

美食車先導計劃於二月三日（農曆初七）啓動，一共十一架美食車陸續進駐八個不同旅遊景點地點，如海洋公園、迪士尼樂園、梳士巴利公園、金紫荊廣場等。美食車售賣早前於比賽中突圍而出，富創意的香港特色美食，包括美式叉包、五色餃子和魔廚撈麵。本報邀請專家評價食品，發現美食車運作初期各項表現未盡人意，受歡迎程度落差很大。



記者：胡凱妍 張皓然

適逢農曆新年及假日人流不絕，位於梳士巴利公園的美食車「菠蘿仔食堂」需要輪候近一小時方可叫餐。記者於二月八日到訪位於金紫荊廣場的「大師兄」及梳士巴利公園的「菠蘿仔食堂」美食車發現，大排長龍的情景只是曇花一現。記者於兩個地點分別觀察近30分鐘，發現「大師兄」美食車的人流較少，每當旅遊巴到達，有不少遊客前去觀看，但實際購買食物的人不多，本地客寥寥可數。反觀開業頭數天需要排隊一小時的「菠蘿仔食堂」，因地理位置較為優越，食客依然較多，但也沒有早前那麼旺場。

### 食品將貨就價

記者特意邀請資深麵包店東主張師傅品評「大師兄」美食車的烤鴨叉包，以及梳士巴利公園「菠蘿仔食堂」美食車的忌廉菠蘿包，用專業角度分析兩款食物的性價比。

張師傅由學徒做起，到擁有自己的麵包店，包點製作經驗豐富，先後於大埔、荃灣、香港仔開店。他表示，烤鴨叉包的餡料不錯，鴨肉火候剛剛好，很嫩。如果

醬料鋪放平均一些，不要全部放在蔬菜位置，令鴨肉和蔬菜的鹹淡接近，效果會更理想。麵包的蒸煮時間還需拿捏得更準一些，令其軟硬適中，口感更佳。

價錢方面，他認為，一個包賣38元不算太貴。如果分量再多一些，肯定會更受顧客歡迎。

至於忌廉菠蘿包，他認為，麵包屬於「空心包」，不夠「煙韌」。「空心包」是利用較細麵糰發酵，發酵時間較長，使較細麵糰變大包，節省成本。餡料方面，忌廉的分量再增多一些更好，咬麵包時容易吃到忌廉香滑味道；菠蘿切大塊一點，口感也會更好。至於美食車採用罐頭菠蘿為食材，是為了控制成本，這也是部分麵



本報邀請資深麵包店東主品評食物（張皓然攝）

包店的慣常做法。

張師傅補充，香港美食車尚在試驗階段，不像外國的美食車體積較大，能容納的人手和食材相對較多，而且它們使用明火煮食「夠火候」，這些因素均影響香港美食車食物素質，希望政府能作出改善。

### 小本經營難捱

據悉，香港美食車試驗計劃每部美食車耗資近100萬元，「菠蘿仔食堂」花費了將近80萬元。記者曾與「大師兄」美食車員工傾談，得悉公司為他們設定每日一萬元營業額。員工表示，剛剛開業的頭幾天比較旺場，均能達標。依照他們的叉包每個售38元計算，如要達到目標，每天需售賣近270個。

美食車先導計劃營運僅一個多月，有營運者表示，停泊點中環海濱以及海洋公園外是「兩大死位」，人流稀少。曾有美食車在中環海濱營業十日，慘蝕六、七萬元；另一輛在海洋公園外擺賣的美食車，兩周蝕三萬多元。營運者促請當局放寬規定，容許美食車停泊商業區及工廠區，擴闊客源，令他們可以生存下去。

## 美食車先導計劃

美食車先導計劃由前財政司司長曾俊華於2015-16財政年度預算案中提出，商務及經濟發展局轄下的旅遊事務署負責統籌計劃的推行及相關事宜。

首批美食車經過了兩輪的甄選，於今年二月三日（年初七）陸續開業。先導計劃為期兩年，目的是增添香港旅遊景點的吸引力。

十六輛美食車會輪流在八個旅遊景點各營運兩星期，八個旅遊點分別為香港迪士尼樂園（園外位置）、黃大仙祠旁黃大仙廣場、灣仔金紫荊廣場、中環海濱活動空間、海洋公園（園外位置）、尖沙咀梳士巴利公園、尖沙咀藝術廣場和起動九龍東一號。

該計劃分兩個階段，首階段接受申請者提交的計劃書，於去年三月三十一日開始接受申請，同年五月三十日截止。旅遊事務署收到192份申請，當中有51份成功晉身到第二階段。計劃書必須詳列美食主題及菜單、業務及財務計劃，以及車輛設計等。第二階段則為「烹飪挑戰賽」，晉身第二階段的申請者於2016年7月26日比拼他們的招牌菜式，由政府成立的評審委員會負責評審，成員包括相關政府部門和美食車營運地點代表、飲食專家、旅遊業界及財務界人士。挑戰賽結果於比賽翌日公布，十六組參賽單位脫穎而出。

# 美食車店主睇好前景



■商務及經濟發展局局長蘇錦樑（右五）與黃大仙區議員到場品嚐美食車小吃（鄒曉彤攝）

為期兩年的美食車先導計劃，商務及經濟發展局以抽籤形式分配美食車首輪經營地點，分別位於黃大仙、海洋公園和金紫荊廣場等熱門景點，為市民和遊客提供多元化、富創意以及高質素的美食。有檔主讚賞政府對計劃大力支持，對生意前景表示樂觀。

