



# 工廈新商圈崛起 配套待改善



■吳小姐表示，平日亦會逛已活化的工廈商場。  
(溫耀麟攝)



■羅小姐表示，希望政府盡快活化工廈幫助小商戶。  
(吳緯庭攝)



■位於荔枝角的文化創意主題商場經活化後人流明顯增加。(陳惠婷攝)

### 觀塘工廈 / 地舖 / 商場舖租金

物業	面積(平方呎)	平均呎租(元)	租金(元)
成業工業大廈(某高層舖位)	約600	\$20	\$12,000
開源道(68號地舖)	約600	\$75	\$45,000
觀塘廣場(某高層舖位)	約584	\$154	\$90,000

\*商場舖位租金是同等面積工廈舖位租金的7.5倍。資料來源：美聯物業

### 葵涌工廈 / 地舖 / 商場舖租金

物業	面積(平方呎)	平均呎租(元)	租金(元)
豪華工業大廈(某中層舖位)	約510	\$16	\$8,200
寶星中心(打磚坪街1-25號地舖)	約890	\$48	\$43,000
葵涌廣場(某中層舖位)	約201	\$98	\$19,800

\*商場舖位平均呎租是工廈舖位租金的6倍。資料來源：28Hse 香港屋網

## 政策主導工廈活化

根據《2018施政報告》，原工廈活化政策從2010年4月開始至2016年3月結束，6年間政府共批出124份活化申請，整幢舊式工廈被改裝成新式商場、酒店、寫字樓或藝術工作室，如賽馬會創意藝術中心就是較有名的工廈活化項目。

位於荔枝角的某文化創意主題商場就是由工廈改裝而成的商場及辦公室，其最大賣點是拒絕連鎖店進駐，為本地特色商戶提供新發展空間，免受連鎖店壟斷影響。

在這裡租鋪經營的Cathy指，「選擇在此創業是因為租金便宜」，而且無論是平日還是假日，附近都有不少上班族和市民來消遣。來商場消費的吳小姐認為，活化後的工廈與一般商場截然不同，會有較多手作特色小店，而週末市集亦是吸引她前往消費的原因之一。

不過，這種規模龐大的工廈活化工程主要受政策影響，政府一旦叫停就停滯不前。而且，過去幾年已經有諸多報道反映，活化政策導致部分工廈的租金和價值被炒高，小商戶沒有真正受惠。

2017年中，行政長官林鄭月娥提出考慮研究重啟工廈活化後，地產市場反應積極，據某地產中介研究報告顯示，僅2018年1月全港共錄得478宗工廈物業買賣登記，總值達68.63億元，創9個月新高。

除政府主導工廈「活化」外，許多小商戶租

用傳統工廈創業，這種自發的另類「活化」令不少特色小店或食肆進駐工廈經營，吸引越來越多年輕人「打卡」消費，使觀塘、荃灣等工廈區變成熱門消費聖地。

麥先生常到觀塘工廈小店消費，他表示，「香港大商場過於格式化，商舖均一式一樣，進駐的商舖多數是大品牌連鎖店，缺乏新意。但工廈內商舖多元，集美食娛樂於一身，為香港人帶來新鮮感。」

小商戶之所以選擇在工廈開鋪，主要原因是租金低廉，且允許商戶以有較靈活的方式經營。在工廈開鋪的羅小姐承認租用工廈是「因為資金有限，不足以支持她在商場或地舖創業，但工廈可以幫助初出茅廬的小商戶降低創業成本和風險。」

事實上，據地產中介數據顯示，以觀塘為例，商場舖租是同等面積工廈舖租的七、八倍，而地舖租金也將是工廈租金的四倍。

## 宣傳、交通礙發展

行政長官林鄭月娥在《施政報告》宣佈重啟「活化工廈」政策，香港工廈將迎來新一波改裝潮。不過，無論是政策主導的活化工廈還是傳統工廈創業，都有需要面對的難題。

在工廈創業的羅小姐認為，相比商場或地舖，工廈的競爭力較弱，在工廈做生意並不容易。她解釋，「工廈的人流通常是附近上班的人，除節

假日顧客上門，平時的街客很少，商戶必須做足額外宣傳才能有效吸引顧客。」

顧客麥先生亦表示，工廈位置大多較偏僻，交通不及地舖商場方便，加上欠缺其他配套，有時也會影響自己到工廈消費的意欲。

羅小姐說，「希望政府除了活化工廈之外，也應改善附近的交通配套，方便市民前往工廈消費之餘，亦可增加人流，帶動消費。」

## 安全、衛生藏隱患

《施政報告》提出，為了善用珍貴的土地資源，活化工廈新計劃將放寬工廈用途，包括改建成過渡性房屋。但此前，不少工廈存在違規改變用途的情況，例如各種未經許可改建和違反契約使用等，加之大部分工廈樓齡長，裝修殘舊，設備失修，令安全和衛生問題成為工廈隱患。

對於各種違規操作，工廈店舖負責人羅小姐說：「雖然活化政策令工廈有機會改建成其他用途，但《食物業條例》和《消防條例》的申請程序實在太過繁複，令不少商戶卻步。希望政府一方面加快活化工廈，另一方面牽頭協調消防、衛生等問題，減少小商戶的經營障礙，也為市民提供安全優質的消費環境。」

