

卡城秋季可做的幾件趣事

• 芒果布甸整理翻譯

01 YYC PIZZA FEST

喜歡吃Pizza的朋友近日有口福了。全城超過40家餐廳參與的這個YYC Pizza Fest, 是一個友好比賽, 最後由公眾決定哪一家口味最佳。參與的商鋪包括Una Pizza+Wine, Posto Pizzeria, Actually Pretty Good等。有特別口味的Cheeseburger及Butter Chicken Pizza等。詳情可到網址查詢。

日期 : 9.16-10.2, 2022

網址 : yycpizzafest.com



02 CALGARY INTERNATIONAL FILM FESTIVAL (CIFF)

今年迎來該電影節的第23年，共有175個來自全球及加拿大的不同作品參展。作為亞省最大型的電影節，它更被譽為電影短片的奧斯卡。有興趣的朋友，可到官網購買為期11日的套票，或購買單日的價值\$14的戲票。

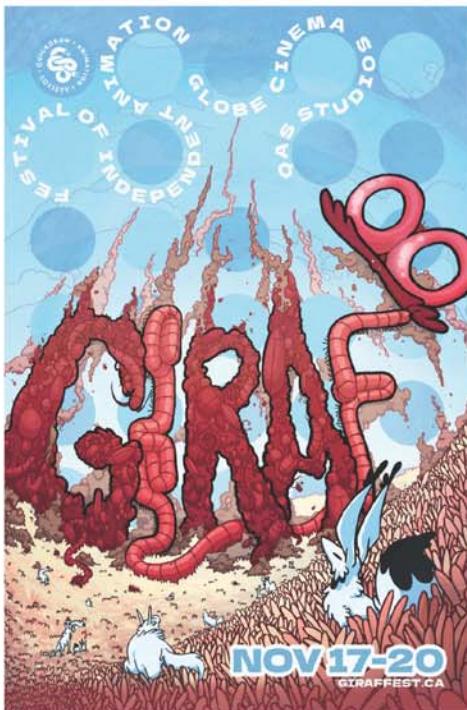
日期 : 9.22-10.2, 2022

網址 : ciffcalgary.ca



03 Rocky Mountain Food and Wine Festival

卡城最佳的美食節之一，這個因疫情停辦了2年之久的活動，終於迎來了第25年。今年將在BMO舉辦，場內自然是各種佳餚及美酒。有興趣的朋友可網上或現場購票，票價\$33起。
地址及網址：BMO Centre, 20 Roundup Way S.E., rockymountainwine.com



04 GIRAF FESTIVAL OF INDEPENDENT ANIMATION

Giant Incandescent Resonating Animation Festival(GIRAF)將帶來全球及加拿大近年優秀的動畫作品。更多細節將在11.1公佈，屆時將有超過80部動畫短片參與。

時間：11.7-20, 2022

網址：giraffest.ca

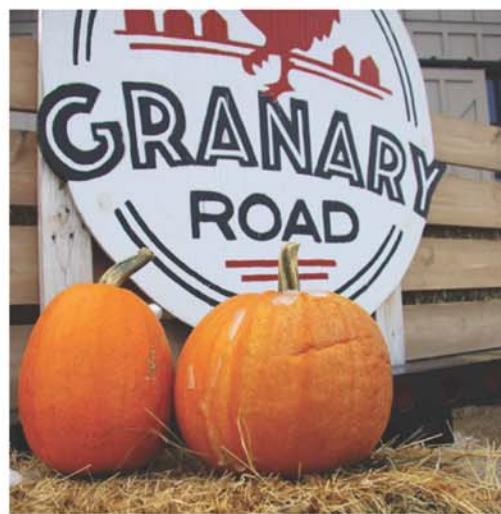




05 PUMPKIN FEST

卡城的秋季怎少得南瓜？來自Granary Road的年度Pumpkin Fest，場內有各種造型比賽，遊戲，音樂，美食以及適合大小朋友參與的各種活動。另外，10.22 從1-4pm，將是第四屆Pumpkin Chunkin'，屆時參與者可以用自己製造的“發射器”Catapults將橙色的Squashes拋出去。

地址及網址：226066 112 St. W., granaryroad.com



06 CALGARY TATTOO AND ARTS FESTIVAL

喜歡紋身的朋友，有興趣可到這個來自全球各地的紋身師一起慶祝的節日玩樂一番。屆時將有不少活動及商品，甚至有機會得到一個紋身哦。

時間：10.14-16, 2022

地點及網址：BMO Centre, 20 Roundup Way S.E., albertataattooshows.com





美加餐具設備公司
B&J RESTAURANT SUPPLY LTD.

新址：BayD, 1601 Centre St. N.W., Calgary 電話：**403-230-0039**

專營 酒樓用具 家庭用品 瓷器缸瓦
中西餐具 塑膠器皿 鋼鋁製品



花麗雅花店

#14 132 3rd Ave SE, Calgary (華埠東方商場內)

Tel: 403-265-3388 / 403-660-3017 (Diana Ma) Fax: 403-262-6522

□ 結婚花球 □ 靈柩花被
□ 開張花籃 □ 長壽花圈
□ 剪綵花球 □ 花牌、花籃
□ 祭帳、檯圍



Telus 火花科學中心 (1) • 兒童創意館

暑假期間，10歲和8歲孫仔來我家住一星期，今年天氣乾旱，連日30度高溫，天文台發出酷熱警告，不宜戶外健行。夏日炎炎，親孫活動最好室內有冷氣，可以逗留幾小時，可以玩又可以增長知識，真傷腦筋？太座白我一眼說：「Telus火花科學中心 (Calgary Telus Spark Science Centre) 完全符合要求。」一言驚醒，寒冬才會去地方，炎夏也能來。