記者：翟宇亨 鄒曉彤 李芷葦

最先營業的八架美食車以創意美食吸引食客，如「黯然銷魂漢堡」、「花膠瑤柱羹」、「魔廚撈面」、「蘿蔔豬軟骨炒手便當」和「鮮忌廉菠蘿包」等等。

美食車「有得餃」與「豪園小食」進駐黃大仙，吸引市民蜂擁而至，「有得餃」的招牌食物是五色餃子，一份40元；特色煎餃如金菇肥牛煎餃和芝士比薩煎餃，則賣50元。「豪園小食」的招牌食物是「神級燒鮮魷」，新開張即以沒有定價作招徠，市民只要填寫意見表就可以自由訂價。由於鮮魷即叫即製，輪候的時間較久，顧客大排長龍。

## 自由訂價作招徠

「豪園小食」檔主梅樂文接受本報專訪時透露，自己對生意前景持樂觀態度，預計3至4個月就會回本。她表示，開業當天準備了140-160份鮮魷，一個半小時已經賣光。

美食車新開張首三天，「神級燒鮮魷」由顧客自由定價，由於黃大仙比較多公公、婆婆，市民出價比較低並不意外，但仍然有食客願意出高價75元購買。

梅樂文認為，有食客對美食車沒有桌椅感到不方便，可以理解。因為今次是香港首次引進美食車，比較新鮮，對站著吃食物可能暫時不習慣，希望一段時間之後，美食車文化會融入香港。



■「豪園小食」主打「神級燒鮮魷」（鄒曉彤攝）

梅樂文讚揚政府很關心美食車先導計劃，以自由開放的態度聆聽檔主的訴求，更成立相關的專責小組跟進。

## 政府大力支持

旅遊事務專員朱曼鈴強調，美食車先導計劃是鬥創意不是鬥資金。經營美食車，檔主需要投資購置美食車，再加上營運成本，入場費可能很昂貴。為幫助小本經營的檔主，成功中標創業人士，可以向政府申請最高三十萬的貸款。

記者採訪時，商務及經濟發展局局長蘇錦樑剛好在黃大仙視察美食車運作。他除了試食兩架美食車的招牌美食外，還和檔主交流，並即時以Facebook live的形式在網上宣傳，介紹政府為方便市民追蹤美食車的位置而推出的「Hong Kong Foodtruck」手機應用程式。市民可透過該应用程序追蹤美食車在這八個景點的營運時間和菜單等資料。



■舊金山灣區的餐車聚集市場（網上圖片）



■豪園小食美食車負責人梅樂文與丈夫對成功開業感到開心（鄒曉彤攝）



■內地遊客梁小姐特意赴黃大仙光顧美食車（鄒曉彤攝）

## 意見好壞參半

商務及經濟發展局蘇錦樑曾表示，美食車是旅遊項目，希望藉此吸引旅客，但記者現場所見，不少本地中學生和市民排隊輪候，遊客寥寥可數。有買到「蟲草花脆脆」和「炸一字雞翼」的中學生表示，食物的質素不錯，但價錢偏貴，而且沒有位置坐，很不方便，夏天如果大排長龍會很熱。

遊客梁小姐表示，美食車的設計很特別，小食很好吃，價錢合理，有機會會再光顧。

食客楊先生於記者採訪當日專誠光顧天誠冰室的美食車，他表示：「美食車主打的麵點定價偏貴，不過，見到這架美食車大排長龍，今天在附近工作便特意過來試試。」楊先生購買了美食車主打的「忌廉菠蘿包」，他食用後認為，麵包比想象中冰凍，忌廉及菠蘿的分量不足，與圖片完全不符。價錢亦比較貴，他表示，不會再次光顧。

## 美加經驗值得借鏡

目前，美國紐約街頭有近百架美食車，出售食物由熱狗、雪糕，到漢堡、三文治等，價錢由十多至百多港元。據紐約快餐車協會估計，2011年紐約快餐車生意總額高達4.5億美元（約35.1億港元）。

美國的美食車，它們一般停泊在街上，免除租金負擔。部分地方的市政府甚至會開放市中心的馬路車位，以及市集面前的空地

供美食車擺賣食物。在美國，投資一架美食車約需四十萬港元左右，但政府規定這些餐車必須要加入公會，由官方認可的組織統一管理。

美加美食車用石油氣等明火煮食，故此，他們主打快餐食物，熱狗、漢堡、墨西哥捲餅美食「夠火候」，食物價錢亦相對平民化。

# 恒管蓄勢待發迎正名



■經過多年努力，恒生管理學院已發展成為硬件及軟件完備的大學（陳穎儀攝）



■何順文校長接受傳新報記者專訪（林源豐攝）

自2010年開始，推出多個本科及以上的學士學位課程的恒生管理學院，正蓄勢待發正名為私立大學，何順文校長接受傳新報專訪時透露，計劃今年三至四月向教育局提交院校自我評審報告，本年底進行國際評審，再交由行政會議討論，最快明年底完成正名。

記者：陳慧瑩 陳穎儀 林源豐

何順文校長表示，學院計劃向教育局遞交申請後，在今年五月中先完成自我評審，再邀請由國際專家所組成的小組，代表香港學歷評審局到訪，為學院進行整體評估。當上列所有評審通過後，便會向行政會議遞交呈請，正名大學。

儘管上述程序繁複、嚴謹，但是何校長認為，學院過去不斷致力提升學校硬性設施及軟性配套，各方面都已符合正名及評審條件，為審查做好充足準備，有信心最快能在2018年初完成所有評審，並提交行政會議討論、審批。

## 正名後作多元發展

他相信，如果一切過程順利，恒管將於2018年下旬，正式升格為私立大學。何校長相信，正名後學院將更改校名，正名對畢業生求職及升學都有幫助。他強調，學校注重不斷創新和進步，不單只是為了正名或更換名稱。