香港恒生大學傳播學院助理教授陸觀勇認為，「現時工廈的潛在危機已相對減低，加上政府近年致力協助改善活化工廈，只要加快腳步，香港工廈的軟件及硬件均可得到改善。」

版面編輯、記者：  
吳緯庭 陳惠婷 溫耀麟

香港恒生大學（恒大）於12月5日舉行正名後首個畢業典禮，本屆共有逾千名畢業生。恒大校董會主席鄭慧敏女士及校務委員會主席鄭慕智博士擔任主禮嘉賓，多位校董、校務委員、教師及畢業生親友到場分享喜悅，場面喜慶溫馨。恒大校長何順文教授勉勵畢業生應選擇有意義、能讓自己真正快樂、實現志趣和價值的生活和事業。

# 恒大畢業禮

記者：金偉諾 鍾鎮洪

鄭慧敏寄語畢業生要不斷探索，挑戰自己。（香港恒生大學提供）



香港恒生大學協理副校長及傳播學院院長曹虹教授與畢業生合影。（鍾鎮洪攝）



畢業生與親友在校園開心留影。（金偉諾攝）

恒大2018年畢業禮向逾千位畢業生頒發碩士及學士學位證書，涵蓋多個課程，包括翻譯文學碩士（商務與法律）、商務翻譯（榮譽）學士、工商管理（榮譽）學士、企業管治工商管理（榮譽）學士、金融分析工商管理（榮譽）學士、管理學工商管理（榮譽）學士、新聞及傳播（榮譽）學士、供應鏈管理工商管理（榮譽）學士、管理科學與資訊管理（榮譽）學士、數據科學及商業智能學（榮譽）理學士及英國語文（榮譽）學士，其中79位獲甲等榮譽，7位獲得碩士學位。畢業禮上，恒大還向表現傑出的畢業班學生頒發獎項，超過110人次的畢業生獲得校內外設置的優異獎學金。

校董會主席鄭慧敏女士及校務委員會主席鄭慕智博士均寄語畢業生，無論人生旅程將他們帶往何方，都不要停止學習，要不斷探索，繼續挑戰自己，盡展所能。何順文校長致詞時衷心祝賀應屆畢業生，他表示畢業同學到達人生一個重要里程碑，除慶祝學業有成之外，也應當向一直在學習旅途給予支持的父母、師長、親友和學長道謝。

畢業禮中，數據科學及商業智能學系的黃浩嵐代表畢業生致辭，他答謝過去4年師長的耐心教導，感謝恒大提供自由多元的學習環境，鼓勵同學探索自己的潛能，作不同嘗試，培養獨立的思考及領導能力。黃浩嵐說：「我現時正擔任數據分析的工作，感謝恒大為我們奠定了堅實的學術基礎，幫助我實踐



畢業生在典禮上難掩喜悅之情。（金偉諾攝）

理想」。

畢業典禮還頒發「2017/18年度香港恒生大學卓越教學獎」予三位教師，嘉許他們在教學方面的卓越表現，表揚他們在教學上持續追求進步所作出的貢獻。三位得獎教師分別是人文社會科學學院英文系高級講師鍾可盈博士、傳播學院高級講師蘇銘恒先生，以及商學院市場學系副教授鄧子龍博士。

## 正名增社會認受性

恒管經過八年努力，終於在2018年10月30日獲行政長官會同行政會議批准正名為「香港恒生大學」，成為本港第十一間大學。何順文校長承諾，正名後仍然會秉持重視本科教育的理念，「我們的精力時間、投資、老師的努力全部著重本科教育」，致力提高私立大學的教育水平。他還說：「成績不是一切，恒大獲正名後可為中學生和家長提供另類升學選擇，提高學生質素。」



鄭慕智博士接受傳播學院學生訪問。（鍾鎮洪攝）



# 師生樂正名

畢業於工商管理學系的蔡旭輝目前在一間本地企業擔任審計工作，他認為恒大正名能提高僱主對畢業生的認受性，但畢業生的競爭力與他們自身才能有較大關係，他勉勵同學：「只要肯努力表現自己，發揮自己的潛能，日後定必會得到僱主賞識。」

吳竣華是數據科學及商業智能學系首屆畢業生，現於保險公司從事數據分析工作，他認為學校正名有助畢業生尋找工作，「正名之後，覺得學生認受性提高，雖然名字只是由學院轉做大學，但意義重大。」

畢業於新聞及傳播專業的黎諾瑤現已獲傳媒機構聘請擔任記者。她表示，作為恒大正名後首屆畢業生，她為學校成功正名感到高興。她對畢業後的起薪點感到滿意，但感覺學校正名對起薪無大影響，「因為學系本身在行內已有相當的名氣，我工作的機構以往亦有聘請恒大畢業生，僱主對恒大並不陌生。」

## 「博雅 + 專業」育全人發展

何順文校長致辭時強調，恒大「致力推動『博雅 + 專業』的教育模式，倡議博雅教育之蛻變力量，把優質教學和學生個人全方位發展訂為最優先目標，矢志成為區內具領導地位並以博雅教育為主導的私立大學。」在接受《傳新報》專訪時，何校長再解釋恒大這一教育理念，他認為大學應該給予學生創新、思考、人文關懷和社會責任等基本核心能力，「博雅不僅是訓練學生技能以方便將來找工作，而是教育學生一生人的工作、生活態度，幫助學生認識自己。」何校長說：「快樂不是靠金錢和社會地位獲得，最重要是能發揮所長，做自己認為有意義的事。」

