

正視教材綑綁銷售 減輕基層求學負擔

每逢暑假，家長又迎來一年一度的開學購書季。根據香港教育局最新公布的《適用書目表》數據，新學年各級教科書平均加幅高達3.6%，創下近年新高，個別中一套課本售價甚至逼近7,000元大關，按年增幅驚人。教科書價格加幅連年跑贏通脹、市場變相壟斷、規範形同虛設，對基層家庭構成財政壓力。特區政府及教育當局必須發揮應有的監管職能，從「堵塞漏洞、精準資助、源頭控價」三大維度發力，打破困擾市民多年的購書沉重負擔。

知識改變命運，教育是推動社會向上流動的根本。不過近年出版商常以「市場萎縮」或「開發電子教材成本增加」為由年年加價。甚至有部分書籍以微調內容為名頻繁改版，藉此打壓二手書市場，濫收書簿費用。對月入萬餘元的基層家庭而言，光是開學買書便要吃掉大半的月收入，是一項頗為沉重的負擔。

長久以來，購買二手書是基層家長節約開支的傳統辦法，教育局早已推行「五年不改版」政策，並要求「課本與教材分拆訂價」。然而，市面上不少出版商採取「上有政策、下有對策」的手段，將印刷課本與按年更新的「電子啟動碼（QR Code）」強行綑綁。出版商年年更換啟動碼且不設單獨零售，一旦啟動碼隨一手書被綁定，二手書便頓時失去線上作業或補充學習功能。這種「鎖死二手書」的商業模式，變相令「五年不改版」政策形同虛設，更等同剝奪了家長的選擇權。

教育局在奉行校本自主的同時，絕不能對書商的市場主導與加價行為作壁上觀。政府應建立更透明的教科書價格審查機制，針對異常漲

價或不合理的改版申請進行客觀嚴格的質詢與問責，遏止出版商濫用市場優勢和信息不透明賺到盡，從源頭平抑教科書價格。另外，教育局必須嚴格執行監管，強制要求出版商明確分拆實體書與電子啟用碼出售。同時，教育局應抽查各校書單，禁止學校書單僅列出全套購買選項，確保獨立購買的選項落實到位，讓二手課本真正實現規律循環再用。

在監管書商加價的同時，精準扶助同樣不可或缺。現行的「學校書簿津貼計劃」審查門檻較為嚴苛，許多「夾心階層」和低收入家庭被排除在安全網外。特區政府應該考慮對基層家庭實施更全面的精準資助，例如考慮以「書簿費扣稅」紓減中產及基層壓力；參考個人薪俸稅下的各項扣除額安排，設立「子女教育及書簿費扣稅額」，容許家長憑購買合資格教科書及學材的收據進行稅務扣減。

其次是放寬書簿津貼與恢復精準學習補助：對於最為困難的低收入家庭，應適度放寬「學校書簿津貼計劃」的入息審查上限，將資助金額與消費物價指數（CPI）自動掛鉤。同時，在財政許可下，為領取全額或半額資助的學生保留定額的學習津貼。

讓每一個孩子都能負擔得起課本費用，平等地站在同一起跑線上獲得優質教育，是社會文明進步的重要指標。教育不應成為商業機構謀取暴利的工具，更不應成為壓垮基層家庭的負擔。面對年年上漲的購書負擔，特區政府必須拿出果斷魄力與主動擔當，一方面堅決打擊出版商的市場壟斷與變相綑綁行為，另一方面透過多層次、精準化的資助與稅務減免手段，切實為廣大市民排憂解難。

文匯社評

WEN WEI EDITORIAL

餐飲零售業須求新求變闖出路

政府統計處日前公布，本港今年6月零售業總銷貨價值臨時估計為314.9億元，按年增4.6%，低於市場預期，但已連續14個月錄得升幅；今年上半年零售值臨時估計為2029.96億元，較去年同期升9.6%，較2018年同期恢復至近85%水平。本港餐飲零售等傳統行業上半年復甦未如其他行業取得亮眼數據，反映相關行業正處於「洗牌轉型」的陣痛期。面對港人北上消費常態化和旅客消費模式轉變，單純等待復甦並不現實，行業必須告別舊思維，主動求變，在差異化與特色化中找到新出路。

當前本港餐飲零售業的復甦呈現罕見的「K型分化」。高端消費受惠於旅客增長快速反彈，但與民生息息相關的傳統百貨、超級市場及中式酒樓卻陷入收縮。立法會一份報告指出，本港餐飲業的整體表現仍未恢復至疫情前水平，2026年首季食肆總收益較2018年同期低7.2%，當中，中式餐館的收益在同期大幅下跌27.9%。此外，在2018年至2025年間，中式餐館數目下跌9%，其中粵式酒樓菜館的跌幅最為顯著。法式及意式餐館、酒吧及酒廊，以及涼茶舖的數目，亦錄得雙位數的跌幅。

餐飲零售業復甦未如預期，是消費市場結構性轉移的結果。一方面，港人北上消費已成常態，每逢長假期便有數十萬居民離港，直接抽走了本地中低端消費的購買力；另一方面，旅客消費模式從購物轉向「深度遊」，高價奢侈品及金飾店需求放緩，傳統購物點吸引力下降。新皇崗口岸