Telus火花科學中心位於 220 St. George's Drive NE，乘坐輕鐵C-train東北Northeast藍色線直達動物園Zoo站下車，行十多分鐘便到，停車場收費7元，開放時間：星期三至星期日早上九時至晚上四時，星期一、二休息。2022年門票成人 (18-64歲) 26元、65歲以上24元、兒童 (3-17歲) 19元、2歲以下嬰兒免費，另加稅GST，連稅加泊車費，一家四口來一趟花費百多元。參觀後想帶小朋友再來，7天內買家庭年票268元中可扣除第一次門票，年票包括2成人4兒童，一年來3次已收回成本，還免費泊車，餐廳和禮品店也有折扣，此外加拿大其它城市如溫哥華、多倫多科學中心，亦可以使用。老實講，無太空艙、無火箭，十四歲以上已不大適合，成人閒極無聊也不會來逛逛。

9點半來到外觀時尚新穎科學中心，停車場用太陽能板做蓋，一舉兩得。科學中心大堂樓底甚高，藍色牆上貼滿火箭型貼紙，連大月亮差不多遮住，大大個字「你認為月亮是什麼 WHAT IS YOUR MOONSHOT？」，對事物好奇科學才會進步。另一幅牆大幅科學中心地圖，在櫃枱買門票外，還有三座自助售票機。中庭Atrium打通二樓直達屋頂玻璃窗，既明亮又新穎，地上鋪了塊綠色地氈是表演場地。

今次改變以往做法，由兩個孫仔做導遊帶領



火花科學中心大堂



實驗站學習重力



小朋友劇院

我倆。孫仔係威係勢，帶路先查今日有什麼演出項目，決定12點看電影。經過有趣禮品店也不入，依着地上指示，一蹦一跳入「兒童創意館 Creative Kids Museum」，專為培養0-8歲兒童發展大腦活動設計，家長很放心坐在一旁，任由兒童發揮創意，隨心所欲盡情玩耍。孫仔雙手擦了消毒液，二話不說，除鞋鑽入爬高爬低長方形攀爬木架。我趁機瀏覽，實驗站學習重力有：①鐵籠內一排從上到下圓鼓，把波搨入鼓上發出不同聲音。②把乒乓波扔進不同高度水管出風口，被風力吹起。③按鋼琴琴鍵，相連玻璃管內泡泡水自動會升高或降低。④像滑梯一連3排，不同斜坡上有木條或鐵網阻礙，斜坡底可放不同三角形木枱，把冰球puck從上滑下，測試反彈力。⑤幼、嬰兒區，一歲嬰兒正爬上三歲以下鋪有地氈樂園，圍欄內有他們喜歡滑梯、布蟲隧道等玩具，天花板懸掛十多把顏色鮮艷紙傘，圍欄外，附近一株樹掛滿大大小小彩波，極具悠閒視覺效果。⑥兩個木圓圍欄的創意空間：一個放大小不同形狀木塊，另一個放大小不同的輪胎，兒童把木塊堆疊在一起，或將輪胎推來推去。⑦展示運動技能攀石牆。⑧牆這邊有幾張小桌椅，展示創造力的桌上放積木、放英文字母。培育藝術的桌上放毛線、轉角玻璃窗前人做大樹掛滿毛線織製成品，小朋友趴在地上畫紙專心畫圖畫。⑨小朋友可以在劇院舞台上，隨着音樂跳舞改變舞台燈光，舞台後大屏幕上看到自己演出。⑩小朋友最喜歡中央玩水機，怕弄濕身，可穿上架上防水外套，或帶一套新衣服更換。玩水機最上層是玻璃水箱，有水喉流水落下層鋼版，大孫仔調較鋼版上引水道高低，細孫仔拉動開關，水沿着引水道流入低層水槽，再流入小水池。而另一端是個大圓水池，小朋友把彩色木塊放入水中，木塊在水面飄浮，圓水池的水像瀑布流入大水槽，再流入小水池。孫仔玩到盡興才離開，帶我倆到隔壁房間「地球與天空Earth & Sky」。未完待續。

• 志永

旅遊資料只供參考，更多相片請登入 chewing33.blogspot.com 或聯絡電郵 chewing33@gmail.com



瑪莎拉蒂 新世代雙門轎跑 GranTurismo 搶先亮相

瑪莎拉蒂（Maserati）尚未正式發表全新世代的GranTurismo，不過瑪莎拉蒂早已迫不及待，急欲與世人分享，本月稍早，瑪莎拉蒂已公開展示其電動車型 GranTurismo Folgore，而早前瑪莎拉蒂則是讓全新GranTurismo的內燃機動力車型搶先亮相，其動力單元是全新自主研發的 Nettuno V6 引擎。

正式亮相之前，這款車的Modena和Trofeo兩車型已上路，瑪莎拉蒂為這兩款車配置和MC20所使用相同的 Nettuno V6 引擎，這也意味著該動力系統未來也將配置在GranCabrio敞篷車款上。瑪莎拉蒂雖然沒有提供有關這具引擎的相關技術資訊，不過此引擎是源自於MC20，其最大馬力為621hp，最大扭力729Nm。可是用於GranTurismo，其動力輸出值不太可能那麼大，因為瑪莎拉蒂在Grecale也用了這具引擎一個調校升級版本，它的最大馬力523hp，最大扭力620Nm，動力值的不同，或可以符合它們各不同的級別定位。





瑪莎拉蒂認為GranTurismo是該品牌的真正代表，該車系最頂級是純電動版 Gran Turismo Folgore 配置了三個電動馬達，最大馬力為1,200hp，由靜止起步加速至每小時96公里只需2.6秒即可完成，極速超過每小時320公里，V6動力的版本性能表現應在純電動車型之下。

瑪莎拉蒂尚未宣布新款GranTurismo的首發日期，其設計看起來與現役GranTurismo沒有太大的差別，只有在一些地方有一些明顯的造型差異，比如垂直排列的車頭燈。瑪莎拉蒂 Gran Turismo 將於今年晚些時候正式亮相，然後於明年上市銷售。瑪莎拉蒂的產品計劃包括了純電動車型Folgore，該公司已宣布在20年代中期，品牌每一車款都會有純電動版本，並計劃在2020年代末實現全面電動化。



