

討好亂港暴徒 企業自毀商譽

抽廣告脅迫傳媒 放任侵權片辱警 商界籲勿屈從

為封殺報道示威者暴行的資訊，又或者繼續煽動抹黑仇警，近日有商戶疑似為討好激進網民，聲言要從TVB抽廣告，或製作仇警或辱警廣告以抽水，更有商戶眼見產品被侵權作政治表態亦默不作聲。多名香港商界人士昨日在接受香港文匯報訪問時批評，這些企業利用抽起廣告宣傳以脅迫傳媒的做法，非常不理智，也不可取；他們偏幫激進勢力的做法，也是等同向暴力屈服和投降，最終是自毀商譽和聲譽。

■香港文匯報記者 子京、尹涵、甘瑜

寶礦力水特香港官方專頁近日在facebook對客戶查詢作出的回應，聲稱鑑於目前社會情況，該公司於上周已決定抽起並取消所有在無線電視（TVB）平台上的廣告等，隨即被激進網民「讚揚」，形容是「良心企業」；快餐連鎖店必勝客、美國信諾環球保險等商戶亦被指「跟風」，聲稱不再在TVB落廣告云云。

同時，香港吉野家藉仇警情緒製作「抽水」廣告；迪士尼則默許激進網民侵權使用其「反斗奇兵4」預告片，配上粗言穢語及政治鼓吹內容，以進一步煽動社會仇警和仇恨政府的情緒。

營商政治化 反常兼添亂

香港工商總會主席王庭聰批評，這些企業將在港的營商活動變得政治化，屬不正常的做法，「在面對政治事件上，企業受壓或偏幫激進分子，等同向暴力屈服和投降，對社會已造成很壞的影響。」

香港中華出入口商會會長林龍安指，香港是最自由的經濟體系，這些外資企業完全是得益於香港法治和自由營商環境，但是這些企業竟因個別政治紛爭，而作出了不利自身業務發展的事情，實有悖常理，並呼籲有關企業應該反思自己的作為。

香港中華出入口商會榮譽會長張學修表示，這些外資企業藉廣告影響傳媒自由運作，不理性也非常不可取，希望各大商業機構不要隨意炒作事件，在網絡上引爆公眾情緒，這樣不一定能為品牌帶來良好效應，卻為社會添煩添亂，製造不穩定因素。

香港中華總商會副會長李應生指，新聞自由一直以來是香港核心價值之一，無論建制派、反對派均一致認同，並無異議，對於無線電視播出採訪事實片段，竟然成為眾矢之的，被某些商戶撤廣告「抵制」，實在令人費解。

他說，香港是一個自由經濟體系社會，商戶當然有選擇媒體投放廣告的自由及理由，但無論如何必

須認清是非黑白，切勿任由這股歪風蔓延及作出妥協。

損新聞自由 違商業道德

香港中華總商會副會長王惠貞說，這些企業利用抽起廣告宣傳脅迫傳媒的做法，非常不可取，是違背了自己的商業道德，「因為不合自己心意的報道，就威脅要抽廣告，變相是左右傳媒報道新聞的角度。」

香港中華總商會副會長曾智明指出，這些企業大都屬外資企業，難免會想到外國勢力利用商業活動干涉香港事務。這些企業將政治凌駕於商業，做法很不應該。

香港鑽石總會副主席胡劍江批評，這些外資企業利用抽廣告手段去針對本地傳媒機構，行為等同攻擊，實屬不義。他強調這種風氣不可助長，任何企業都肩負起社會責任，不應利用自己公司的商業行為，去破壞當地社會的安定和諧。



■設計圖片

「寶礦力」依附暴力 梁振英籲抵制

特稿

聲稱「追求民主」的激進網民為封殺與自己不一樣的資訊，近日企圖以壓力迫商戶抽起在TVB賣的廣告。本月9日，網上流傳寶礦力水特香港官方專頁在社交網站的訊息，內容稱「鑑於現時情況」，已決定抽起在TVB的廣告，並「正在檢視」未來在TVB落廣告的計劃，和已要求TVB回應「公眾關注」云云。該回應令寶礦力頓時成為「抗爭者指定飲品」，同時引起不少市民的反感。事隔一日，寶礦力就於社交專頁中貼出其公司香港大塚製藥的聲明，表示對本月9日的回應所造成的「不便」致歉，但聲明沒有點名該公司為「誰」造成不便及向「誰」致歉。全國政協副主席梁振英昨晚發帖，批評寶礦力黑白不分，「我呼籲全國消費者，全面抵制寶礦力。」

激進分子為封殺對自己不利的新聞資訊，點名不同商戶企圖脅迫商戶不再於TVB落廣告。寶礦力突然混一趟「政治水」，雖然被激進網民形容「寶礦力是良心企業」，成為「抗爭者」的「新寵」，但有不少網民不屑這種打壓新聞自由的舉動。「On Chan」直言：「報道真相都唔得就請你走啦！多你一個又唔發財，少你一個又唔會餓死！」

TVB：新聞採訪堅守中立

TVB發言人向傳媒回應事件表示，因應最近經濟情況及政治事件，少數個別廣告客戶希望押後其宣傳計劃，或調動廣告時間，「本台會視乎個別情況作出處理，對公司業務並無重大影響。」

