



源於奧運 李漢源

香港體育商業之路

香港足總盃準決賽於日前舉行，由流浪及傑志跑過，將於5月13日下午在旺角大球場上演奪冠決賽，屆時TVB亦會直播這場賽事。

電視台播放足球賽事是需要額外成本的，因為通常周末下午只是重播一些舊節目，用的是現有的資源，不用花錢，而拍攝一場足球賽事動輒也要花費十萬多元，以經濟收益角度而言，何不播舊節目就好呢？但香港足總盃的決賽，不播的話又對不起廣大球迷，所以說做電視台真不容易；如果播世界盃的話成本更高，平均每播一場版權費及製作費便要港幣40萬元左右，64場就2億6千萬元，比賽期一個月時間，在一個月的時間內，廣告收益、贊助商投資等等是否能賺到2億6千萬元呢？掐指一算，也難怪常聽到電視台虧本的消息。

香港可能市場細，收視率偏低，平時播劇集平均也只得二成多左右觀眾，如果黃金時間播世界盃或奧運等，有香港運動員表現好成績的國際賽事，收視率就會高一點，但縱然高一點，收入也不足以支付成本，問題到底出在哪裏呢？市場份額少？市民對體育文化關注不足？在美國2021年收費電視頭100個最受歡迎節目中，體育節目佔了90個，因此美國NBC電視台一簽就是10屆，以120億美元購買奧運會電視版權，是一個很有信心的投資。

電視台收入主要是兩大類，廣告及收月費，廣告收入在過去3年疫情下萎縮，收費電視客戶也流失，業界應如何自處呢？如何「做大個餅」給自己呢？藉着開拓大灣區內地城市的觀眾又可否擴大市場發展呢？

其實體育產業是可以無限發展的，我們可以主辦更多賽事，任何品牌也需要渠道以宣傳其商品，體育賽事主要靠商業贊助及門票收入，主辦國際級的體育賽事，邀請著名球隊來比賽，既可找到贊助，門票收入也可觀，如香港七人欖球賽、羽毛球公開賽、女排大獎賽、渣打馬拉松等等，或許可以由政府成立體育盛事基金，支持各界舉辦大型體育賽事。

如果能夠將大型體育賽事在香港搞得有聲有色，體育賽事也就變成我們的商品，先期講到香港足總盃決賽，如果宣傳做得好，單是球迷親身坐滿旺角大球場，已經約有50萬元收入，而無法親身到場的觀眾在家觀看賽事，收視的成績好，日後就更能吸引廠商樂於贊助，有了盈利，下次就可舉辦更大型的國際賽事，這就是一個好的循環，各方面要有好成績，靠的是我們努力把創意及思維去做好每一項賽事。好的循環愈滾愈大，通過每一項體育賽事，讓更多人愛上體育運動，隨着賽事參與人數愈來愈多，通過運動影響和改變的人也愈來愈多，整個香港體育產業就會日益擴大，相信就是大家都樂見的结果了。



方寸不亂 方芳

惹火燒鵝

五一黃金周，全國大旅行，各地傳來的照片，人山人海，車站人潮像春運，西湖斷橋變人橋，兵馬俑只見人頭不見俑，泰山頂上高頭攢動，古城牆上攻城陣……疫情3年，外遊解禁，如此旅遊，是苦還是樂？

香港也不例外，傳統購物區，遊客排長龍，打卡點更是人滿為患，郊區離島生態遊，一樣熱烘烘。畢竟，人氣聚集旺地，才能經濟復甦，長洲朋友說，這幾天無事不落街；我們呢，在住宅小區裏還是可以自找樂趣的，只不過幾天時間，有什麼不可以忍受呢？

倒是兩則「惹火」新聞吸引了我，都是與燒鵝有關，一則是灣仔燒鵝名店，半百人排隊等候品嘗，情境壯觀可想而知。此店連續多年獲得米芝蓮推介，生意紅火，遊客慕名而來是理所當然，疫情3年，很多著名食肆都被淡忘了，如今遊客一到，很多食肆名氣再度歸位。我們其實經常路過此店，但從不曾光顧，如今在遊客的帶動下，你有啖鵝的衝動嗎？

