

「磚家」

或高高在上、頤指氣使而令人生厭。自己香車寶馬、暖閣輕裘，卻輕描淡寫指責年輕人糾結於買房，而根本沒有關照到年輕人蝸居、蟻居的無奈，沒有看到他們被房東趕出家門、深夜拖着大箱子在馬路邊痛哭的無助。

或花言巧語、煽惑忽悠來謀取私利。台前誘導、誤導大眾，惡意炒作，推銷某種產品、模式，台後大肆分肥分贓。名為專家，實為「黑嘴」、搗客、騙子。

凡此種種，既無專業操守，且失道德良知，難怪公信力江河日下。「磚家」一出面，迎來的不是掌聲與鮮花，而是噓聲和「板磚」，「專家」信口雌黃，大眾便也「以磚治磚」。

其實，真正的專家，除了要有真才實學，更需實事求是的精神與仗義執言的勇氣，鐵肩擔道義，為科學與真理代言，而不是鑽營私利，或淪為資源與權力的奴僕。否則，再堅硬的「磚」，也遲早塌房。



瓜園蓬山

gardenermarvin@gmail.com
逢周三、四、五見報

前幾天，「建議專家不要建議」，衝上微博熱搜榜首位。這真切反映出，天下苦「專家」久矣，以至於群嘲為「磚家」。特別是互聯網社交平台的普及，人人都有麥克風，「磚家」幾乎是零門檻，數量更是幾何級暴增。掛羊頭賣狗肉已算是有良心的，更多的卻是掛羊頭賣狗屎。

專家本應是答疑解惑，傳播新知，提升大眾知識與理性。而「磚家」截然相反。或模稜兩可、含糊其詞以明哲保身，或雲山霧罩、故弄玄虛以掩飾其草包。話語裏充斥着「既要，也要」「但是，可是」「同時，另外」等似是而非的強調，令人「聽君一席話，如聽一席話」。

或聳人聽聞、嘩眾取寵以刷蹭流量。特別是疫情以來，類似口罩甲醛致癌、吸煙有利殺毒、外國活埋患者之類的反智言論、偽科學、「大棋體」，不時出現，靠散布恐慌、「消費」恐慌來賺取流量。

疫下可以撿漏嗎

各大拍賣行以往預展參觀者川流不息的場面已不再，疫情影響各行各業，藝術品拍賣也受到波及。雖然疫情期間不乏有超億元的拍品成交，但從近期拍賣市場可以看出，部分的拍品估價已經遠遠低於以往，或者說現在價格回歸到了一個較為理性的水平。

近日在邦瀚斯香港畫廊看到了一幅林風眠的《敦煌伎樂》畫作，畫高約一百三十厘米，寬一百六十厘米，畫中呈現的是十位形態各異，飄渺傳神的敦煌樂人。五十年代，一對美國夫婦前往美國銀行上海分行工作，夫人喜歡畫畫，旅居上海期間購得此畫，一直保存下來並傳給子女，邦瀚斯將於六月初上拍此畫。

據介紹，在已知的林風眠傳世作品中，以敦煌為題的創作僅有四件，都是創作於五十年代，現度藏於上海中國畫院，但人物如此眾多的作品還是初次展現。畫作保存完美，是難得的佳品。但是以目前的市場情況，該幅畫作估價為二百八十萬元至三百八十萬元。

疫情爆發以來，雖有萬般不捨，一些藏家已經低價出讓藏品。有拍賣行接到往年拍價一半的拍品重現市場。有藝術品發燒友被朋友規勸，保留現金以備不時之需，也有一些發燒友找些價低又討喜的小件拍品參拍，過過做買家的癮。

上款畫（畫家題寫了受贈者名字）從前在拍賣行都是賣不到高價的，因為落了受贈人的姓名，買家總是有所芥蒂。但是隨着線上網拍加大，贗品不時出現，畫的來源就成了行家們鑒別真偽的一個重要依據，上款畫反而印證了確為畫家的真跡，得到買家的信賴。

各大拍賣行加大網拍的場次，本來一個傳統的線下行業也在數年的疫情中發生重大的變革，舉牌落槌變成了按鍵落價。



九連環 薩日朗

逢周四見報

酸角的本事

酸角最大的本領，就是讓你吃着吃着，就覺得嘴巴和生活都甜起來了。可很多人在吃之前卻不這麼想，包括我在內，一度覺得酸角真窘迫，角色窘迫，味道也窘迫，就像卡在夾縫中的上班族，壯志未酬，自由也丟，一股說不清道不明的苦楚，無處回頭。直到某天正式地跟它面對面，剝開殼，一整條放進嘴裏，感覺竟然很好。如果用偶像劇作類比，大概是曾幾何時你走丟的鄰居小胖，多年之後再重逢，發現對方已經長成了玉樹臨風的大人，多看一眼，都會臉紅。