何校長指出，恒管將會在現有基礎上，百

尺竿頭更進一步。學院會繼續加強宣傳，在東南亞國家、地區招生，令入讀學生更多元及國際化。何校長坦言，雖然目前學院收生人數理想，但仍然有不少人不知道及認識恒管，希望可以透過宣傳，加深香港、大中華地區、以至全世界對學校的認識。恒管會跟不同持份者作「策略性合作」，致力令媒體、政策決策者，更深入認識恒管，認同恒管是高水平的大學。

## 設立質素保證機制

同時，恒管設立多個質素保證機制，不斷提升自身水平，推動創新，確保各方面達到學校指標。例如學院主辦的《君子企業調查》，越來越受商界重視，香港總商會主席吳天海曾擔任頒獎嘉賓。學校正積極帶動業界、社會，改變香港的商業運作，傳遞更多正面價值。

何校長透露，恒管將與聯合國教科文組織合作，簽訂與人文學科有關的合作協議。他高興地表示，教科文組織代表團十分欣賞恒管的辦學精神。恒管是香港唯一一間大學成功加入

## 實踐「博雅+專業」

何順文校長認為，人文學科是一間學校的基石，培養學生品行修養，它將影響學生的思考、溝通、分析資訊及創新能力。他在擔任校長後，提出「博雅+專業」的治學理念。恒管的學生在校四年的學習生活，不單是吸收知識，還可以通過各種課餘活動，盡情享受大學生活，樹立正確的人生觀。

何校長以身作則，在「與校長同行」系列活動中，以單車聯遊、「球類同樂日」、西貢遠足遊等多種形式，與同學享受大自然，傾談昔日校園時光，討論學校、社會議題，更深入了解同學校園生活，致力提升恒管學生的學習質素。

為增進院校間的交流，恒管與美國高登大學（Gordon College）一眾師生去年八月於恒管校園舉行籃球練習賽及植竹儀式，藉此與全球不同院校建立夥伴關係，加強教研合作，讓學生有更多海外交流及拓闊國際視野的機會。

人文學科的世界組織。學校今年會通過這個合作計劃，派兩名學生到歐洲和澳洲，進行幾個月的學習和交流。他相信，學校將來會有更多機會與國際頂尖學校合作，參與人文學科研究及交流。

何校長續稱，恒管正申請更多國際經費，

讓更多學生可以到海外交流和實習，擴闊國際視野，學習多元價值、文化、跨地域知識和良好的商業道德操守。

## 辦首個創意課程

何校長透露，今年九月，學院將會推出全港首個文化及創意產業課程，課程設計集人文學科、管理及公共政策於一身。學院還計劃在人文社會學科中，推出有關體育康樂政策及管理的課程，一方面推動體育產業，製造就業機會及經濟收益，另一方面，增進社會的凝聚力。

何校長笑稱，體育本身都有很多文化和歷史因素，跟很多公共政策相關連。他認為，私立大學在開設課程上，限制較公立大學少，學院將會有更多課程創新。假以時日，人文社會學科亦可與知名的商科，並駕齊驅。



■恒管採小班教學



■學院與美國高登大學舉行籃球賽

何校長（右二）與學生單車聯遊



■鄭慕智博士（前排中）、何順文教授（前排右九）、曹虹教授（前排左五）與恒管商業新聞獎各得獎者合照

# 恒管首頒商業新聞獎

## 逾四百份作品參賽 共29獎項

恒生管理學院（恒管）傳播學院舉辦首屆商業新聞獎，頒獎典禮日前假學院利國偉教學大樓演藝廳舉行隆重舉行，表揚及肯定優秀商業新聞從業員對社會及業界的貢獻。獨立保險業監管局主席及恒生管理學院校務委員會主席鄭慕智博士擔任主禮嘉賓，大賽的評審委員成員、得獎者、恒管高層、以及來自政界、商界、金融業、傳媒及學術界近四百名貴賓出席典禮，祝賀得獎者，場面熱鬧。



■恒生管理學院校長何順文教授致辭，鼓勵新聞從業員善盡社會責任

記者：張頌揚 李芷恩 袁諾曦 鄺月婷 練潔芳

恒管商業新聞獎是恒管傳播學院首次舉辦的大型商業新聞比賽。有別於其它機構舉辦的財經新聞獎，是一個全面的商業新聞作品選拔，涵蓋商業與財經新聞各個領域，獎項包括最佳商業及企業新聞獎、最佳財經新聞獎、最佳房地產新聞獎、最佳財經專題獎、最佳商業新聞版面設計、年度新晉商業新聞記者以及年度商業新聞記者，共七大範疇。參賽作品逾四百份，競爭激烈。四十二名來自不同界別及背景的評審，就報道的影響力、新聞性、原創性及報道質素等多方面評分，選出得獎佳作。

主禮嘉賓鄭慕智博士致辭時表示：「香港擁有得天獨厚的地理優勢及良好社會環境，而

資訊流通更是促使香港成為國際貿易與金融中心的重要因素。全面的商業財經報道，能幫助市民作出適當的商業及投資決定」。他讚揚新聞從業員為社會帶來寶貴資訊，值得全社會的認同及嘉許。

恒管校長何順文教授表示：「恒管傳播學院為首間設立商業新聞獎的大專院校，除積極推動培育傳播人才和提升新聞專業水平，亦對一直以來努力不懈、表現傑出的新聞從業員予以高度讚賞和肯定。」他勉勵新聞從業員必須具備專業與博雅素養，並要秉持新聞道德，繼續履行第四權的社會責任。

