

你的心聲



徵稿啟事

本版歡迎各界人士投稿，來稿內容和題材不限，文責自負，每篇在600字以內，可用實名或筆名發表，但原稿需注明真實姓名和聯繫方法。如刊用將付薄酬。
投稿及查詢，請電郵至：opinion@lionrockdaily.com

引入海外醫生足見政府重視民生

布恩

為進一步解決香港「醫生荒」問題，特區政府日前建議進一步放寬非本地培訓醫生來港註冊制度，容許持認可醫學及專科資格的非香港永久性居民醫生申請；為具備專科資格的「有限度註冊」醫生提供銜接至正式註冊的階梯，以及容許未在香港以外地方實習的非本地培訓醫科畢業生來港參加執業資格試。

隨著香港人口老齡化程度加深，醫療體制面臨越來越沉重的壓力，解決人手短缺成為本港迫在眉睫需要關注的問題。事實上，去年7月至今年6月公立醫院醫生流失率為4.6%，情況令人憂慮，單靠增加本地培訓醫生難以解決人手短缺問題，社會不斷有強烈意見認為應引入海外醫生救急，原修訂草案中政府提出立法引入非本地培訓醫生，不用考執業試而可在港工作，算是跨進了一步，但規定須是香港永久居民，以及要在公院工作一段長時間，門檻不低，仍然限制了人數，未必能填補短缺。

新修正案希望網羅更多合資格的專科醫生來港服務，可見政府聽取各持份者聲音，尤其是最大持份者「病人組織」，認為香港永久性居民的申請要求，限制了其他有意來港服務的人士，令不少具專業資格的醫生被拒諸門外，與吸引人才的大方針背道而馳，可見政府今次破釜沉舟的決心和勇氣。過往怯於欺善怕惡的個別行業保護主義阻力，對引入海外醫生不敢有所作為，現在卻敢於突破業界利益勢力的阻礙，紓解危機，政府有了這份勇氣，解決「看病難」和其他問題就有了希望。現在社會重新聚焦改善民生的問題，期待重大民生舉措陸續有來。

媽姐與外傭

顧珈

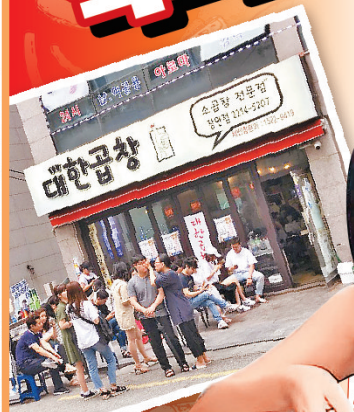
香港一直需要家庭女傭，引入外籍女傭之前，「媽姐」承擔這份工作。「媽姐」大多數是順德的「自梳女」，把頭髮梳起挽成髻，表示終身「梳起唔嫁人」。憑着煮得一手美味的順德住家菜，細心照顧主人一家老小，以及勤快的清潔工作，很受歡迎，只要她們願意做下去，大多數主人都希望這樣好的「媽姐」，留在家中，當作自己人，家中有一老，猶如有一寶。但落葉歸根的傳統思想根深蒂固，到了一定年紀，「媽姐」大都選擇回故鄉，與合得來的姊妹在預先安排好的「姑婆屋」安享晚年。「媽姐」中，最為人津津樂道就是順德均安的歐陽煥燕，她十多歲就跟隨幾位姊妹去新加坡，先在愛國僑領陳嘉庚家中當9年女傭，日軍侵略南洋時，陳嘉庚返內地，歐陽煥燕就到李光耀家當女傭，她在當律師的李光耀家中服務四十多年，帶大了李光耀的三個子女，見證了李光耀、李顯龍當新加坡總理的歷史。歐陽煥燕退休，謝絕了優厚福利，回到家鄉，頤養天年，享年百齡。

香港在上世紀七十年代引入菲傭，當時菲律賓不景氣，總統馬科斯修改勞工法，允許國民到外國工作，賺取外匯，改善國家經濟，碰巧當時香港經濟剛剛起飛，外籍人士、做生意和當白領的港人需要懂英文的女傭，菲傭就大行其道，現在已成為菲律賓經濟重要支柱。在引入菲傭同時，也有人建議聘請內地女傭，不過，當時的法例是，內地人來港住滿七年就可成為永久居民，這涉及居住、醫療、福利等等考慮，一直未成事。

時移勢易，今日的香港，普通話與英語同樣重要，如果有港人願意聘請內地女傭，特區政府會不會重新考慮呢？

華莎效應 拌飯魅力

追星



■牛腸店成打卡勝地。



■歐美膚色的華莎舞台上展現性感一面。

■歎烤牛腸食得好滋味。

■宅家素顏食拌飯好感大增。 視頻截圖

■網友模仿煮蠔蚶拌飯。

「華莎效應」又

嚟料！韓國女團MAMAMOO成員華莎自從出演綜藝《我獨自生活》後，展現與舞台上截然不同的「反轉魅力」成功突圍，擁有極高的觀眾緣，並成為「殿堂級帶貨女王」。但凡她在節目中吃過的食物、用過的餐具、穿過的衣服、吹過的牧童笛，都能莫名掀起熱潮，吸引人嘗試及購買，連她本人也感到十分意外。就在近期一集節目中，華莎與喜劇演員朴娜勑在家煮蠔蚶拌飯，兩人身穿可愛的孖妹睡衣，津津有味肉粒飽滿的蠔蚶拌飯，發出連連讚嘆聲，華莎更肉緊閉眼沉醉於滿嘴蠔蚶的滿足，好食到拍晒怡，睇見都食指大動！節目播出後，觀眾紛紛上網找尋食蠔蚶拌飯的餐廳，帶起新「華莎效應」，就連節目中另一成員全炫茂亦指：「全國蠔蚶現正瑟瑟發抖！」同時，韓國門戶網站即時出現華莎餐盤的搜索熱詞，同款睡衣成為熱賣單品出沒社交媒體，海外粉絲亦四處求食譜，韓媒爭相以「華莎蠔蚶拌飯在SNS引起拌飯混亂」為題報道。

在《我獨自生活》中，華莎食相誘人的「吃播」，總能勾起觀眾食慾，其中一集節目華莎獨自去餐廳食烤牛腸更被稱為「名場面」，令韓國一度掀起烤牛腸風，多間牛腸店大排長龍，在疫情前不少海外旅客到韓國旅遊亦必去牛腸店打卡，全國牛腸銷量暴漲至多度售罄，連韓國牛腸協會亦忍不住要向華莎頒發感謝狀。

講到「帶貨女王」，不得不提鼻祖級的藝人李孝利。

在女明星機場街拍還沒開始的千禧年代，李孝利的日常服飾成年輕人的追捧潮物，而她代言的產品從美妝、健康食品到家電用品沒有一項不熱銷，造就「要是她做就能成為話題」的李孝利效應。2013年，她與音樂人李尚順在濟州島的自家草坪低調完婚，只邀請了朋友和家人，甚至帶紅了小型婚禮，就在李孝利結婚的次日，大型婚慶公司的訂單暴跌。

■同款睡衣熱銷。