當然了，吃酸角還不至於美到臉紅，至少是踏實充盈的。不算太厚的果肉裏，帶出沙沙的口感，第一口酸到眨眼，之後回味越來越甜，抹平了舌苔上的最後一絲留戀，在新鮮、潮潤的畫布上「揮毫潑墨」。酸甜的交手中，是大自然對味蕾的偏愛，就是這個配比剛剛好。嚼到腮幫子閃閃發光，嚼到靈魂爬上樹，去摘下更多更飽滿的果實，也許那個時刻，我們都達到了精神上的「壯觀」。

除了台前，酸角在幕後也沒閒着。據說它有着魔術師一般的本領，能作為天然多糖，保證食品的安全性；還可以充當增稠劑加入在冰淇淋中，沒有人造的黏膩感和假滑，只不過成本不低。說不定你吃過的某一次高級酒店下午茶，就有它穿梭其中的身影。

這個時候再回頭看酸角，它竟然一點也不醜了。窘迫的外衣反而成了最低調奢華的保護色，就像一切深藏功與名的傳說，穩當當坐在角落裏，書寫着只屬於自己的劇本。劇本雖然不長，章章都有新模樣，不落窠臼的出場。而我們，從看的人，竟也變成了真正置身其中的人，沉浸式地演繹，還不經意間為它背書了一次。人生，就如同這「跌宕起伏」的酸角，果真神奇。



食色判答

逢周二、三、四見報



一個樣樣都要的人，肯定有一樣東西不要——臉皮。

漫條思理 鄭辛遙

逢周二、四見報

帽子與眼鏡，兩相配合，夏日外出，一頂帽子搭配一副太陽眼鏡，非常亮麗搶鏡外，也會顯得十分合拍。這個組合，除了互相輝映不同的魅力外，還有一個特點，就是可以始終保持一個時尚形象。隨着每季時裝變化，眼鏡與帽子的色彩與外形設計，都會成為搭配的重點。

如果與衣飾或手袋、鞋履等物比較，在流行變化的速度與款式上，帽子與眼鏡可說是變得較為緩慢和保守的。尤其是眼鏡，除了是

搭配飾品外，也是部分人士必需的日常用品，所以在設計上通常會保持一些恆常的款式，多年前買下的太陽眼鏡，可能到今天仍然是流行的款式，金色幼邊的外框，不顯過時。

太陽鏡的款式比一般度數的近視眼鏡設計要多元化一點，始終是可用作搭配服裝的單品，所以花樣比較多，創新的意念也較廣泛。像一款新設計的太陽鏡，在圓形鏡片上側斜角位置鏤空，正好配合現時衣飾流行鏤空設計的潮流。各大

獨角獸的演變

生活在印度、南亞次大陸，是一種野驢，身材與馬差不多大小。牠們的身體雪白，頭部呈深紅色，有一雙深藍的眼睛，前額正中長出一隻角，約有半米長。」《聖經·舊約》中，這種額頭長有一隻角的馬叫做「re'em」，最初被譯作「monokeros」，後來才演變成英文中的「unicorn」。

在中世紀神話傳說中，獨角獸對人類友好，十分單純善良，往往被處女吸引，但經常陷入其可怕的圈套，「純潔」的少女野蠻地斬下牠那神奇的角，



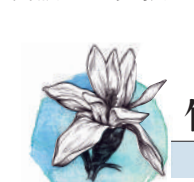
童眼觀世 梁戴

逢周二、四見報

時尚的春去秋來

不留意服飾品牌及打扮潮流趨勢的人，往往搞不清時尚季度的劃分，又或好奇名人為什麼總愛夏天穿冬裝，嚴寒中卻一身清涼。這文化現象確是不易理解，但只要多關注時尚設計與行銷，就會逐漸明白上述情況的底蘊，更終有可能成為別人眼中那種冷暖不分的「時裝精」。

從前大部分時尚品牌基本上按年推出春夏及秋冬兩大系列，而公開發布日期，約於正式開售前九個月。為加強競爭力及配合宣傳，製成品又會於各季實際來臨前三個月到店供客戶參觀選購。演藝名人、品牌大使或各路時裝達人，因此會比一般顧客早得新品，不管是否工作需要，基於潮流講求快人一步的習



