

築牢文化國安屏障 遏止「軟對抗」不留死角

香港文匯報過去一連兩天獨家報道「獨立書店」、「獨立書展」的「軟對抗」亂象。昨日，香港文匯報翻查有關書店的資料，發現經營者均為反中亂港政客，從未停止抹黑香港、鼓吹抗爭的惡行，即使被揭穿真面目，仍態度囂張。借出版書籍、文化創作為「擋箭牌」，肆無忌憚煽動「軟對抗」，暴露相關領域是潛藏、滋生國安風險的「高危地」。

防範「軟對抗」、維護國安任重道遠，相關部門須填補維護國安的法律空白，將護國安工作做得更細緻到位，確保遏止「軟對抗」不留死角。

香港文匯報調查揭露，曾為前公黨區議員的獵人書店店長黃文堂，從未停止抹黑香港及宣揚反中亂港主張，其書店除了出售反政府或抗爭意識的書籍，更頻頻舉辦各種活動「吸金」，其「軟對抗」行徑遭揭發後，昨日更在社交平台叫囂「沒有收到傳票」，態度之囂張令人憤慨。

「獨立書店」、「獨立書展」鼓吹反中亂港思潮，與香港受法律保障的出版自由、文化創作的精神背道而馳。有人打着「言論自由」、「文化多元」的旗號胡作非為，搞「軟對抗」「無王管」，更加說明維護國家安全只有進行時，沒有完成時。

根據香港國安法第三條，香港特別行政區負有維護國家安全的憲制責任，應當履行維護國家安全的職責；香港特區行政機關應當依據香港國安法和其他有關法律規定有效防範、制止和懲治危害國家安全的行為和活動。《維護國家安全條例》第8（3）條規定，凡香港特區的法律授予某人（包括所有履行法定職能的政府部門、公職人員及機構等）任何職能，該職能須理解為包括維護國家安全的責任，及據此，任何人在作出執行

該職能上的任何決定時，須將國家安全視為最重要的因素，並據此給予適當的考慮，而在任何條例中與該等職能相關的提述，須據此理解。這意味着，特區政府所有部門（包括每位公職人員）均須克盡其責，維護國家安全。維護國家安全是一項持續的責任，貫徹於制訂、實施任何政策、計劃、項目的每個階段。

自香港國安法公布實施以來，特區政府不同部門，包括教育局、警務處、社工註冊局、職工會登記局、康文署、社會福利署及食環署等，都先後加入與國家安全相關的條款。審計署近年為政府部門「衡重量值」時，亦把維護國安列作一項指標。審計署曾建議文體旅局在撥款協議中加入維護國安指引。

文體旅局局長羅淑佩早前接受香港文匯報訪問時指出，會在資助審批、場地表演、展覽內容及圖書館藏等方面嚴格把關，杜絕任何不利國安元素，方向與做法值得肯定。接下來，特區政府應盡快在文化出版範疇加入相關國安條款，例如規定經營書店或文化業務者不得違反國家安全相關條例，書展、市集等文化活動的主辦方須承諾展陳內容、活動符合國安法律。同時，政府應鼓勵市民透過「國安處舉報熱線」，舉報「軟對抗」物品及活動，執法部門果斷採取行動，展示零容忍態度。

國安才能家安，維護國安人人有責，沒有旁觀者。市民須時刻警惕防範，明辨文化包裝下的「毒藥」，對可疑書籍、活動見疑即報，特別是家長應多加關心子女，保護年輕人免受不良思想的荼毒；商店東主應加強警惕，免被利用作宣傳平台；區議員和關愛隊應加強關注所屬社區的情況，積極配合政府多舉辦宣傳教育活動，多管齊下防範「軟對抗」。

加強跨境網購監管 保障消費者權益

粵港澳三地消費者委員會昨日聯合發布消費提示，提醒市民跨境網購內銷商品需謹慎。隨著粵港澳大灣區融合發展，跨境消費更趨頻繁，要求網購平台完善標識和警示字句，有助提醒消費者了解所購買產品的適用情況，減少爭議。粵港澳三地消委會應進一步完善跨境網購監管和投訴機制，讓消費者在自己的城市就可以便捷地進行跨境投訴，為大灣區居民提供便捷、公平的消費環境。

港澳居民跨境網購內銷商品，為港澳居民提供了更豐富、多元的購物選擇。但由於部分商品受內地政策法規、物流成本、商品性質及營銷策略等因素影響，僅面向內地市場銷售，港澳居民購買相關商品，容易因不了解情況，導致消費權益得不到充分保障。

法律標準的不同是跨境網購的首要問題。港澳與內地在產品標識說明、品質標準要求等各方面存在差異。內銷商品只需符合內地相關規定及標準，港澳消費者購買前若不仔細查閱產品詳細資料、功能說明，極易引發消費糾紛。

運輸流程的複雜性也給消費者帶來困擾。跨境網購涉及商戶發貨、內地物流運輸、集運倉代收及暫存、跨境運輸、本地派送或自取等多個環節。集運倉通常只檢查包裹外層包裝完整性，不提供開箱驗貨服務。若消費者在簽收時發現商品破損，責任難以界定，容易陷入多方互相卸責的困境。特別是購買貴重、

易碎商品時，消費者很可能遭受損失。

退換貨亦是跨境網購的一大難題。相比實體店購物，網購退換貨情況更為常見。但內銷商品到達集運倉後的後續物流安排需消費者自行處理，退貨費用往往由消費者自行承擔。即使商品存在品質問題，商戶也可能拒絕承擔跨境運費。

此外，跨境網購還涉及海關監管問題。例如近期蔡涌一名男童從「拼多多」買來煙霧彈玩耍釀成火警事件，就暴露出網購平台出售可能違反香港法例的違禁品，反映出跨境網購規管存在漏洞。