另一則新聞則是名副其實惹火燒鵝，中環的燒鵝名店，更是名聲在外，竟然出現一幕店員和遊客大打出手，還是在街頭扭打，是否有點莫名其妙？有說因為一架嬰兒車的擺放問題，先而口角，繼而動手；也有一說，是因為點餐的溝通問題，有人動粗而起爭執。打開門做生意，很多時候都會遇上不同的客人，怎樣化解麻煩，也是需要公關手法的，作出變通，平息事端，才是上着；作為遊客以享受為上，好不容易一家大細外遊，大動肝火武一場，若然受傷誤了行程，損失的也是自己。

其實解禁通關後，大家都遇到壓力，食肆人手不足，同一時間接待大量食客，矛盾爆發也；旅遊者同樣有壓力，過關逼人潮，交通又擠擁，排隊入座需時，等餐更是飢腸轆轆，有時候為吃一頓不似預期，花費半天時間，又豈能舒暢？

要做黃金周生意或享受黃金周旅遊樂趣者，都要有包容忍讓思想準備，才不會讓自己成為「惹火燒鵝」。



書聲蘭語 廖書蘭

買樓中咗套路

近幾年，特區政府大力宣傳香港融入粵港澳大灣區，香港人融入大灣區是遲早的事，這是大勢所趨無可避免；而特區政府有沒有照顧到香港市民在大灣區的基本權益？例如置業買樓受騙上當，該找何處討回公道？強烈建議特區政府做大灣區宣傳時，附上讓市民投訴的專案聯繫方式。要不然，市民在這些排山倒海式的廣告下，到大灣區內地城市投資，結果上當吃虧受騙，卻無處申訴。

近期我們看到香港的立法會議員由特首李家超先生帶領，參觀粵港澳大灣區的投資建設，前景一片美好，對國家的未來充滿信心。作為小市民的我們，也想趁着這幾年國家建設的春風，買樓投資大灣區內地城市，好讓自己的生活增加多重保障，同時相信政府的政策，會為市民帶來幸福美好日子。然而，有些不循正規途徑的投機商人，利用政府的政策在香港與大灣區內地城市之間刻意走灰色地帶，行偷呢拐騙之實。

約在2019年以前，大家都記憶猶新，只要我們行到旺角、油麻地一帶，有很多站在街上的人手持宣傳單張：「置業中山、珠海生活美好」，「中山、珠海睇樓團，包食包玩」，甚至我們的住宅，每家每戶的信箱也被塞滿「走入大灣區置業」的信息。

話說有位老太太，有天走在旺角彌敦道，順手接了一張宣傳單張，「免費到中山、珠海一日遊，包食包飲，順睇樓」，這項廣告噱頭的確吸引退休人士，對於長者來說，他們有的是時間，缺少的是被社

會尊重；那些銷售員的口才，哄得長者非常開心，正中下懷。如此這般，一人介紹一人，組成所謂「鴨仔團」。

據聞中山、珠海的樓盤大都是香港人購買的，銷售手法就是先給你一點甜頭，灌一點迷湯讓你入彀，再利羊群心態，終使「睇樓團」所有人都幫襯；簡單地說，就是把長者賣了，長者還開心地幫你數錢。令人扼腕的是，大都是長者的棺材本。舉例，有位朋友隨朋友的朋友參加「珠海睇樓團」，在吃吃喝喝之後，受到售樓處職員禮遇的接待和尊重，加上三四位職員憑三寸不爛之舌，你一言我一語圍着朋友打轉，朋友終於繳出手袋中所有的人民幣。這只是訂金，還要交餘款。