竹門日語 簡嘉明

逢周一、四見報

畢業季

任和信心；徐揚生校長寄語，當身處逆境的時候，要做一個內心強大的人。

儘管困難重重，近一千二百名香港中文大學（深圳）本科畢業生的去向還是比較亮眼，百分之八十的畢業生選擇去世界知名大學繼續攻讀碩士、博士學位，百分之二十的同學選擇就業，亦獲得了包括華為、騰訊、阿里巴巴、微軟、亞馬遜在內的國內外知名企業的錄用。

作為中國開放程度最高、經濟活力



灣區聽雨 黎園

逢周四見報

失去魔力的獨角獸只能任由獵人無情地宰殺。據說，從角上挫下來的粉末可以解百毒，服下即可抵禦疾病、百毒不侵，更能起死回生。獨角獸的血液也有治病、甚至起死回生的能力。獨角獸在歐洲的傳說中，是純潔的化身，更被蘇格蘭選為王室的象徵。

來到現代，獨角獸則泛指有實力、具前景的初創企業。二〇一三年由美國風險投資者Aileen Lee率先提出，她以獨角獸代表在市面上估值達十億美元，仍未上市的公司，因為當時的初創企業能夠擴張到市值十億美元的機率，如同見到獨角獸一樣非常低，後來獨角獸這個詞就被媒體廣泛運用。當然，如果這些企業一上市，就不再是獨角獸，而是財經市場的巨無霸了。

秋冬，此外還有兩季高級定製服系列。快閃市場更不用說，每周一上新如家常便飯，總之百家爭鳴，費盡心思鼓勵快人一步的打扮習慣，吸引大眾奉上置裝費。潮流不停轉，六月又是各設計師品牌紛紛推出早秋系列的好時機，「時裝精」引頸以待，時尚達人蓄勢待發，哪管普羅大眾未吃五月糴，上季的寒衣也還沒時間放入櫃。

時尚充滿趣味和學問，判斷是否盲目追求與打扮合宜的標準因人而異，選擇卻應考慮實際需要及購買能力，才符合環保之道。筆者愛留意設計師品牌服飾，亦關注各地潮流趨勢，每季也希望添點新裝，但不會上新就買，只想成為重質不重量的理智「時裝精」。

最強的区域之一，粵港澳灣區對於年輕人意味更多的機會和更好的前景。調查顯示，中山大學、華南理工大學、暨南大學、南方科技大學和深圳大學等廣東高校畢業生就業首選大灣區。大灣區五百強企業和高科技企業最受畢業生青睞，「靈活就業」呈現一種新趨勢，隨着平台經濟、共享經濟的蓬勃發展，孕育出豐富的就業方式，「視頻製作、網絡主播、文案寫手」等新工種也成為當下高校畢業生的就業新選擇，還有越來越多的畢業生選擇自主創業。

今年在香港浸會大學國際新聞專業畢業的芷莖同學近期在深圳找了一家媒體實習，隨着大灣區進一步深度融合，越來越多港澳青年選擇在這裏追逐夢想。

停留

魯迅先生一九二七年曾三次來港，對香港一些「停留」現象感覺奇特，報上有中國人偷布褲一條，被「史司判笞十二藤」的新聞，這「史司」的稱謂和打藤的刑罰，都讓魯迅開了眼界。

魯迅先生如仍在，來到二十一世紀的香港，發現農曆新年仍有官員為城市來年運程求籤，而法官們戴着殖民地假髮以示「莊嚴」，定感大惑不解也。

一些觀念二十一世紀維持不變，男人可以養老婆，靠老婆養是恥辱。外出用膳「奉旨」男人結賬，女人結賬男人不光彩。許多學校的教學法仍是先生講，學生聽，抄寫背誦是基本功課。這樣的教法停留在多少個百年前。

婚禮中龍鳳範仍是重要配件，大妯姐是重要配角，但未婚生子不再須隱瞞。年輕一輩是月光族，年長一輩節省依然，吃剩的菜放雪櫃一天又一天。



南橋集 阿濃

m.facebook.com/A.Nong.cps
逢周四見報

帽子與太陽鏡的搭配

名牌都積極推出新款的太陽鏡迎接夏日，但鏡架框主流還是放在銀色、金色和黑色三種顏色上，為配合運動服裝，有太陽鏡用黑色外框兩旁粗邊設計，除凸顯品牌標誌外，粗線條的外形也更符合運動服的特色。

不同形狀的各類帽子，有着不同的功用，可作搭配衣飾用，或用來顯示性格魅力；而最實用或最多人採用的就一定是噶帽，既是郊遊時的良伴，在日常打扮中也可顯得年輕和時尚。



衣尚蕙蕙

逢周二、四見報