與狗甚配合 犬咬猪吠
大肥猪亦可看門口
主人稱讚其十分聰明及講究衛生

在英格蘭阿多沙姆附近有一位叫羅斯琳·斯圖瓦特的二十六歲女子，地所飼養的一隻越南大肚種豬像狼狗一般，有看家的本領。羅斯琳在家同時飼養了一隻叫「阿爾非」的看門狗，該豬和狗可謂配合默契，狗叫喚時，豬就直撲陌生人，兩者成了完美的一對。

羅斯琳養豬狗是要牠們爲其看家護院，不讓外人闖入。該隻叫「巴德」的豬曾咬過不少人，如郵差、送貨人。該巴德比阿爾非早幾個星期到羅斯琳的家，現還不足一歲大。牠們是被放在一塊飼養的。當有外人登門拜訪，如巴德不喜歡，牠就會低下頭了，此時，到訪的人就要格外小心。相反，如牠喜歡的話，就會像狗一樣搖着尾巴。巴德用狗食餵養，現已重達七十磅，牠還可長到一百五十磅。羅斯琳說：「該豬十分聰明和講衛生，由於是家庭飼養，故人人所愛。」

一位保護動物協會發言人警告說，越南大肚豬小時候挺好玩，但牠日長夜大，最終的個頭將長得驚人的大，當向人襲擊時，其傷害力很大。

羅斯琳和豬狗一起散步。

羅斯琳與愛豬接吻，看來豬比人更陶醉。

遺失已有半年之久
鼻孔中掏出鑽石
此君現更不願改令人討厭習慣

托尼·洛比可拉有令人討厭的掏鼻孔壞習慣，但是這陋習卻使他找到了一顆遺失的小鑽石！

這粒一克拉的鑽石在托尼右鼻孔的隱窩藏了起碼有六個月之久。四十六歲的托尼說：「這是我結婚戒指上的一粒一克拉小鑽石，六個月前我看電視時發現鑽石不見了。從那以後，我一直在尋找，我以爲自己找遍了所有地方，但我錯了。」

托尼四十二歲的太太奧米莉亞相信她丈夫同找回那粒鑽石一樣，也是在掏鼻孔時遺失的，她說：「每一天晚上，他坐在沙發上，邊看電視，邊挖鼻，有家人在時，他也那樣，所以他在那兒找到鑽石一點也不令我驚奇，他那掏鼻子的樣子看起來總像挖寶一樣。」

奧米莉亞原以爲這件事能給托尼一個教訓，讓他改掉掏鼻孔的壞毛病，但是托尼僅是將鑽石洗淨，然後再重新將它鑲在戒指上，而鼻孔他則照樣每天掏。（成）

地圖的歷史

·秋雨·

在手繪地圖上標地名的工作單調繁複，令人厭倦。一九三三年，巴姆斯泰德設計了一種機器，可以用影印的方式用優美均勻的手寫體在地圖上標出任何尺寸的地名；與此同時，繪圖家和書法家查爾斯·E·瑞德福德設計了清晰、精緻美觀的標地名字體，這種字體至今仍是地理學會出版的優質地圖的標誌。四十年代中期，繪圖員威爾曼·張伯倫發明了張伯倫三維投影儀，大大減少了繪圖誤差，被廣泛使用。

學會對二次大戰同盟國的勝利作出了特殊貢獻，他們爲國防部提供了一百多萬張地圖。

戰後，地圖描繪的對象從地面轉向太陽系、海底和世界文化，地圖的尺寸也日益多樣化，最大的一張掛在華盛頓國家地理學會的探索者大廳。地圖繪製者們能在地圖上標出酸雨區、鴉片種植區、六個大陸古代文明區、一九八九年加州大地震區等。總編格羅斯瓦納深情地說：「地圖宛如歌自然的最偉大史詩。」