恒管協理副校長及傳播學院院長曹虹教授

致辭時，讚揚本港媒體及新聞從業人員一直肩負重大使命，不斷從多角度、迅速地報道與分析商業及財經消息。她感謝傳媒界的踴躍參與，令恒管商業新聞獎得以順利舉行，亦感謝四十多位評審支持，祝願所有參賽者能在新聞專業領域中繼續鴻圖大展，蒸蒸日上。

年度商業新聞記者，由智富雜誌的李子繁獲得。該參賽作品獲評審員吳天海讚揚「下了不少功夫做資料搜集，報道深入」。李子繁為吸引讀者，豐富新聞內容，會搜集更多數據、報告和權威意見。她寄語傳播學院學生，「不要吝嗇發揮技能的機會」，工作時不要計較「一人多角」，因為它已經成為媒體工作常態。

## 同業盛讚新聞獎 鼓勵士氣

有線電視執行董事趙應春對有線電視同事獲得多個獎項，感到非常高興。他指出，新聞從業員工作時面對不同壓力，商業新聞獎對他們來說是一種鼓舞。他寄望同事繼續努力，發揮所長。

本校校友尉奕陽奪得最佳財經新聞獎（文字組金獎）等三個獎項。他表示，做記者「必需要好奇心，探索知道或不知道的事」，同時亦要心存謙卑。他認為，是次獎項對他來說意義深遠，能於母校舉辦的頒獎典禮獲獎，更感激和振奮。

## 「傳新沙田」溯鄉村源流習俗

恒生管理學院傳播學院連續4年與沙田民政事務處及沙田文化藝術推廣委員會合作，舉辦「傳新沙田」活動。今年的主題是「沙田九約」中的「排頭約」，23位恒管同學分別走訪了「排頭約」中的四條村落，拍攝短片和製作期刊。

「傳新沙田」沙田文化藝術推廣發佈會2日前在恒管舉行。今年的主題「排頭約」，包括排頭村、上禾輦村、下禾輦村和銅鑼灣村，同學們用文字和3條短片，道出村落的鄉鎮變遷。

恒生管理學院校長何順文致歡迎辭，感謝

沙田民政事務處的信任和支持，讓同學有機會走出校園，到沙田做「田野工作」，搜集資料

和訪問村民，編採報道和拍攝短片，是一個來自社區、回到社區、貢獻社區的學習活動。沙



■傳新沙田發佈會日前隆重舉行（鄺月婷攝）

田文化藝術推廣委員會主席楊文銳稱，委員會成立最大目的，是將沙田文化和藝術帶到社區，而委員會成立了3年半，與恒管有4次合作，活動結合新媒體和傳統媒體表達方式，「贏在內容」。恒生管理學院傳播學院院長曹虹教授表示，是次活動令傳播學院的同學實踐課堂中學到的知識，同時了解沙田歷史和文化，做沙田文化的「傳承人」。

參與同學林苑均表示，是次採訪最大的困難是找受訪者，他們訪問到「竹屋」的主人陳先生，在他的引領下，以最佳角度拍攝下禾輦村，印象深刻。

# 辣招失效 樓價高企



港府為遏抑樓市過熱，去年底宣佈為樓市「加辣」，全面提高住宅物業買賣印花稅至 15%。措施推出後，發展商轉為銷售貨尾為主，二手交投淡靜，但樓價升勢持續。差估署最新公布私宅售價指數，去年 12 月報 306.8 點，連升 9 個月；2016 年全年樓價指數累升 7.65%，連升 8 年。地產代理界人士表示，「加辣」未能成功調控市場，建議政府設立首置市場，幫助市民上車。

記者：楊比嘉 謝穎怡

中原集團主席施永青（見圖）認為，新辣招成效不彰，未能協助市民上車。「辣招只可說是成功避免樓價大幅上升，政府干預市場原意是希望幫助未置業者上車，由此角度看，辣招效果不明顯。辣招打擊需求，同時打擊供應，導致二手樓價於高位爭持」。他直指「你食呢隻藥得唔到預期效果，係咪要換藥？所以，我認為要換更有效既藥」。

## 設首置市場助上車

施永青建議，政府可將每年土地供應的相當部分，規劃為港人首置用地，興建住宅予首置人士。「該批住宅限售予首置客作自住用途，不能出租，轉讓亦只限於符合資格的首置人士」。他認為，此舉可形成新市場，區隔外來投資者或買樓收租投資者，該市場可以較準確反映本地人的置業需求和購買力。

他續稱，該首置市場應代替居屋，形成公屋、首置市場、自由市場三個階梯。「市場應分作三個階段，首個是給收入低，沒有能力租樓的人士，他們只能平租政府公屋；而首次置業人士是有能力付建築費及發展商合理利潤，透過政府政策，如政府減低地價，便可置業。當政府規定樓宇限售予首置客，發展商亦不會以高價投地」。