接下來出現了3個疑問。第一、合約上的總價與事實購房價不同；也就是說，還要再加8萬元，為什麼這筆8萬元不能寫在合約上？這是什麼費用？第二、帶團人要朋友把錢匯到他們香港公司的賬戶。朋友直覺這是發展商在香港的分公司，不慮有詐，朋友要求收據，帶團人說，發展商要朋友親自去珠海拿，但疫情期間無法通關，因此朋友一直沒有收據，朋友曾要求照一張收據傳來，但這帶團人解說，發展商不肯讓他照。第三、付了錢沒有收據，設在香港的公司沒了，人也跑了！

相信像朋友這樣的案例不少。特區政府應該如何規管？如何照顧香港人權益？該人員及所屬公司有沒有取得專業資格或第三方代理人資格？與發展商的合作關係？共用3間公司做合約，如何在這3間公司遊走，還可賺到盆滿鉢滿？



翠袖乾坤 連盈慧

不願意看到這個年輕化

大概誰都聽祖父母們說過，戰亂期間糖尿病是有錢人的富貴病，大多數人菜多肉少，兩餐也未必吃得飽，這病永遠不愁沾得上；同時病者亦多是富貴老年人。

可是今日社會「富裕」到一般基層人士都有糖尿了，當然不是富到日日珍饈百味，只是相對戰亂期間來說，飲食過度溫飽已足以成病，但是令人詫異的是，在不少疾病趨向年輕化，糖尿病患者當中，居然也出現年輕人。

有回曾在巴士上，看到對座身軀高大似是正在就讀初中的胖男生，捧吃着兩份麥記的早餐，我就不禁為他擔心，如果日日這個吃法，會不會連他自己也不知道已患上糖尿病呢？

也常看到從便利店出來的小人兒，得意地吃着媽媽剛買給她遮蓋住半邊小臉的大雪糕，不知道你會不會為這個三兩歲小人兒未來的健康祝福？很多狂熱親子的父母，因愛成害，相信無意中成為疾病年輕化的幕後「功臣」。

臣」也不自覺。其次是俗語所說好食懶飛慣於在家中躺平的大小爺小姐，運動少，零食多，朝晚薯片魚丸牛肉乾不停口，吃出中年一樣的腰圍不知悔。

電視廣告中膏丹丸散成藥少年，就算不是糖尿病患者，出現腰酸骨痛/視力衰退/濕疹癩身/心跳氣喘/頭白脫髮/血糖不穩/失眠便秘等訊息，還不是為了「證明」疾病年輕化？

上述病狀，在過去不是「登陸」以後的老人家才可能有嗎？可是今日的長者全都老當益壯，不是政壇領袖，就是商界精英，甚至年紀跨越花甲又二分之一的大有人在，怎麼理應生龍活虎的小夥子卻在膏丹丸散的世界裏痛苦呻吟？也許廣告是廣告，旨在以娛樂方式取悅觀眾，可是藥品宣傳一窩蜂用到清一色年輕代言人，過於脫離現實的感覺，除了顯示疾病年輕化之餘，也無形中同時減弱商品的說服力，可不知道研究廣告心理學的專家有什麼說法！



◆這大雪糕夠驚心吧！ 作者供圖



袁星

彌補

當小叔要去母子山拓荒時，我是持觀望態度的。更多的人，沒我這麼含蓄，直接對以冷嘲熱諷；當小叔找來鋤頭、鐵鍬，扛着一捆捆樹苗上山栽樹時，我是支持的。當他僱來了挖掘機開山修路時，我參與其中，拍照、錄視頻留存資料。

號稱4,000餘畝的母子山，一直荒着的母子山，因為他的執着，有了一條大路，長起了幾十萬棵松樹。小叔在山上蓋了房子，壘了院落，餵了牛羊豬，騎馬狗、雞鴨鵝鴨。本來偏僻孤寂的山，因為他的到來，一下子活絡起來。院落的周邊，榆錢樹、桑葚樹、核桃樹、銀杏樹、桃樹，點綴而生。蓄水池、菜園、農田，也漸露雛形。