為實踐「博雅 + 專業」的教育模式，恒大特別注重小班教學和住宿書院，師生關係密切。何校長說：「恒大的理念與公立大學以研究為主的方針背道而馳，故希望成為私立大學的『領頭羊』，以平衡私立和公立大學發展。」何校長還表示：「12分的學生足以完成學士課程。」他強調成績不是主要收生指標，更著重學生是否願意付出和主動成長，「我們認為達到大學最低標準皆是可造之材。」何校長認為，最重要的是學生認同學校的教育理念，在適合的教育環境中成長和增值，並不只是為得到學士學位而入讀。

## 師生情誼深厚

四年的學習時光眨眼過去，畢業生在離別之際對學校和老師心懷感激。

畢業生蔡旭輝表示，他最捨不捨一同共處四年的好友，怕日後大家事務繁忙，難再聚首一堂；他很感激恒大老師的教誨，「我的成績不是特別好，他們會想辦法使我在堂上更專注，又會主動了解我的學習進度與需要，對我的學習大有幫助。」蔡旭輝的父母亦感激恒大使兒子得到成長，「經過了這四年，他待人處事成熟了，比以前更懂事了，長大了不少。」

畢業生吳竣華感歎，「4年的學習生活不是一件輕鬆的事。」他亦指在這4年認識到不同的人，並學習不同的知識和經驗，是他在恒大的最大得著。

除了畢業生留戀大學生活，老師們亦有一番感觸。香港恒生大學協理副校長及傳播學院院長曹虹教授對畢業生感到不捨：「不單是我，還有其他老師，見到他們畢業像是見證自己小孩長大一樣。」

曹虹院長提到，今年畢業的同學是學校正名後的首屆畢業生，意義重大，她期望畢業生在社會和工作中應有更大責任感，發揮自己專業所長，為社會貢獻。她又寄語學弟學妹不但要承傳學兄學姊的優良傳統，更要繼續增值。



■恒大校長何順文教授勉勵畢業生不要跟隨社會既有公式去做事，要勇於走自己的路。（香港恒生大學提供）



■黎諾瑤為學校獲正名感到興奮。（金偉諾攝）



■吳竣華感慨四年的大學生活並不輕鬆。（金偉諾攝）

■畢業生與親友在校內偉倫廣場前留影。（金偉諾攝）



■畢業生與親友為學校正名感到非常高興。（金偉諾攝）

■不少畢業生到學校地標拍照留念。（金偉諾攝）





■ 陳小姐稱成為兼職 KOL 可帶來可觀收入。(受訪者提供)



■ Catgirl 表示拍片只為興趣，不料誤打誤撞成為全職 KOL。(受訪者提供)

網絡發展迅速，人人可做自媒體網紅，令 KOL (Key Opinion Leader) 急速崛起成為受年輕人歡迎的職業。該行業還改變傳統營銷市場，不少公司傾向利用 KOL 作為宣傳渠道，營造出全新的營商環境。

記者：吳綽庭 陳惠婷 溫耀麟



■ PewDiePie 是國際知名 KOL，卻因一句話導致形象受損。(網絡圖片)

# 娛樂變產業 人人做網紅

近年隨著 YouTube、Facebook 和 Instagram 等社交媒體普及，越來越多商家傾向選擇在社交媒體推廣產品或服務，令 KOL 產業崛起。例如 TVB 電視台在 2017 年 7 月就聘請了 9 位社交媒體紅人為新頻道作宣傳。

## 社交媒體令 KOL 崛起

KOL 與傳統明星有較大分別，他們以年輕人為目標受眾，透過社交媒體短片或直播進行宣傳，與粉絲有更多互動。受 KOL 影響，不少年輕人希望把興趣變成工作，希望成為 KOL 一分子，如熱愛玩電腦遊戲的年輕人可成為遊戲 KOL。

在 YouTube 擁有 4.2 萬訂戶的全職 YouTuber Catgirl 表示，「當初只是抱著玩樂的心態嘗試拍片，希望年老後可以回味一下。」

時下不少年輕人會透過網上平台分享自己的日常生活，Catgirl 則主要分享旅行和淘寶購物短片。她透露一開始只為興趣，沒想過將拍片變成一份工作，但後來發現上傳的短片有不少觀眾收看，個人頻道開始有一定數量的支持者，於是便決定將副業變成正職，開始踏上全職 YouTuber 之路。

香港恒生大學市場學系何國偉博士指出 KOL 受市場歡迎的原因。他說：「市場上資訊泛濫，傳統的意見權威逐漸失去影響力，而網絡紅人在網上有影響力，因而造就 KOL 的出現。在微觀方面，很多 KOL 會通過社交媒體與追隨者進行既疏遠亦親近的互動，久而久之建立起一種信任關係，加之資訊泛濫，追隨者就更信任 KOL 發佈的信息」，從而令 KOL 在市場上崛起。

## 一則貼文報酬過千

越來越多輕人看中商機，希望投身成為全職 KOL。在香港，KOL 有多個收入渠道。

首先是廠商廣告，即 KOL 跟廣告商或贊助商合作收取植入式產品宣傳費，這也是 KOL 最主要的收入渠道。但廣告費會因 KOL 的知名度、曝光率和平台而不同，所以 KOL 的收入並不穩定。

近年，不少廣告商看準人們樂於分享的心態，利用活躍於社交平台上的素人作宣傳，這種新興的 KOL 稱為「Micro Influencer」(微網絡紅人)。任何人只要社交平台帳戶擁有一定數量的追隨者，便可自薦或透過廣告商邀請參與廣告宣傳，從中獲得報酬。

