

文匯

WEN WEI EDITORIAL

盡快檢討港鐵「可加可減」機制

在社會上對港鐵「只加不減」的票價調整機制詬病不斷的情況下，港鐵仍宣佈按照可加可減方程式，加價2.7%，連續第7年上調票價。港鐵年年盈利，仍堅持「加到盡」，完全源於其一直秉持利益掛帥思維，漠視作為公共機構所應承擔的社會責任。這種對自身角色定位的偏差必須扭轉，否則一直享有壟斷利潤和政策傾斜的港鐵，無法對公眾有一個令人信服的交代，更給社會一個不良的樣板。政府作為港鐵的大股東，更應該拿出決心底氣，督促港鐵盡快檢討並優化票價釐定機制，擺正角色定位，切實回應社會呼聲和訴求。

港鐵根據「可加可減」機制，將去年十二月的通脹率，和第四季運輸業名義工資指數變動，除二再相加，再扣除預設的生產力因素，得出今年可以加票價2.7%的結果。儘管加幅較去年4.3%低，但在年年有巨額盈餘、香港整體經濟轉差的背景下，這個「奉旨照加」的動作，實在令社會難以接受。應該看到，目前的票價釐定機制，本就存在漏洞，既沒有納入港鐵盈利指數的扣減，也沒有考量經濟環境及市民負擔能力等因素，更不必經行政會議通過就可直接執行調價，結果令「可加可減」成了「只加不減」，令本意是確保公眾利益的票價釐定機制，最後淪為港

鐵的利潤保障機制，同時也讓政府對公共運輸票價調整喪失了應有的把關能力，這種情況顯然不能繼續聽之任之。作為港鐵的最大持份者，當局應有充分的底氣，督促港鐵公司切實檢討票價釐定機制，解決其偏離乘客利益和社會責任的問題。

俗話說，制度是死的，人是活的。「可加可減」機制冷冰冰，但執行機制的人應該有關懷社會的溫情。作為長期享有行業壟斷利益和政策傾斜優惠的機構，港鐵一方面接受納稅人的資助，另一方面又強調商業原則，更動輒以「照顧股東利益」為由拒絕拿出更多資源回饋乘客，於情於理都站不住腳。所謂角色定位決定路向方針，既然港鐵受惠於房地產經營而擁有豐厚盈利，那麼就理應「飲水思源」，多講回饋和責任，回復「生而為鐵路」的屬性和本質，在鐵路業務上將社會整體利益放在首位。畢竟嚴格來講，政府才是港鐵的最大股東，換言之港鐵屬於全體港人。這個屬性，在港鐵釐定票價時必須要得到反映，不能被刻意漠視。

港鐵每日服務約450多萬港人，票價加減涉及範圍極之廣泛，關乎市民切身利益。小加幅，卻牽涉到大民生。穩定票價，實現真正的可加可減，幫助市民節省交通開支，惟政府有能力做到，這也是政府不可推卸的責任。

政治「抽水」破壞經濟民生大事

標準工時委員會昨天開會落實第二輪諮詢內容，社民連及職工盟等反對派政黨策動圍堵主席梁智鴻要求對話，令場面相當混亂，對諮詢的氣氛和成效構成嚴重影響。反對派為了政黨選舉利益，為了爭奪潛在選票，不擇手段博出鏡造聲勢，經常策劃和煽動類似的衝擊、圍堵行為，把經濟民生事務用來作為「抽水」工具。這種方式把原本可以心平氣和尋求解決的問題，鬧得複雜和對立，令問題更加難以解決，許多香港大事，都毀在這種政治「抽水」上。廣大市民有必要認清這種行動的危害性，作出堅決抵制和譴責，努力排除其干擾。

標準工時委員會昨繼續在勞方缺席下開會。會議期間社民連及職工盟等成員到開會大廈外拉起橫額抗議示威，聲言不滿委員會拒絕提出就標準工時立法。示威者堵塞電梯，有人更嘗試打開車門對委員會主席梁智鴻進行衝擊，令梁智鴻根本無法與有關人士進行溝通，也無法向傳媒交代討論情況，最後只好在警方保護下離開。

標準工時是一個涉及經濟民生的事項。在標準工時立法諮詢中，勞方代表希望就標準工時立法提出具體方案，給予基層勞工更大保障；僱主一方則認為，設立標準工時無可避免會增加僱主的經營成本，尤其是「一刀切」立法要求各行各業實施標準工時，對於以中小企為主

的本港企業來說，無疑會削弱經營靈活性，令中小企難以承受，更會對本港營商環境造成長遠影響。如何平衡各方面的利益，需要鼓勵各方人士對有關問題充分發表意見，然後由政府來進行歸納總結，去蕪存菁、博採衆長，最後形成得到多數人認同的共識且具可操作性的方案。只有經過一定時間的充分、理性的諮詢，才能讓社會更深入了解、思考相關問題，政府採納的相關政策措施才能切中要害，才能得到更多市民的支持，打工仔和僱主的利益才能得到兼顧，問題才能較為圓滿的解決。