“極右翼總理”上台， 歐洲為何變得越來越“極右”？

張子豐

中國武漢大學社會學學士
加拿大紐芬蘭紀念大學社會學碩士
現於卡城任職教師
為省議員競選團隊核心志願者
email: zifengz1992@gmail.com
Oriental-CZ.blogspot.com



讀者朋友們新一周好。

在過去的一周內，可以關注的事件實際上還不少。加國國內，普利瓦爾已經走馬上任新保守黨黨魁，並且在上周四和杜魯多展開了首次國會交鋒。國際方面，本周二從俄羅斯通往德國的兩條北溪（Nord Stream）天然氣管線的海底部份都遭到破壞，發生泄露，導致俄羅斯向歐盟的天然氣供應徹底斷絕，而且無法再有商量回旋的餘地（管道都漏了還怎麼輸氣）。截至筆者發稿時，並未有任何方面主動對破壞狀況表示負責。筆者個人猜測，此事件確實以美國嫌疑為最大。歐盟、俄羅斯方面都與兩條北溪管線有直接利益相關——一個需要能源，一個可以賺錢——因此再有矛盾，也犯不上破壞管線系統中最難修繕的海底管道部份。俄羅斯方面雖然經常以天然氣作為談判籌碼，但是如果俄國天然氣篤定不能供應歐盟，這些籌碼便也沒有了意義。此前，我們看到俄羅斯更多也只是“擰緊閥門”，減少天然氣輸送量，斷沒有打過破壞輸氣設施的主意。另外，部份歐盟國家（如丹麥）事發後的表態是“管線遭破壞”，但是未提及是哪一方發起破壞。如果是俄羅斯的責任，以歐盟國家當前的立場，早已蜂擁而上攻擊俄羅斯了，斷然不會藏著掖著。反觀美國，由於其是歐盟當前唯一可以“求援”的外部力量，歐盟各國也不好直接對其進行攻擊。同時，歐盟國家失去俄羅斯天然氣來源後，跨過大西洋採購美國天然氣的可能性便大幅增加，同時在烏克蘭戰場上亦更可能維持對俄的敵對態度。不過當然，以上所有內容，都只是筆者個人的猜測。具體狀況自然很難定論，因為陰謀這種東西實際上沒有止境。舉個例子（同樣不見得是事實狀況）：正是因為美國做這種事的嫌疑大，所以俄羅斯可能會嘗試密謀做下這件事，爾後再栽贓美國。總而言之，筆者現在最多只敢不負責任地推測一下，實在不敢做出論斷。

本周，筆者實際上想先關注一下周日（25日）結束的意大利大選結果。計票結果顯示，由前意大利政府部長梅洛尼（Giorgia Meloni）所領導的意大利兄弟黨（Fratelli d'Italia，英文直譯為Brothers of Italy）取得最多數選票，獲得普選票比例達到26%，在意大利眾議院（Camera dei Deputati，共400個民選席位）和意大利參議院（Senato della Repubblica，共315個民選席位）分別取得119席和65席，這些數據均在所有參選政黨中列第一位。在媒體的描述中，意大利兄弟黨被稱作新一代“極右政黨”、“民粹政黨”。於是，一個近年來我們十分熟悉的場景，在意大利大選中再度重演：“民粹政黨”高歌猛進，戰勝所有對手，問鼎權力（或者至少看起來將問鼎；由於意大利此次需要組成多黨

聯合政府，梅洛尼尚不確定能就任總理）。事實上，本次意大利大選中，除了意大利兄弟黨之外，其他主要意大利政黨都在喪失席位——不要說老牌的意大利民主黨（PD）、老面孔貝盧斯科尼（這位還真是夠老資格）領導的意大利力量黨（FI）了，甚至就是只比兄弟黨資格更老一點的“民粹主義”政黨如北方聯盟（LSP）、五星運動（M5S）等，席位數也都有所減少。此情此景，還真應了那句老話：長江後浪推前浪。一轉眼，就連北方聯盟和五星運動也成了死在沙灘上的“前浪”了。此情此景，還真叫人唏噓。

筆者並不想太過深入地分析意大利選舉本身，因為筆者並不熟悉意大利，也不會意大利語，擔當不了深度分析意大利大選的重任。不過，此次意大利大選當中，筆者確實產生了一條興趣點：為甚麼看起來並沒有太極端的候選人，會被稱為“極右翼”？當然，筆者這種看法或許較為片面，因為讓筆者產生這種想法的，僅是梅洛尼勝選後演講的一段節選視頻。在該段視頻中，梅洛尼談到了身份認同的問題，稱現時對身份標簽的過度解構妨礙了人們再度形成集體；她談到了消費主義的問題，稱金融資本當前只想將個人馴化為“完美消費者”。僅就這2個論點而言，梅洛尼雖然可以說有點“保守”；但是並不顯得極端。筆者甚至覺得，她這2條論述顯得頗具歐洲傳統式的人本主義關懷精神，說有“正統派”風範只怕也不為過。當然，筆者知道，或許筆者看到的僅為梅洛尼主張中相對不“極端”的部份。不過，筆者以此為切入點思考一番後，確實對歐洲所謂的“極右派”獲得了一些相對更深入的感悟。今天，筆者決定就將這些感悟與讀者朋友們分享一下。讀者朋友們若有想法及意見，還望提供反饋！