KOL 的營銷手法有直接介紹商品及間接植入式行銷。何國偉博士表示，「直接介紹商品如產品使用示範、功能介紹、試用推介等，其中不乏利用粉絲們對自己的信任，以用家分享的



■ 何國偉博士認為，在網絡世界，人人都有可能成為一時權威擁，擁有很高人氣，但亦有可能在短時間內失去關注。(受訪者提供)

形式實行廣告推銷。間接植入式行銷則是在活動、照片或影片中放入商品而達到為商品宣傳的效果，有時亦會為活動場地增加人氣和知名度。」

陳小姐曾多次被不同品牌公司邀請拍攝廣告硬照並上傳到社交媒體。她介紹，「拍攝一至兩張照片並為產品寫上文字，便可獲贈該產品和得到可觀的薪酬。」陳小姐說：「一則貼文大概可獲得約 500 至 2000 元不等的報酬，若是較知名的公司便會願意出更高報酬；而有較多追隨者的 KOL，亦會收到比普通 KOL 多約一倍的報酬。」

陳小姐的社交平台有約 1000 個追隨者，且多數是 90 後。陳小姐解釋，這類年輕人常留意社交媒體，加上開始有經濟能力，所以她的平台更容易影響有消費力的

的新一代。她說，「找我的公司通常是美容產品或新款食品，他們大多透過社交媒體與我溝通，我答允後他們會把產品寄來，然後我親自為產品拍攝並上載，便會得到報酬。」

## 與平台合作分紅

「YouTube 合作夥伴計劃」是 KOL 收入的另一渠道。KOL 可憑藉 YouTube 頻道上的訂閱和觀看人數獲得分紅，但其角色較為被動。據了解，只要其頻道超越 1000 人訂閱，在過去 12 個月有 4000 小時的觀看時間，平均每日被觀看 11 小時，YouTube 便會自動篩選合資格頻道參與廣告分紅。YouTube 會在合資格的 YouTuber 影片插入廣告，並按其 CPC (每次點擊成本) 和 CPM (每千次曝光成本) 計算。但廣告不同，價錢亦不同，且廣告隨機播放，導致 KOL 沒有穩定收入。

此外，觀眾贊助也是網絡直播主的收入渠道。YouTube 和 Twitch 等平台有直播功能，KOL 可透過直播賺取觀眾贈送的虛擬禮物和現金，其後再與該平台瓜分，從而獲得收入。

最後一種方法是透過中介公司與 KOL 簽約，由公司定期委派工作，如出席不同活動或演出，包括電影、電視劇和廣告等，都能賺取收入。

## 人紅是非多

網絡紅人聽起來很誘人，但他們要生存並不容易，因為面對網絡和現實世界的輿論壓力，稍不留神就會出錯，對其個人名聲甚至心理都有很大影響。

Catgirl 認為，「KOL 的每一句話都可能帶來很大影響，最大的挑戰是要小心說話。」來自瑞典的 PewDiePie 便是一個例子，因為在直播遊戲時失言，衝動說出帶有種族歧視的話，被遊戲商和直播平台斷絕合作關係，同時惹來網民的指責和批評，導致形象受損。

## KOL 常推介產品

KOL (Key Opinion Leader) 即網絡紅人，是透過累積大量網民訂閱和關注並賺取收入的一種新興行業。目前在香港活躍的網絡紅人大致分為五類，即 YouTuber、Blogger、Gamer、實況主播和社交平台活躍人士。YouTuber 和 Blogger 顧名思義是在 YouTube 上傳影片或在個人網誌上分享文章的人。Gamer 是指在網絡平台直播或拍攝有關遊戲影片的玩家。實況主播是指在直播平台進行直播的人。最後是活躍於社交平台，定期更新、分享其日常生活或其他不同貼文的知名人士。香港恒生大學市場學何國偉博士認為，市場理論中的客戶關係分為 Awareness, Exploration, Commitment 和 Dissolution 四階段。KOL 的知名度和他們對粉絲的影響力能有效引起粉絲的注意，令粉絲對他們介紹的產品感興趣，產生 Awareness。KOL 對產品的介紹或示範令粉絲有更大興趣去深入了解產品的功能和相關資料，促成 Exploration。在 Commitment 方面，KOL 建立的信譽會令粉絲們對其推介的商品產生信心，催化成交的決定。有些 KOL 甚至設立自己的網店或 IGShop，直接與粉絲進行買賣交易。



共享單車滿佈單車徑，亂泊阻人。(黃俊安攝)

共享單車在香港越來越流行，運輸署資料顯示其使用量最高峰已達每天1萬人次，但同時亦引起違例停泊及阻塞通道等問題。為此，運輸署於9月28日公佈《無樁式自助單車租賃業務守則》，並與四間自助單車租賃營辦商簽署《無樁式自助單車租賃業務營運備忘錄》(又名《備忘錄》)，旨在推動行業自律和可持續發展。但《備忘錄》簽訂已逾兩月余，記者發現共享單車亂停泊的現象並無改善。

記者：黃俊安 高躍曦 陳翠敏

不少新界居民反映單車違例停泊的情況依然隨處可見。大埔區徐小姐指，她一直有用單車代步，海濱附近經常有不少於十輛單車胡亂放置於草叢、石壘等地，雖然未危及行車安全，但對整個社區環境造成影響。

### 棄置亂泊嚴重

小瀝源居民李先生指共享單車遍及新界各地，明白執法部門有難處，但批評單車公司應負上更大責任，「已結業的gobee.bike公司的共享單車依然隨意停放在新界各區，未有好好回收」。

