

時評

公帑買播映權不會噉

全港市民今年又可免費睇奧運喇，大家相約屆時一起撐港隊和國家隊！特首李家超昨宣布，特區政府已成功購入2024巴黎奧運會及殘奧會的播映權，並跟三間免費電視台達成轉播安排。播奧運的公帑開支，肯定不會噉，其所衍生的龐大體育、經濟、社會綜合效益，已夠抵償成本有餘了，而且當局還可進一步想方設法收回成本。所以，怎樣把相關奧運效應發揮到極致，才應是社會各界討論的關鍵所在。

算體育帳，精英化、專業化、盛事化、產業化、普及化，施政報告為香港體育發展訂出方針。奧運效應催谷體育熱、運動潮，大大有利推動體育普及化，尤其是提高青少年對體育的興趣熱愛，自然就可培育更多運動員，形成良性循環；精英化方面，已進入成效初顯，誕生愈來愈多世界級運動員，上屆奧運就斬獲1金2銀3銅，既是歷屆之冠，更相當於歷屆總和。今屆全港市民再齊看直播、同聲打氣，運動員成績必可更上層樓，提高鼓舞作用。受惠於此，運動員既可收穫更多獎勵，加上政策持續支持改善待遇，投身職業運動員的人數與日俱增，有利體育專業化之路踏入正軌。

算經濟帳，奧運效應肯定刺激消費。近日大獲好評的國際七禮大賽提供了成功經驗，可推而廣之用於提升奧運效應。比如再在中環海濱直播賽事，連同商場、食肆等同步直播，便可帶動嘉年華效應，炒熱氣氛帶動市民外出消費，惠及零售餐飲市道。而且配合奧運多搞活動，比如善用明星谷高人流，借力市場激發創意活力，皆可進一步強化賽事群聚效果。要使漣漪效應擴大，尚可趁奧運期間再於播映地點舉辦市集，日夜都繽紛、區區都精彩，吸人氣，聚財氣。還可賦能盛事化，既吸引境外旅客，又鼓勵本地消費。另以產業化言，不單涉及體育本身的產業化，還可連帶推動整條產業鏈上下游的發展。其實，加強體育健康，有助降低醫療開支，其效益無可限量。

算社會帳，奧運效應提振士氣，增進和諧，加強團結，也有利宣揚愛國愛港精神。每次奧運，特別是觀看直播時，均為愛國愛港熱情的高漲時刻。看見運動員奮力拼搏，觀眾無不熱血沸騰，特別是每當港隊和國家隊取得佳績，大家都與有榮焉，自豪感與歸屬感油然而生。奧運帶出的社會氣氛和精神力量不可小覷。

所以，用公帑買播映權絕對不會噉。基於保密條款，當局不可披露相關費用，但李家超昨透露，有關金額低於東京奧運播映權和以往商業機構購入播映權的價格，形容是物有所值。的確，播映奧運綜合效益龐大，物超所值有理有據。何況如李家超言，目前市場不足支撐電視台作大量投資投得播映權；當市場失效了，政府介入順理成章。當然，局方還須研究方法盡量收回成本開支，比如在刺激市道氣氛而自然推高稅收增加之外，跟免費電視台拆帳廣告收入、在舉辦市集時收取租金分成等等。總之，奧運效應大，免費播映可令效益倍化，各方應想更多招數，爭取再將其整體效果進一步發揮至極，促進香港正向發展。奧林匹克格言曰「更高，更快，更強，更團結」，香港也要好好發揮這種精神！

香港商報評論員 李明生

實事求是講好香港故事

高松傑

港事講場

近日港人北上消費成熱潮，筆者見 Facebook 執笠關注組爆紅，關注組日日 post 一些執笠的舖頭，水分甚重。但有港媒卻不斷引用及報道炒作香港店舖執笠潮，而筆者再三留意，一些平台平均有七成都是報道炒作香港負面的信息，正能量的資訊不足三成。筆者作為一位自媒體人，當然明白現在網絡年代，流量是王道，就如米飯班主，做標題黨、誇大內容博取流量也是理解，但比例未必太過分吧。

