

線裝《笑傲》小龍秘笈現書展

640家展商破紀錄 盼劍意拳風吸客

香港文匯報訊(記者 楊佩韻)刀劍若夢，恩怨似風！武俠世界總教讀者陶醉其中，想試試書中的一招半式。今日起一連七日香港書展以「武俠文學」作為首次的年度主題，介紹8個不同年代香港武俠文學名家，書迷可到灣仔會展尋找各派系武俠名家留下的筆跡。有書商今日推出限時優惠，以半價出售金庸的散文集，限量100本，折實一本為44元。有書商首推武俠作品《武道狂之詩》的角色模型，每個售價逾千元。不過，多個書商均對今年書展生意持審慎態度，更有英文書商首度推出買一送一優惠，期望帶回消費熱潮。



■限量5套的線裝版的《笑傲江湖》。 楊佩韻 攝



■商務今年再推李小龙親筆撰寫的《截拳道之道》，料在展期內能售出1,000多本。 莫雪芝 攝

第二十七屆香港書展今日正式揭幕，有35個國家或地區，共640家參展商到場，按年上升9%，打破歷年紀錄。貿發局副總裁周啟良表示，去年書展普查發現，有近11%的入場人士是來自內地，當中8萬人是內地旅客，雖早兩年入場人次均突破100萬，但認為夏日天氣會影響市民入場意慾，故今年並沒有為書展入場人次訂下目標。不過他指，今屆書展有數個展覽，包括「筆生武藝——香港的武俠文學」及「絲綢之路」文化行：陝西與印度等，當中展出價值300萬元的印度土沉香及武俠作家的手稿等，相信會吸引不少市民進場。

半價售金庸散文集

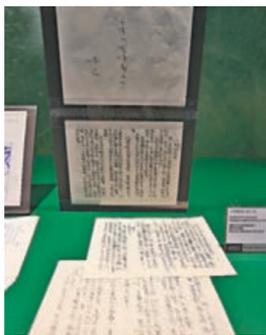
書展首設年度主題「武俠文學」，多個書商亦推出一系列產品，專售金庸武俠小說系列的明河出版社負責人何小姐指，今年有限量5套的線裝版的《笑傲江湖》出售，每套約售2,000元，相信很快便會售罄。中華書局助理總編輯黎耀強表示，每日均會推出指定書籍半價優惠，今日便有金庸散文集《尋他千百度——金庸集》以半價出售，折實一本為44元。

他續稱，如要找金庸與香港電影的關係，可以看《星光大道——五十年代香港影壇風貌》一書，從另一個角度去看金庸。

除了為人熟悉的金庸外，香港武俠文學家仍有後起之秀，天窗出版社高級商務及銷售經理張俊文指，喬靖夫的《武道狂之詩》是其成名作，今屆書展首推書中角色荆裂及虎玲蘭的角色模型，前者售1,280元，後者為1,080元，料會吸引書迷搶購。談起武俠，怎少得李小龙。商務今年再推李小龙親筆撰寫的《截拳道之道》，料在展期內能售出逾千本，並配有數本講述李小龙生平的書籍，期望能掀起武術熱潮。

被問到對今年銷情的看法，各書商均對今年書展生意持審慎態度。商務負責人梁麗嫻指，去年以填色書為暢銷書籍，「個人入場都要帶填色書，但今年未睇到有任何大熱暢銷書」，故對今年書展生意持審慎態度。張俊文認為，今年書展的生意會與去年相若，「即使有升幅亦不會超過10%」。何小姐則認為，看實體書人愈來愈少，擔心書籍銷情受到影響。

