



為子女，不少人明日會在母親節為媽媽送上驚喜與祝福，表達對其養育和照顧的感恩。而香港有不少家庭，縱使沒有血緣關係，卻仍以無私的愛心為因家庭問題缺乏照顧的兒童搭建起一個溫暖的家。

Mandy是其中一位「另類母親」——她與丈夫Paul育有六名子女，惟以往因全職工作關係未能全天候陪伴子女成長而一直感到遺憾，故與丈夫退休後，於去年底加入香港家庭福利會的寄養家庭計劃，現正照顧就讀幼稚園的男孩樂樂（化名），不是父母，勝似父母。對於他們而言，寄養家庭不但負責照顧起居飲食，更是一場將心比心、以生命影響生命的旅程，盼望呼籲更多有心人加入寄養家長行列。

●香港文匯報記者 吳健怡

因工作遺憾未能全天候陪伴子女成長 退休後為寄養童築避風港

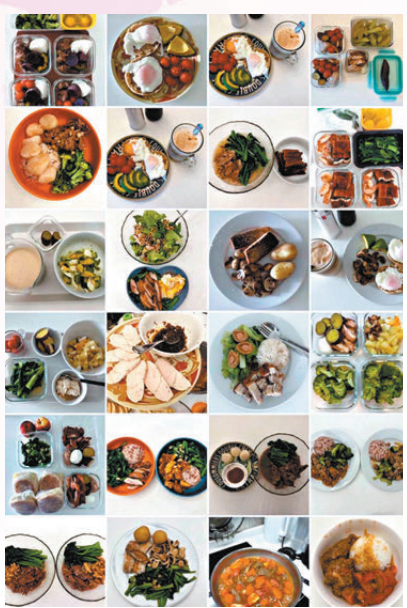
無血緣「另類母親」療癒自我影響生命



●左起:Paul、樂樂、Mandy。受訪者供圖



●退休夫婦為寄養兒童搭建起一個溫暖的家，房間充滿精心準備的兒童用品。香港文匯報記者涂六攝



●Mandy為樂樂特製營養豐富的餐點。受訪者供圖

Mandy與丈夫Paul退休前均任職管理層，「退休後多了時間，加上我一直很喜歡小朋友，希望藉此回饋社會，幫助有需要的兒童。」她表示夫婦倆多年前已有當寄養家長的念頭，退休後終能付諸實行，現在照顧樂樂，不僅是施予愛心，也更是以往因工作忙碌，未能給予太多時間陪子女的一場自我療癒。

特製營養均衡餐點 傾聽校園趣事

然而，萬事起頭難，Mandy憶述，「樂樂剛剛到家時，經常躲在桌子下面，讓我不知所措。」她曾第一時間致電社工求救，憑著身經百戰的洞察力及滿滿的愛心，她決定親自下廚，特製營養均衡的餐點，最終成功令孩子敞開心扉。經過一個月的朝夕相處，Mandy亦逐漸摸透樂樂的脾氣。對於照顧寄養兒童，她形容小朋友需要家庭溫暖，「他們就是一張白紙」，如今樂樂不但不再躲在桌子下，更會主動與她分享校園趣事。

對來自英國的Paul來說，語言是他與樂樂之間的獨特橋樑。他表示，樂樂最初完全不諳英語，只能靠肢

體語言和他溝通，而他則經常與樂樂一起砌模型、看賽車比賽，逐漸培養出一種不言而喻的默契，這種寓教於樂的相處方式，令樂樂有學習動機，大大提升其英語的表達能力與自信，由最初害羞躲避，到現在能夠自信地說出不少英語詞彙，與Paul之間可以無話不談。

帶孩子參與朋友聚會 助融入社交圈

除日常學習外，Mandy和Paul又經常帶樂樂參與朋友家庭聚會及教會活動，讓他融入正常社交生活圈子，感受大家庭的溫暖和關愛。而在他倆的悉心照顧下，樂樂逐漸拾回上學的日常生活節奏，更恢復活潑好動的性格。Mandy坦言與樂樂已建立深厚感情，惟寄養服務終有結束之日，雖不忍離別，但她理性地看待寄養關係的本質，「孩子若能回到親生父母身邊，當然是最好的結局。」