即將實施「一地兩檢」等創新通關模式，進一步推進兩地「同城化」，預計將加速本地消費力北移。

必須看到的是，港人熱衷北上消費，核心在於內地可以享受性價比更高的消費產品和服務。香港業界要留住消費者，不能只靠降價，更要找到差異化定位。低價策略難以覆蓋香港高昂的租金，只有提供獨特價值才能成功突围。

有酒樓集團在美孚分店將部分酒樓面積縮減，改為人氣流暢專門店，正是通過業態創新盤活空間。有社區商場也在增加餐飲、健身等體驗式業態佔比，通過提升線下體驗對抗電商衝擊。有連鎖快餐集團成立專責小組革新業務模式，整合門店網絡並推動數字化轉型，實現了強勁反彈。

對於受創最深的中式餐飲，業界開始嘗試「精緻化」與「情懷化」兩條路徑。有酒樓集團在西九文化區M+博物館開設高級中餐廳，主打精緻菜式；有老字號中式茶樓則保留手推車點心等傳統體驗，以無法複製的文化價值吸引顧客。立法會報告建議政府參考上海、新加坡的經驗，為老牌食肆提供認證和升級資助，這為本港餐飲零售業轉型提供了政策支持的新思路。

面對消費模式與行業競爭格局的巨變，本港餐飲零售業「守株待兔」等不來好景重臨。業界必須下定決心，通過精準定位、數字化轉型及業態創新，將挑戰轉化為升級契機。這不僅是一場商業突围戰，更是一次決定香港傳統服務業能否煥發新生的關鍵轉型。

食肆准帶狗新例滿月 累增至980店客流升兩成

食環署：退出者因人手安排與場地分隔未配合

香港特區政府放寬容許狗隻進入食肆的措施實施將近一個月，食環署昨日回覆香港文匯報查詢時表示，目前已有超過980間食肆加入計劃，而截至前日（5日），署方共接獲48間食肆申請撤銷准許，主要涉及營運考慮，例如人手安排、場地分隔等方面未能完全配合，或需要更多時間準備。旗下有分店退出計劃的餐飲集團向本報解釋，退出分店的空間狹窄，座位及通道有限，以及個別食品的保溫方式未符合相關要求，另有分店於措施推行初期曾遇到不守規矩顧客，但有關情況隨着大眾開始熟悉安排而減少。順利推行寵物友善的餐飲集團則表示，整體營運狀況平穩，有門店較之前的客流量增長約15%至20%，之後打算申請更多分店加入計劃，主要是咖啡店和酒樓。有立法會議員認為，措施目前已進入穩定期，會持續探討相關標準及細節有否調整需要，因地制宜推行措施。

●香港文匯報記者 張弦

亞洲國際餐飲集團旗下多間百份百餐廳分店獲批准容許狗隻進入，但實施不足一個月，有兩間分店退出「容許狗隻進入食肆」名單。亞洲國際餐飲集團回覆香港文匯報查詢指，相關決定主要是在措施實施後，集團重新檢視分店實際營運環境而作出。有關分店的店內空間較為狹長，座位及通道相對有限；此外，個別食品的保溫方式未能符合相關要求。集團綜合考慮後決定主動退出名單，並非單純因為顧客未能接受狗隻進入食肆。

客人漸熟習鮮見違規情況

其他分店方面，該集團表示措施實施初期，攜狗到店的顧客相對較多，現時已逐漸趨於平穩。由於近月雨天較多，外出用膳人流及整體



●在九龍灣 MegaBox 的富臨集團一間咖啡店，有顧客將狗隻放置在推車上。
香港文匯報記者萬霜靈 攝

客流量均受到天氣因素影響，因此現階段沒有足夠數據客觀比較措施實施前後的客流量及營業額變化。集團會繼續觀察相關分店營運情況，包括攜狗顧客到訪數字、其他顧客反應，以及對分店客流和營業額的實際影響，再作較全面評估。

至於營運安排，集團指期間曾有顧客反映部分分店設有狗隻進入食肆時段及座位限制，繁忙時間未必能即時安排入座。相關限制主要是因應分店空間、座位距離、預留人寵共融的座位數目及現場客流而制定。另一方面，措施推行初期亦曾有個別顧客將狗隻放上餐桌或讓狗隻在桌上進食，亦曾有顧客一次攜帶多隻狗隻進入餐廳，超過狗隻進入分店上限。店員即時作出解釋或勸喻後，顧客均有配合，近期已少見這類情況。

為寵物準備基本用品

富臨集團旗下有17間食肆獲批准成為狗友友善餐廳，行政總裁楊浩宏向香港文匯報表示，部分分店自容許狗隻進入後，人流量和生意額均有提升，舉例位於九龍灣 MegaBox 的門店，客流量增長約15%至20%，周末期間增長幅度

