

亮燈即除臭 運動男「鞋」救星

聖若瑟書院生聯校科學展奪冠 消毒殺菌皮膚病拜拜

香港文匯報訊（記者 黎志）運動過後沾滿汗水的衣服可以立刻洗淨，但穿在腳上的鞋子卻不一定能時時清洗。來自聖若瑟書院的多位學生，眼見不少同學都喜歡運動，導致校內臭鞋處處，故研發出有效自動除臭的鞋子「鈦白甘靴」。只要開啓鞋內的LED燈，其特製的光催化塗層就會產生化學作用，替臭鞋消毒殺菌及除臭，減少用家患上皮膚病的風險。有關作品更於「第四十八屆聯校科學展覽」的計劃書設計比賽中獲得冠軍。

「第四十八屆聯校科學展覽」由昨日（星期日）起至本月23日（星期日）於香港中央圖書館舉行，歡迎公眾免費參與。今屆展覽以「季節無窮變幻 科學創新無限」為題，共有30個展出攤位，當中包括21間中學和多間本地及外地院校參與，不少發明均針對天氣變化帶來的問題作出應對。

鈦白粉光催化特性殺菌

有見香港天氣潮濕，春夏更見悶熱，沾有水或汗的鞋子容易滋生細菌，再加上男生喜歡運動，令臭鞋問題更見嚴重，聖若瑟書院即將升讀中五的鄭慶添、鄺慶添、郭晉俊和劉俊樂，以3個月的時間研發出有效自動除臭的鞋子「鈦白甘靴」。

他們發現，含有二氧化鈦微粒的鈦白粉，具有光催化的特性，一旦接收光線便可將有機物分解。於是，他們就在鞋子內噴上含有二氧化鈦和加強消毒效果的乙醇塗層，並在鞋內安裝了LED燈。當鞋子放進特製鞋櫃以無線通電

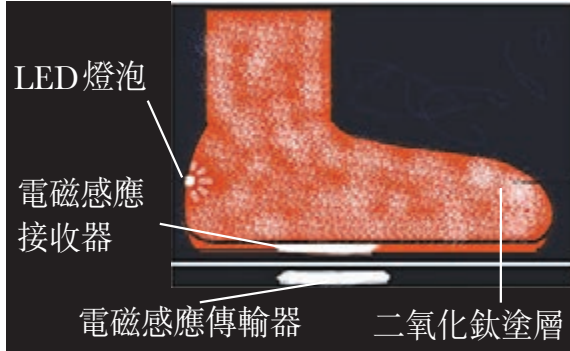
後，光線和塗層就會發生化學作用，達至消毒殺菌和除臭效果，同時減少用家患上皮膚病的風險。

内置氣泵 鞋內通風

團隊成員之一的劉俊樂指，「鈦白甘靴」的「甘」亦有清涼的意思。他們在鞋內同時置有氣泵，當用家走路時，氣泵就會不斷擠壓，將外面的空氣帶入鞋內，令用家感到涼快，同時鞋內的空氣亦會被抽出，從而加快腳汗揮發，減少細菌滋生，使鞋子保持清新潔淨。將鞋子變成「鈦白甘靴」的成本亦只需約數十元。

獲得比賽亞軍的華英中學團隊則為籠屋的住戶設計平價的環保空調「Gelo」，以製冷片製造冷暖空氣，取代破壞環境的雪種，預計價格可比市面的空調便宜最少1,000元。

來自觀塘官立中學的團隊則獲得季軍，他們與華英中學學生一樣採用類似技術，發明出可自動調節溫度的食物容器「來自火山的碗，來自冰川的盆」。



聖若瑟書院學生憑「鈦白甘靴」獲得冠軍。左起：黃亨熙、鄭慶添和劉俊樂。 記者黎志 攝

遊日又變去越南 200 郵輪客拒登船

香港文匯報訊（記者 文森）上月有郵輪因天氣問題將日本之旅改成越南遊，同一事件昨日再度上演。皇家加勒比郵輪指，西北太平洋雙颱風「天鵝」及「艾莎尼」影響航海安全，原定昨下午5時由香港出發往日本的海洋航行者號，需要改為停泊越南港口，逾3,500名旅客受影響，有旅客鼓譟認為行程貨不對辦，一度報警求助。船公司指，當中約有200人最後沒有登船。

海洋航行者號八天七夜的航程原定昨日下午5時由香港出發，前往日本福岡及長崎，下周三（26日）返港，不過西太平洋一帶有雙颱風「天鵝」及「艾莎尼」，回航時郵輪會經過日本海域風浪區，海上或會激起8米至10米高的巨浪，考慮到航海安全，船長前日下午3時決定更改航程，將泊岸點由日本改為越南芽莊及胡志明市港口，前日下午5時起透過旅行社及媒體發放有關訊息，逾3,500名旅客受影響，據了解當中約一半為香港人，另有澳門及內地旅客。

「貨不對辦」旅客報警

旅客昨日中午起陸續到啟德郵輪碼頭登船，秩序大致良好，有乘客對航程更動表示諒解，認為天氣惡劣所致也非船公司可控制。但亦有經本港旅行社報團的澳門、內地旅客不滿航程「貨不對辦」，一度報警求助。

澳門旅客袁先生稱，前晚九時才得知泊岸城市改停越南，他透露當初以1.4萬元報團時去日、韓、廈門、越南，最後卻只去越南，感覺被騙，表明會向旅遊業議會投訴。另一名旅客洪先生則認為，六時才得悉改航程消息「太遲」，本來去日本已準備日本電話卡在當地使用，現在卻得物無所用，更要去越南，旅遊心情大受打擊。