在第二次大戰的前十年，地理學會已着手出版各大陸和大西洋、太平洋的地圖。一九三九年，當戰爭陰雲籠罩歐洲時，學會及時出版了《中歐和地中海》地圖、《歐洲及近東地區》地圖和《大西洋》地圖。珍珠港事件後不久，羅斯福總統就得到了國家地理學會個公文包，裏面是數張裱好可懸掛的該地區詳圖。國家地理

一九八八年十二月，地圖繪製分會又開始使用阿瑟·H·魯濱遜設計的投影儀，這種儀器的使用可使畫在平面紙上的圓地球看上去更接近真實。正如張伯倫在一九四七年發表的一篇文章中所預言的：「投影儀的改進將永無止境。」

一九一五年，阿爾伯特·H·巴姆斯泰德在優質紙上用鵝毛筆繪出了巴勒斯坦這個自古以來紛爭迭起的多石地區。當時，他並不知道自己正是國家地理學會地圖繪製分會的先驅。

一九一五年，地圖分會一成立，就投入了緊張的工作。爲了使美國千千萬萬個家庭了解第一次世界大戰的進程，他們在一九一八年五月號的《全國地理》雜誌上發表了題爲《戰爭舞台》的戰區地圖。戰爭結束後，他們於一九二一年又及時出版了《巴黎和約下的新歐洲地圖》，標出了新成立的國家——愛沙尼亞和拉脫維亞，也標出了重獲獨立的古國波蘭。副總編專爲這冊地圖的問世寫道：「全世界都承認這冊地圖所出的疆界是永久的、明確的。」七十年過去了，世界版圖的變化從未停止，他們修訂再版了六次世界地圖，每次都抱着永久和平的美好願望。

從二十年代起，國際地理學會每發表一冊新地圖都配合發表一篇精彩的評論文章，這已成爲美國地圖出版業的優秀傳統了。在一九一五年以來出版的數以千計的地圖中，流傳最廣的和最有影響的當屬一九二二年十二月首次出版的《世界政治形勢參考地圖》。一九二三年，第一冊美國地圖出版，並從此開始了「主題地圖」的繪製出版工作。第一冊「主題地圖」是《喬治·華盛頓的足迹》，爲了紀念第一任總統誕辰二百周年，於一九三二年一月出版。著名的《聖經之土與西方文明發源地》地圖出版於一九三八年十二月，一共再版了五次，最近這一版於一九八九年十二月問世。

東風窗開開

東瀛爆發可樂大戰

今年，在罐裝咖啡、烏龍茶、紅茶等飲品的基礎上，一場可樂大戰的序幕已經拉開。一般而言，可樂的口味與包裝已被定型，因此各個經銷商以往甚少在這方面下功夫。

然而去年開始，可樂的銷量突然急升，比前年增加了一百萬公升，增長幅度達到百分之五點六，可樂佔了整個日本飲料市場的百分之九，拓展潛力可觀。

日本的飲品製造商近年來開始致力於可樂型飲料開發。爲了適應不斷增長的多樣化需求，各商社都爭相把新產品投入市場。

爲此，各經銷商認爲可樂銷量增長的關鍵，在於「可樂多樣化」，單一口味的可口可樂或百事可樂已再不能適應人們的多樣性選擇。因此，一時間各種各樣前所未聞的「新型可樂」被推向市場。

例如，著名大飲料商山得利公司就於今年月中推出了具有西班牙風味的「巴賽隆那可樂」及清淡型「巴賽隆那可樂」。其推銷概念明顯是着眼於將在九二年於西班牙巴賽隆那舉辦的國際奧林匹克運動會，山得利今年的銷售目標已是近一千萬罐，明年奧運前後，更將全力催谷。