以筆者見，歐洲如今的“極右翼”，更多地是一種沿襲傳統的叫法，而這種所謂的“傳統”，乃是起自法國國民陣線黨（如今已改名為“國民聯盟”）的勒龐家族。筆者此前在有關法國的文章中，提到過該黨如今的黨首瑪麗娜·勒龐（Marine Le Pen）。不過，該黨真正的“基業”創建者，乃是瑪麗蓮的父親兼創黨黨首讓-馬里·勒龐（Jean-Marie Le Pen）。老勒龐從政時間很早，早在1972年便創立了國民陣線黨。該黨很快便採取民粹主義政綱，並成為法國政界及媒體眼中的“極右翼”。舉一個簡單的例子：早在1978年前後，老勒龐便提出“反對大量有色人種移民”的政綱。在當時的時代背景下，這種政綱是絕對不可能被法國“主流”政治所接納的。首先，歐洲二戰後的一條主導性政治思想，便是反對德國納粹黨可怕的“種族純化”思維。老勒龐當時提出反對“有

色人種移民”的政綱，很可能被視為對納粹主義的“招魂”，必然不可能得到接納。另外，當時全球仍處於冷戰高潮期，蘇東陣營也在大力宣傳“非殖民地化”的理念。法國作為歷史上全球殖民地範圍第二大的國家，其當時的“有色人種移民”現像實際主要是其殖民主義帶來的後續影響。老勒龐如果當時就大打反對“有色人種移民”牌，極容易讓旁觀者認為法國拒絕為其舊日的殖民主義背責，而蘇東集團也很可能將其作為意識形態攻擊的著力點。可以說，就此兩條重量級原因，老勒龐的這條“反對移民”政綱就不可能在20世紀70年代、80年代躋身“主流”。

老勒龐擔任法國國民陣線黨主席長達近40年，2011年才最終卸任，將職務交給女兒瑪麗娜（小勒龐）。想來也是，老勒龐幾十年如一日地主打這種絕不會有太多市場的政治主張，若說之前他自己想把黨魁之位讓出去，其他人恐怕也不敢接。由於老勒龐持續在職，國民陣線黨便也一直戴著“極右翼”的標簽，一直到21世紀。而進入2000年代後，國民陣線依然保持著反移民、貿易保護主義、反對歐洲聯盟的立場，為此該黨便成為了歐陸地區新時代“極右翼”的原點坐標。我們可以觀察到，歷史相對該黨較短的其他歐洲“極右翼”政黨如德國的另類選擇黨（AfD）、上文所提及的意大利五星運動黨，基本的立場都與法國國民陣線黨類似。因此，這些他國政黨被稱為“極右翼”，或許也是歐陸媒體參照法國國民陣線黨的標簽，所給出的一種約定俗成的叫法。

不過，“叫習慣了”並不能用來解釋為何此類所謂的“極右翼”政黨，近年來會在不少歐盟國家獲得大量的政治支持率。我們可能看習慣了所謂的“建制派”將不符合自身利益的訴求統統稱之為“極端”，但是國民陣線黨作為法國老牌政黨，此前數十年都曾被無爭議地稱為“極右翼”，這說明此類訴求最初也的確不具備太廣泛的公眾支持基礎。那麼，從不受大眾認可到逐漸積累起支持率，歐洲的“極右翼”是如何完成此種轉變的呢？這自然是我們需回答的下一個問題。

以筆者見，這種狀況的出現，自然和歐洲近幾十年所面臨的內部、外部社會環境急劇變化有關。我們都知道，冷戰結束後，由於蘇東集團垮塌，大量市場及資源向西方資本敞開，西方世界整體經歷了一輪順風順水的發展期。在1990年之後的約20年間，前蘇維埃集團國家幾乎完全陷入低谷期，而中國、印度、印尼等規模較大的發展中國家實力也仍顯不足，難與傳統發達國家比肩。當時的歐洲需面對的主要競爭對手，便是大西洋彼岸人口眾多、幅員遼闊、經濟發達的美國。因此，對於當時的歐陸各國社會而言（英國政治體系與歐陸歷來有所不同，且在歐、美兩陣營間站隊相對靈活，因此其表現素來有別於法、德、意等歐陸國家），通過歐盟整合經濟規模，充份發掘市場潛力，同美國資本相對抗，便是最為符合所有國民利益的政策取向。也正為此，當時在歐陸國家中，無論是“建制派”色彩的精英階層，還是普羅大眾，都對於離經叛道要解散聯盟、封閉市場要素（勞動力）流動（即反移民）的“極右翼”不太買賬。

然而，2008年金融危機後，西方集團開始普遍顯現出發展疲軟，後繼乏力

的態勢，而中國等強勢第三世界國家開始憑借自身的規模崛起。中國大陸自然是這批發展中國家當中最搶眼之一，直至今日，已經顯現出在整體規模上與西方世界第一大國美國平起平坐的態勢。當然，中國的人均經濟指標相比美國仍有顯著差距，但在市場競爭領域，規模已足夠大、實力足夠雄厚的中國企業在國際市場許多領域內都已不再落美國企業的下風，這足以給美國帶來許多麻煩。而此刻的歐陸各國，所面臨的乃是經濟增量停滯、社會階層進一步固化的態勢。這使得歐陸國家的精英階層和大眾階層開始出現利益分歧：精英階層為了維繫自身地位，開始想辦法確保自身的優越性，以各種顯性或隱性的權力（廣義，政治、經濟、社會領域的權力都算）對普通人進行控制，阻滯普通人向上的社會流動。而大眾為了維護並擴展自身利益，自然會更加青睞有利於維護其個人利益的思維，而這其中恰恰包括傳統上被視為“不可接受”的“極右翼”理論。