更超過20%。他認為主因在於該處是寵物友善商場，如今商場和食肆均歡迎狗狗，讓顧客體驗大大提升。加上該店面積大，有分隔用餐區，寵物的基本需求用品亦有準備，包括尿墊、濕紙巾、專用垃圾桶，以及備用牽狗繩，以防攜狗顧客不知道或忘記帶牽狗繩，整體服務貼合顧客需要。此外，每當有顧客進入門店時，職員都會先詢問會否介意店內有狗隻，目前並無接獲任何顧客不滿或投訴。

措施實施以來，有部分攜狗進入獲批食肆的顧客不遵守規定被投訴，引起社會議論。楊浩宏坦言曾發現個別攜狗顧客會有一些疏忽狀況，例如狗隻興奮時口鼻碰到餐枱邊，甚至碰觸到食物，也會出現顧客沒有固定好牽狗繩的情況。分店員工會隨時留意現場狀況，提醒攜狗顧客要遵守食環署規定，大部分顧客經勸導後會立即配合和表達理解。公司內部亦已訂立多份營運指引，給各門店員工參考執行，整體執行成效理想，也看到食環署每隔幾天就會做巡檢，確保衛生妥當。

有見營運情況良好，楊浩宏透露未來會繼續申請更多門店容許狗隻進入，當中包括咖啡店，也計劃申請1間至2間酒樓。



●馬鞍山錦英苑的百份百餐廳分店早前已退出「容許狗隻進入食肆」的名單。
香港文匯報記者涂穴 攝

議員：偏僻食肆生意增長勁

香港文匯報訊（記者 張弦）飲食界立法會議員梁進接受香港文匯報訪問時總結，措施實施近一個月，雖有個別食肆面對適應或調整，但也有不少食肆滿意運作，有業界向他反映營業額有兩至三成甚至高達七成的升幅。對於個別食肆退出名單，他相信目前措施實施已進入穩定期，大部分食肆都已大致清楚自身狀況是否適合讓狗隻進入，後續會探討容許狗隻進入的相關標準是否需要調整，包括餐桌高度等細節。

梁進分享近月觀察所得，咖啡店開放狗隻進入普遍較有優勢，一些大型食肆如中式酒樓、大型餐廳，也能通過劃分用餐區，減少對其他顧客的影響；至於空間狹窄，又或原本目標客群不是攜狗顧客的食肆，就未必適合開放讓狗隻進入。

梁進引述有業界反映，較多寵主到訪的寵物友善商場，場內食肆營業額較以前有兩至三成增長。有趣的一點在於，有地理位置不算很好的食肆，反而因為允許狗隻進入後變得有優勢，營業額有七成升幅。梁進分析指，正由於相關食肆本身不聚人流，較少一般顧客幫襯，而這在狗主們眼中反而成為優勢，一來不怕狗狗打擾他人，狗主們亦有空間可以聚聚交流。

新餐廳倘准狗入 可加配套

顧客方面，梁進認為狗主客群普遍都能理解新措施的內容與規定，也能慢慢懂得如何避免打擾他人等。至於不養狗的一般食客還處於適應期，不少市民還不了解措施詳情，例如有個別食客或會誤以為「全港食肆均容許狗隻進入」，實情卻是有超過九成的食肆仍然維持不容許狗隻進入，「現在大部分品牌不是全部分店都申請讓狗隻進入」，實際影響其實相當輕微，希望市民都能理解。

至於個別的違規情況，梁進不排除有些食肆事前準備不足，沒有準備好配套、規劃整個流程等，容易產生各種問題。他認為，現階段是食肆自行調整營運流程、增設配套設施以配合政策，而後來新建的餐廳或有機會事先考慮並加入便利成為狗狗餐廳的設計，相信會越做越好。

梁進建議申請容許狗隻進入的食肆，事先要做好準備，要評估自身客群情況，以及店內空間、配套等方面是否適合讓狗隻進入。他特別指出，部分食肆退出名單的原因是涉及大廈公契，而這方面的限制很難修改，相關食肆務必注意。

長洲餐廳寵主 旅客佔七成

香港文匯報訊（記者 張弦）香港特區政府放寬容許狗隻可進入食肆，長洲 LA EAT 嚟食餐廳成功獲批准並推行至今。負責人 Yuki 昨日向香港文匯報表示，攜狗進入餐廳的顧客，大部分是旅客，只有少數是長洲本地人，兩者大概是7:3，「長洲居民平時經常帶狗隻四處走動習以為常，外出吃飯不會一定要帶狗入餐廳食，反而是外地遊客來長洲比較常有帶狗用餐的需求，畢竟市區的空間不像長洲這麼寬敞。」

Yuki 表示，與攜狗顧客基本上溝通順利，說明基本規定要求，他們大部分都清楚。其他普通顧客方面，Yuki 表示會主動告知他們店內會有狗隻，詢問是否介意、會否感到不自在，以及關心有否出現不舒服，幾乎全部顧客都沒有異議。

措施實施至今一個月，Yuki 表示這個月多雨天，影響出行，暫時未能判斷新措施帶來的額外客流量和生意額，目前來看餐廳還是要專心做好店內品質，多和顧客溝通。



●長洲 LA EAT 嚟食餐廳。 Fb 圖片