山頂上冬天不冷夏天不熱，是個爬山閒遊的好去處。得空時，經常有人喊我上山，說又惦記山上的草雞了。山上的雞，跟野生的差不多，一天餵不上一頓糧食的牠們，上柴火鍋一燉，噴香筋道，比鎮上飯店裏那些強出不知多少倍！山頂上那些草雞，才叫原汁原味！山上的牛羊豬，也都是吃野草長大的。雖然修了大路，往山上運料還是費勁。偶爾準備些糧食、飼料，都是給剛出生的豬牛準備的。一天或幾天餵一次雞，是怕牠們長期在外不歸家。至於出了滿月的牛羊豬，把上山下的唯一一處木柵欄一關，願意跑哪裏去跑哪裏去，根本不用問事。

山上的東西，好是好，價格也貴。一隻草雞，一般得二三百元。一斤黑豬肉，20多元算是便宜的。牛肉、驢肉、羊肉，都比山下貴不少。有幾位同事，找我買過山上的豬肉和驢肉。小叔說，你同事買，肯定比別人便宜些。但買回來一比較，還是比山下貴。大部分挺滿意，極個別還是略有微詞的。三兩回後，我就不想再幫忙了。同事買肉，我得去山上拿，驅車來回30餘公里，白搭上油錢和工夫，出力不討好的事，真是難為情，懶得幹。還有稱想買山頂上的草雞、草雞蛋的，「價格高低不要緊」，我直接婉拒，小叔不賣。

偶爾去山上吃頓飯，還是身邊一些人的念想。去山上，就跟下飯館似的，該逛逛，該玩玩，聊聊天，喝喝茶，打打牌，輕鬆愜意。等飯菜齊備，上桌就吃，開酒就喝。小叔在山上家，本就近處農家院落，不像在飯店裏那樣人雜，罕有打擾。一兩桌熟人，在房間裏聚聚，確實比去飯店裏舒服。肉菜都是原生態的，又有人請客，常去常想。有時，同事們帶酒帶菜，去山頂加工加工，再配上幾個山上的小菜，圍坐成一大桌，喝得也甚嗨。有時，合夥在山上殺隻羊，十幾個人，多半在玩，少數幫幫忙，最後掏錢時，總有幾句不和諧音：價格有些高，肉少了，剩的煙酒沒拿呢！每每這時，我就告誡自己，這種事誰愛去誰去，下次絕不掺和。

幾周前，我和高主任，準備請大夥一起吃飯。從去年下半年就想請的，工作原因，一拖再拖。去哪兒呢？縣城裏，小鎮上，還是旅遊區？斟酌半天，聽多數人的意思，最後選擇去我小叔的山頂上。那山叫母子山，但其實它還有個更好聽的名字，觀音山。

確定去觀音山前，我就跟高主任說過，山上的東西純天然，價格卻比山下貴不少，有我參與其中，小叔可能會讓點價，但可能依舊不如山下實惠。殺羊前，我本來是要和高主任去山上看看，選一隻滿意的。高主任不去，她表示絕對信任。

定好了日子，小叔找我父親和我的一個堂弟幫忙，大清早殺了羊。人多，又讓他殺了2隻草雞。其它的菜，都是山上的土特產，牛雜啦、草雞蛋啦，也都是山上的。我們上山時羊已剝皮，正分割下鍋。公雞也殺了，正在拔毛。這種活，我們幫不上啥忙。觀音山上的風景，美。山高，看得就遠。由近而遠，一道道山谷，層層疊疊高矮起伏綿延不斷的山峰，或清晰或迷濛，直至遠到不見，遠到與天色銜接。山上的野草還未發芽，荒蕪之色濃郁，只有那些松樹，還在倔強地綠着。母子山之所以還叫觀音山，主要是得名於其最北端的一處小山峰。那個小山

頭不高不大，從西南、東北兩側斜望，就像觀音菩薩端坐在蓮花台上，且形神兼具，很是相像。同行的人，大多都知道觀音山，真正近距離感觸過觀音山的，不足一半。我陪着其中幾人，邊走邊聊，沿着山頂一路北行。寒淺之時，山頂上沒有花開，色澤還有些單調。站在山頂俯視，坡嶺、梯田、道路、河流、果園、村落，就那麼隨意而又認真地存在着。特別是那幾片樓房，用其整潔和別致，宣誓着村莊的富足。