青衣居民郭先生更試過一個月內遇上3次同一輛無法解鎖使用的ofo壞車，該公司每次只是退錢了事，一直未能交待何時能處理壞車。

記者日前在大埔、青衣和小瀝源發現，共享單車在城門河旁、東北公園及香港恒生大學附近被隨處擺放，當中大部分已經損壞，無法使用。

記者在城門河沿途的天橋底、河旁等地發現，約數十架共享單車翻側在路旁，雖然其中大多數仍能使用，但已出現明顯損壞，如油漆脫落、零件失蹤及部份生鏽等。除了違泊之外，更有共享單車被丟在城

門河、林村河和大坑渠中。

### 規管有灰色地帶

已結業的Gobee.bike曾向公眾表示，結業前每月約有800部單車需要維修，佔整體單車數量的兩成七。另外，渠務署2017年的打撈報告亦顯示，一年內在本港河道打撈到的共享單車超過400部。

對於違例停泊單車，政府至今沒有一套明確的法例監管。運輸署表示，他們只能根據幾項模糊的條例執法。例如《道路交通(泊車)規例》(香港法例第374C章)，「任何人不得在非指定泊車處停泊車輛(包括單車)」，亦不得在泊車處連續停泊車輛超過24小時。還有《土地(雜項條文)條例》中，不得在泊車處連續停泊車輛超過24小時。再有《土地(雜項條文)條例》(香港法例第28章)禁止不合法佔用未批租的政府土地的內容；以及《簡易程序治罪條例》(香港法例第228章)禁止放置任何物品以致對人或車輛造成阻礙、不便或危害等。

因為沒有清晰指引，運輸署才與各共享單車公司簽署《備忘錄》。但運輸署回應，新推出的備忘錄只屬「協商」性質，是與四間共享單車公司的共同



記者在大埔的單車舖向店家詢問附近共享單車亂停泊的情況。(黃俊安攝)

協定，「條款未具有任何法律效力，不設有懲罰。」

至於進一步行動，運輸署回應，「我們不排除考慮作出進一步規管共享單車，但我們必須確保規管制度切實可行，並且不會違反公平競爭的原則。」

運輸署表示，《備忘錄》着重利用資訊科技及以業界自律為本，配合相關部門監管，使自助單車租賃營辦商能負責任、自律和可持續地營運。但《備忘錄》並無規定共享單車的指定停泊點，針對違泊單車方面，現行法例及守則仍存在灰色地帶。

食環署向記者表示，他們不會主動清理街上的共享單車，強調這不是食環署清潔工人的服務範圍，如食環署收到有關負責部門的要求，會提供協助統籌和派員工清理。

### 小資料

#### 香港共享單車概況

##### HobaBike

- 單車顏色：白色
- 按金：\$368
- 收費：\$3 / 半小時

##### LocoBike

- 單車顏色：藍色
- 按金：\$99
- 收費：\$3 / 半小時

##### oBike

- 單車顏色：黃白
- 按金：\$350
- 收費：\$3 / 15分鐘

##### ofo

- 單車顏色：黃色
- 按金：\$99
- 收費：\$3 / 半小時

##### Ketch'Up Bike

- 單車顏色：紅色和黑色
- 按金：免按金
- 收費：\$2.5 / 15分鐘

## 單車回收各有各做

Gobee.bike已結業半年，但新界的單車路附近依然停泊著不少該公司的單車。傳統單車店老闆Peter透露了共享單車的回收問題，「Gobee.bike結業後，市面上有店舖負責接收那些單車，但購買共享單車的人很少，因為其售價跟一般二手單車價格相差不大，而且車種及性能不及傳統單車，所以買家普遍不會選擇。」

Peter還說：「大多數人只知道Gobee.bike結業，但不清楚由誰接管，由此衍生對購買共享單車是否合法的擔憂。」因此，傳統單車店對接收共享單車不感興趣，回收商亦沒有太大動機去主動回收共享單車。

ofo單車公司則回覆，該公司有招募一批「巡邏員」，負責處理單車隨意擺放或阻街的問題，每天進行巡查、維修，及按地區需求調配街上的ofo單車。他們表示一直與運輸署及相關部門保持聯絡，並向公眾提供多種聯絡方式，如市民發現街上有損壞的ofo單車，可聯絡公司以便安排維修或回收。據了解，其他共享單車公司亦有類似做法，惟截稿前未有回覆。



GoBee Bike結業後，該公司的單車仍隨處可見。(黃俊安攝)

# 抑鬱年輕化

## 走出困境定有法

香港醫學雜誌在今年9月公佈有關本港大學生抑鬱和焦慮的調查發現，在八間大學的1,200名本科生中，近七成受訪者有輕度至重度抑鬱症狀，約9%有中重度至嚴重抑鬱症狀。香港大學防止自殺研究中心9月發佈的本港最新自殺調查數據顯示，2016年15至24歲年齡層中，每十萬人就有超過10個人選擇以自殺結束生命，當中又以高中學生的情況最為嚴重。在香港，因抑鬱而自殺的人群有年輕化的趨勢。

記者：姚嘉琪 黎國榮

### 抑鬱自殺低齡化

香港青少年心理問題越來越嚴重，引起社會各界關注。浸信會愛羣社會服務處對本地約7,500名中學生進行「抑鬱焦慮狀況調查2018」，在9月公佈的結果發現，呈抑鬱徵狀的中學生佔51.5%，其中約25%的受訪學生更達到臨床關注水平的高焦慮徵狀。而本年度中學生首3項壓力來源是文憑試（21.5%）、學業（18.5%）及前途問題（13.4%）。

