

消費權益報道 文匯報全取兩金

記者住劏房做外賣「劏房專題」「外賣危機系列」奪紙媒金獎

消委會第二十一屆「消費權益新聞報道獎」昨日舉行頒獎禮，表彰傳媒在保障消費者權益方面作出的貢獻。供紙媒參加的新聞/特寫/評論組別，以及調查報道組別，由香港文匯報分別憑「劏房專題」及「外賣危機系列」包攬兩金，大公報「街市播疫、電子支付是出路系列」獲得新聞/特寫/評論銀獎，大文集團今屆總共獲得2金1銀的佳績。

●香港文匯報記者 廣濟

商務及經濟發展局局長邱騰華昨日在頒獎禮致辭時表示，消費者對自身權益認知提高，更懂得選擇合適的產品，間接影響全球貿易商品的供應，新聞界的深入報道有助不斷提升消費權益，令消費者得益。

疫情爆發至今，對民生經濟造成重大影響，市民生活及消費模式亦出現翻天覆地變化。今年參賽作品貼近疫下民情，當中有部份作品涉及防疫用品的供應和質量。消委會主席、資深大律師林定國致辭時向傳媒表示感謝：「儘管疫情對各行各業帶來不同程度的衝擊，各傳媒仍無畏無懼，迎難而上，全力採訪香港及全球各地的疫情新聞，讓市民大眾時刻掌握最新情況，共渡難關。」

是次頒獎禮共頒發7個組別共32個獎項，共有26家新聞機構及大專院校提交203份參賽作品。其中，供紙媒參加的只有新聞/特寫/評論組別，以及調查報道組別，香港文匯報奪得該兩組別的金獎，其中記者陳廣盛、戴天晟報道的「劏房專題」獲得新聞/特寫/評論組別金獎，記者戴天晟報道的「外賣危機系列」獲得調查報道組別金獎。

黃鳳嫻讚本報重視消費權益

消委會總幹事黃鳳嫻對香港文匯報今次比賽佳績表示祝賀，並對文匯報近年來在消費權益報道方面的付出給予肯定，「過去幾年都可以見到，文匯報愈來愈重視消費者權益報道，專業性也越來越高！」

其中「劏房專題」，黃鳳嫻評價：「雖然劏房是一個老生常談的問題，但今次香港文匯報記者以親身入住切入，給市民一個活生



●消委會第二十一屆「消費權益新聞報道獎」，香港文匯報憑「劏房專題」及「外賣危機系列」包攬兩金。圖為獲獎記者與頒獎嘉賓合影。香港文匯報記者攝

生的畫面，頗具人性。」

至於「外賣危機系列」，她表示，「文匯報能在第一時間抓住疫情下市民生活的變化，並以親身送外賣來剖析問題，非常新穎，是十分貼地的演繹，也獲得了相當高的分數。」

大公報「街市播疫、電子支付是出路系列」對街市使用電子支付平台以減少鈔票播疫風險作切入點，調查商戶使用電子支付的情況，也獲得新聞/特寫/評論組別銀獎。

香港文匯報記者陳廣盛對「劏房專題」得獎表示興奮，直言是一個很大的鼓勵。他解釋，深度報道並不討好，因往往要以較長的時間構思、採寫，以是次得獎系列報道為例，兩名記者共用上逾4個月的時間試住：「我和戴天晟分別在工廈劏房和唐樓劏房

各住上一個多月，親身感受劏房戶每天面對的困難，也和劏房戶建立起真切的情感，住戶才放下戒心，道出他們的故事，報道才能揭露租客生活有極大的安全隱患（尤其在疫情之下），以及面對業主任意加租及濫收雜費的困境。」

記者戴天晟則表示，「外賣危機系列」是他做過最具創意及立體化的調查報道之一。他解釋，疫情下叫外賣轉變為市民生活的常態是本次報道的切入點，本想以親身送外賣為切入點探討外賣平台的防疫漏洞，但其中的意外收穫卻令專題更加立體化，暴露的問題不單只是防疫漏洞，還包括外賣員的勞工權益以及消費者食品安全等諸多細節，「在新聞現場更加細心地觀察，往往會有意想不到的元素能使得調查報道更加立體、多元。」