反映二手樓價走勢的中原城市領先指數 CCL，於加辣後首周報 144.47 點，按周續升

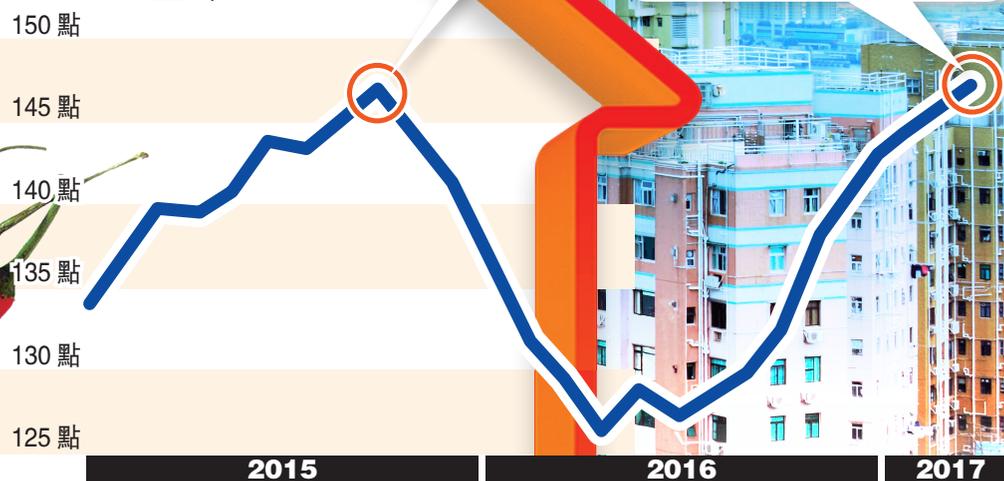
0.27%，較去年高位低約 1.7%，並創逾 14 個月來新高。

## 學者：加辣不符港情

對於指數接近歷史高位，理大建築及房地產學系教授許智文認為，由於加辣主要針對購買第二套房人士，與香港實況不符。「加辣目的是要購買第二套房人士付更多稅金，為他們設立更多限制，惟購買第二套房人士在港佔的比例不高，香港主要仍以購買第一套房人士為多，加辣對該批購買第一套房人士影響不大，故樓價依然高企」。他續指，辣招對樓價影響不大，只會令成交量縮小。「以三角形作比喻，辣招只減少了最低層的置業人士，位處頂層的有錢人則繼續買樓，加上發展商提供回贈，有



## 2015 年至今 CCL 走勢



CCL 前歷史高位為 2015 年 9 月，當時報 146.92 點，其後指數持續回落。

2017 年 2 月底 CCL 報 147.74 點，較 2015 年 9 月紀錄高 0.56% 或 0.82 點，成為新歷史紀錄。



■ 中原集團主席施永青指出，辣招成效不明顯，建議政府規劃港人首置用地，助市民上車（楊比嘉攝）

能力買樓人士影響不大，但樓市成交量會因而萎縮」。

## 今年樓市變數多

對於今年樓市走勢，施永青分析，今年環球經濟變數較多，要視乎美國總統特朗普的政策走向；香港經濟及政治不穩定，即使供應增加，他仍不看好樓市，料上半年樓價下跌 3% 成至 5%，下半年跌勢較明顯，最多 8%。

許智文則表示，買樓人士要留意加息，他預料今年美國最少加息兩次。「現時息口處於低水平，供樓只需 1 點多厘，惟這種情況可能會改變，當利率回復正常升軌，房地產需求會大大降低，而政府未來的土地供應亦會影響樓市」。