請客，吃飯是主題。熱氣騰騰的羊骨頭，撒細鹽端上桌。大家也不再客套了，你一塊我一塊伸手去抓。許是真餓了，許是山上的羊肉質好，沒放啥作料的羊骨頭，噴香軟嫩，彈筋筋道，不一會兒就被啃食一空。

酒是高主任買的，兩箱白酒共12瓶，送了兩瓶給小叔他們。還有一箱啤酒和飲料，也都開了箱。人多，我們把兩個方桌併到一起，上菜喝酒。本來是上山上喝羊湯的，酒卻佔了主導。心情好，酒杯勤，大家暢談暢飲，不知不覺，9瓶白酒下肚，又上啤酒。

第二天一早，高主任一句話點醒了我：「哭着喊着上山上喝羊湯喝羊湯，你該喝羊湯來麼？」我愣了愣神，對啊！大家都喝羊湯了麼？想了又想，腦中一片空白，怎麼下得山都忘了，只記得是小叔家的堂妹開車送我到樓下的。於是，我給父親打電話，他說一桌人全喝羊湯了啊，連他們幫忙的也喝了。還有剩的，不多了，當時讓誰拿誰不拿。一隻山羊68斤，怎麼也得20幾斤小30斤肉吧？諮詢常殺羊的堂弟，他說山頂的羊太瘦了不管宰，出肉少。十幾個人，加上幫忙的幾個，一人一碗得20幾斤呢！我信，大夥兒信麼？我咋感覺沒喝羊湯呢！

跟小叔結賬，他說一隻羊兩隻雞兩桌菜共1,600元整，若換作別人，少說得要2,400多元。剩下那幾斤羊肉湯，父親送來後直接全部給了高主任。原本收了其400元，後我又告訴他：1,600元，小叔讓了400元。扣除酒水800元，退還200元。別無他，「彌補」之，坦然之，信任之。

從前的詩人都喜歡遊山玩水，許多氣勢磅礴的詩詞都從山水之外，若是李白遊到壺口瀑布，站在高嶺中來，要舉着手機點着或者蹦跳着拍照才得以看到奔騰的瀑布，哪裏還能高得出「君不見黃河之水天上來，奔流到海不復回」？杜甫在白帝城外登高時如果買不起高價的門票，需要對祖國山河進行「偷窺」，大抵也是無法留下「風急天高猿嘯哀，渚清沙白鳥飛回。無邊落木蕭蕭下，不盡長江滾滾來。」的千古佳句的。

古人說「流水不腐，戶樞不蠹，動也。」其實也可以用在旅遊經濟上。疫情3年，人們才鬆了一口氣走出去，不管是走在人文景觀裏，還是走入自然景觀，要讓曾經停滯的經濟「動」起來，自然不僅僅是收那一點點的「買路錢」就可以的，那些只管埋頭收取各種「買路錢」的，不妨也將自己的視野「動也」，吃相不要大難看，眼光放得遠一點。

畢竟，收再多「買路錢」，也有消耗完的一天，而李白和杜甫的詩詞會流傳千年，甚至萬年。

山河幾時免費遊？



伍泉泉

身為自由職業者，我已習慣了不在節假日出門旅行，這個五一假期也不例外。

呆在家裏度假的樂趣之一是在網上看各個景點的人潮，一面看網友拍攝的只見人頭不見景的旅遊「盛況」，一面十分不厚道地慶幸自己有時間上的選擇自由，可以避開「盛況」。

然而，這個假期除了像往常一樣在小視頻裏看人頭，還看到了幾則令人如鯁在喉的消息。一位網友發帖記錄了自己在某地過跨海大橋的經歷。據那位網友說，當地的跨海大橋中段有個觀景台和觀景塔，經過時如果想停車賞景，需要先結清此前的過路費，再交費進入觀景台的停車場，而停車場四周的落地玻璃全都塗滿了如同水汽一樣的塗料，完全看不到窗外水天一線的景色，如果想要觀景，還要另外交費到觀景台和觀景塔。那位網友發現停車場的落地玻璃上被人掘出了一個小孔，大約是有人覺得收費不合理，便掘了孔朝外「偷窺」。