●香港文匯報「劏房專題」獲得新聞/特寫/評論組別金獎。香港文匯報PDF截圖



●香港文匯報「外賣危機系列」獲得調查報道組別金獎。香港文匯報PDF截圖

消費券投訴259宗 逾廿宗涉坐地起價



●消委會舉行全新官方網站啓動禮。香港文匯報記者攝

香港文匯報訊（記者文森）特區政府發放第一期電子消費券至今已一個月，次輪登記市民（即7月18日至8月14日完成電子及書面登記）今日將收到首期2,000元電子消費券。消委會表示，截至前日，共收到259宗有關消費券的投訴，當中有20多宗涉及消費券推出後即加價的投訴，更有消費者原本打算用消費券買打印機，職員卻以缺貨為由游說改買另一款較貴打印機，並「博大眾」對價錢含糊其詞，最後消費者查單才發現「被買」貴價貨，向消委會求助後才獲退款。

101宗與支付平台有關

截至前日，消委會共接獲259宗與消費券相關投訴，其中與支付平台直接有關的為101宗，主要集中於發放消費券初期，大部分涉及未能轉帳、優惠券無法兌現、客戶服務未有接通等；四大支付平台中，以Tap&Go投訴最多，佔38宗，支付寶香港佔30宗，八達通和WeChat Pay HK分別佔26宗和7宗。

消委會總幹事黃鳳嫻表示，近期的投訴則與商戶手法有關，若以行業分類，電腦、電器零售相關的投訴有30宗；酒樓、食肆有26宗；超級市場有18宗；網店則有13宗。

黃鳳嫻舉例，有消費者在大型連鎖電器舖，原計劃購買價值1,288元的打印機，但售貨員聲稱缺貨並游說客人轉購另一款較貴價打印機，其間懷疑售貨員未有清楚交代售價，顧客在付款後查看賬單時，始發現較預算貴600元，消費者因感不滿隨即要求改購另一部價值1,388元的打印機，並要求退回差價500元現金。然而，該電器舖只願以現金券作退款，該顧客遂向消委會求助，終獲退還現金，該顧客其後在電器舖網站發現原本想買的1,288元打印機其實一直有貨。消委會同時收到20多宗涉及消費券推

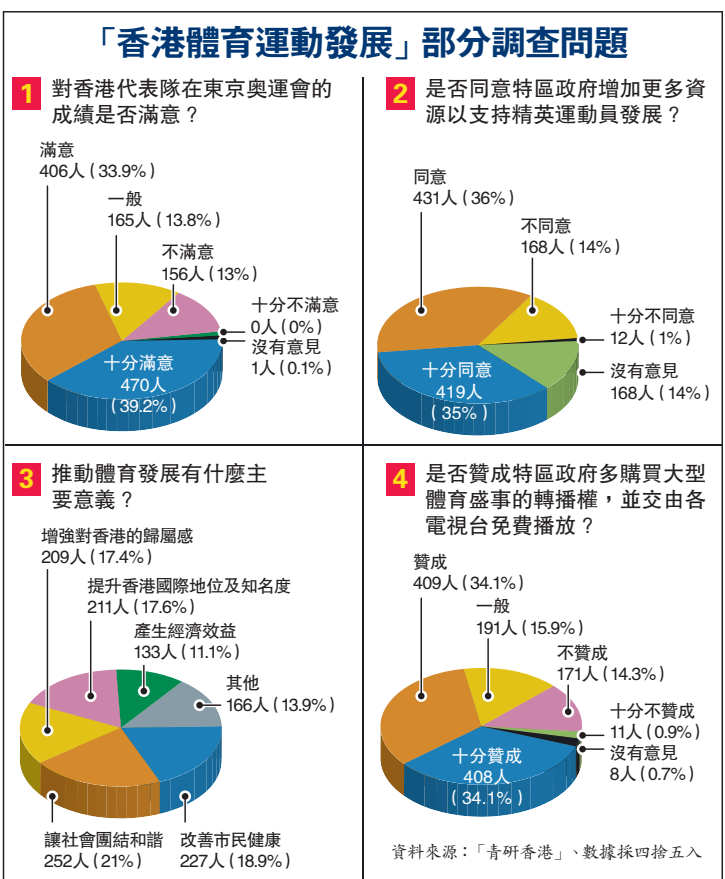
出後即加價的投訴，加幅由數元到數百元不等：「比如麥皮加幾蚊，食油加20蚊，電腦加幾百蚊。」黃鳳嫻指出，消費券原意是幫市民減輕經濟負擔，故不少市民在派發前已密切留意「心頭好」價格，不容易墮入消費陷阱，期望商戶多考慮消費者心情。