實際上，現如今，歐陸各國傳統上所倡導的促進移民、促進歐洲聯合等“主流”立場已經難為大眾帶來顯著的收益。在對外競爭方面，歐盟已經漸漸不敵美國、中國，甚至也已敵不過雖仍外強中干，但畢竟恢復一些元氣的俄羅斯，這從此次的俄烏戰爭以及本文最初提到的“疑似美國炸毀輸氣管線”的事件中就可以看出。內部方面，歐盟各國日益明確的“分工”導致許多成員國經濟出現結構性問題，為“保護主義”經濟思潮的重新興起提供了溫床。既然歐盟已在國際競爭方面很難為其成員國提供財富增值、產業增長，那麼歐盟成員國即便繼續大力引入移民，也難有新的資源（金錢、就業崗位等）拿出來安置他們。這也使得移民逐漸不再助推歐陸國家的經濟增長，反而日益化為一種社會負擔。這種情形下，部份思維激進的大眾開始擁抱“反移民”思維，也顯得相當順理成章。而這些思維，根據我們前文的論述，恰恰是歐洲“極右翼”多年來一直在號召的。有鑑於此，以筆者見，歐陸各國的“極右翼”突然得勢，其主要原因並非是“極右翼”主動求變，而是歐陸國家所面臨的內、外環境都發生急劇變化，導致越來越多的民眾被推向所謂的“極右翼”一端。以一個比喻來說，這便像一塊停轉不運作的手表，原本“極右翼”的指針所指向的是錯誤的時刻，然而隨時間流逝，這柄指針就快要指向正確的時間點了。總體來說，歐陸的“極右翼”們依然故我，只是被歷史的潮漲潮落推上了浪尖。不過當然，隨著社會形勢變化，所謂的“極右翼”也必然會進行一定程度的自我改造，例如法國的國民陣線黨（現如今連名字都改了）、意大利的五星運動近年來都有明顯的政策立場調整。只是，我們依然不能忽視這些表象背後的一條本質性原因：歐洲近幾十年所信奉的“主流政治”理念已因形勢變化而難以為繼，導致“主流”逐漸喪失舞台。正是傳統“主流”的退潮，才使得所謂的“極端派”獲得日益增擴的發展空間。

歸根究底，這種趨勢變化，依舊是世界大勢風雲變幻之一部份。

The Future of Creativity: 2022 Global Emoji Trend Report

全球最常用 Emoji 揭盅

Adobe發佈《創意未來：2022年全球表情符號趨勢報告》(Future of Creativity: 2022 Global Emoji Trend Report)的最新數據，揭示表情符號(Emoji)在數碼通訊中的重要性與影響力，並正如何改變世界各地用戶表達自我的方式。

全球逾半用戶在過去12個月越加積極地使用表情符號，大部分用戶(75%)每天在訊息或網絡通訊中傳送多達50個表情符號。調查結果亦突顯了9月內即將發布、關注包容性的「Unicode 15.0表情符號」的重要性。研究調查亦發現，表情符號在日常生活中扮演重要的角色。從促進心理健康以至提升工作效率，用戶均可於數碼通訊使用表情符號中獲益。這種有趣、迅速且友善的溝通模式已改變了全球用戶的表達方式，並持續打破年齡、種族、文化等各種藩籬，以便更順暢地交流對話。

報告於今年3月至4月期間，訪問了來自美國、英國、德國、法國、日本、澳洲及南韓等全球7個市場，共1萬名經常使用表情符號的人士。報告指出，全球各地今年最常用的5個表情符號類近，且較去年更為開心。而調查顯示不論性別，全球用戶最愛用的符號是「笑到喊」，另外4個依次為讚、「笑到碌地」、愛心及飛吻；至於男性用戶第二位是讚，女性則為「笑到碌地」。

研究亦發現，全球有91%用戶均使用表情符號來緩和情感，或對交談對象表達支持；67%用戶在難以用文字傳達個人情感時會仰賴表情符號；而最常用以傳達情感的表情符號為愛(73%)和幸福(71%)，不過整體而言，全球女性用戶較男性用戶更可能使用表情符號來傳達特定的情感。雖然人人都可以使用表情符號，但又是否理解其含義？根據調查指出，全球有78%用戶確信自己了解最新的表情符號意義並在正確地使用它們，其中80%同意唯有在完全了解表情符號的含義後才應使用這些符號。不過，仍有部分表情符號容易被誤解，當中包括牛仔帽笑面、車厘子及反轉微笑。

此外，即使現今已有眾多選擇，但用戶仍強烈希望有更多具包容性和代表性的表情符號，且全球有83%用戶贊同應持續開發更具包容性及代表性的符號，僅57%用戶認為目前的表情符號選項已充分反映其身份。另有60%用戶可能會自訂表情符號，使其更符合個人形象；62%用戶期望能有更多自訂的表情符號選項以更充分反映自我。

全球最易被誤解的三個表情符號

1. 😎
2. 🍒
3. 😏

今年的五大常用表情符號

1. 😂
2. 👍
3. 😊
4. ❤️
5. 😘

最常透過表情符號傳達的三種情感

1. ❤️
2. 😊
3. 😢

全球用戶感到最雀躍的三個更具包容性的全新表情符號

1. 🤝
2. ✋
3. 🙌

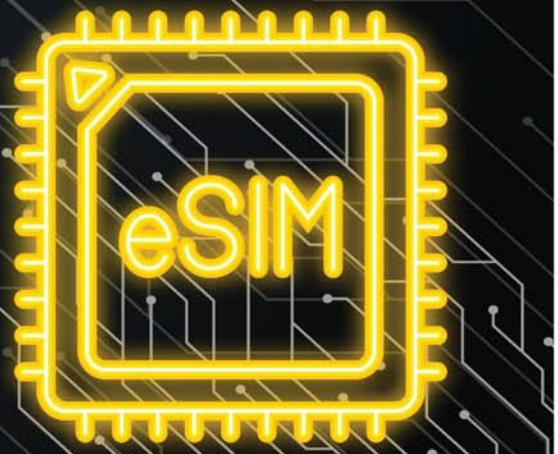
全球約會軟件用戶在約會時更討人喜歡的表情符號



全球最可能用於購買產品的表情符號

1. 🍟
2. 💍
3. 🎥

iPhone 14 移除實體SIM卡槽 eSIM 時代加速到來？



蘋果（Apple）公司在發佈會上表示，美版iPhone14不再需要SIM卡槽，改用eSIM（中文名為「嵌入式手機卡」，是電子化的SIM卡）代替SIM卡槽。此舉也被認為是蘋果推動eSIM普及的一部分。值得注意的是，手機支援eSIM在部分國家和地區普及並不容易，雖然eSIM在技術實現上並不是難事，只是其推廣主要取決於各地運營商的態度，也需要配套標準規範的落地。不過eSIM在蘋果手機應用順利、消費者反響好的話，可能會加速相關廠商的跟進和eSIM時代的到來。

eSIM英文全稱為Embedded-SIM，為嵌入式SIM卡。eSIM使可插拔的物理SIM卡變成一張虛擬的SIM卡，直接嵌入到設備芯片上，為每個終端設備提供身份證明，使其得以接入運營商的網絡。eSIM的可用性正在迅速擴大，但該技術並非在所有國家、地區都可用，因此在過渡期間，一些帶有SIM卡插槽的iPhone機型至少在幾年內仍然存在。