至此，網友們開始吐槽稱這是當地「嚴防偷窺祖國山河」。

假期裏去看黃河壺口瀑布的網友也在網上發布視頻，稱「壺口瀑布沿途部分路段被圍牆擋得嚴嚴實實，只能聽見聲音但看不到景」，若是要看景，也必須花錢才能看到。網友發出的圖片上，黃河邊的圍牆建一人多高，遊客踏着腳舉着手機才能拍到奔湧的黃河水，這樣艱難的拍攝，也算是一種「偷窺」了。

旅遊景點的這些行徑，很容易令人聯想到以前看過的書中描寫的場景——行人好好地走在路上，前方突然跳出一群山賊，口中唸唸有詞：「此山是我開，此樹是我栽，要想過此路，留下買路財。」

人們外出遊玩，若是遇到一些人文景觀，譬如公園、博物館等等，需要花費一定的人力和物力去維護，遊人適當地交納一點「買路錢」，都未可厚非，可以理解。只是，不知道從什麼時候開始，許多的自然景觀也被各式各樣的機構圍起來，以各式各樣的名目進行收費，人們去走走山，看看水，或是在路邊歇歇腳，都要向各路「山大王」交納各種費用，若是不交費，便成了「偷窺祖國山河」。

假期裏去看黃河壺口瀑布的網友也在網上發布視頻，稱「壺口瀑布沿途部分路段被圍牆擋得嚴嚴實實，只能聽見聲音但看不到景」，若是要看景，也必須花錢才能看到。網友發出的圖片上，黃河邊的圍牆建一人多高，遊客踏着腳舉着手機才能拍到奔湧的黃河水，這樣艱難的拍攝，也算是一種「偷窺」了。

旅遊景點的這些行徑，很容易令人聯想到以前看過的書中描寫的場景——行人好好地走在路上，前方突然跳出一群山賊，口中唸唸有詞：「此山是我開，此樹是我栽，要想過此路，留下買路財。」

人們外出遊玩，若是遇到一些人文景觀，譬如公園、博物館等等，需要花費一定的人力和物力去維護，遊人適當地交納一點「買路錢」，都未可厚非，可以理解。只是，不知道從什麼時候開始，許多的自然景觀也被各式各樣的機構圍起來，以各式各樣的名目進行收費，人們去走走山，看看水，或是在路邊歇歇腳，都要向各路「山大王」交納各種費用，若是不交費，便成了「偷窺祖國山河」。

假期裏去看黃河壺口瀑布的網友也在網上發布視頻，稱「壺口瀑布沿途部分路段被圍牆擋得嚴嚴實實，只能聽見聲音但看不到景」，若是要看景，也必須花錢才能看到。網友發出的圖片上，黃河邊的圍牆建一人多高，遊客踏着腳舉着手機才能拍到奔湧的黃河水，這樣艱難的拍攝，也算是一種「偷窺」了。

旅遊景點的這些行徑，很容易令人聯想到以前看過的書中描寫的場景——行人好好地走在路上，前方突然跳出一群山賊，口中唸唸有詞：「此山是我開，此樹是我栽，要想過此路，留下買路財。」

人們外出遊玩，若是遇到一些人文景觀，譬如公園、博物館等等，需要花費一定的人力和物力去維護，遊人適當地交納一點「買路錢」，都未可厚非，可以理解。只是，不知道從什麼時候開始，許多的自然景觀也被各式各樣的機構圍起來，以各式各樣的名目進行收費，人們去走走山，看看水，或是在路邊歇歇腳，都要向各路「山大王」交納各種費用，若是不交費，便成了「偷窺祖國山河」。