首先不斷炒作內地與香港矛盾，少報導兩地同胞正能量事實。近期港人北上消費，有港媒引述飲食界說復活節假期有80萬港人北上消費，所以引致食肆執笠。但是，復活節假期只得幾天，幾天便導致本地商舖執笠未免太誇張。筆者以前從事過零售界，因復活節不是內地假期，所以知道香港的生意在復活節假期必然比較靜，翻查2018年的數據，那時都有79萬多人離港。香港持續舉辦國際級盛事，帶動很多人流，個別媒體只懂唱衰不唱好，例如香港一年一度的國

際七人欖球賽明明是吸引了世界各地不少民衆到場觀賞，這三天球賽令不少餐廳的生意額增加兩至三成，更有負責人說「盛事救他們一命」，這些媒體又有否大力報道？

再講店舖執笠，香港是一座具有競爭力的國際城市，它同時還是一個獨立關稅區，有着自己的貨幣政策，在「一國兩制」下，保持原有的資本主義制度和生活方式。資金、商品、人才、技術、資訊一直都是自由和高度流通，流動性也很強，資金和人才進出進入，有人來有人走；同樣地，店舖有人開就有人執。在2023年底香港約有33.5萬間食肆，今年首季有3000間食肆執笠，其實也不到1%，絕對不奇怪。反之1月香港公司註冊處公布指2023年香港公司註冊數超13.22萬間，平均每天就有356家香港公司註冊成立，創自2019年以來五年的新高。截至2023年底，根據《公司條例》(第622章)註冊的香港本地公司總數為1430758間，較2023年增加39080間。從這些數據和發展趨勢中可以看出，香港作為一個商業和金融樞紐城市，依然保持着強大的吸引力和競爭

力，是全球貿易首選地之一，筆者想問這些媒體又為何不去大力報道？是否雙重標準？

多宣揚香港正能量

香港擁有優越的傳媒環境，擁有最先進的電訊科技，在「一國兩制」的安排下，有「一國」之利，「兩制」之便。實施香港國安法、完善選舉制度以至今年3月完成了基本法第23條立法的憲制責任和歷史使命，保障了香港的長期發展穩定。香港的傳媒環境十分蓬勃，傳媒機構數量不斷增加，不少國際通訊社、行銷全球的報章和海外廣播公司，都在香港設立亞太區總部或辦事處。香港的新聞和言論自由受基本法和《香港人權法案》保障，傳媒可以自由地在守法的前提下監察和批評政府。但筆者認為在香港邁向由治及興的新階段，香港一些傳媒應該要作出改變，放下誇大報道、博取流量的手法，多持平報道，多宣揚香港的正能量，強化社會責任，彰顯媒體應有的擔當，進一步凝聚社會共識，促進社會繁榮發展，助力向世界講好香港故事，才是正確的做法。

內地汽車製造業蓬勃發展

時事評論員 吳幼琪

市場探針

內地汽車年產銷數量已連續十五年蟬聯全球第一；去年產銷同比還分別進一步增長了11.6%和12%，兩者都超過了3000萬輛。近些年，內地大力研發電動化和智能化汽車，以及汽車電池，其中新能源車自2015年起產銷量也連續多年位居世界第一；去年新能源汽車產銷量分別完成958.7萬輛和949.5萬輛，同比增長35.8%和37.9%。由新能源汽車帶動，內地也成為世界第一大汽車出口國。從技術革命性突破、生產要素創新性配置、產業深度轉型的角度來觀察，勞動力、生產資料和勞動對象優化組合促進了內地新能源汽車的發展，提升了汽車製造業的全要素生產率，創新和產品質量提升該行業新質生產力發展和應用的佐證。當然，我們不能簡單地把內地汽車製造業等同新質生產力；事實上，汽車製造業的許多增值過程仍停留在傳統的運作經營模

