊客除觀光採風外，還會去各連鎖商店、購物中心以及廠家折扣店採購。由於中國遊客消費能力驚人，美國各大商家也提前做好各種準備，迎接春節期間來美旅遊和消費的中國遊客，有些商家還對店員和收銀員作了相關文化禮節、支付習慣等方面的培訓。



為過年做準備，各種各樣的年貨在華人超級市場亮相。每年的11月開始到來年1月初，是全年所有大型商店、各類餐廳及大小旅館盈利的黃金時段，更讓眾多華裔商家賺個盆滿鉢盈。

洛杉磯的華裔超級市場里的“年貨”品種豐富，超市供應的年貨來自亞洲各地，但主要還是中國，也有來自越南、泰國及馬來西亞的產品。雖然年貨市場供應豐富，但價格與去年相比微漲，尤其是來自大陸的商品漲幅較大。中國持續通貨膨脹，對本地年貨市場的影響顯而易見。來自中國的酒類等商品價格大幅上漲，不過，包裝精美，但價格不菲的大禮包少有人問津。過年時，除了準備豐富的中國食品之外，商家也會準備一些應景的、具有中國符號的春節禮品，如對聯、紅燈籠、中國結等。

面對源源不斷的客流也會喜笑顏開。

在美國洛杉磯地區，來自亞洲地區的各個國家的人士都在積極準備過年。當地的一家中餐館已經接到眾多的過年訂單，他們還按照不同客戶的需求，制定了過年的套餐，價格從268元起，一些人士還將大年三十及正月初一的飯局一起預定。因為今年的過年是週末，餐館爆滿。

面對源源不斷的訂單，儘管中餐館的老闆內心喜悅，但是卻有些力不從心。據新加坡《聯合早報》報道，年關將至，新加坡一些中餐館人力吃緊。為保證服務和食物的質量，他們增設了“外賣年夜飯”業務，希望借此減少顧客流失並開拓銷售新渠道。



除了傳統中國年貨，很多國外大牌高端產品更是盯上了中國人在春節的巨大消費力，特別是一線大牌的皮具、服飾、鋼筆、限量版香水、名酒等。隨着海外中國消費者數量逐步上升，各大商家也是格外重視這一巨大商機，在2012年龍年春節，勞斯萊斯就推出限量版手繪圖案的“龍年”幻影車，法國都彭推出了裝飾有88顆鑽石的鍍金龍筆和打火機，瑞士伯爵表推出了24塊龍表。

新年一般是餐飲業最繁忙的時候，但由於正式員工大多不願在春節時工作，臨時員工的水平又往往不能達到要求。因此，餐館新年時人手短缺的情況非常嚴重。為了在繁忙的春節里兼顧食物和服務質量，一些新加坡餐館比往常少接了10%至30%的訂單。與此同時，經營者想到向顧客提供“外賣年夜飯”服務，為年夜飯銷售開拓新渠道。

外賣年夜飯一經推出，便受到了歡迎。外賣團圓飯在人手短缺的中餐館盛行，既能防止顧客的流失，又讓更多人足不出戶便吃到專業大廚的新年菜肴。對於海外中餐館來說，外賣的銷售方式擴大了餐館的發展商機。

據西班牙《歐洲時報》報道，西班牙、意大利、法國等的中餐業在臨近新年時也出現同樣的情況。中餐外賣早已深入到西班牙和美國之

加拿大郵政也於2013年1月8日發行了2013年生肖蛇年郵票，這是加拿大推出的第二輪生肖系列郵票的第五套。加拿大郵政規定，不論將來郵資標準如何變動，永遠可以作為加拿大本地郵件的標準郵資在加拿大使用。

據美國《世界日報》報道，美國郵政局與華人小區為了慶祝農曆新年推出的蛇年郵票於1月16日在全美同步發行。每張蛇年郵票共有12枚，售價為5.40美元，單一郵票的售價是45美分。蛇年郵票適用於以後一般信件的基本郵價，不受郵票漲價影響。

澳大利亞郵政在新年到來之際推出一套蛇年紀念郵票，其中包括一個蓮花小型張，郵票一發售就非常搶手，無論是當地華人還是白人群體都紛紛購買。墨爾本華裔設計師潘德妮負責設計，這已經是她為農曆新年推出的第六套生肖郵票了。這套蛇年紀念郵票分為1.8澳元面值和0.6澳元面值的郵票畫面主體為“蛇”的漢字，而0.6澳元面值的郵票則是“蛇”的象形文字的衍生體，而且加入了中國剪紙的元素。

對，夏威夷最大的DFS購物中心會給1000人的旅行團開設購物專場，DFS從晚上10點半到凌晨1點不打烊，讓客人盡情購物。另外，DFS購物中心為購物團特別提供了白金卡會員的服務，還可以提供折扣，客人可以得到最大的購物享受。

作為遊客和常住人口的重要目的地，拉斯維加斯正感受着中國農曆新年的熱烈氣氛。農曆新年前後是拉斯維加斯最受亞洲遊客歡迎的時間，尤其對中國那些不斷壯大的中產階層來說。另外，拉斯維加斯風俗和旅遊局的數據也顯示，每年僅從中國直飛拉斯維加斯的遊客就有18.8萬，還不包括先飛到加利福尼亞再轉車去該地的遊客。這樣龐大的市場，讓“賭城”不得不多花心思迎合遊客。

不同于舊金山及華盛頓地區的唐人街，拉斯維加斯的唐人街有自己的特色：擁有眾多值得參觀的亞洲餐館和企業的商業區。春節期間，唐人街也會舉辦有特色的慶祝活動，在這裡可以品嚐到亞洲各地的美食、欣賞到各種各樣的手工藝品，舉辦各種傳統的表演節目，包括中國舞獅、舞龍、武術及日本的太鼓和波利尼西亞的舞蹈等，讓民眾大飽眼福。“賭城”拉斯維加斯已經做好了準備，迎接中國“蛇”年的到來。(裴秋菊)

加拿大郵政也於2013年1月8日發行了2013年生肖蛇年郵票，這是加拿大推出的第二輪生肖系列郵票的第五套。加拿大郵政規定，不論將來郵資標準如何變動，永遠可以作為加拿大本地郵件的標準郵資在加拿大使用。

據美國《世界日報》報道，美國郵政局與華人小區為了慶祝農曆新年推出的蛇年郵票於1月16日在全美同步發行。每張蛇年郵票共有12枚，售價為5.40美元，單一郵票的售價是45美分。蛇年郵票適用於以後一般信件的基本郵價，不受郵票漲價影響。

澳大利亞郵政在新年到來之際推出一套蛇年紀念郵票，其中包括一個蓮花小型張，郵票一發售就非常搶手，無論是當地華人還是白人群體都紛紛購買。墨爾本華裔設計師潘德妮負責設計，這已經是她為農曆新年推出的第六套生肖郵票了。這套蛇年紀念郵票分為1.8澳元面值和0.6澳元面值的郵票畫面主體為“蛇”的漢字，而0.6澳元面值的郵票則是“蛇”的象形文字的衍生體，而且加入了中國剪紙的元素。