但是，反對派為了其一己之私，不惜利用涉及經濟和民生的事項來煽動衝擊，大肆「抽水」，離九月立法會選舉的時間越近，這樣的事情就越多。他們的目的，不是為了解決問題，而是藉此來挑起事端，製造曝光，引起關注，從而爭取支持、騙取選票。他們這樣做，不僅無助於問題的解決，反而把事情搞得越來越複雜和更加難以解決。因此，廣大市民要看清楚反對派挑起和煽動衝擊的真實目的，要站出來抵制反對派這些無助於問題解決的過激做法，社會輿論更要揭露和譴責反對派為了一己之私的「抽水」行為。只有理性溝通，通過多方諮詢來縮窄分歧，凝聚共識，達致多贏，才是解決這些問題的可行之道。

(相關新聞刊A9版)

馬半格布拉布「熱跑」盼界旅

愛新迷港成之都體育歐洲 旅遊兩地旺帶捷訪主席習料



香港文匯報訊（記者尹妮）體育盛事與地區觀光融合起來，成為近年流行的旅遊模式。捷克首都布拉格今年獲歐洲體育之都協會授予「歐洲體育之都」稱號，將於本周六日舉行赫維斯（Sportisimo）布拉格半馬拉松賽，將吸引來自世界各地的體育愛好者到場。有香港旅行社表示，近年運動自由行大熱，有港人到日本、新加坡等地參加馬拉松比賽，相信未來布拉格將會成為香港體育旅遊的選址之一。



■本周六日將舉行赫維斯（Sportisimo）布拉格半馬拉松賽。圖為往屆實況。捷克旅遊局供圖

捷克布拉格4月起將舉行多場體育賽事，如本周六舉行的「赫維斯布拉格半馬拉松賽」，比賽起點及終點均在布拉格的文化歷史中心，靠近猶太區，是捷克最大和最快的半程馬拉松賽事。而下月底的國際女子網球協會2016年賽季及公開賽，是捷克境內最重要的女子網球比賽；5月8日舉行的2016年周末馬拉松，更有逾一萬名選手參加，不但是捷克傳統體育活動，亦是世界上較壯觀的馬拉松賽事之一。

據捷克旅遊官方網站資料顯示，布拉格亦會舉行國際山地單車比賽、田徑賽事、輪椅地板球公開賽及鐵人三項賽等。

料恐襲「冷卻」吸更多港人

舉辦運動自由行的傲遊天地負責人蔡駿豪表示，近年運動自由行大熱，有港人到日本、新加坡等地參加馬拉松活動，但最近歐洲發生恐襲及難民潮等不明朗因素，故4月份舉行的布拉格半

馬拉松賽暫時未有人報名。但他指，捷克及東歐的自由行仍約有數十團報名，機票連酒店的旅遊套票約一萬元，並稱東西歐亦是港人的熱門旅遊地點，相信不明朗因素退去後，會吸引更多港人到捷克及克羅地亞等地旅遊。

縱橫遊執行董事袁振寧表示，近年收到不少有關捷克、巴爾幹半島深度遊的查詢，亦有零星旅行團到訪當地，但目前香港與捷克的旅遊市場發展未成熟，預料未來會有更多發展機會。

東瀛遊旅行社執行董事禰國全指出，歐洲旅遊市場當中，港人選擇到東歐的比例為20%，平均每月會有3團至4團從香港出發。他相信國家主席習近平捷克之旅，會令市場「炒熱」捷克，或會增加兩地旅遊交流。

姚思榮倡體育團體旅社合作

旅遊界立法會議員姚思榮指，從前旅遊以觀光為主，近期轉至自由行甚至體育旅遊，而隨著資訊發達，相信會吸引港人到外地參與體育活

動，間接帶動旅遊業發展。

但他指，香港體育團體在組團參與外地體育盛事時，若行程包括旅遊及有盈利的話，便要小心翼翼，因為體育團體沒有營辦旅行商業牌照，不宜舉行有盈利的旅遊項目，建議與旅行社合作營辦。

姚思榮續說，近年歐元幣值下跌，加上廉價機票盛行，港人到歐洲旅遊的意慾增多，但受到恐襲及難民潮等不明朗因素影響，或會因而卻步，相信有關問題能控制後，香港將會掀起歐遊熱潮。

網民分享布拉格之跑

有網民曾參與布拉格馬拉松賽事，並於網上發文分享。網民Jimmy憶述2008年參與該項賽事並與其他國籍的人士一起衝過終點時，「我們兩個很有默契的喘完氣後，握手互相祝賀，恭喜對方完成馬拉松。」