·秋子·

嬰兒聰明超乎想像

瀛寰新趣

美國一些大學對嬰兒進行的研究表明，新生兒比人們想像的更聰明。

他們的結論包括：新生兒相當敏感，有超常的接受能力和感受外界環境——包括父母言行舉止的本領。

嬰兒能很清楚地表明自己的喜怒哀樂。不高興時會大聲哭叫、閉上眼睛或扭過臉去。他喜愛新奇的事物和有生命的東西，特別是人。

出生九分鐘後，嬰兒已愛看人的臉，而不是人頭模型，一周後，嬰兒能認出銀養他的媽媽。如果媽媽不高興沉着臉不吭聲，他就會拒絕吃奶，不好好睡覺。

一些研究者認爲，母親不應當簡單地把他們交給護士或保姆，孩子比你想像的聰明得多，多和他們交流，對他們將來大有好處。

當今之世許多年輕母親都願意自己照料新生兒第一個月的生活。但專家們說，最基本的是要學會認識及尊重這些幼小生命的本性。

·雲岳·

法國雄稱兒童用品
維也納位置每年皆變動

法國雖然在遊戲用品和玩具市場中份量仍輕，但是，若擴大至兒童用品消費國的範圍看，法國卻是歐洲的「大阿哥」。

在出口方面，法國的產品已分別外銷至四十五個國家，其中最主要的買家爲北美國家。

在進口方面，法國市場的最大供應源竟是中國。與歐洲的共市其他成員國的兒童消費品貿易方面，法國亦有不俗的表現，法國貨佔該市場進口量的百分之五十八，法國從共市的採購則佔該市場的百分之四十。

根據法國玩具公會公布的統計資料，八九年法國兒童消費品市場最受歡迎的產品依次序爲：遊戲玩具、幼兒用品和嬰兒車。

法國內銷遊戲玩具值廿七點五七億法郎、嬰兒車三億四千九百萬法郎、幼兒用品六億六千萬法郎、三項產品合計三十七億六千六百萬法郎。同期間，法國幼兒用品的出口額達十九億八千六百萬法郎，其中玩具佔十六億一千六百萬法郎，幼兒用品二億零七百萬法郎，嬰兒車也達一億六千三百萬法郎。

目前，全法有一百八十多家玩具製造商，其中越來越多注意打通國外市場，以出口來提高其公司的營業額。

·心怡·

法蘭西風情

奧地利首都維也納在地球上的位置每年要移動卅五米，然後在年內又返回原地，這種不固定位置的現象早已人人皆知。

奧地利天文學家說，現在維也納的位置挪動不僅是以年而且以月，其至以星期在變化着。幾個星期內維也納可挪動三米。科學家解釋這種地理位置的變化就像地殼運動和地心液體流動一樣。

趣知廊

肌肉溶化症

芷晴

印度馬哈拉施特拉邦有一位婦女患上了一種十分罕見的病，整個人就像一支點燃着的蠟燭那樣慢慢地溶化，令群醫束手無策。這個婦女雖然只有三十二歲，但她看起來就像八九十歲。醫生相信，再過幾年，她整個面部肌肉就會脫離骨頭。

BMW
及
AUTO WEST
介紹本年度最超值的汽車！

318i 四門 由 $23,766 起
318i Sport 由 $25,682 起
318i Cabriolet 由 $32,177 起

所有價錢包括地毡、滿缸汽油、本地運費及檢查費
（不包括有關稅項）
請與HONDA, ACURA, LEXUS, INFINITI, MAZDA, TOYOTA, NISSAN, VW 比較，然後駕駛一部寶馬汽車。
AUTO WEST 提供您最佳駕駛樂趣、服務及最抵買之價錢。

RICHMOND AUTO MALL
AUTO WEST BMW
RICHMOND AUTO MALL
KNIGHT & WESTMINSTER HWY.
273-2217

重要通告
珠江橋牌
PEARL RIVER BRIDGE
生抽王、老抽王、
金標生抽王、草菇老抽、
鮮蝦抽
歷史悠久、品質一流
凡標身出現以下備註的其中一個編號及地區名稱，才是正貨。
405 406 101 203 304
中國廣東
廣東省食品進出口公司
中國廣州市沿江西路59號
郵政信箱：69號 傳真：862716
電掛：廣州 5440 電傳：44381 KFDCO CN