書商睇淡銷情，有英文書商「Page One」首推特別優惠，更是今日起實行。負責人表示，今年經濟不太好景，期望在展期內推出買一送一優惠，期望帶回消費熱潮。



■黃易《大唐雙龍傳》手稿。 莫雪芝 攝



■黃易《封神記》手稿。 莫雪芝 攝



■價值300萬元的印度土沉香將會展出。 莫雪芝 攝



■張俊文指，喬靖夫的《武道狂之詩》是其成名作，今屆書展首推書中角色荆裂及虎玲蘭的角色模型，前者售1,280元，後者為1,080元，料會吸引書迷搶購。 楊佩韻 攝



■周啟良表示，夏日天氣會影響市民入場意慾，故今年並沒有為書展入場人次訂下目標。 莫雪芝 攝

書展內容簡介	
日期	2016年7月20日至26日(周三至周二)
時間	7月20日、21日、24日及25日 上午10時至晚上10時 7月22日及23日 上午10時至午夜12時 (展覽廳3開放至晚上11時) 7月26日 上午9時至下午5時
地點	灣仔會展
票價	成人票：港幣25元；小童票：港幣10元*
票務優惠	上午進場票(中午12時前進場)：成人及小童均每人收費10元 免費再進場：凡以正價購買7月20日或21日門票者，憑票尾能於7月22日、23日或24日晚上7時後再進場
*註：3歲或以下小童及65歲或以上長者免費進場	

資料來源：香港貿發局 製表：楊佩韻

特稿 貿易發展局副總裁周啟良昨日表示，今年書展將有多項新規則，包括在書展結束後，拍照記錄未有收拾垃圾或亂棄書籍的攤位，明年參展時會按價收取保證金，約每9平方米便收取5,000元至6,000元，確保不會再犯，以免書商將剩餘新書肆意棄置在會場內。周啟良指，大會關注書商棄書問題，規定書商所有展品、貨物及其他物料，必須於閉幕日下午5時後才可搬離會場，並清理攤位內的垃圾和廢物。他續稱，已聯絡兩間志願機構，在最後一天將書商放到回收箱的書籍轉贈至有需要的人士；舊雜誌和宣傳單張則會回收再造。周啟良指，今屆書展除了有兩個與武俠文學有關的展覽外，亦配合近期大熱的「一帶一路」議題，推出「絲綢之路」文化行：陝西及印度展覽，展出兩地別具文化特色的展品，讓讀者了解古代貿易的文化交流。如陝西盛唐三彩、西周青銅器、兵马俑、絲綢錢幣、秦磚；印度書畫、民族服飾、茶葉、擺設、食器等，當中印度小說家Mishi Saran則於7月25日詳細講解玄奘在印度的故事，讓市民從多種途徑探索他國的文化。場內有來自澳門的書商亦推出與「一帶一路」有關的書籍，包括《海上瓷路——粵港澳文物大展開幕》、《洛港東帆——十八世紀中法海上絲綢貿易港》等，有興趣的書迷可以到場看看。

■實習記者 李慧宜、記者 楊佩韻

重收保證金 嚴打棄書商

城市「隱地」展 共採用地良方

香港文匯報訊(實習記者 鍾昊華)香港人口密集，土地資源有限，需要通過多種方式提高土地供應以滿足未來的社會需求。為了讓香港市民更好地了解香港未來的土地發展，香港規劃署及土木工程拓展署首次聯合舉辦「城市印象@隱藏的土地資源」展覽。展覽主要內容包括展示前石礦場以及岩洞作為隱藏的土地資源在未來的發展方向，為香港提供可持續發展的土地資源。

是次展覽由今日起至9月28日在中環愛丁堡廣場三號展館展出。規劃署署長凌嘉勳昨日在展覽開幕禮上致辭時表示，希望通過展覽宣傳香港城市規劃，並鼓勵市民發揮創意，共同思考如何善用土地資源。

展覽以安達臣山道石礦場和南丫石礦場為例，向公眾展示重用前石礦場的創意方案。安達臣山道石礦場和南丫石礦場已停運多年，實施修復工程後，兩個前石礦場將形成新的地貌，其中前安達臣石礦場可提供40公頃可發展土地，未來將發展為可容納25,000人口的住宅社區；前南丫礦場可提供20公頃的平地，發展潛力巨大。

土木工程拓展署高級土力工程師岑家華指出，發展岩洞有諸多優點，且香港利用岩洞已有成功例子，發展潛力巨大，眾多外國成功例子值得借鑒。他續說，香港大學於2009年利用岩洞重新安置兩個水務署海水配水庫，保護了附近三座歷史建築物並保護原有山體植被，明顯降低對周邊