因為抑鬱症和自殺有低齡化的趨勢，政府在《2018-2019年度財政預算案》中亦宣佈從2018-2019學年開始增加公營小學資源，鼓勵學校根據校本情況，加強及優化社工及輔導服務，最終達至「一校一社工」，希望幫助學生處理情緒困擾問題。同時，政府計劃推行全港精神健康普查，將於2019年1月起分別調查6至17歲，以及15至24歲兒童及青少年的情況。



### 熱線電話不是萬能

香港撒瑪利亞防止自殺會統計2017年香港的自殺個案共有916宗，較2016年少38宗，不過10歲至19歲的青少年自殺數字由2016年的24宗上升到2017年的36宗，升幅高達五成。香港撒瑪利亞防止自殺會設有24小時的熱線電話，他們在2017年共接獲19,384人次個案，較前年上升477人次。

不過，香港理工大學曾受情緒困擾的潘同學卻發現，熱線電話作用有限亦有改善空間。他曾致電該熱線傾訴自己的難處，但話沒說完卻被義工告知要收線，因為熱線電話有時間限制，每一個電話約20分鐘，若想繼續傾訴便要再撥打一次。

潘同學說：「那一刻真的覺得自己很無助，而且覺得這個服務很不合理。要知道每次打過去接電話的都可能不是同一個人，難道我要不斷重複自己的經歷嗎？」潘同學希望通話時間可作彈性處理，才可在關鍵時刻真正幫助有需要的人，否則只會徒勞無功。

### 治療刻不容緩

社會福利署在2010年10月起成立精神健康綜合社區中心，旨在幫助精神病康復者或懷疑有精神健康問題的人士。中心專門負責15歲或以上的患者，有需要的人士可以自行向中心申請，或由醫生、社工等轉介。

社工黃姑娘接觸了抑鬱症患者3年，每個患者的康復期都不一樣。她見過快康復的個案可以半年到一年便完成，而慢的甚至幾十年仍走不出情緒困擾。黃姑娘指，關鍵是社工介入的時間，「如果患者是第一次病發，社工可以盡早介入，患者很快就可以康復到。」除了熱線電話和社工，其實香港也有很多心理輔導機構，只是費用不菲，一般學生很難承擔。

### 親友忌「不要不開心」

當抑鬱症患者找不到人傾訴，對身邊人又難以啟齒的時候，網絡討論區或社交平台便成為患者訴苦的地方。不過，在討論區亦出現過悲劇。今年6月在屯門曾發生三屍倫常慘案，女死者疑因濕疹困擾，揮刀殺死雙親，再以膠袋笠頭注入氫氣自殺身亡。報道出現後有網民懷疑，死者可能在連登討論區詢問氫氣自殺方法，在貼文中還有其他網民建議以膠袋笠頭自殺。可見，網絡留言不僅要慎言，還應以較正面的方式去回應，否則一不小心可能會鑄成大錯，危及他人生命。

黃姑娘還建議，「如果與求助者相熟，更可以約他出來見面、吃飯，以表示你對他的關心和支持。見面的時候，以聆聽為主，不要就患者的言語妄下判斷。傾談過程中亦要有耐性，可以好奇地發問，讓他說出自己的困擾。在適當的時候，可以有適當的身體接觸，例如拍肩膀、手、膝蓋去讓他回到現實，讓他意識到有人陪伴和支持。」

### 抑鬱症自測

1. 幾乎每天大多數時間情緒低落
2. 幾乎每天大多數時間對事物失去興趣
3. 體重顯著下降或上升
4. 幾乎每天都嗜睡或失眠
5. 幾乎每天的動作、思考變得遲緩
6. 幾乎每天都容易疲倦或失去活力
7. 幾乎每天都有無價值感或強烈罪惡感
8. 幾乎每天出現注意力不集中或猶豫不決
9. 經常出現負面想法，甚至想自殺

根據美國精神醫學會出版的《精神疾病診斷準則手冊》第五版(DSM-5)的診斷準則，至少呈現第一項或第二項症狀，再加上其他症狀，合共超過五項，並持續超過兩星期，大致可被診斷為抑鬱症。

■患上抑鬱症非盡頭，走出困境有希望（本報設計圖片）

### 網民回應

#1 自問自答 · 5個月前  
[學術討論]  
用氫氣自殺好似係最舒服？  
但又有人話缺氧會好辛苦  
同埋要吸入幾多先會死？  
救番機率有幾多？

#11 神醫聖藥 · 5個月前  
有個中學同學用膠袋笠頭灌石油氣自殺  
↑ 138 ↓ 7

#2 神醫聖藥 · 5個月前  
純氧唔係好啲咩  
↑ 27 ↓ 131

#15 神醫聖藥 · 5個月前  
有  
早排理大先有條女咁樣香左  
成功既  
↑ 31 ↓ 246





化妝師Ami正為新娘設計婚禮髮式。(由Ami提供)

# 妝點人生

## 獨當一面的新娘化妝師

有人認為，新娘化妝師只要懂扮靚就夠，但事實上她們不僅要精通化妝，更要一手包辦新娘的形象設計、髮型設計、花藝製作、攝影修飾甚至社交媒體溝通等技能，完全是獨當一面的職業強人。

