

你的心聲



徵稿啟事

本報歡迎各界人士投稿，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，但原稿需註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



改善公廁環境從習慣入手

宣德

香港現時的公廁服務，主要由外判公司承包，而政府管理公廁不足2,000所，屬輔助性質。但其覆蓋範圍遍布市區以至偏遠鄉郊，且大都24小時開放，故仍然承擔著重要角色。政府公廁主要由三個部門負責，按地點劃分：食環署負責街道、街市等；康文署負責公園、泳灘及政府康樂場地如圖書館；漁護署負責郊野公園。三個政府部門中，食環署管理的公廁數目最多，且主要位處鬧市街道或遊客區，使用率較另兩部門的廁所為高，故此衛生水平較難維持，接獲投訴也是最多。

食環署管理的公廁自1997年開始，實行由外判承辦商負責潔淨服務，每年開支高達兩億元。但食環署每年接獲關於公廁的投訴平均逾2,000宗，其中主要涉及兩大問題：衛生欠佳（臭穢濕）及設施損壞（沖廁系統未能正常操作）。其實，政府投入香港公廁服務的資金一直都不吝嗇，單在2019/20年度

的財政預算案撥款六億元，以五年時間翻新食環署的240所公廁。但是香港公廁臭穢濕壞的情況，依然沒有顯著改善。

有媒體專題報道過一所全新公廁，安裝了紅外線自動感應式沖廁系統，開放一星期後，七個男廁格內所有紅外線自動感應式沖廁系統陸續停用維修，接着要改用手動沖廁。原因之一與市民如廁習慣有衝突，如廁途中突然大水沖來，水花四濺下身染糞；另一情況是水力不足，沖不動大便，最後被迫退下火線。一言以蔽之，先從源頭設施着手，之後才談改善管理提高效率。

建議當局先作一詳細普查，諮詢各所公廁主流用家及前線清潔人員的心聲，並對每間公廁，污水渠走位、間隔設計，進行因地制宜式翻新，不必追求過度統一，區區都可保留自己的特色間隔設施，畢竟遊客與街坊對公廁是有不同訴求的。

消費券玩法多 慎防名不副實

林愛麗

5,000元消費券成為全城熱話，由於今次是透過4個電子錢包派發，玩法比現金靈活多變，有地雷也可能有着數。

說到地雷，消委會早前接到3宗與消費券相關投訴，有人被「優惠」吸引，與電訊商簽了24個月上台計劃後才發現實質數據量比其口頭承諾少六成；另一個投訴人在網上登記承諾會使用消費券在該平台購物，但該產品一直缺貨。

說到底，就是貨不對辦、名不副實。筆者也注意到，早前一個綠色的手機錢包高調開記者會，宣稱可以做到「人人加碼額外獎賞過萬元」，並且高調地到處做廣告。相反另一個藍色的手機錢包就務實一點，只是說「享高達10,000獎賞」。一詞之差區別甚大。

細看綠色手機錢包的優惠券，例如一家連鎖超市就送出一張50元和一張20元的優惠券，但50元優惠券規定要消費滿1,000元才可使用。那麼就算我領取再多的優惠券也是枉然，因為

我只有5,000元的消費券，最終可能也只兌現到250元的優惠券，說到底只是5%優惠而已。與該電子錢包宣稱的「人人過萬」相去甚遠，有誇大其詞之嫌。

至於着數，推薦人現金獎賞是虛擬銀行和電子錢包搞網絡吸客常用的手段，筆者發現有電子錢包推出每推薦一人有25元獎賞，每人每日最多可推薦100人，活動持續40日。以此計算，如果化身推薦員，每日就可以賺取2,500元獎賞，一個多月下來隨時是十萬八萬的收入，對於受疫情影響暫時失業的打工仔是一項不錯的收入。

當然，恐怕難以有人有如此強大的人脈網絡，可以拉到這麼多人加入。但自從去年開始，筆者確實在不少社交媒體群組見到有人不斷發出帶有「推薦碼」的廣告，可見應該是有人搵到食。

電子錢包派消費券玩法多多，關鍵是要簡單易懂，要令消費者獲得實惠。海關、消委會都應盯緊一點，保障市民權益。

扎根基層 報您所想
時事追蹤 給您真相

服務資訊 有您着數
評論專欄 為您發聲



電子版

《香港仔》碼上睇

www.lionrockdaily.com