環境的影響，「相比挖掘整個山體的明挖方案，岩洞方案更節省85%挖掘物料量。」他指出，挖掘岩洞利用了岩石本身的支撐性，對地表影響極少。

他表示，香港山體眾多，兩大主要岩石為火岩及花崗岩，硬度較高，且適合發掘岩洞的土地面積達64%，發展潛力巨大，「岩洞用途廣泛，不僅可容納不受市民歡迎的設施，如廢物轉運站以及污水處理廠，且可以利用其溫度穩定、信息安全性的特點，用作檔案庫、數據中心以及娛樂設施。」他舉例指出，瑞典Pionen數據中心、挪威國家檔案館以及美國Mega Cavern綜合娛樂設施等都是利用岩洞的範例，值得香港借鑒。



■由規劃署及土木工程拓展署合辦的「城市印象@隱藏的土地資源」展覽開幕禮。 梁翹彝 攝

昂坪360推夏日賞蝶遊宣保育



■來自「龍耳」的小朋友合力將蝴蝶黏上。 華鏜鏜 攝

六合彩 MARK SIX
7月19日(第16/081期)攪珠結果

7 21 27 33 46 47 4

頭獎：—
二獎：\$1,376,260 (5注中)
三獎：\$68,720 (267注中)
多寶：\$80,644,000

下次攪珠日期：7月22日



■李詠姚(右三)預期海外旅客人流會上升。 華鏜鏜 攝

香港文匯報訊(實習記者 華鏜鏜)夏日炎炎，當然不能只待在冷氣房內，應到處遊覽，過一個充實的暑假。昂坪360日前推出「蝶舞360仲夏賞」，冀融合藝術與自然，介紹蝴蝶生態，提升市民的保育意識。除了精美主題佈置外，亦有蝶舞表演，更會舉辦親子生態攝影大賽及手工藝工作坊。

香港約有240多種蝴蝶，而大嶼山是逾100種蝴蝶的棲息地，佔全港四成，環保協進會主席邱榮光指出，昂坪是香港五大觀蝶地點之一，因位處高地，如林蔭、矮灌叢林以及向陽山坡等的獨特生態環境，與日常平原略有不同，吸引不同種類的蝴蝶棲息，當中包括有「登峰」習慣的蝴蝶，還有不少罕見品種，如俗稱「昂坪三寶」的草黃弄蝶、鉤型

黃斑弄蝶及東亞雙眼蝶。

邀「影蝶父子」主持工作坊

昂坪360同時邀請有「影蝶父子」之稱的生態攝影師鄺家賢及其6歲兒子，於8月14日及21日主持親子攝影工作坊，介紹蝴蝶種類及特性，並教授拍攝蝴蝶的技巧後，參加者可沿特別設計的觀蝴蝶路線，以相機捕捉不同形態的蝴蝶，競逐「昂坪親子生態攝影大賽」，有機會贏取價值1萬元的家庭攝影套餐。

為配合主題，昂坪纜車站展出了由香港展能藝術會展能藝術天使、患有先天性聽障的唐詠然設計，與來自慈善機構「龍耳」聽障家庭的小朋友，共同完成的創意藝術裝置「仙笛蝶舞360」，以

過期的廢棄宣傳單張及舊酒箱，模擬竹笛子並繞成圓圈寓意理想的共融圈，宣揚「與大自然和諧共存，同時傷健共融」的信息。唐詠然更於7月底到8月中旬任教「共融蝶藝工作坊」，與小朋友以手工藝呈現各種形態的蝴蝶。

昂坪360市務總管李詠姚表示，希望到場的市民及遊客除了遊玩外，還能透過是次活動吸收保育知識，並了解大自然，預計人流與去年相若，平均每日5,100人次。

她表示，自去年成功申請旅遊發展局的海外推廣宣傳對基金約200萬元進行推廣後，來自泰國、菲律賓及印度的遊客比去年同期上升30%，本年再次獲批99萬元，預期下半年會看到成效。