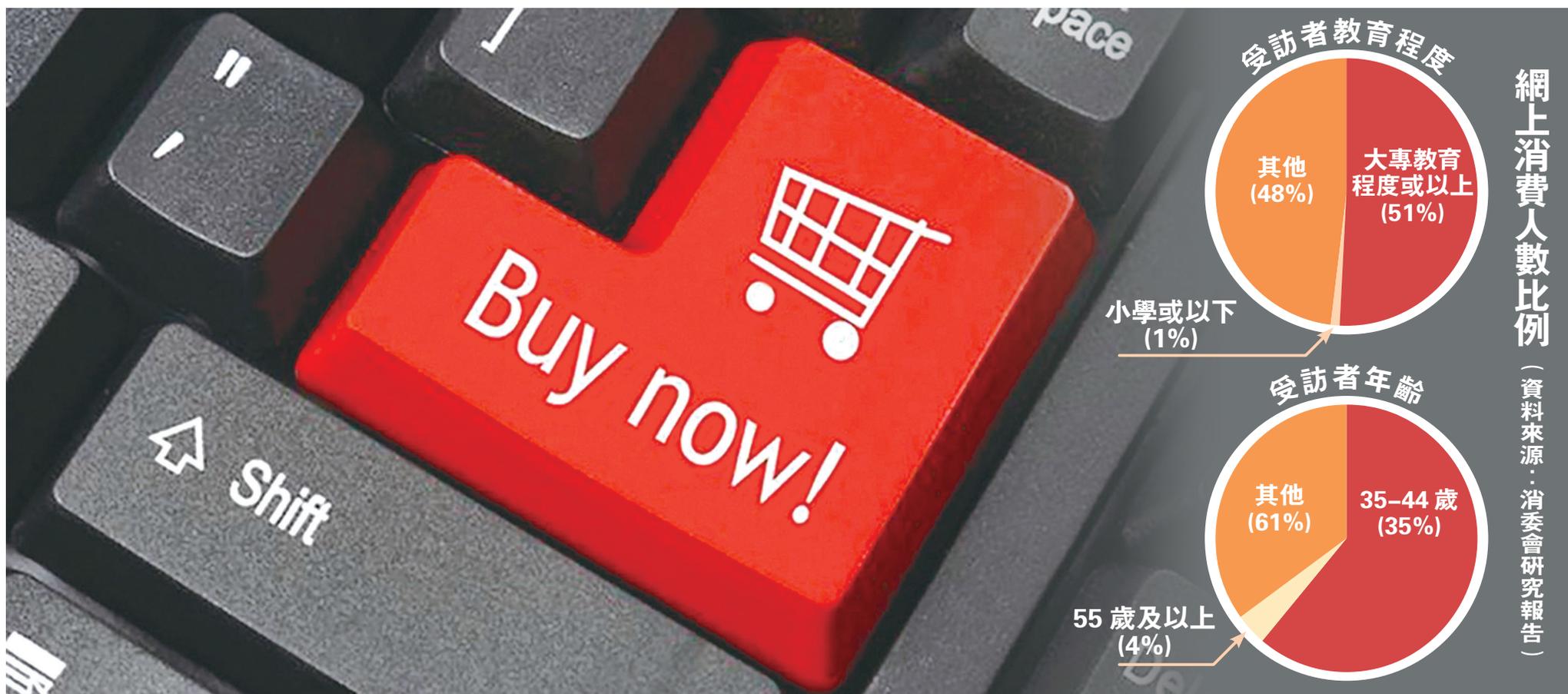
## 新盤熱銷 二手破頂

去年，政府推出辣招後，發展商減慢推盤，曾令一手市場交投淡靜，直至新地（0016）元朗 Grand YOHO 二期開售又成為市場焦點。樓花期約半年的 Grand YOHO 二期為加辣後首個開售的大型新盤，當時以折實平均實呎 14,488 元首推 166 伙，較去年 8 月一期首批折實均價 1.19 萬元高逾兩成。即使折實實呎提高，首批 66 伙亦於開售 3 小時內幾近沽清。開售當日有不少年輕夫婦及家庭客，有準買家表示，希望購入單位予子女居住。

## 頻錄高價成交

二手市場方面，新辣招令二手缺盤，造就不少破頂成交。加辣當月，荔枝角美孚新邨曾有 3 房實呎價高逾 1.3 萬元，創去年同類單位新高；將軍澳天晉 2 期兩房戶以 810 萬元、實呎 14,754 元成交，創屋苑同類戶型的成交價新高；筲箕灣東旭苑有中層單位未補價以 689 萬元易手，創全港未補地價居屋造價新高。由九倉（0004）及南豐發展的山頂豪宅 MOUNTNICHOLSON，加辣後數天再售出 4 伙，其中 16A、B 室，成交價達 9.12 億元，實呎 104,803 元，創亞洲分層單位新高呎價。

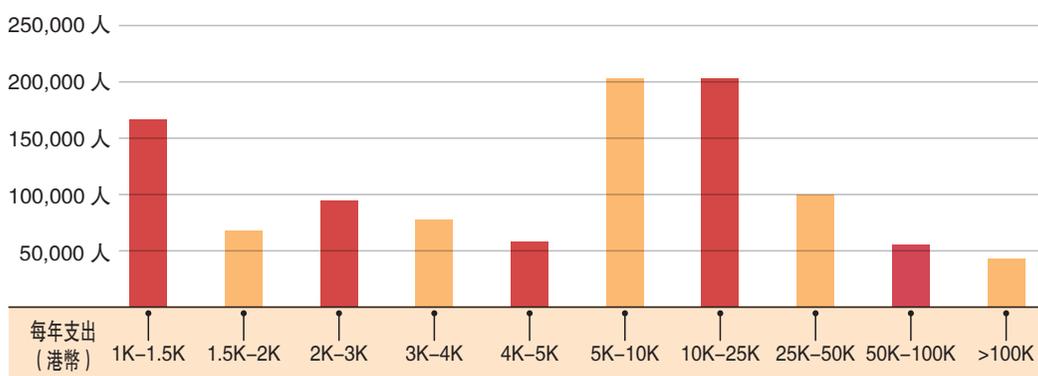
■ 加辣後首個大型新盤 Grand YOHO 二期於開售 3 小時內幾近沽清（謝穎怡攝）



# 「驚執輸」港人搶購成性

## 大專網購迷 月支五千

香港市民年度網上消費金額分佈圖 (資料來源：消委會研究報告)



受訪者阿聲表示，網購已成最大嗜好，並希望發展成事業 (黎諾瑤攝)

香港有一句家喻戶曉的俚語「執輸行頭慘過敗家」，「執輸」是指落後，「執輸行頭」指比誰都落後，香港人因此凡事「咪執輸」，只要帶「限量版」、「期間限定」、「開倉」等字眼，必然瘋靡一大班跟風搶購市民，尤其是貪新鮮的青年人。

記者：游皓綸 黎諾瑤 陳洛謠

網購熱潮已非新鮮事，網上交易成本較低，物價亦相對便宜，成功以「平靚正」突圍，吸引一班「搶著數」心切的消費者。

### 儲錢不如行萬里路

由免費回程機票到一蚊機票，廉航每當推出相關優惠，都吸引大批市民搶購。「一見facebook或者instagram通告有平機票，嗰一晚就會喺屋企捕住搶！」其中一位成功搶購平價機票的市民潘偉南指出，廉航機票市場目標定位於青少年，經常利用不同熱門社交媒體宣傳，加上比市價便宜，因此大受歡迎。

潘偉南表示，現今物價昂貴，儲蓄追不上通脹，「與其儲錢，不如花筆錢走萬里路，我去一轉韓國來回都係千二，但千二蚊儲起根本就唔夠用，夠上樓咩？出去食幾日飯都有咗！」

### 搶購球鞋為發達

熊勵恆，香港kickz-lab.com買賣及討論區共擁有近十萬名會員的群組管理員之一，在香港球鞋界年資久及人緣好，花名熊大。

他表示，像「籃球之神」米高·佐敦與運動品牌Nike合作推出的Air Jordan籃球鞋系列波鞋，生產商每一款的復刻版一推出，均被人

搶購一空。通宵排隊、利用電腦軟件問題打尖購買等搶購方法，熊大都早已在兩年前於討論區跟其他網友熱烈討論過。

「有一些球鞋可能在某些人心中有一定的價值、地位，所以每當有新品或者復刻版推出時，他們會不停打聽何處有機會買得到，並且會提早一晚到店舖排隊等候開門。但與此同時，亦帶來炒賣者，打尖，口角繼而動武時有發生。」

球鞋炒賣可以有多少利潤？熊大透露，以AJ球鞋為例，一對在2016年推出的AJ11代球鞋，隨便一轉手便可以賺最少港幣八百元。一次搶購幾對球鞋再轉手，利潤可能相當於半月薪金。