收穫無數樂趣與情感回饋

她表示，已計劃長期參與寄養家庭計劃，並積極向身邊好友推廣有關服務，並表示與丈夫從不覺得照顧

孩子是壓力，反而從中收穫無數的樂趣與情感回饋。她並呼籲更多年輕父母加入這份有意義的工作，強調寄養工作十分有意義，能為有需要的兒童提供一個溫暖的避風港。

寄養服務旨在安排因家庭問題而缺乏父母或家人照顧的兒童暫時入住寄養家庭，使他們可享家庭生活及適當照顧，待其家庭情況改善後便回家團聚，或直至有其他較長期的照顧安排。家福會註冊社工彭采妮表示，該會多年來本着「以家為本」的服務理念，同時提供寄養服務和緊急寄養服務，並引述特區政府社會福利署的數字，指出截至今年3月底，全港已登記成為寄養家庭的數目為1,122個，目前正接受服務的寄養兒童則有979名。

她補充，為提升寄養家長的照顧能力，寄養家庭及社區保姆在提供服務前，均需要接受12至14小時的基礎培訓，內容包括寄養家庭需認識服務相關的行政事宜及相關人士的角色與責任、成長發展里程和需求、照顧及溝通技巧等。歡迎聯絡家福會查詢一般及緊急寄養服務，電話：2497 9079。

推折扣與運費優惠 花店：期待「死線」買家

香港文匯報訊（記者 李芷珊）母親節前後，不少市民都到旺角花墟選購康乃馨、繡球等向母親表達心意。有花店負責人對香港文匯報表示，進口花運輸成本雖已上升一成，但店方堅持不加價，並推出折扣與免運費優惠，雖然今年整體銷情較往年略遜，但熟客消費穩定，預計節日將迎來購花高峰。

香港文匯報記者日前到花墟直擊，多間花店推出母親節限定優惠，吸引顧客選購。其中一間花店負責人梁小姐指出，今年母親節銷情暫較往年同期略遜一籌，街客流較往年減少，不過熟客消費相對穩定。她指出不少人都都是「死線」買家，預計母親節來臨時銷情將增加。

由於中東局勢導致國際油價上漲，外國鮮花運輸費用增加，來貨成本增加一成，但門店為應對市道，同時考慮到同區市場競爭，未相應調高售價，今年並推出母親節限定優惠，包括買一束享九折、買兩束享八五折優惠等服務，網上銷售則提供滿600餘元可享早鳥免運費，以吸引顧客消費。

她透露，繡球及康乃馨依舊是顧客最青睞的花材，今年推出的限定優惠亦頗受歡迎，顧客



●顧客低頭認真挑選花束。香港文匯報記者黃艾力攝

人均消費約680元，當中既有花300餘元選購少量鮮花的街客，也有訂購99支花束以及單筆消費高達1,500元的顧客，但高消費僅佔一成。此外，今年有機構訂購數十支康乃馨，派發給旗下酒店、餐廳的顧客，為母親節增添溫馨氛圍。另一花店職員梁小姐亦表示，盡量維持與往年相若的售價，甚至適度調低，而顧客除選購康乃馨外，太陽花和玫瑰亦最受歡迎，也有部分顧客挑選鬱金香等特別品種，當中不乏忠實顧客。

市民：每年送花表達祝福關懷

到場選購鮮花的曾小姐表示，父親不擅長浪漫，故她每年也會買花送給母親，而花束若非

在節日正日購買，價格約120元，同款產品正日則漲價至180元至200元。除送花外，一家也會聚餐慶祝母親節，今年因難以湊齊全家人參與，故會提前慶祝，團聚度過溫馨時光。

另一市民陳先生就到花墟購買鮮花贈予母親，表示早已成為多年的習慣，但他並無固定光顧的花店，每年都選擇不同的店舖選購花束。至於花束價格，他表示僅需數十元，相當實惠。市民歐小姐就選購了兩束康乃馨，每束價錢60元，而這份心意是送給關係要好的朋友母親，表示雙方往來密切、感情融洽，每年也保持送花習慣，藉此表達祝福與關懷。



●有花店接受花束預訂。香港文匯報記者黃艾力攝

食肆推多項優惠活動 生意料較平日翻倍



●餐飲業界推出各項母親節優惠。香港文匯報記者郭木又攝

香港文匯報訊（記者 朱欣欣）有飲食界人士表示，不少食肆今年母親節也推出特定套餐和不同優惠，以吸引顧客與母親慶祝，業界普遍對母親節市道感到樂觀，訂枱數字有望超越去年的母親節，生意額較平日增加一兩倍。有傳統酒樓負責人亦表示，今日及明日母親節正日的茶市已爆滿，預計這兩天訂枱數字將持續攀升。