式，談不上涉及什麼新質生產力。

汽車股仍待提振

股市是製造業等實體經濟的引伸，屬於虛擬經濟。股市能配置資源，現在內地的一些民營車企就是通過上市集資方式在短時間內集得了大量資金，使之具備了大規模投資研發、開展規模生產和走向國際的條件。資本化定價吸引了許多投資者，卻也得股市運行出現巨大的波動和不確定性。內地汽車行業迅速發展，不少車企更在境內外股市集資。在今日香港，許多人不知道理想汽車的型號、外貌和性能，卻都能談論理想(2015)的股價。而在港上市的內地私營汽車股，掛牌後股價大幅波動，一些尚未盈利的車企，它們眼下的股價甚至不及它們公開募股時定價的兩成，投資者則在相關的交易中分配彼此的財富。

2023年，內地車企銷售量排名以上汽集團超過502萬輛居首，一氣344萬輛、比亞迪302萬，吉利、長安、廣汽、東風都超過200萬輛，奇瑞、北利、長城等均過100萬輛。一般認為，車企實現規模經濟的年產量為50萬輛，起碼也需30萬輛。而如今在港交所掛牌的個別民營車企要實現規模經濟仍需要付出較大的努力。也正因為如此，一些上市車企股價往往受壓嚴重，特別在ADR交易時段。小鵬汽車(9868)希望在智能駕駛和飛行汽車等方面有所突破，即通過科技創新，發展原創性、顛覆性科技創新成果，培育新質生產力的新動

能。話雖如此，不扭轉眼下的虧損還是不行的。有分析指小鵬能在後年銷量過50萬輛並轉虧為盈，但那也只是一種預期。

競爭有助技術進步

中國內地是一個很大的市場，政府政策鼓勵造車，也鼓勵市場競爭；現在美國主要有4家車企，日本9家，中國內地則有35家主要車企，包括8家國企和27家私企。其實，中國內地和國際市場規模都是有限的，激烈競爭促使車企間爆發減價戰，也削弱了它們的利潤，使小型車企更難轉虧為盈。由於汽車製造業已成為中國新質生產力發展和經濟擴張的一種動力，眼下眾多車企間的競爭有利於技術進步和汰弱留強。而未來，有多少車企生存下來才是最佳狀態，現在仍難下定論，不排除車企間日後會出現一些兼併和收購。

目前，不少已上市的私營車企，儘管它們仍處於虧損，股價波動也很大，流動資產卻高於流動負債一倍以上，現金也很充裕，完全沒有過度負債的情況。從這一點來說，它們的財務是健康的，與內地房企的情況完全不同。中國在1957年出口了3輛汽車，55年後的2012年出口了100萬輛；2021年中國汽車出口則突破200萬輛，2023實現了491萬輛。儘管保護主義在美西方抬頭，中國汽車製造業仍能迅速走向世界，而且步伐較難停下來。可以這麼說，中國汽車製造業正處於興旺時期，在形勢一片向好的大氣候中，較多車企是有機會進一步發展起來的。

10所重點老年大學共聚合肥廬陽

老有所樂，樂在絲竹管弦的高山流水，樂在縱橫交錯的潑墨揮毫，樂在古韻悠悠的曼妙舞姿……在合肥主城區廬陽，火熱舉辦的各級老年大學正日益成為一顆顆璀璨明珠，串起老年人的幸福晚年，成為廣大長者精神家園。

「一校四區」扮靚首善夕陽紅

春光明媚，樂滿桑榆。前不久，廬陽區老年大學雙崗校區(雙崗街道老年教育中心)五樓教室內琴音悠揚，學員們正跟着專業指導老師學習電鋼琴。「這是我校今年春季在該校區增設的一門課程，在設置之前就摸排了轄區老年學員的意向，這門課深受學員喜愛。」廬陽區老教委常務副主任、區老年大學校長殷頌說。

今年初，雙崗街道老年教育中心獲全省鄉鎮(街道)老年學校2023年度省級示範校表彰，成為轄區唯一街道級「省級示範校」。作為廬陽區老年大學和雙崗街道共建共管的一所老年學校，這裏已開設教學班27個，學員900餘名，成為涵蓋聲樂、舞蹈、書法、瑜珈等多學科的綜合性老年教育基地。

