

你有你鬧 悶和奪C組首名 沉默英格蘭 走靚線爭標



■麥巴比終在歐國盃開齋。路透社



歐國盃分組賽

歐國盃奪標大熱英格蘭昨晨在C組尾輪與斯洛文尼亞互交白卷，雖然表現再一次被各界狠批，更有球迷在賽後向英軍主帥修夫基掙啤酒杯洩忿，可是「三獅兵團」最終仍以沉默姿態拿下了C組榜首，得以在16強淘汰賽階段走進對手實力偏弱的下半區，繼續朝奪冠目標進發。至於在D組力壓法國以首名出線的奧地利，足智彩奪冠賠率已升溫至18倍，主帥蘭歷克仍強調球隊非爭霸分子。

■菲爾科頓（左）在修夫基手下仍未發揮最高水平。路透社



■沙比薩為奧地利莫勝取得首名出線。新華社



■斯洛文尼亞首闖歐國盃淘汰賽，球員賽後興奮慶祝。美聯社

修夫基雖然在昨仗為球隊變陣出擊，包括以干拿加歷查取代阿歷山大阿諾特出任防中，陣式亦轉成「4-3-3」，可惜面對主守求和的斯洛文尼亞，明顯破關乏術，最終雙方和氣收場打和0:0，同組丹麥與塞爾維亞亦是互無交收和波。

賽後英軍以5分取得首名出線，塞爾維亞2分出局；而丹麥與斯洛文尼亞同為3戰4分，對賽打和，得失球一樣，計算兩軍紅黃牌後，本來雙方球員同累積6面黃牌，但由於斯洛文尼亞在對丹麥時，有職員亦被罰黃牌，因而跌落第三。不過，丹麥以次名出線，卻要硬撼東道主德國，命運也許較斯洛文尼亞更差。

至於英格蘭出線後進入淘汰賽的下線區，得以避開了死亡上線區包括西班牙、德國、葡萄牙及法國等爭標熱門，絕對是大大好運。「三獅兵」16強將會遇上D組第3的荷蘭或今晨E組的第3名球隊；若然順利晉級，則會遇上今非昔比的意大利或實力相對一般的瑞士，走線都明顯較佳。

對於球隊表現被批評，以致被球迷喝倒彩及掙啤酒杯，修夫基都不太介意，只說：「球迷鬧我好過鬧隊波啦！其實情況都好奇怪，我哋拎到首名出線正係賽前目標，試問有咩球隊會出咗線再畀球迷咁對待？我希望大家繼續支持球隊，畀到我哋最大動力。」

奧地利壓法國奪首名 賠率升溫

另邊廂，奧地利昨晨以3:2打敗荷蘭，同組法國則與波蘭打和1:1，奧地利得以後來居上搶得D組首名出線。德國名宿馬圖斯大讚奧地利表現已成爭霸分子，奧地利主帥蘭歷克則說：「同幾星期前一樣，我唔覺得我哋會贏冠軍，班球員好有野心，想走得越遠越好，但都要一步一步嚟！」

另外，4個最佳第三名出線資格，C組斯洛文尼亞及D組荷蘭都已經取得其二，B組第3的克羅地亞則已出局，A組匈牙利現得3分，其出線命運將視乎今晨E、F兩組成績才有定案。



麥總開齋 神射手熱爆

未計今晨分組賽最後兩組E及F組的尾輪賽事，今屆歐國盃接戰32場，暫時已產生了74個入波，當中有7球來自烏龍波，而在射手榜上，卻未見任何頂級鋒線跑出，暫時共有5人各入兩球並列首席。

當中荷蘭的加普與德國中場穆斯亞拿暫時均被足智彩列為9倍的第四熱門，德國中鋒富克洛則為9.5倍。至於格魯吉亞的米卡達捷與斯洛伐克的艾雲舒蘭斯，二人均不在足智彩神射手的獨立投注名單上，同被列入「其他」一欄，而因此截至昨日為止，「其他」