冰封三尺非一日之寒，「搶」文化在港人心中已經根深蒂固，一切似乎正常不過，但我們是否也該反省一下，時下青年人，「盲搶」得來到底為了什麼，是另類享受人生、賺錢發達？還是得物無所用，造成浪費？

二十歲大學生阿聲(暱稱)是一名網購迷，有五年網購經驗，他自嘲「已經沉迷」，「網購重點就是價錢平和多選擇，有時可能生活壓力大，當兼職賺了點零花錢又未有儲蓄習慣，上網本身只是逛逛，看看今朝潮流興些什麼，得悉某些網站正進行大減價，見銀包有錢，就情不自禁買了。」

### 滿足勝利感

身邊同輩話題都離不開潮流品牌，他對自己能在芸芸網站中「尋到寶」感到沾沾自喜，於是愈買愈多，但一刻的滿足隨後便是無窮的後悔。「有時好像在尋寶，找到一些波鞋或球衣只剩下一兩件，恰巧是我的碼數，馬上搶，但其實後來想想，實際用途不大，可能只是為了滿足為搶而搶的心態。」

有學者分析指，搶購心態源於勝利感，當貨品比市價便宜，而貨量不高的情況下，搶購成功的市民就變為大眾眼中的贏家。

阿聲笑言，明知大減價只是推銷技倆，但見有優惠，搶購成癮的自己管不了那麼多了。「有時候上網找到自己喜歡的衣服，明明跟之前買的款式差不多，但看到便宜的價錢，覺得不買就是蝕底。衣櫃不少差不多款式的服飾，就是「驚蝕底」的戰利品。」

■由隱青到廢青，他們的行為變化不大（陳恩浩攝）



# 「廢青」不廢 關心時政



■網上插畫家描述「廢青」十大特質

## 「廢青」從何而來？

「廢青」一詞前身為隱閉青年，意指自願不分晝夜，生活在狹窄空間，甚至拒絕社交的青年人。在日本，國立精神神經醫療研究中心定義隱閉青年為「由於各種因素，參與社會活動的機會減少，長期未就學或工作接觸自家以外的生活空間之狀態的青年人」。

人們看到一些一事無成的年輕人，常常會將他們標籤為「廢青」。提起廢青，人們很容易聯想到2005年《星期日檔案》中的「廢青」阿源，他在節目中所說的「這些機會不是屬於我的」、「不要說了」成為一時熱話。「廢青」給予社會的印象是負面的，如何令廢青不廢才是人們應該思考的問題。

記者：陳恩浩 林金義

香港浸會大學社工系講師邵家臻2015年的著作《時代廢青》引述廢青的由來，他指出，「廢青」意指自甘墮落的失敗者，人人得而誅之。隨著社會的演變，「廢青」更成為頹廢、終日好逸惡勞、不務正業的年輕人的代名詞，批評「廢青」的聲音此起彼落，不絕於耳。

### 標籤並沒意義

經常無所事事，終日上網、打機而被人標籤為「廢青」的21歲大專生Otto卻坦然接受「廢青」標籤，但他認為，標籤對他沒任何意義，「廢青」只不過是基於人們的個人喜惡，在一些人眼中不喜歡或看不過眼的年輕人，都會被惡意標籤為廢青。

Otto對此不以為然，他表示：「對於被人說是『廢青』，我沒有甚麼特別的感覺。我認為自己的生活是有意義的，並非別人所想像的那樣。」

很多人批評「廢青」對社會沒有貢獻，對很多事情都總是提不起勁的「廢青」，與社會沒有連繫。然而，Otto卻熱心社會時事，對不同議題都有獨到的看法。與普通年輕人相比，Otto關心時政的程度有過之而無不及。他曾透過社交網絡呼籲朋友於立法會選舉投票，盡公民責任；目前他仍然活躍於社會運動，為自己所堅持的原則發聲。

正如莊子曾經說過：「無用之用，是為大用」。

## 註冊社工：治標先治本

註冊社工鄭姑娘認為，所謂「廢青」只是因為在生活中尚未發掘到自己的長處，終日被人責罵看低。在失去生活的意義後，便會開始自暴自棄，成為大家心中的「廢青」。

鄭姑娘指出，沒有人一出生就想做廢人，「廢青」是失當的家庭培養及成長經歷衍生的結果。她建議政府、教師以及家長，應留意和關心年輕人的成長需要及心聲。治標先治本，政府應該帶頭制訂標準工時，好讓在職父母有時間陪伴和教育孩子。

政府亦可提供津貼，資助「廢青」參與自信心訓練營，讓他們願意踏出第一步，重建自信。中小企亦可透過提供不同類型的工作，讓未能升學的青年能有機會參與在職培訓，發揮所長，獲得滿足感及成就。

除此之外，政府亦應該撥出更多資源，教育家長應從小與孩子建立良好的親子關係，令孩子長大後能在遇到困難時與家人商量，以及願意為家庭負上責任，嘗試主動找尋工作機會。

■Otto常常留在宿舍玩手机（陳恩浩攝）



## 創新氣象科技設計賽 3.25 舉行

辦的想透的六個工作坊，學生能充分發揮他們的想像力和創意。



一年一度的香港天文台開放日將於3月25日舉行。為了有效推行科學、科技及數學教育（STEM教育），香港天文台首度與保良局長康青少年發展中心攜手，並獲港西北扶輪社贊助、尖沙咀街坊福利會提供場地，於開放日當天舉行首屆「創新氣象科技設計發明比賽暨頒獎典禮2017」，提升學生對氣候轉變的關注及防災意識。