香港餐飲聯業協會主席楊振年向香港文匯報表示，面對激烈的市場競爭以及食材來貨價持續上漲的經營壓力，本地餐飲業界今年普遍採取「寧減盈利，不減客源」的策略，幾乎所有食肆均針對母親節推出專屬套餐，且定價策略較往年更為審慎、優惠，普遍不敢輕易加價。同時，為刺激消費者訂座意慾，市面早鳥優惠普及，包括八至九折不等的折扣，或套餐直減600元等重磅優惠，目前看來成效顯著，帶動整體訂座率。

一改「限時用餐」「強制套餐」做法

他認為，香港餐飲業的整體氛圍正逐步回暖，希望透過靈活的價格與高質量的服務，在充滿挑戰的環境中優先保住基本客源，故雖面臨北上消費分流與成本上漲的雙重壓力，但業界普遍對今年母親節市道保持樂觀。楊振年周四（7日）接受訪問時估計各店母親

節訂枱量已達去年同期八成，表示隨着節日臨近，預期今日及明天進入訂座高峰，訂枱量有望超越去年最終數字，而明日母親節午市及晚市客量將顯著上升，以周日的生意額作對比，今年母親節的目標生意額可望達到平日的兩至三倍。

倫敦大酒樓副總經理蘇萬誠在接受香港文匯報訪問時表示，受市民外遊、北上潮及食材成本飆升等多重因素影響，今年母親節訂枱情況呈「慢熱」態勢。酒樓為應對市場轉變，決定一改傳統「限時用餐」或「強制套餐」的做法，改以靈活散點模式，讓消費者按預算自由選擇菜式，且特別增設晚市點心供應，吸引希望簡單小聚、輕鬆消費的客群。至於不設用餐時間，則可讓食客隨意暢談，提升家庭聚餐體驗，上述策略旨在「保人流、穩業績」。

他對今年母親節市道抱持審慎樂觀態度，透露今日和明日茶市已爆滿，預計明日茶市生意較平日增長一成，而周日當天晚市已接獲20多張訂單，預計這兩天訂枱量將持續攀升，維持與去年相若的業績，晚市生意則有望較平日翻倍。他強調，今年母親節不追求生意大爆發，首要目標是「不輸陣、有人流」，而酒樓會持續監控食材走勢，在品質與成本間取得平衡，服務留港消費市民。

年輕人主導聚餐「話事權」 「一站式」食玩更有新鮮感

特稿

以往市民主要在酒樓聚餐慶祝母親節，香港餐飲聯業協會主席楊振年透露，市場已出現了關鍵性的「權力轉移」，表示觀察到過往母親節聚餐多以長輩口味為核心，傳統中式酒樓是必然之選，但現今聚餐的「話事權」已轉移至年輕一代，家庭用餐不再僅追求傳統圍桌菜式，而是更重視新鮮感，因此除傳統酒店自助餐外，韓式燒烤等具備社交屬性的特色餐廳亦大受歡迎，人氣甚至超越傳統酒樓。受此影響，傳統酒樓節日期間的「翻枱率」亦有所下滑，由昔日的兩輪跌至僅剩一輪多，客流分流現象顯著。

專家：餐飲業須加快轉型步伐

楊振年坦言，北上潮持續亦對本地餐飲業構成挑戰，不少香港家庭選擇節日期間帶同母親前往內地進行「一站式」飲食與休閒活動，進一步分薄了本地市場份額。香港餐飲業界必須正視消費習慣的改變，面對年輕消費者主導的市場與大灣區融合帶來的競爭，業界須加快轉型步伐，提升服務質素與餐飲特色，以靈活的經營手段應對瞬息萬變的市場需求。

倫敦大酒樓副總經理蘇萬誠表示，年輕一代慶祝模式趨向多元，包括贈送禮券、安排外遊或提前聚餐，除近年北上潮分流了節日的本地餐飲需求，現時家庭結構改變，決策過程縮短，訂桌情況較以往慢熱，大多家庭也會在節日前夕才最終決定選擇聚餐地點。

●香港文匯報記者 朱欣欣



●許多食肆均針對母親節推出專屬套餐。香港文匯報記者郭木又攝