

大公報社評

井水集

剔除「偽裝者」「潛伏者」確保選出真正愛國者

「愛國者治港」作為「一國兩制」的核心要義，必須貫穿於「一國兩制」實踐始終，容不得絲毫偏離。但如何才能甄別誰是真正愛國者、誰是「偽裝者」？港澳辦副主任鄧中華昨日清晰地指出，只有做到六個「真心」，才算是真正的愛國者、才能夠成為香港的治理者。這一標準對香港未來將舉行的多場選舉具有高度的規範意義，必須得到全面貫徹落實。唯有如此，才能讓反中亂港分子出局，才能確保香港的長治久安。

「一國兩制」是前無古人的開創性事業，需要在實踐中摸索前進，不斷優化完善制度機制。習近平主席今年初在聽取特首連任時深刻指出，香港由亂及治的重大轉折，再次昭示了一個深刻道理，那就是：要確保「一國兩制」實踐行穩致遠，必須始終堅持「愛國者治港」。這是事關國家主權、安全、發展利益，事關香港長期繁榮穩定的根本原則。

為落實「愛國者治港」方針，中

央採取了一系列重大舉措，修改完善選舉制度也為此提供了重要保障。但是，不能以為完善了選舉制度，就萬事大吉了，就可以自動地把反中亂港分子拒之門外。要達到目的，有賴於選舉制度的執行者以及社會民衆能否有效甄別誰是真正的愛國者，能否把那些披着愛國者外衣的「潛伏者」「偽裝者」一一剔除出去。

在港澳辦主任夏寶龍年初提出的三條客觀標準之上，鄧中華昨日進一步提出六點要求：一是真心尊重和維護中國共產黨的領導；二是真心尊重和維護中國特色社會主義制度；三是真心擁護中華人民共和國對特別行政區擁有並行使主權；四是真心維護祖國統一；五是真心支持建立健全特別行政區維護國家安全的法律制度和執行機制；六是真正支持港澳融入國家發展大局。

這六點要求其實並非新的內容，與中央一直以來的治港方針，與「愛國者治港」原則內涵是一致的。事實

上，憲法明確規定中國共產黨領導是中國特色社會主義最本質的特徵，如果不真心尊重和維護中國共產黨的領導，又如何能做到「愛國」呢？所謂的「愛國不愛黨」，不論從事實邏輯還是政治倫理而言，都是講不通的。對愛國者的六大要求，必須在接下來的幾場選舉中得到全面貫徹，什麼人能入關、什麼人不符合資格，標準已經一清二楚，再無含糊之處。

中聯辦副主任陳冬強調，「愛國者治港」不是什麼高標準，也不是要搞「清一色」，而是對從政者的基本要求。只要真心維護國家主權、安全、發展利益，尊重和維護國家根本制度和特區憲制秩序，依法進入特區管治架構的大門是敞開的，發揮作用的舞台是寬廣的。必須指出，「愛國者治港」沒有討價還價的餘地，任何人想成為「治港者」，就必須自覺對照標準。我們堅信，全面準確落實「愛國者治港」，香港就一定會有更光明的未來。

《蘋果》員工勿當炮灰

壹傳媒五名高層涉「串謀勾結外力危害國安」罪被警方國安處拘捕，在該公司內部引起強烈的震撼。違法就要承擔後果，當此時刻，壹傳媒員工或要冷靜思考：是守法以自保，還是繼續替人賣命當炮灰？

實際上，即便警方採取了執法行動、發出了明確訊息，但該報仍然一條路走到黑。昨日頭版大字標題「張劍虹：大家要頂住」，同時刊出一篇早前對陳沛敏的專訪，陳在文中聲言「我哋有得揀，唯有堅守至最後一刻」云云。到底要「頂住」什麼、「堅守」什麼？如果面對法律也要「頂住」，面對違法行為也要「堅守」，會給員工帶來什麼？

「臨死也要找個墊背的」，說的就是「自己死也不讓別人活」的陰暗心理。如果真有員工聽信「頂住」，擇錯固執，結果與被捕被囚者會有兩樣嗎？

其實，對大部分壹傳媒員工而言，只是打一份工、領一份糧而已，

不是賣命，更不值得與被捕者捆綁。對管理層來說，現在是拿出勇氣、對同事們負責的時候，你們的決定不僅影響自己前途，也關乎員工利益。

隨著香港國安法落實，香港翻開新一頁，反中亂港勢力肆行無忌的日子已經結束，五名壹傳媒高層被捕亦警示「新聞自由」絕對不是違法亂紀的「擋箭牌」，日後不排除還有更多人被捕。《蘋果日報》內部不少有理智的人正在思考前路，不少人已經離去。離開不是畏縮，而是對家人負責；與反中亂港傳媒割席不是懦弱，而是出於對法律的敬畏。

