

## 連 想

有些商標出了名，就成為該製成品的代號，我們一聽到「立頓」便想起黃色茶包；「濟眾水」便是止瀉藥。

更厲害的，商標變成了動詞，像在印尼拍照片，就叫「柯達」。

韓國人喝酒，只愛土炮，後來自己也有自己的仔蒸，就是沒有日本清酒。最早進口清酒牌子叫「菊正宗」，把菊字省去，叫「正宗」，就代表了日本清酒了。

年輕人之間，Levi's 就等於是牛仔褲。

老一輩的人用 Henna，等於是染發劑，當今和年輕人談起同一個 Henna 的字，又變成了一種暫時性的紋身了。

「露華濃」出產很多化妝品，但沒人記得，它是一家最早推出洗指甲油的公司，所以一說「露華濃」，就指洗指甲油。

我們聽到「老人牌」，便知道是說麥片，「Kellogg's」則是粟米片。

連想是一件有趣的事，並不一定是商標，固有的名詞也啟發了形象。陽光代表了開朗和健康。月亮並不一定像鄧麗君所說，代表了她的心，小孩子總想起月餅。

牡丹花是富貴，落葉是悲哀。

用黃金做的廁所板，是暴發戶。

字畫則是風雅，股票是投機，房地產從前是財產，當今是負資產。

六十年代中，一提起香港，外國人即連想到人造花，七十年代是購物天堂、美食天堂。

八十年代是貴、貴、貴。

九十年代是回歸。

兩千年代，香港的代號是慘、慘、慘。

別人怎麼連想香港，是別人的事。我們住在這裏的，每天日子還是要過，香港代表的，仍然是頭腦靈活，生存力強。這個連想，永存心中，甚麼都不怕。