

巴黎奧運免費睇 谷人氣振經濟

政府購播映權四台轉播 各界讚好冀刺激餐飲零售

本港市民今年夏天可以免費收看巴黎奧運（巴奧）！行政長官李家超昨日宣布，特區政府已成功購入巴黎奧運及殘奧在香港的電視播映權，讓市民免費觀賽，為國家及香港運動員打氣。文化體育及旅遊局已與TVB、ViuTV及HOY TV三間持有免費電視牌照的廣播機構，以及香港電台達成電視轉播安排，其中直播國家隊運動員出賽的時數會比東京奧運多。李家超期望透過與多間電視台合作可發揮乘數效應，推動體育活動並刺激經濟活動。（相關資訊刊P5）



上屆東京奧運，大批市民在商場觀看轉播，令全城掀起奧運熱潮。資料圖片

3年前的東京奧運，香港隊取得一金兩銀三銅的歷史性佳績，其中「劍神」張家朗在男子花劍項目為香港奪得回歸後的首面奧運金牌。當時特區政府買下奧運轉播權，讓市民能免費觀看轉播，令全城掀起一片奧運熱潮。今屆巴黎奧運及殘奧將分別於7月26日及8月28日開幕。截至上月，香港運動員已分別於該兩項賽事取得15個及12個參賽資格。

李家超昨日出席行政會議前表示，東京奧運時，香港正受疫情侵襲，社會氣氛低迷，奧運賽事直播及香港運動員的優秀表現卻帶動社會的熱烈氣氛，亦掀起奧運熱潮。今次特區政府決定再購入巴黎奧運的播映權，既回應社會的熱烈期望，亦考慮到當今市場



巴黎奧運將於7月舉行。美聯社

不足以支撐電視台作出大量投資競投播映權，延續東京奧運所帶來的社會價值。

李家超指出，購買播映權的合約是按國際奧委會所訂立，設有保密條款，因此不能披露金額，但低於東京奧運及過去商業機構所投得的奧運播映權，物有所值。他指出，播映奧運創造大量社會價值，各種轉播亦將增加人流、刺激商業活動、促進餐飲和零售等方面的生意。但他強調，無意改變商業機構在競投不同運動會轉播權的商業競爭模式。

酒吧業料生意升兩三成

各界對政府購入奧運播映權一致讚好，其中香港酒吧業協會主席錢雋永昨日表示，香港酒吧的營業時間正值巴黎時間下午至晚上，相信屆時市民都會到酒吧觀賽，「就算人均消費二三百元，在現時經濟下行的環境下已相當不俗。」他相信期間可帶動業界整體生意上升兩三成，效益比七欖更大，受惠酒吧不局限於中環灣仔一帶。他建議特區政府屆時乘勢舉辦以運動為題的講座及工作坊炒熱氣氛，推動更

多市民參與兼外出消費。

信和集團表示，旗下四大商場屯門市廣場、奧海城、荃新天地及朗壺廣場都會透過大電視直播巴黎奧運賽事，並會舉辦大型打氣大會，相信期間商場按年增加約20%人流及25%生意。

批發及零售界立法會議員邵家輝亦相信，屆時不少市民均會相約三五知己外出吃飯觀賽兼消費，希望政府可善用公共場地及延長開放時間提供直播，同時增設一些估賽果等有獎遊戲，讓全城投入奧運熱，零售及飲食業亦有得益。

民建聯民政及文體事務發言人、立法會議員鄭泳舜認為，轉播奧運賽事有望進一步推動本港體育產業化的發展，期望政府可在西九文化區及維園放置電視大屏幕供市民觀賽，兼在周邊提供文化或流行文化等不同類型的活動，達至聯乘效應。

無綫電視表示，會全力投入必要的人力和製作資源，為市民提供全面和精彩的巴黎奧運轉播。有線寬頻表示，將會安排HOY旗下三條免費電視頻道及HOY手機應用程式全力轉播巴黎奧運賽事。