壹傳媒窮途末路，每一位員工也走到前途命運的十字路口，抉擇的時候到了。保安局局長李家超近日呼籲正常新聞工作者應與違法者保持距離，這是善意的提醒，也可以說是嚴肅的警告。有道是，退一步海闊天空，切莫因今日的執迷不悟，換來來日的後悔莫及！

龍眠山

消費券360億商機 奇招制勝

電子平台聯同商戶派着數搶客

全城熱議

5000元電子消費券具體發放安排昨日「出爐」，面對總值360億元的巨大消費額，四家電子支付營辦商、全城商家紛紛出招搶佔商機。市民就熱議怎樣選擇最多着數的營辦商，有人更提出各種「奇招」延長消費券使用期，由購買超市現金券、點數卡到買金保值都有。多個大型商場亦宣布，與不同營辦商推出消費優惠。

大公報記者 鄭文迪



電子消費券有助催谷經濟。

政府昨日推出專題網站介紹電子消費券安排，四家營辦商亦更新電子消費券專頁，並預告將推出更多優惠。支付寶香港繼早前推出新註冊用戶優惠外，昨日宣布將與不同的本地實體店及網購平台等，送出總值超過10億元獎賞；WeChat Pay HK亦預告各種優惠將「加碼」；八達通則將於今日召開記者會，介紹即將推出的獎賞優惠詳情。

電子消費券更成為網上熱話。不少網民歡迎消費券終於有具體的發放時間，有人認為消費券使用範圍甚為廣泛，「今次聽民意，連搭車都有」、「可以一次過用好好多」，網民又紛紛留言討論消費券會怎樣用，有人指「買咗平時唔捨得買個啲會爽爽」，亦有人認為法相當「大路」，指消費券用於一個月交通、飲食及日用品就剛剛好。

市民諗計 延長使用期

有人創意十足，提出各種「奇招」延長消費券使用期，例如有人建議用消費券購買超市現金券、各式點數卡、Apple Gift Card等，亦有人認為現金容易貶值，建議用消費券購買金粒或金器保值。

根據消費券計劃安排，市民需在四

個營辦商中揀選其中一款登記使用。各營辦商網站資料顯示，支付寶香港、Tap & Go各自涵蓋約10萬商戶，WeChat Pay和八達通則分別有9萬商戶和6.2萬個餐飲零售點，包括多間大型連鎖超市、餐廳及電器舖。以支付寶香港為例，可用於多間電器店、名店、金舖購物，以至網上訂購酒店Staycation和自助餐。

商場推一系列獎賞

不少商場昨日亦宣布一系列消費優惠及獎賞，信和集團宣布，旗下八大商場將加碼推出更多消費優惠及獎賞，除了聯同支付寶香港及livi bank推出總值超過2000萬元的優惠及大抽獎外，未來亦會與其他支付平台合作，於電子消費券發放期間，分階段推出更多回贈及獎賞。

信和早前已與支付寶香港達成戰略合作，市民可將商場推出的數百萬購物現金券與政府消費券一同使用。

新地宣布，7月26日至9月30日期間，旗下12大商場將推出「消費券賞上賞」，會員以四大指定電子消費券支付工具，並於參與商場消費滿指定金額，可額外獲贈200元購物餐飲贈券，兼同時賺取會員積分。

八達通

7月4日至17日完成電子登記 7月18日至8月14日完成登記

第一期消費券 (2000元)

Table with 2 columns: 發放日期 (Release Date) and 發放日期 (Distribution Date). Rows: 8月1日, 9月1日.

第二期消費券 (2000元)

Table with 2 columns: 發放日期 (Release Date) and 發放日期 (Distribution Date). Rows: 10月1日, 11月1日.

第三期消費券 (1000元)

Table with 4 columns: 資格消費額 (Eligible Spending), 發放日期 (Release Date), 資格消費額 (Eligible Spending), 發放日期 (Distribution Date). Rows: 21年11月30日或之前, 21年12月16日, 21年12月31日或之前, 22年1月16日, 21年12月31日或之前, 22年1月16日, 22年1月31日或之前, 22年2月16日, 22年1月31日或之前, 22年2月16日, 22年2月28日或之前, 22年3月16日, 22年2月28日或之前, 22年3月16日, 22年3月31日或之前, 22年4月16日.

Advertisement for electronic payment platforms. Includes sections for '四大電子支付營辦商最新優惠' (Latest offers from four electronic payment operators), 'iPhone交易增值百元' (iPhone transactions worth 100 yuan), 'WeChat Pay' (WeChat Pay), and '新客戶多20元使' (New customers get 20 yuan more). Lists various consumer and merchant benefits for each platform.

Advertisement for electronic payment platforms. Includes sections for '支 Alipay HK 享70元迎新獎賞' (Alipay HK 70 yuan new year rewards), 'Tap & Go 拍住賞 可享不同折扣' (Tap & Go Snap & Reward can enjoy different discounts), and '消費者優惠' (Consumer benefits) and '商戶優惠' (Merchant benefits) for each platform.

消費券發放安排

資料來源：消費券計劃網站