記者：許麗怡 何慧盈

## 聘新娘化妝四大關注

### 1. 先試妝、試髮型

新娘在聘用新娘化妝師時首先要「試妝」。這會令準新娘知道化妝師擅長的妝容效果是否符合自己喜歡的風格。另外，有些化妝師在頭髮造型方面的技巧較弱，所以先試妝容和造型避免「中伏」。



### 2. 問清附加收費

為免產生不必要的誤會，在聘用新娘化妝師時需問清楚附加收費。例如上妝時用到的粉撲、補妝次數、髮型轉變次數是否包含在套餐內，都要了解清楚。

### 3. 要有良好溝通

新人對妝容的要求應主動向化妝師表達，若溝通不足，化妝師可能未必做到客人想要的效果。如果難以溝通，就無法把婚禮完全交托給對方。



### 4. 上網搜尋口碑

想要了解新娘化妝師的資訊，最方便就是上網搜尋化妝師的口碑，可以從別人分享的帖文中得知該化妝師是否適合自己。

## 競爭大但前景佳

在新娘化妝從業15年的Tramy表示，加入這個行業是因為興趣，畢業後修讀完化妝課程，考獲國際牌照（包括ITEC專業化妝師證書、CIBTAC美容證書、CIDESCO國際美容師執照等），感覺新娘化妝行業前景越來越好。她說：「無論如何，化妝這個行業是不可或缺的，未必一定是新娘化妝，一些拍攝家庭照、廣告或某些活動場合都需要化妝師，因此化妝行業仍有很大需求。」她還說：「目前香港人的家庭觀念較強，先不說再婚的人，現在甚至還有早婚的趨勢，所以化妝業前景很明朗。」

但是，近年新娘化妝的競爭隨著新人入行變得越來越大。Tramy表示：「想不被淘汰就必需定期進修，不停練習並突破自己。但是每位化妝師都有獨特風格，所以不太擔心行內競爭激烈。」

## 入行：拜師 / 證書

想成為新娘化妝師有兩個方法，一是報讀化妝學校的新娘化妝課程，另一個方法是跟隨專業新娘化妝師的學徒制。雖然現在新娘化妝師大多選擇以第一種方式入行，但Ami當初是經朋友介紹跟隨「師父」學習。她認為，加入化妝學校比較適合沒有門路、初入化妝行業的新人，因為這些課程通常會為學生提供證書及工作機會。但Ami前是美容專櫃化妝師，已接受過化妝訓練，因此她選擇跟隨「師父」有針對性地學習新娘化妝。

但Ami認為跟隨「師父」學習也有難處：「『師父』對學生要求很高，必須通過考試才能完成課程，我曾在其中一次考試中被評為不合格，當時有很大挫敗感，還當場哭了出來。」

她表示：「現在的新娘反而會看重我

們的作品集多於證書，例如新娘會從我們的作品集看化妝風格，再決定是否選擇我們。」

## 「樣樣全能」獨當一面

在化妝和髮型方面有專業技能是成為新娘化妝師的首要條件，但近年行內競爭加劇，新娘化妝師還須具備不同技能，除了要凸顯客人的美感並修飾她的缺陷，還涉及花藝、攝影及修飾相片技術。Ami表示：「每位化妝師都想有美麗的作品集供客人閱覽，所以化妝師可謂樣樣全能。」

近年，不少新娘化妝師會提供半永久化妝服務，Tramy表示：「提供一條龍服務可以使我們累積更多顧客，然後客人亦會把我們介紹給其他朋友，增加我們的收

入。」

新娘妝潮流在兩至三年會轉變一次，近年趨向簡約清淡的韓式妝容，髮飾亦以簡約為主，化妝師就要學會如何配合。Tramy表示：「通常我們會在批發店買保鮮花，然後回來自己製作些特別的款式，而且我們還要先入貨，預備供新娘子揀選。」無論是中式還是西式的新娘造型，新娘化妝師還會提供手作、訂製及買回來的髮飾。

此外，婚禮中化妝的時間拿捏亦十分重要。Ami表示：「假如新娘只給予你兩小時，我們便必須在兩小時內完成妝容，因此新娘化妝師必須在限定時間內達到水準，這是新入行化妝師會較難拿捏之處，也是新娘化妝具挑戰性的地方。」

## 良好溝通增工作機會

化妝師要推廣自己，在市場學方面也要具備一定的認知。除了在社交媒體上推銷自己，擴大人脈，新娘化妝師也要有相近行業的人脈，例如婚紗店主、攝影師等，這樣會增添新娘化妝師的工作機會。

Tramy表示：「跟攝影師關係好一點會增添我們的工作機會，其次還要多宣傳自己，例如在社交媒體上賣廣告，或開辦化妝興趣班增添人脈。」Ami表示：「我會在Facebook群組內尋找攝影師合作，或者會聯絡婚紗店問他們是否需要新娘化妝師」，主動爭取工作機會。

新娘化妝師不僅要熟悉婚禮的整個流程，懂得「執生」，還要及時給予新娘幫助。Tramy表示：「很多時候，我們還要兼顧姊妹的角色，例如協助新娘更衣，並在適當的時候提點她們，甚至要在婚禮流程上給予意見。」

■化妝師Ami為新娘化妝。  
(由Ami提供)



香港以樓價高、物價高、生活費高聞名於世，香港人都覺得「生存容易生活難」。但是，原來每年都有數以千計的青年從世界各地來香港體驗工作假期，他們對香港的工作文化亦有為港人所不知的有趣體會。本報與3名來港體驗工作假期的韓國青年探討過以上問題，他們雖然認同在香港生活費高昂，但香港的職場文化對他們仍然吸引。