有港人更在網上平台發帖文表示，打算到布拉格參與馬拉松，順便遊覽捷克，並向其他網友建議旅遊行程。

經政喻酒男捷 冀三地互利共贏

特稿

啤酒及經濟均與泡沫勾上關係，有經濟專家認為「沒有泡沫的啤酒不是啤酒，新經濟發展亦是如此」。居於香港的捷克酒吧經理Lubomir Sakmary指，去年及今年都不是最好的生意時機，但相信不同地區均爭取與中國內地有經貿合作關係，期望未來內地、香港及捷克的關係更緊密，三方互利互贏。談到啤酒，Lubomir指捷克人愛飲酒，港人則以酒解壓，笑說：「We love beer！」（我們都愛啤酒）。捷克位於歐洲中部，融合東西歐文化，故有「歐洲之心」美譽。捷克另一個特色是「啤酒大國」，當地每年至少消耗17億公升啤酒，平均每人每日至少喝上一瓶啤酒，人均啤酒消費量達162公升，名列世界第一。位於亞洲、同樣融合中西文化的香港，近年亦與美酒拉上關係，據港府統計處數據顯示，進口香港含酒精飲料貨值自去年12.7億元增加41%至今年的17.3億元。2004年至2014年間，香港人均飲酒量由2.57公升增至2.8公升。

啤酒商港開吧 宣傳「豐胸」吸客

近期手工啤酒在港大熱，啤酒大國捷克亦不遑多

讓，有集團於去年8月決定在港開設酒吧，帶來具有傳統風味的捷克啤酒。Pivo Czech Bar經理Lubomir Sakmary表示，場內有當地著名品牌如Budar生啤、Pilsner Urquell生啤、Kozel Dark黑啤，其中Pilsner Urquell是使用皮爾森式(Pilsner)釀造法製成，酒精度多在5%以下，帶有淡淡甜味及具有標誌性的泡沫。啤酒有「鬼佬涼茶」之稱，捷克人更有一句諺語：「啤酒能造就好身材。」

Lubomir向記者指稱，捷克女孩愛飲Kozel Dark黑啤，因相信黑啤有豐胸功效。

他續說，酒吧每日至少有一名捷克人到場，他們多愛飲Budar生啤及Pilsner Urquell生啤，兩者均是味道較淡，宜配味道較重的菜式；港人同樣愛飲Pilsner Urquell生啤，貪其易入口。

Lubomir表示，捷克人最愛在小酒館飲酒談論政治，更會投訴生活及工作上不順心的事，但強調捷克人並非小心眼，只是表達對事件的看法。

Lubomir指，港人則多在下班後小酌數杯減壓，或三五成群的年輕人享受美酒佳餚。他又表示，香港有很多藝術活動及歷史建築物，最期待能到香港的海灘遊玩，因為捷克沒有真正的海灘，美其名只是一個小灘。



■在港開設捷克酒吧的經理Lubomir Sakmary。記者楊佩韻攝

信習近平訪問帶動兩地經濟

從啤酒上的泡沫談到經濟，Lubomir認為，去年酒吧的生意不景氣，相信今年仍需努力守業。被問到國家主席習近平到捷克進行國事訪問，並簽署中捷經貿和金融投資合作的20份協議與合同，會否有助兩地發展，Lubomir指，現時各國均爭取與中國內地有經貿合作關係，因為內地有很多發展機會，故相信習近平此行能帶動兩地經濟發展，亦期望港人因而多加了解捷克的文化歷史。

■記者楊佩韻

「金啤」發源地 傳統不輸德國

話你知

談起啤酒，不少人會立即想起德國，但其實鄰近的捷克也是啤酒王國；現時市面常見的金黃啤酒便是源於捷克的皮爾森（Pilsner）啤酒。在十九世紀，捷克啤酒多數使用原始的上層發酵法，以致啤酒色澤較為暗淡及混濁，皮爾森市居民已不能忍受當時啤酒的質量，遂於1839年自行集資成立「市民釀酒廠」。

新酒廠採用當時先進的下層發酵法，即酵母在發酵後期沉澱在酒桶的下方，且需要在較低溫下繁殖及發酵，發酵過程亦較慢。首先要將在攝氏7度至12度下發酵，及後再轉至0度至4度的低溫環境「窖藏」，故啤酒酒精度偏低，口感亦較為乾淨清爽。

酒廠亦專門聘請巴伐利亞著名釀酒師設計新啤酒的製作工藝，第一桶皮爾森啤酒終在1842年面世，帶有迷人的金黃色澤，故有「金色啤酒」之稱，啤酒及釀造法亦迅速在中歐地方普及。

及至十九世紀末，隨著現代冷凍技術引進中歐，下層發酵法已不需在地窖內進行，各地亦慢慢開始釀造皮爾森啤酒。現時著名的皮爾森啤酒品牌有Heineken、Amstel及Stella Artois等。談起飲酒用語，「Pivo」在捷克語解作「啤酒」；「Na Zdrav í」則有「乾杯」或「祝福」的意思。■記者楊佩韻