事實上，這並非蘋果在iPhone產品中首次引進eSIM技術，其早在2018年9月發佈的iPhoneXS中就引入了該技術，不過一直並未普及開來。自2017年以來，智能手機中的eSIM一直存在，但採用率增長緩慢。2017年Google手機推出的Pixel2中也支援eSIM。市場調研機構 Counterpoint Research 分析師 Ankit Malhotra 在9月8日發佈的報告中指出，引領行業普及eSIM的是蘋果，早在iPhoneXS已引入了eSIM技術，此後推出的所有iPhone都兼容eSIM。現在，蘋果已經推出了只採用eSIM的美版iPhone14。

事實上，除了美版iPhone14之外，中國手機品牌魅族此前也曾推出過去掉SIM卡槽採用eSIM的手機型號魅族zero，這也是魅族首款真無孔手機，但eSIM成了魅族zero這一產品最大的問題，就是國內運營商的營業廳並不支援消費者辦理這一業務。國產手機巨頭vivo的APEX2019也曾經是借助於eSIM方案實現了無孔的一款手機產品，但僅為概念機並無量產。

經梳理後發現，三星（Samsung）GalaxyZ Fold3 和 GalaxyZ Flip3摺疊屏系列、華為P40/P40 Pro、OPPO Find X5系列也可支援eSIM，但僅限於某些國家、地區和運營商，並且均保留了物理卡槽。以華為P40、P40 Pro 為例，其eSIM功能支援歐洲和亞洲地區用



2FF - Mini SIM
Height: 25mm
Width: 15mm
Thickness: 0.76mm



3FF - Micro SIM
Height: 15mm
Width: 12mm
Thickness: 0.76mm



4FF - Nano SIM
Height: 12.3mm
Width: 8.8mm
Thickness: 0.76mm



MFF2 - M2M Form Factor (eSIM)
Height: 6.0mm
Width: 5.0mm
Thickness: 0.67mm

戶，其中，亞洲地區包括泰國、柬埔寨、菲律賓、約旦等，歐洲地區包括德國、希臘、奧地利、西班牙、捷克等。Ankit Malhotra 表示，僅支援eSIM的iPhone的推出不僅會將eSIM「嵌入」到全球許多消費者的腦海中，而且還將推動其他OEM（原始設備製造商）廠商在未來轉向eSIM。

一直以來，iPhone系列手機的功能創新都是整個手機圈的一個風向標。Ankit Malhotra 表示，在過去的幾年里，人們已經多次看到這種情況發生。當然，其他OEM可能能夠比蘋果更快地推出某些產品，而一旦蘋果使用該技術來銷售iPhone，該技術的採用速度就會變得更快。這種現象發生在雙鏡頭、人像鏡頭、帶有FaceID（蘋果官方臉部認證方式）的顯示槽口上，同樣的現象也會在eSIM上再次上演。

據瞭解，與傳統SIM卡相比，eSIM在多個屬性上都表現出色，包括配置、尺寸、靈活性、安全性、客戶體驗，還有成本等方面，也被看作是未來發展的一種趨勢。eSIM減少了設備上的卡片佔用空間，體積減少90%，有助於提高產品防水性能，增加產品設計的靈活性。此外，對用戶來說，eSIM卡相比於傳統的SIM卡來說擁有安全穩定性更好、遠程配置、無需實體卡等諸多優勢。

《華爾街日報》稱，物理SIM卡的時代已經過去了。歐洲和亞洲越來越多廠商採用eSIM技術，以及第三代iPhoneSE增加了eSIM版。早在今年年初，GlobalData的分析師 Emma Mohr-McClune 就表示，蘋果iPhone全面放棄物理SIM卡只是時間問題，未來將徹底取消SIM卡卡槽。Counterpoint Research 表示，推動eSIM進一步發展的重要因素是目前SIM卡中可用半導體的短缺。