的神射手賠率為5.25倍大熱，都相當吸引。至於獨立投注名單的人選大熱，則是昨晨代表法國對波蘭射入12碼的基利安麥巴比，被列為5.5倍。鼻骨骨折的「麥總」，剛戰帶上保護面罩上陣，取得他歷來在歐國盃6戰的首個入球，腳風轉順，自然更吸引投注人捧場。不過，法國主帥迪甘斯有以下備忘：「其實情況有啲複雜，佢（麥巴比）帶住面罩唔會影響雙腳發揮，只需要適應一下，反而當佢流汗就可能遮住對眼，需要用抹走。」

足智彩最新賽程

馬會編號	開賽時間	賽事	主隊	主	和	客	客隊	直播
FB7575*	周四9:00pm	國際賽	(119) 科摩羅	3.25	2.67	2.16	(129) 津巴布韋	FIFA+
FB7576*	周五12:00am	國際賽	(90) 贊比亞	1.91	2.82	3.7	(108) 肯尼亞	FIFA+
FB7559	周五1:00am	挪超	(16) 辛迪夫佐特	1.82	3.5	3.35	(13) 咸卡	
FB7560	周五3:15am	挪超	(11) 利尼史特朗	1.66	3.6	3.95	(7) KFUM奧斯陸	
FB8713	周五6:00am	美洲盃	(11) 美國	1.3	4.4	7.5	(43) 巴拿馬	開
FB7570	周五6:00am	巴甲	(20) 富明尼斯	1.64	3.45	4.3	(17) 維多利亞	
FB7569	周五7:00am	巴甲	(9) 聖保羅	1.34	4.05	7	(13) 基斯奧馬	
FB7574*	周五7:57am	智盃	(Z3) 馬加蘭斯	2.06	3.2	2.98	(Z14) 古里高聯	
FB8714*	周五9:00am	美洲盃	(14) 烏拉圭	1.07	7.75	20	(84) 玻利維亞	開

注：賠率截至昨晚9時，*為中立場，國際賽（）內為世界排名

唯性價比而已



學研致用

黃冠麟 學研社成員、文化工作者

以往內地旅客來香港旅遊花錢決不手軟，廣東道橫掃包包，現在願意來港的卻變成了「特種兵」，只對香港文化徒步行感興趣，甚至選擇即日返回珠海或深圳下榻酒店。有指內地旅客消費行為的轉變既是「消費降級」，也是「消費降速」，人們使用可支配所得自然變得更加謹慎。數據上看，「五一」長假訪港旅客比預期少，同期香港餐飲業的整體收益較往常減少一成，再次為旅遊復甦響起警鐘。綜合分析，以往專門行獵奢侈品的高端客，與今時喜歡深度行的文化客，分明是兩個不同群體。百貨應百客，香港旅遊服務業實無道理賺不到錢。我認為，對旅客消費的期望與現實有落差處，無他，唯性價比而已。

發推介者，應該全社會都配合。將服務質素提高，說成移風易俗也不為過。唯有業界在市場中將服務與產品搞上去，總比嘴炮指政策不足、補貼不足更有實效。為什麼主題樂園公主主題房，入住每晚高達10,000元仍然有市場。無他，唯性價比而已。半強迫購物、以次貨充好、的士割客，總有一批香港人認為內地訪港旅客是「錢多人傻」，這個觀念真的是五十年不變。這幾年，疫後旅客產生兩類範式轉移。一種是追求價廉物美的享受；另一種喜歡個人遊、小部隊、追求文化整全性與真實性。兩類人的共通點是不怕花錢但要用得其所。對於這種文化水平與服務要求日高的旅客，當前香港急需設計新型旅遊產品，並與舊時文旅體驗有所不同，最終產生出可購買新式服務的旅客市場才是。做得好，依託香港本身的文化特色作出升級增值，「香港無處不旅遊」的理念就會成功。