發言人強調，無線電視的新聞採訪一直秉持中立、專業及客觀原則，並確保報道準確及持平，「於近期示威及衝突事件中，本台記者堅守崗位，第一時間在現場直播，透過提供多角度畫面讓觀眾親眼目睹現場實況，公正不偏報道事件。」

TVB並對寶礦力本月9日的訊息表示極度遺憾，「任何對無線電視不恰當的打壓，均不會影響本台公正不偏、客觀持平的新聞報道原則。」

TVB發言人在接受傳媒訪問時則推測，寶礦力的言論可能是希望討好示威者，但做法等同對暴力低頭，並強調法治是香港基石，寶礦力水特正當做生意，合法營商不應受干預，也不應和不能向暴力低頭。

事隔一日，寶礦力就於社交專頁中貼出其公司香港大塚製藥的聲明，表示對本月9日的回應所造成的「不便」衷誠致歉。部分激進網民隨即倒戈相向，聲稱「以後買水動樂（另一競爭品牌）啦」。

除了寶礦力，據報信諾環球保險等商戶昨日紛紛抽水搶曝光，先後聲稱要結束與TVB的廣告合作，更紛紛要求TVB「檢討」，主動將品牌政治化；有網民稱收到快餐店「必勝客」回覆，指將完結與TVB的合作。「Tempo Hong Kong」被問及有關問題時則稱，「Tempo喺該媒體上嘅廣告已經完結，我哋亦正重新檢視宣傳策略。」

任仇恨污染品牌 迪士尼變「敵視嚟」



有激進網民日前將《反斗奇兵4》的預告片改為反對修訂《逃犯條例》的宣傳片，雖然有關做法明顯涉及侵權，原本老少咸宜的影片更被配上粗言穢語，更以不實情節去煽動社會上的仇警情緒，但迪士尼方面一直未有採取行動或予以譴責，這種默許態度引發出更多人侵權改圖作政治宣傳。昨日，網上流傳多個以迪士尼影視作品為藍本侵權政治宣傳，包括將《獅子王》、《海



◀▲連登仔改圖惡搞警察。 網上圖片

底奇兵》等片的宣傳海報改圖為辱警海報，成為仇警文宣作品的底板。

日前，《反斗奇兵4》的預告片被反修例分子「創作」成《「反送中」4》影片，內容不但抹黑修例、污蔑攻擊警察及政府官員，更充斥各種粗言穢語，對社會尤其是青少年產生了極其不良的影響。不過，迪士尼方面就此事卻一直保持沉默，未有回應香港文匯報就事件的查詢，事隔多日仍未見任何舉動。

沉默縱容催生了更多類似作品，不少激進網民「越改越興奮」。昨日，香港文匯報記者在網上發現，迪士尼影業王牌之一的《獅子王》，就被網民改圖為「撕紙王」，其「The Lion King」亦變成「The 拉人 King」，以侮辱警員到大埔撕走四處張貼警員個人私隱資料的單張；《Finding Nemo（海底奇兵）》則變為「Finding Memo」，以誣衊警方撕去所謂「連儂牆」上其他「Memo紙」。

除了影視作品被利用，迪士尼自己亦「招牌不保」，被網民改稱為「敵視嚟」，其對違法行為的默認放任，終被無情反噬。

吉野家發辱警財 廣告獻媚「起底者」

特寫

保護警員私隱都可以被「抽水」？在公眾場所隨意張貼，本來已涉嫌違反法例，而大埔墟地鐵站附近行人隧道的所謂的「連儂牆」上，近日出現針對個別警員的內容，貼出個別警員的樣貌、住處等個人資料，涉嫌違法。警方昨日凌晨派員到大埔所謂的「連儂牆」，清走含有警員個人資料的單張內容，未有清走其他紙張，但繼續被反對派大做文章，聲稱警方「全副裝備」、「大陣仗」去撕「Memo紙」。

有反對派網民就將「清紙」的警員辱為「撕紙狗」，更將在香港俗稱「獅子狗卷」的「竹輪」KEY在各警員頭上。快餐店香港吉野家昨日竟借機抽水，為自己產品作宣傳，發帖稱「唔准叫我獅子狗」，暗示撕「Memo紙」的

警員為「狗」云云。該帖更稱「想食獅子狗，唔只大埔有。野可以亂食，名唔可以亂叫」，更以「冇身份證」去附和網上所謂必須要出示委任證的荒謬言論。

有關帖文雖然獲得一批激進網民「叫好」，但有網民則批評吉野家不尊重警員，表示以後罷食吉野家。網上亦有不少人不認同這種自行將社區某處改為所謂「連儂牆」的行為，直言「清潔香港，人人有責」。

警察隊員伍級協會主席林志偉表示，部分警員的情緒的確稍為躁動，但並非不守紀律，市民若有不滿，可循合法途徑投訴，並質疑將有關警員的相片和個人資料張貼出來，做法是否恰當。

他續說，警隊近來執勤時承受前所未有的工作和心理壓力，不少警員除了要超時工



■吉野家抽水。

fb 圖片

作，執勤時還要承受無理和刻意挑釁和辱罵，這些行為為未有人質疑，但相反警員就動輒被公審。