

# 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

## 魷魚遊戲

布恩

韓劇《魷魚遊戲》甫一推出就掀起全城話題，全劇驚喜不斷製造緊張感，沒有重來的機會，讓人不時為主角群捏把冷汗。劇中內容皆是韓國兒童遊戲，像123木頭人、打彈珠或拔河，部分遊戲不少港人兒時都有玩過，因而容易產生共鳴，看劇集時難免也會回想自己童年。

現在生活物質豐富，小孩子人人一部手機，無時無刻低頭玩電子遊戲。以前的年代沒有智能電話，小朋友只需一雙手、一張紙和一支筆，都能在課室玩上整個小息。天下太平、東南西北、花繩、包剪揀等那些年簡單無聊但又令人玩不停；還有狐狸先生幾多點、123紅綠燈、大風吹等戶外遊戲，大家大喊大笑地跑走真的是美好的回憶。這些遊戲或許只有八九十後才有共鳴，因為已長大為人

父母了，但卻沒有把這些遊戲與自己小朋友一起玩耍，因為家長們放工後都累得不想動，想好好休息，所以很多人以「電子奶嘴」取代家長陪伴遊戲。

遊戲是兒童的基本權利，有不少研究顯示遊戲對兒童的體能發展、社交溝通、思考認知、創意培養、情緒表達、培養專注、學習解難、認識自己、挑戰突破、建立自信等都有重大正面作用。但電子遊戲則是「精神鴉片」，沉迷會影響視力和學業及引發性格異化。

遊戲是幼兒發展重要的啟蒙，也是學習的重要過程，是小朋友天生的溝通方法，家長可將他們的傳統遊戲與小朋友一起玩個不亦樂乎，再讓小朋友推廣到他們的朋友圈，能保留傳統遊戲，也能讓小朋友遊戲更多元化，也是雙方關係建立的工具，一舉多得。

## 善用內地科企打破人才壁壘

文瑜

特首林鄭月娥本屆任期最後一份施政報告，提出一些與創新科技相關的政策，如發展新田科技城、擴建科學園等238公頃土地。發展創科需要土地、金錢，更需要人才。特區政府除了投入資源，更重要是打破香港與內地的人才壁壘，善用內地大型創科企業的力量，為香港培訓、引入和輸入人才，才能令本地創科有一個飛躍。

林鄭回顧過去4年政策，在培育人才教育經常開支超過130億港元，推動創科則投資逾1,300億港元，數字較過往有長足增長。但本港在創科產業上仍然未見突破，關鍵瓶頸在人才。

早前，中國金融科技巨頭螞蟻集團透過香港中文大學招聘逾100個研發工程師等技術職位，工作地點包括深圳、上海、杭州及成都等內地一線大城市。

螞蟻集團在金融科技領域發展多年，國家

「十四五」規劃支持香港建設國際創新科技中心，同時也致力推動粵港澳大灣區的創新科技發展。因此善用內地大型科技企業的力量，可為香港年輕一代畢業生提供去大灣區以至內地大城市從事金融科技工作的機會，從而推動年輕人從事科技工作，開拓前景。

有一些意見認為這樣做是「吸走」香港人才，令香港「空心化」，這種看法其實是狹隘和短視的。科技發展不是閉門造車，是需要市場、團隊去累積經驗。內地在互聯網應用方面領先全球，讓香港的年輕人北上工作，累積經驗之後，再回港挑起大樑，是良性的人才流動。

「良禽擇木而棲」，人才往哪裏走，由市場說了算，也只有如此，才能使人才成為最重要、最活躍、最具效力的市場要素，激發人才的創新創業創造活力。

# 眼窩眼線

生活

# 彩色個性

變Party Queen。誇張的色彩搭配秒。

## 疫

情下長期戴口罩，眼妝逐漸成為妝容的重點，愛美之人不惜在打造迷人眼妝上落工夫。被譽為「時尚奧斯卡」的Met Gala日前於美國紐約舉行，出席藝人爭相鬥艷，韓國大勢女團BLACKPINK的成員ROSÉ及女歌手CL亦作為73年來首次出席該盛事的K-pop女藝人。當晚兩大女神的性感潮Look備受讚譽，ROSÉ的眼妝更意外搶風頭。ROSÉ在簡單妝容的基礎上，在眼窩上端再畫一條細長的黑色眼線點綴，誇張得來又不失潮流感，個性十足，被美國時尚雜誌《The Cut》評為當晚最佳眼線造型，不少網友更認為這將是未來引領韓妝新熱潮的特別眼線妝。

實際上，ROSÉ早前已化過類似的眼窩眼線妝，使用綠色及粉紅色的懶人眼線貼紙，同樣貼在眼窩上方，既方便又吸睛，與普通的在眼睫毛周邊畫眼線的視覺效果大大不同。近期彩色睫毛膏、眼線液相當流行，除了可以像ROSÉ一樣用單色線條裝點眼窩，亦可以嘗試顏色鮮明的撞色，又或是將彩色眼線加在眼尾。新人女團STAYC的6名成員在新歌《STEREOTYPE》MV裏及打歌表演時就畫上黃色、橙色、紫色、綠色的混色眼線，鬼馬精靈。而適合平日通勤的內斂之選則是從與膚色較相近的色系下手，選用橘色、紅棕色等，現時不少日韓少女，流行將白色或其他淺色系的眼線畫在眼皮摺的尾端，相當清新又可愛。

STAYC的成員，畫上大膽混色眼線。

ROSÉ出席Met Gala時的眼線造型好吸睛。