為了考驗青少年的創意及解難能力，並推行STEM教育，首屆「創新氣象科技設計發明比賽」要求8至19歲的參加者利用天文台的數據，配合多媒體製作技巧，創作出創新科技作品，整個製作過程均由青少年一手包辦。

除了提供工作坊，保良局青衣長康青少年發展中心特意設立港城西北扶輪社體感互動遊戲區，吸引來訪者對互動學習、STEM活動的興趣，輕鬆踏上探求新知的興趣。而港城西北扶輪社體感互動遊戲區亦會創作不同的軟件，在比賽完結後繼續投入服務，供不同學校的學生使用。

除了港城西北扶輪社、扶輪國際姊妹社、台北中山扶輪社及馬來西亞吉隆坡武吉免登扶輪社答應贊助之外，學校更可以申請政府補助金，以實踐STEM教育。而政府亦建議在2016-2017年度，就教育事宜撥出84億港元，並向小學提供助學金，以促進STEM教育。【記者劉穎琛 莫適柔報道】

很多人都說女性一生中除了結婚，最漂亮的時刻，莫過於懷孕時期。拍攝下最美的一面是正常不過的事，可是中國人傳統觀念保守，要孕婦眾目睽睽下，衣着單薄、露肚皮拍照，既尷尬又大膽。但時移勢易，孕婦攝影近年在港已逐漸流行起來。

記者：陳穎儀 陳慧瑩 林源豐



■夫婦一同拍攝更顯家庭溫暖（受訪者提供）

新手媽媽陳太，去年十一月剛拍攝過一輯孕婦照片。她說受明星效應影響，加上自己一直都很想拍，碰巧看到有影樓可以拍孕婦照片後，就決定一試。她指出，已經不打算生第二胎，因此，想留下懷孕的幸福一刻，希望能把自己懷孕到生產的過程都拍下來，讓自己年老及孩子長大後可以翻看。

### 明星推波助瀾

孕婦攝影開始流行，除了明星效應，社交媒體興起或都有密切關係。從事十年婚紗攝影的 Larry，大約在三、四年前，開始為孕婦攝影，他表示：「以前的人懷孕，不會想過要拍照，網上媒體對這類攝影的流行，起了很大作用。中國傳統觀念認為，懷孕『大肚臍』未必漂亮，但是隨着攝影技術提升，及網絡傳播，有些人發覺，原來拍孕婦照，都可以很美，可以很唯美的觀看，覺得孕婦是件溫馨，值得留念的事情，所以越來越多人拍攝。」

Larry 透露，他是在舊客人不斷查詢下，決定在影樓增推孕婦攝影服務的。他表示，大部分媽媽都喜歡以溫馨風格拍攝，而且有趣的是，先生多數都不願「上鏡」，又怕悶。由於孕婦行動不便，不能長時間拍攝，因此拍攝要求不及婚紗照高。任何要求，都必定在拍攝前清晰表達。

### 講究燈光運用

他認為，孕婦攝影在多類拍攝中難度最高，當中燈光要求最高，要是燈光運用不好，就會把缺點表露出來；而且拍攝時候比較敏感，要是穿着性感一點，都要事前溝通好。新式孕婦攝影，流行在室內拍攝溫馨、唯美系相片。而攝影師 BALL 就因加入室外清新風格拍攝，吸引更多顧客。

### 選擇合適時間拍照

有攝影師表示，懷孕 6-8 個月，是拍攝孕婦照的最佳時間。拍孕婦照一般要露著肚子，為免感冒，應選擇暖和天氣拍照，並選擇在一天中，自己精神狀態最佳的時段進行。

# 孕婦攝影時興不再保守



## 了解行規 做精明消費者



■陳旗波多在戶外利用光線拍清新照（受訪者提供）

新一代媽媽喜歡組成「媽咪會」，交流懷孕、育兒心得，又會分享好用服務及

產品。她們會按孩子出生年份、月份、出生日期、居住地等，加入不同網絡群組，從而建立大型社區網絡。

當中有些媽媽會主動做代表，向不同公司或專業人士，索取優惠或商品。有時候，她們會發起團購，購買產品或服務，當然包括孕婦攝影。不過「精打細算」的媽媽不要「一味貪平」，要注意拍攝品質。

Larry 提醒，這一類團購的價錢，大部分專業影樓都不會接受，因為她們提出的價錢基本上沒有利潤可言。以他的理解，團購純粹是為了宣傳，或者給予影樓

同事操練機會。有些攝影師在某方面攝影技巧不足，公司就會透過團購，招攬客人，用以練習攝影。

他指出，很多公司做過團購以後，大都不會再做。那些攝影師過了訓練時期，公司見賺得不多，久而久之就會放棄。

陳旗波表示，他的預約都是對拍攝滿意的顧客在媽媽群分享後，吸引其他媽媽前來查詢和光顧，所以不用減價推出團購計劃，或用特別宣傳手法吸引客人。他提醒有意拍攝孕婦照片的媽媽們，都要考慮清楚自己的需求，以免「精明反被精明誤」。

■室內拍攝表情自然（受訪者提供）

## 價格豐儉由人



■簡單手部動作輕易帶出愛意（受訪者提供）

孕婦攝影對部份人來說，依然是個「謎」，認為拍懷孕相片，都穿得少，價錢貴，是高難度挑戰。陳旗波為此釋疑：「很多人以為拍攝『大肚照』，都要全裸或者一絲不掛，其實孕婦身穿很多有特色的衣服，可以很唯美。一般人誤以為攝影行業收費很

貴，其實並不一定。而孕婦攝影可以接受的價格，大都是三千至五千元一輯照片。」

Larry 亦指，媽媽拍攝時過程都很輕鬆，一些擺不到的姿勢都不會強迫她們去做。攝影師會以自己的經驗，遷就及指導動作，一切自然就好。