運動員感鼓舞 為取佳績添動力



香港奧運滑浪風帆代表 馬君正

相信市民可藉着轉播更了解各項運動的比賽形式，同時欣賞及肯定運動員背後的付出，場上一分鐘是用好多年的努力換取得來的。

香港足球隊門將 葉鴻輝

全球運動員都很投入四年一度的奧運，免費直播能吸引市民收看、關注賽果及認識更多本港運動員。



東京奧運銅牌得主、香港乒乓球隊代表 杜凱傑



政府購買轉播權對運動員而言是很大的鼓舞和支持，並會更有動力。因為知道全港市民都在商場、電視等不同地方看到直播，為我們加油，對我們創造好成績有很大動力。

盛事丁財兩旺 首季訪港客增逾倍

今年香港盛事不絕，行政長官李家超昨日表示，各種盛事帶來人氣及財氣，單是上周末一連3天舉行的香港國際七人欖球賽已合共吸引逾10萬人次入場，帶動港島區酒吧生意上升兩三成，有旅客更打算在留港期間消費約2萬元。今年第一季，訪港旅客數目增至1,123萬人次，分別按季增加5%及按年增加1.5倍，可見舉辦多元化的盛事發揮了重要經濟作用。

李家超在行政會議前會見記者時回顧了上月舉行的盛事。他表示，「藝術三月」12項大型活動總參與人次突破400萬，各藝廊均錄得顯著和滿意的銷售量；香港金融盛事周的與會者都是高消費群，展現會議經濟對香港的貢獻。及至本月，多個大型國際會議展覽會將接連登場，除會展業界得益外，所帶來的高消費商務旅客亦帶動住宿、餐飲、零售、娛樂等行業。

李家超表示，明白市民及訪港旅客消費模式已有所改變，樂見不少行業的經營者已改變了經營和服務重點，增添新的吸引力，尤其是旅遊業界為旅客度身訂造深度旅遊行程，從轉變中冒出新優勢與新力量。



近期舉行的七欖吸引逾10萬人次入場。資料圖片

拓展非西方市場

香港在內的大灣區城市都面對市場發展方向的調整，主因成本上升，勞動密集的製造業外遷。區內製造業升級轉型，如汽車產業轉型至新能源，基本上以內銷為主。



灣區視野

與新能源汽車相關的電池產業亦從配套而興。但如華為、中興、大疆等高科技產業的發展，似乎從原來電子、電腦加工生產成功升級，且在科技方面開始趕上發達國家。可是，高科技產業的就業能力有限，要求高技術人才，且投資龐大。國內和國際競爭不減，市場淘汰激烈。以深圳為例，在國家支持下，國企與民企都發展不

錯，轉型升級明顯地成功。即使就業情況改變，但亦是整個地區改頭換面的過程。大灣區概念的提出，正反映國內對這個區域產業升級的信心和寄望。

不過中美貿易爭拗有演變成美國為主的西方對中國高科技產業的圍堵之勢，區內高科技面臨市場、技術來源和資金的壓力。華為雖有突破但仍面對長期的制裁和針對。其他高科技產業成功的企業亦一樣會面對西方長期的欺壓。除了加強內部需求擴展外，出口市場的重點沒法不從歐美發達國家轉移至非西方國家，對大灣區不少企業來說，這會是一個大轉變，也是大挑戰。因為

陳文鴻

珠海學院「一帶一路」研究所所長

大灣區歷來集中歐美市場，非西方市場開拓有限。唯一的例外是深圳企業在非洲手機市場的發展。

事實上，大灣區無論香港、深圳、廣州，對非西方市場認識有限，興趣不大。因此開拓落後於內地其他地區，這會妨礙轉移市場的發展。例如中歐班列是近年一帶一路政策最成功者，可是大灣區參與有限。2023年中歐班列裏，廣東佔的列車班次只有5.6%，運量較多也不足10%。對比其他內地省市，如西北西南及至華東地區，差距巨大，不符出口大省的能力。顯示出以大灣區為主的廣東落後。

什麼時候可追上呢？