船公司：天氣差可更改航道

皇家加勒比郵輪香港有限公司銷售及市場總監楊博雄表示，船公司已在決定改航道後立即通知旅行社，如果旅行社未有向旅客解釋清楚條款，旅行社亦有責任。按國際慣例，郵輪船長有權因天氣惡劣更改航道，楊博雄認為，旅客不應將郵輪與飛機直接比較，因旅客由登船開始已可享受各種服



經職員游說後，大部分旅客最終登船。 黃偉邦 攝

務及設施，他透露在職員游說下，曾報警旅客已平復情緒並登船。

皇家加勒比郵輪為了安撫旅客，特別向每房派發500美元及800美元「心意金」，並豁免簽證費用等。船公司補充，是次受影響旅客人數超過3,500人，當中約200人選擇不上船，有少於50名是香港人，其餘主要來自華南地區，他們前日接獲旅行社通知後，已決定不會上船。

腦場電腦節未旺場 商戶促谷宣傳

香港文匯報訊（記者 趙虹）由香港電腦業協會主辦，一連7日的「香港腦場電腦節」於昨日揭開序幕，雖為首日，但場內人流未見明顯暢旺，消費者購買意慾亦一般。不少商舖表示，市民於首兩日多持觀望態度，較少購物，建議協會加大宣傳力度。

「腦場」昨日開幕，但現場所見，至下午三四時，人數亦不見有明顯增加，入場市民亦多持觀望態度。以銷售電腦配件為主的曾先生指出，「腦場電腦節」較在灣仔舉行的「香港電腦通訊節」更「本土」，貨物亦較多元化，價格更為便宜，惟宣傳不足，認為「如果增加宣傳，一定可以旺過灣仔」。另一商舖店主李先生亦認為宣傳甚為不足，若宣傳增加，有望帶動生意額。

「優惠價格」與平日差不多

在場內電腦舖任職的黃先生直言，商舖並沒有特別為電腦節推行任何減價促銷或優惠，他認為平日商品價格已算低廉，難再減價或推行優惠，「有貼出『優惠』兩字的店舖，商品價格事實上與平日差不多。」他承認人流的確比平日較多，但實際上購物的人與平日相若，不見收入有明顯增加。店務經理李先生則認為，根據以往經驗，電腦節首兩日人數較少，但於最後數天，店舖將有較多減價優惠推出，人數就會上升，對保持上年同期營業額有一定信心。



▲腦場電腦節昨日開幕，商舖派人宣傳。 梁祖彝 攝



◀開幕首日人流未見特別多，消費者購買意慾一般。 梁祖彝 攝

市民李先生雖於首日花費千元購物，但表示只是碰巧來到，非事先知道舉行電腦展，「入場購物時也未有感到什麼展銷氣氛。」

年年必來的曹先生以1,650元購買一部LED液晶電視，價格與3個月前相同，未見有所減價。他認為，室內場地空間有限，「買完就走」，建議可參考以往做法，於室外封路舉行。

主持開幕典禮的香港電腦業協會主

席葉景祺承認人數不如預期，「本預計首日有400人排隊取購物優惠籌碼，但就今日所見，只有約二三百人。」但他預計，活動可為商舖帶來以倍數計的收入。

另外，就日前媒體報道「香港電腦商會與腦場商戶已和解」，葉景祺作出回應：「絕對不會與商會和解。」他稱彼此「誓不兩立」、「決不共存」，又要求商會盡快償還數百萬元訴訟費。

僅 15.6% 醫療美容客問儀器產地

不要問只要信？

醫學美容大行其道，不少愛美之人願意為療程花上數萬元，惟理工大學調查發現，美容消費者多數只看重美容師及美容院的口碑，只有15.6%的受訪者會經常主動詢問美容儀器的產地來源及資料。

負責調查的理大學者鍾劍華認為，一般消費者對美容儀器的認識不多，加上憑着對美容院的「信任」，故鮮有主動查問，建議由政府做好把關，盡快立法規管醫學美容療程。

海關早前揭發，有美容中心懷疑使用偽冒某美國名牌的聚焦超聲波美容機，替客人進行醫學美容療程，受害公司Merz Asia Pacific Pte. Ltd 委託理工大學應用社會科學系社會政策研究中心進行問卷調查，用電話及街頭訪問形式訪問了合共322名於過去3年曾接受面部醫學美容療程的成年人，當中93.5%為女性。

昨日公佈的調查結果發現，最多受訪者重視的首三位因素為美容師操作儀器的技術和經驗（95.6%）、美容院

的品牌和口碑（92.5%），以及療程費用（82.7%），位居榜末的是「儀器的品牌和口碑」（78.8%）。問到受訪者會否主動詢問美容儀器的產地來源及資料，有18.7%的受訪者表示「從不」、30.2%表示「很少」，只有15.6%表示「經常」。

學者：問完都唔識分真假

研究中心主任鍾劍華對調查結果不意外。他表示，一般消費者對美容儀器的認識不多，加上憑着對美容院的「信任」，故鮮有主動查問，「問完都沒有足夠資訊判斷真偽。」他認為政府應該做好把關，盡快立法規管醫學美容療程，包括必須由持有專業資格的人員操作儀器，「現時上深圳學兩堂就有張證書，我上去看完，心諗好彩自己有用到。」

他建議消費者可查閱儀器是否獲得較可靠的美國FDA認證，因要獲取FDA認證須經過多次反覆嚴格測試。 ■記者 陳敏婷

熱烈祝賀
本會永遠名譽會長、
常務副理事長
莊紫祥先生
榮任
馬來西亞皇冠拿督



兩岸和平發展聯合總會
致意