記者：張婉儀 李佩芝

# 韓青看港職場： 最愛兩文三語

## 兩文三語最吸引

自2001年起，香港政府先後與澳洲、愛爾蘭、新西蘭、日本、加拿大、韓國、德國、法國、英國、奧地利、匈牙利、瑞典及荷蘭等12國政府簽訂工作假期計劃的雙邊安排協議，其中韓國是每年最多青年來港體驗工作假期的國家之一。

對於韓國青年來說，原來香港青年日常使用的三文兩語，竟成為了吸引他們來港的首要原因。大學剛畢業就來港感受工作假期的民秀表示：「香港使用三文兩語，我認為香港的工作環境可以驅使我學習英文，對我有幫助。」在香港的韓國餐廳打工的永燦大約25歲，他表示：「人們對於說粵語、普通話和英語是見怪不怪，很多人都能應答自如。但在韓國職場，人們一般只用韓語，英文也甚少用，在香港與人工作和溝通可以令我的競爭力有所提升。」

## 工作風氣自由平等

對於職場文化，韓國青年都不約而同地認同香港工作文化比較平等自由。在他們眼中，香港人工作時不太有韓國人那一套刻板的階級觀念，人們努力但比較自由地工作，亦不會受到酒文化帶來的壓力。

民秀和永燦都在韓國人經營的餐廳打工，而友情則在韓國啤酒公司香港部上班，兩份工作都需要接觸韓國人和香港人。民秀和友情都提出香港人的階級觀念幾乎沒有韓國的一半，做事方式比較自由，亦不會太過精神緊張。

友情以韓國為例：「打個比方，如果在韓國的職場文化中，即使我是前輩，但新來的後輩年紀比我大，我依然要說敬語，工作時不能過於指點，那個人亦可能因為年紀比我大而不聽我的指令。在韓國，就算年齡只差一年，也有階級觀念，這種文化十分普遍，令不少韓國人感到受壓。」她認為香港職場比較自由，這令她跟香港人一起做事時感覺很舒服。

## 酒文化大不同

另一方面，永燦提到韓國的酒文化：「香港職場的酒文化沒有那麼深入。在韓國職場，下班後如果上級說一起去喝酒，下屬就必須無條件地陪同，去了也不是真的喝酒聊天，而是要看上司臉色，要奉承。若下屬經常拒絕邀約，那就有可能會被上司加入黑名單或留下壞印象。因此，很多人為了籠絡關係和自保前程，只能硬著頭皮去陪上司喝酒。」

永燦還提到，「韓國喝酒有續攤文化，第一攤完了還要去二攤三攤，很多時候都要到凌晨才可以回家，休息的時間都沒多少。香港人有時也會在完成工作後喝一杯聊一聊天，但不太苛刻也比較輕鬆。」

因為韓國的酒文化，韓國的公司職員常常是下班後都較難有私人時間，反而是繼續承受因工作人事帶來的壓力。

## 勞保差別大

但是，友情亦提及香港的勞工法比不上韓國，不能令普通打工仔受惠，而「韓國不論兼職或全職員工，都受到保護和更加人道的對待」。

友情說：「韓國《勞工法》規定，職員於晚上11時後工作或加班，將獲得1.5倍的薪金。做兼職的人也受到保障，若兼職工作6天，將會獲得相等工作7天的薪水。」

除了她提及的《勞工法》，韓國國會於今年2月通過新版《勞動基準法》，其中規定每周工時由68個小時縮短為52個小時。另外，韓國對於香港經常出現的OT（加班）費，亦有法律保障員工，休息日安排員工加班不超過8個小時的公司，按照標準工資150%支付加班工資；超過8個小時的公司，支付200%加班工資。

友情認為，韓國政府在立法上明顯對勞工提供較大保障，但香港有關工時的法例只有合約工時，未有最高規管工時及法定標準工時，「香港的勞工法必須有所改善才能吸引外國人才來港發展。」



■永燦（右）與同事工作時亦會自己娛樂一下。（受訪者提供）



## 禮儀手惹誤會

香港人遞送或接收物件時，使用雙手能表現出尊重和禮貌。而在韓國，人們在遞交和接收物件時，通常會將左手放在右手的前臂下方或腹部位置，與人握手時亦是如此才顯得較為尊敬。但不是所有人都能理解其中的文化差異，友情曾因此遭到客戶的誤會和投訴。

有一次，友情見完香港客戶後，上司跟她說客戶對她的態度不滿意，認為

她不禮貌。經過回憶及細問之下才得知，原來客戶指責她握手及遞交、接收企劃案和合同時都使用單手，那時她才記起兩地的禮儀手很不同。

原來，她用了在韓國慣用的禮儀手對待客戶，因為左手放在右手下面不易被人看見，才引起誤會。最後，她通過香港同事與客戶解釋清楚當中的文化差異，才解開客戶對她的誤解。



■韓國人常用的禮儀手在香港可能被誤解。（互聯網相片）

### 傳新報編輯委員會名單

執行編輯：姚嘉琪 鄭樂儀 版面編輯、記者：陳翠敏 陳惠婷 鄭樂儀 張天朗 張婉儀 鍾鎮洪 何慧盈 許麗怡 姚嘉琪 金偉諾 高躍曦 郭思衡 黎國榮 李佩芝 李子和 吳綽庭 丁梓維 張健兒 溫耀麟 黃俊安 王惠雲