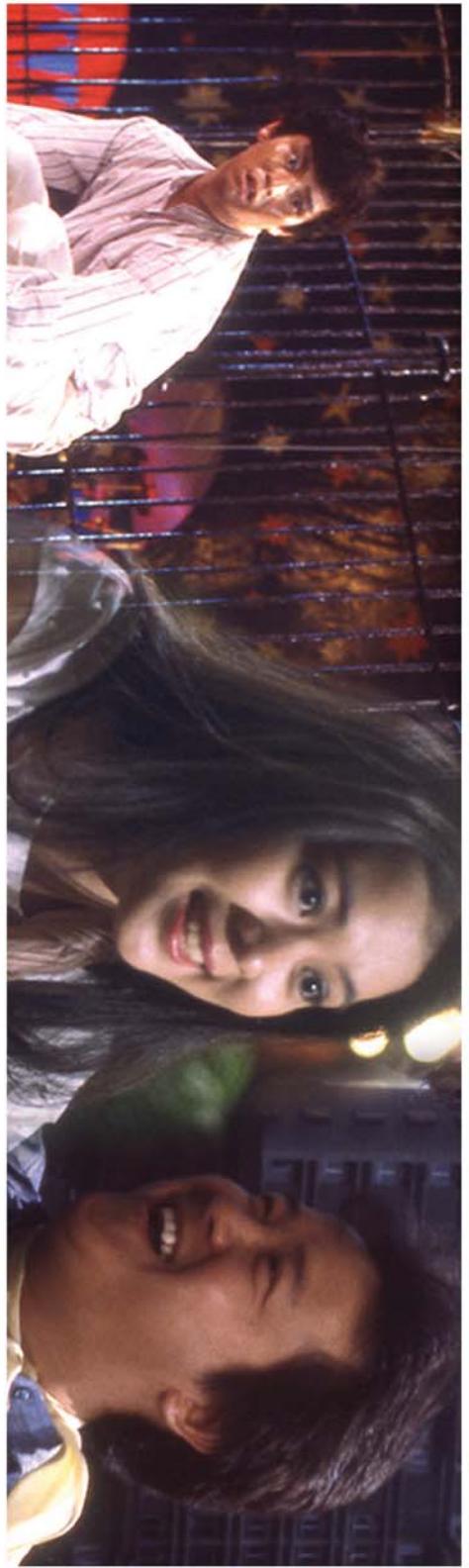
Counterpoint Research 顯示，到目前為止，已有14家OEM推出了支援eSIM的設備。目前超過75個國家/地區的200多家領先的移動網絡運營商已經在支援eSIM的配置和管理。在這之中，有一些移動網絡運營商已經在行業中遙遙領先，能夠平均支援20種或更多設備，包括智能手機、智能手錶、筆記本電腦和平板電腦等。可是至目前為止，eSIM在全球各地市場的普及進度不一，在歐美主要國家及主流運營商都已開通eSIM服務，但是在中國市場eSIM目前大多還只應用於智能手錶之類的硬件。

Shaw) BlueCurve TV 912 台
登記熱線 1-877-799-4990

Shaw) 516 台
登記熱線 1-888-472-2222

Bell 677 台
登記熱線 1-888-759-3474

TELUS 2810 台 HD
登記熱線 1-888-811-2323



LS 龍祥頻道
LS TIMES TV

少爺威威

10月2日 5PM / 10PM
主演：譚詠麟，鄭文雅

週日首映

每週節目時間表 WEEKLY SCHEDULE

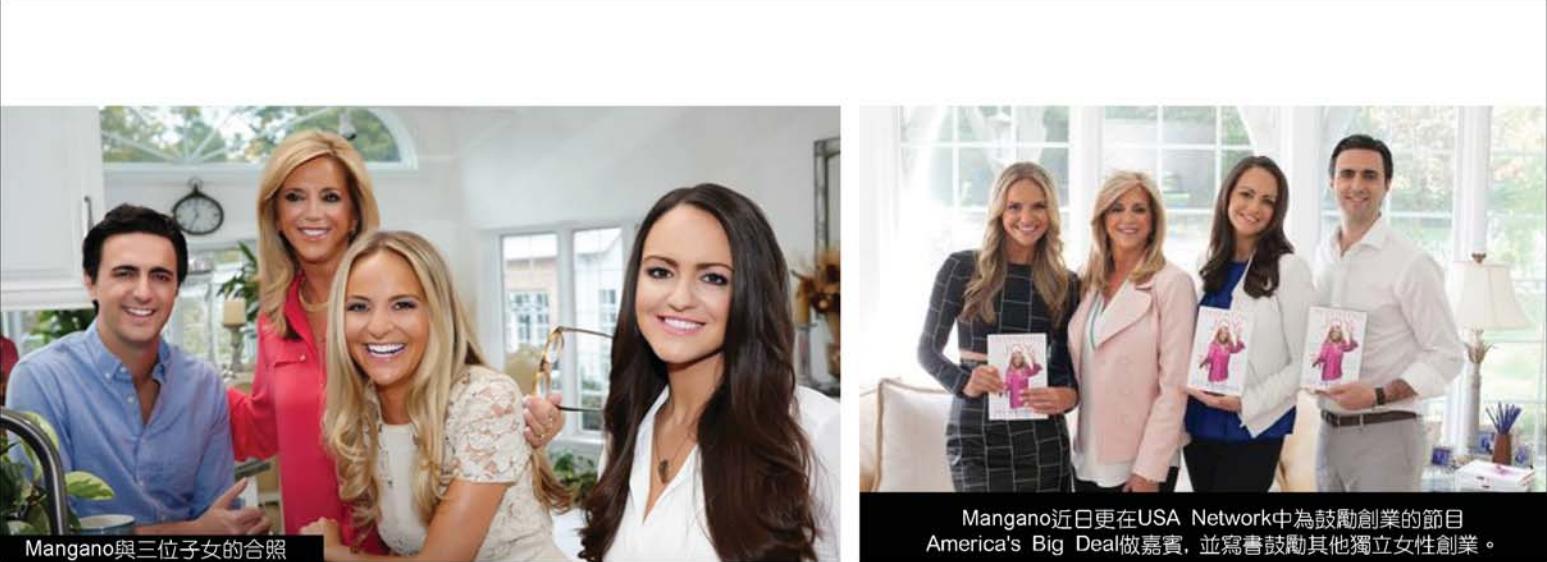
星期四 THURSDAY Sept 29	星期五 FRIDAY Sept 30	星期六 SATURDAY Oct 1	星期日 SUNDAY Oct 2	星期一 MONDAY Oct 3	星期二 TUESDAY Oct 4	星期三 WEDNESDAY Oct 5
0:40 新聞重播 1:50 偷吻 3:40 陰陽路柒撞到正 6:15 火鍋英雄 8:00 再啟一次我爱你 9:55 一個好爸爸 12:00 旅遊達人II出走 12:35 男兒王 14:40 偷吻 15:45 B+偵探 16:20 蒲公刺秦王 19:30 香港有線新聞 20:30 中國在線 20:15 旅遊達人II出走 20:45 醫院在線 22:25 有情飲水餉 23:20 快餐車	0:20 新聞重播 1:30 等候董建華發落 3:25 師兄撞鬼 5:05 陰陽路柒撞到正 6:00 人生得意袁盡歡 6:45 B+偵探 8:35 隱容院在 10:10 有情飲水餉 12:00 瑪嘉醫療自助班 12:50 等候董建華發落 14:40 師兄撞鬼 15:45 怪談，一路好走 16:20 蒲公刺秦王 19:30 香港有線新聞 20:30 有種老闆娘 20:50 中國在線 20:15 旅遊達人II出走 20:45 醫院在線 22:30 兩個傻瓜的荒唐事 23:45 香港有線新聞	1:20 新聞重播 2:30 男兒王 4:20 情陷百樂門 6:00 人生得意袁盡歡 7:40 蒲公刺秦王 10:40 搞克王 13:00 有種老闆娘 13:30 快餐車 15:40 情陷百樂門 17:30 瑪嘉醫療自助班 17:30 寶貴吉祥 17:50 少爺威威 19:30 香港有線新聞 19:30 香港有線新聞 19:30 香港有線新聞 20:00 三人新世界 22:00 少爺威威 22:30 新鬆師妹2美麗任務	0:15 怪談，一路好走 0:40 香港有線新聞 1:10 富貴吉祥 2:55 甜言蜜語 4:30 男兒王 6:15 有情飲水餉 8:40 三人新世界 10:20 大丈夫2 12:00 週一祥談 13:35 兩個傻瓜的荒唐事 13:30 寶貴吉祥 15:20 甜言蜜語 17:00 少爺威威 19:30 香港有線新聞 20:00 三人新世界 20:15 週一祥談 20:45 解謎遊戲	0:15 大丈夫2 2:00 化骨龍與千年蠶 3:45 驚天大賊王 5:15 追影 7:00 少爺威威 8:40 三人新世界 10:20 大丈夫2 12:00 週一祥談 12:45 化骨龍與千年蠶 13:30 寶貴吉祥 14:45 驚天大賊王 16:50 算吧姐、老豆！ 19:05 娛樂頭條 19:30 香港有線新聞 20:00 中國在線 20:15 謎語玄機 22:30 肥龍過江	0:30 新聞重播 1:40 和空姐同居的日子 3:25 武狀元鐵橋三 5:10 甜言蜜語 6:45 醜女 8:30 少爺威威 10:10 組織遊戲 12:00 美麗玄機 12:30 肥龍過江 14:45 和空姐同居的日子 16:50 算吧姐、老豆！ 19:05 娛樂頭條 19:30 香港有線新聞 20:00 中國在線 20:15 謎語玄機 22:35 肥龍過江	0:25 新聞重播 1:35 一段OK 3:20 勇命訓練班 4:55 武狀元鐵橋三 6:30 少爺威威 8:25 太極1從零開始 10:20 少爺威威 12:00 輕鬆在家gym 14:35 一段OK 16:40 恋恋凡花 19:05 娛樂頭條 19:30 香港有線新聞 20:00 中國在線 20:15 謎語玄機 20:45 太極1從零開始 22:35 肥龍過江