此外，支付平台亦應做好客戶服務工作，並加強教導消費者如何使用消費券，及做好與商戶間發放優惠的協調，方可令發放第二輪消費券時更順暢。

消委會新官網設消費攻略

此外，消委會設全新官方網站，並增設全新欄目「消費全攻略」，整合了歷年《選擇》月刊中有關產品測試、調查和建議等資訊，分類為家品家電、科技、飲食及健康美容等領域，並製作成超過100篇「冷知識」、近60篇「懶人包」，以及超過50篇專題特集，為消費者提供深入淺出的消費指南，所有內容均可免費閱覽。而消委會的格價工具「網上價格一覽通」和「油價資訊通」亦可於新網站繼續使用，市民使用消費券前以此格價，做個精明消費者。未來消委會將加入更多零售平台和產品，產品分類亦會更仔細。

七成市民同意增資源挺精英運動員發展



●「青研香港」以「香港體育運動發展」為題進行網絡問卷調查。

香港文匯報訊（記者鄭治祖）國務院早前批准廣東、香港、澳門承辦2025年第十五屆全國運動會，相信香港的運動熱潮將繼續燃燒。「青研香港」近日以「香港體育運動發展」為題進行網絡問卷調查，結果發現有71%受訪者同意特區政府應增加資源支持精英運動員發展。

「青研香港」於本月22日至30日以「香港體育運動發展」為題的網絡問卷調查中，共收到1,198個有效回應。昨日公布的調查結果顯示，有73.1%受訪者對中國香港代表隊在剛過去的東京奧運表現感到十分滿意或滿意；69.4%受訪者表示，會繼續十分關注及關注中國香港代表隊在東京殘疾人奧運會的表現。

調查還發現，有48.1%受訪者認為特區政府過往重視或十分重視香港的體育運動發展，同時有71%受訪者同意或十分同意政府增加更多資源以支持精英運動員發展。68.2%受訪者贊成或十分贊成特區政府往後應多購買大型體育盛事轉播權，再交由本地電視台免費播放。

「青研香港」顧問、民建聯立法會議員陳恒鏞在昨日的記者會上表示，中國香港代表隊在東京奧運取得佳績，令市民深感興奮和鼓舞，特區政府應趁港隊取得佳績以及國務院批准粵港澳聯合舉辦2025年第十五屆全國運動會的時機，全盤檢視及提升體育政策、設施和資源，積極申辦大型運動會，推動本地體育運動盛事化、專業化、精英化。

「青研香港」召集人陳志豪表示，香港在東京奧運會的成绩，顯示香港有能力培養國際頂級運動員，在一定程度上體現了「一國兩制」的優勢，例如香港的乒乓球代表隊長期與國家隊一同在內地集訓等，並建議特區政府協助更多本地運動員往內地集訓，及聘請更多國際頂級的教練來香港指導等。

馬會總投注額2797億 戰勝疫境創新高

香港文匯報訊（記者費小輝）香港賽馬會昨日舉行周年大會並公布2020/21財政年度業績（馬會財政年度以6月30日止）。即使過去一年疫情肆虐，但總投注額卻按年升27.9%至2,797億元的歷史性新高，其中足球博彩投注額急升51.4%至1,402億元，首次於年內超越賽馬投注額；後者亦按年升12.5%至1,361億元；六合彩攬珠則因疫情一度停辦，今年內投注額跌34.3%至34億元。

馬會解釋，足彩投注額急升與歐洲國家盃及美洲國家盃等不少大型賽事復辦，令年度內進行的足球比賽數目遠多於以往有關。該年度博彩業、利得稅及獎券基金撥款，也錄得249億元，另有45億元馬會

慈善信託基金已審批慈善捐款。馬會表示，縱使疫情帶來挑戰，但會繼續投放資源發展業務，當中包括正在進行的馬場發展計劃，以及兩間以全新面貌投入服務的場外投注站。另外，馬會慈善信託基金繼續不遺餘力，以助社會應對疫情帶來的影響，目前重點為支援受疫情持續影響的市民，並協助社會各界適應新常态。

內地方面，馬會的策略重點涵蓋在大灣區發展賽馬產業，制定「賽馬發展願景2030」及規劃未來發展，把握沙田、跑馬地及從化3個馬場的協作機遇，進一步推展及鞏固馬會的世界級賽馬品牌，從而達到大灣區賽馬產業全面發展的目標。

年內，馬會與廣州市政府簽署框架合作



●香港賽馬會過去一年總投注額按年升27.9%至2,797億元。資料圖片

協議，從化馬場將由2025年開始上演香港的世界級賽馬，馬會並將研究在廣州設立純種馬交易中心。