面對跨境網購的問題，完善消費者權益保障有現實必要。首先，網購平台應承擔起相應責任，完善標識和警示字句，確保消費者了解所購買產品在自己居住地的適用情況。其次，完善跨境退貨和換貨的服務是關鍵。平台應提供清晰的退換貨政策和流程，降低消費者的退換貨成本和風險。三地政府和相關部門應加強協調，建立高效的跨境物流體系，解決跨境物流不暢的問題。可以探索建立跨境退貨中心，統一處理跨境退貨業務，提高退貨效率，保障消費者權益。再者，三地消委會要完善投訴機制，建立統一的大灣區消費者投訴調解平台，簡化跨境消費糾紛處理流程，幫助消費者高效解決爭議。

長遠而言，三地應努力推動消費標準互認、標準統一，制定統一的產品質量標準、服務標準和消費維權標準，這不僅有利於保障消費者權益，也能將大灣區消費市場的餅做大。

國產電動車港市佔逾三成半 比亞迪擠下特斯拉成銷冠

「品牌導向」轉「實用導向」 上半年三大國產品牌進登記量六強



●圖為比亞迪在港熱賣車型「SEALION 7」，其以3,676輛登記量，成為本港「最搶手車款」。

資料圖片

多個國產電動車品牌 打入港私家新車排行榜

運輸署上半年新車登記量首六位	數量（輛）	市場佔比
2025年上半年		
比亞迪BYD	4,902	26.7%
特斯拉Tesla	3,889	21.1%
寶馬BMW	1,019	5.6%
極氪ZEEKR	848	4.6%
豐田Toyota	781	4.3%
小鵬汽車XPENG	770	4.2%
2024年上半年		
特斯拉Tesla	5,083	25.3%
比亞迪BYD	3,827	19%
寶馬BMW	2,615	13%
平治MERCEDES BENZ	2,112	10.5%
上汽大通MAXUS	1,143	5.7%
司麥特SMART	896	4.5%

資料來源：運輸署

豪華體驗親民價格贏得港人心

香港文匯報訊（記者馬翠媚、實習記者黃安琪）國產電動車近年在香港市場取得突破性進展，有分析認為主要歸功於三大優勢。首先是領先技術與大灣區供應鏈優勢。灣區內地城市擁有完整的電動車產業鏈，從電池生產到整車製造都具備世界級水平。這種地理優勢使得國產品牌能夠快速響應香港市場需求，並保持穩定的零部件供應。

其次是高性價比的產品定位。國產電動車在配備電動按摩功能、智能座艙、真皮座椅等高端配置的同時，價格僅為海外豪華品牌的30%至50%。這種「豪華體驗、親民價格」的策略，成功「打動」到精打細算的香港消費者。

第三是持續優化的售後服務，主因國產品牌深刻理解售後服務對消費者信心的重要性，因此不斷擴展及優化服務網絡，為香港消費者提供更全面、便捷的綠色出行方案。

比亞迪推電池終身保用承諾

以上半年銷冠的比亞迪為例，其熱賣車型「SEALION 7」，以3,676輛登記量，成為本港「最搶手車款」。作為國產電動車的領軍品牌，比亞迪在香港的成功絕非偶然。該品牌自2013年進軍香港市場以來，便持續投入資源完善本地服務網絡，更是眾多品牌中有設立全港唯一的原廠客服團隊，嚴格監管經銷商服務品質，



●比亞迪位於香港灣仔的陳列室。

資料圖片

同時確保售後體驗。目前，比亞迪在香港已擁有15間覆蓋全港的維修中心及展廳，提供便捷的售後支援，並率先在業界推出電池終身保用承諾，以提振消費者對電動車電池的信心。

線上叫車快速增長 高德地圖港使用量增逾三成

香港文匯報訊（實習記者劉一萌）暑假旅遊旺季重臨，阿里巴巴（9988）最新公布的平台數據顯示，7月至今，集團旗下高德地圖香港的使用量按年增長逾30%，反映香港數碼出行服務日趨普及。集團又指，高德地圖的流量優勢為香港出行市場帶來了巨大的增量空間，而根據第三方QuestMobile數據，高德地圖月活躍用戶數量逾8億，隨着香港用戶持續攀升，將為的士車行帶來更穩定的訂單增長。

阿里巴巴表示，通過接入高德技術，自去年起聯同「幫到你出行」、「好的出行」等香港本地車行，透過接入高德技術方案，實現了對的士車

隊的數字化管理，並通過在線服務評價系統，提升服務透明度，形成「好優質服務就有好帶動收入」的正向激勵機制良性循環。過去一年，「幫到你出行」的司機平均收入增長超10%，高德地圖現已成為車行的重要客源渠道。

阿里認為，香港出行市場正經歷結構性變革，線上叫車需求快速增長。另外，特區政府運輸署本月已向首隊的士車隊發出正式牌照，特區政府運輸及物流局局長陳美寶上周六表示，將修訂法例，強制規管所有的士均要在車內安裝「三寶」，即包括車Cam（車廂攝錄機）、行車紀錄儀及GPS（全球衛星導航系統），以及要求所有

的士司機必須提供電子支付方式。

Visa推現金回贈撐「的士車隊活動」

為了支持特區政府「的士車隊活動」，Visa昨宣布，即日起至年底推出乘車優惠，單程消費滿100元，可享每程10元現金回贈，是次優惠適用於內地及港澳台地區發行的Visa卡持有人，並支援Visa「Tap to Pay」的網約車應用程式及車載POS終端機。目前全港近1,500輛的士已配備支援「Tap to Pay」POS終端機及網約車應用程式。隨着「的士車隊活動」啟動，Visa料未來一年將有約2,500至3,000輛的士提供Visa感應式支付服務。