家庭主婦的勵志故事 發明家Joy Mangano

• 宇軒 整理翻譯

來自美國Brooklyn的Joy Mangano，何曾想過，在自己生活一地雞毛的時候，既要照顧三個孩子，又要打零散工作養家活兒的家庭主婦，有朝一日能成為百萬富翁並上電視直播？沒錯，這位自幼喜歡研究拆裝不同物件的單身母親，在34歲那年因工作與育兒太勞累，導致她非常厭倦做繁雜的打掃工作。於是開始構思如何能改善清潔地板的工作。於是，一把自擰拖把Miracle Mop橫空出世。這把地拖獨特之處在於，它的物料能有效吸收水份，並讓使用者無需手動擰乾拖把。當時她的家人並不支持她的發明，更不敢為其投資生產大量的樣本。無奈之下，這位母親只得到街頭擺賣，卻引來警察驅趕。前夫於是給了她一個建議，讓她試試到電視台QVC的直播購物節目介紹發明的商品。於是她憑著精湛的口才，以及作為家庭主婦對生活碎事的理解，成功吸引大批消費者。直播不到半小時，已售出1,8000個拖把。至2000年底，她與合夥人成立的公司Ingenious Designs已成功售出\$10M的拖把。一戰成名後的Mangano並無放棄繼續研究發明，於是有了後來同樣大受歡迎的產品。它們分別是：Huggable Hangers, Forever Fragrant, Clothes It all Luggage System, Performance Platforms, Comfort & Joy Textiles以及Shades Readers等產品。其中Huggable Hangers，一





Mangano與三位子女的合照



Mangano近日更在USA Network中為鼓勵創業的節目
America's Big Deal做嘉賓，並寫書鼓勵其他獨立女性創業。

款有絲絨材質包裹的輕便衣架（因材質不易讓衣服滑落，而且很輕薄，不會在衣櫃中佔位置）最受歡迎，至2010年，在電視購物網站HSN中賣出10億個商品。Forever Fragrant則是一款帶有香味的家居香薰，包括蠟燭及Sticks等。因無需香薰油，但香味能持續2年之久，在HSN中同樣大賣，非常受歡迎。另外的Clothes it all Luggage System則是一款外表看似很普通的旅行拖箱，但打開後有很多收納格，更有一個大袋能將衣物直接掛起。Shade Readers則是一款有不同顏色，並一套自帶2-3副相同度數的老花鏡商品。方便使用者在車上、家居或工作間都能隨時使用。由於故事非常勵志，甚至吸引了荷里活導演將其故事擺上銀幕，2015年由當年只有25歲的Jennifer Lawrence出演，該電影《JOY》讓其獲得了金球獎最佳劇情類女主角獎，也讓觀眾認識了這位創業女性的勵志故事。



與自傳電影《Joy》的兩位主演合影