雙崗街道老年教育中心是廬陽區「老有所學」氛圍愈加濃厚的一個縮影。近年來，廬陽區着力推動基層老年教育工作，持續提升基層老年教育辦學水平，不斷擦亮廬陽「老有所學」名片，扮靚長者的幸福晚年生活。目前，廬陽區老年大學有警苑、雙崗、海棠、杏花四個校區，今年春季學期開設聲樂、器樂、戲劇、體育保健、舞蹈時裝、書畫、攝影攝像、生活應用等課程。

「七級網絡」開啓老年教育新格局

「目前，轄區內的老年教育資源豐富，安徽省老

年大學六安路校區、安徽省委老幹部活動中心、安徽女子老年大學、安徽健康老年大學、安徽工商職業管理學院老年大學、合肥老年大學百花校區、合肥老年開放大學、合肥師範學院老年大學、合肥市經信委老年學校、廬陽區老年大學等十所老年大學(學校)集中運行，成為廬陽的一個特色亮點。」廬陽區老年大學相關負責人表示。值得一提的是，廬陽區老年大學與其他老年大學還經常性進行教育教學交流。據不完全统计，2024年春季，位於廬陽的老年大學(學校)共開班470餘個，招收老年學員約15800人次，較去年秋季分別增長9%和15.3%。

據悉，廬陽區老年大學春季招生80個班級、3000多人次，讓更多老年人在家門口實現老有所養、老有所學、老有所樂。同時，廬陽區還大力推進11個鄉鎮街道(經開區)老年學校規範化辦學，探索推廣三孝口街道老年教育中心與安徽福年華養老集團公司合作辦學、大楊鎮老年教育中心與安徽省健康老年大學合作辦學的新模式，鼓勵社會資本參與鄉鎮老年學校辦學，努力打造「一街一品，一居一特」的「老有所學」品牌，持續提升轄區老年群體「學習型」養老生活品質。

近年來，廬陽區根據老城區人口密集等特點，大力實施老有所學「暖民心行動」，積極盤活辦公用房、閒置校舍、文化館(站)、老年活動中心等資源，新建、改擴建區老年大學、11個鄉鎮街道老年教育中心、79個社區老年學校，努力辦好基層老年教育，已經形成了省、市、區、街(鄉鎮)、居(村)、高校、民辦七級老年教育網絡，打開具有省會城市中心城區特色、與義務教育「一老一小」相得益彰的老年教育新格局。

王凱 張青林 余森森

每月一日出版

2024年4月號已經出版

鏡報

THE MIRROR 月刊 香港民辦高質素權威綜合性雜誌

獲特許在中國內地發行

各省均有代理，高級酒店、賓館和國際機場均有擺售

封面特稿、社評、港澳政經

- 23條立法註定要載入史冊
- 兩大歷史性事件完成意義重大
- 23條的「死結」是如何解開的
- 香港融入大灣區邁出實質性步伐
- 馮華健：香港國際金融中心地位不容質疑
- 貝鈞奇：繁榮香港經濟 推動進出口貿易

神州動態、兩會專輯、國際聚焦

- 清明時節掃墓踏青熱浪湧動
- 從兩會觀察中國發展新動向
- 兩會全景呈現內政外交路線圖
- 兩會記者會外交「大格局」
- 何為敵友——變局下的俄羅斯抉擇
- 從北約「派兵糾結」看俄烏戰爭走向

台海兩岸、特稿

- 美在台軍備謀劃有何居心
- 微短劇爆火 小成本大收益
- 吳克儉、莊太量同大學交換生暢談「種族、移民、身份」

同德書報社代理發行
本港各大書報攤及
7-Eleven 便利店有售
VnGO 便利店

網址：www.themirror.com.hk

鏡報文化企業有限公司
香港灣仔告士打道 227-228 號和大廈 2 樓全層
電話：(852) 2576 9288 傳真：(852) 2577 4130
電郵：mjpb@mirrorpost.com.hk

