

「同鄉文化推廣」首年度逾40萬人次參與

新財政年度批出38項申請 今年6月起活動陸續展開

為加深市民對其家鄉的認識及歸屬感，弘揚愛國、愛港、愛鄉的精神，行政長官李家超在2023年施政報告中宣布推出「同鄉文化推廣計劃」，為期3年。由2024/25年起連續三個財政年度每年預留1,000萬元資助額予同鄉社團申請，用作舉辦推廣家鄉文化和傳承、團結在港鄉親，以及促進兩地交流的活動。民政事務總署日前回應香港文匯報查詢時指出，據申請團體提供的資料，首年度在推廣計劃下舉辦的38項活動，有超過40萬人次參與。總署表示，於今年4月開始接受2025/26財政年度的推廣計劃資助申請，在一個月的申請期內共收到111份申請。考慮了相關準則，包括申請機構的聲譽和經驗、活動與計劃的內容等後，批出其中38項申請，資助總額合共約1,000萬元，項目類別與首年度計劃同樣多元，相關獲批項目由今年6月起陸續展開。

●香港文匯報記者 鄭治祖



「同鄉文化推廣計劃」資助多項活動弘揚愛港愛鄉精神。 資料圖片

「同鄉文化推廣計劃」的資助範圍相當廣泛，只要性質為非牟利並符合推廣計劃的目標，資助項目的活動形式亦不限。從民政事務總署網站上可見，首年度推廣計劃的獲資助並已完成的申請涉及共38個多元化項目。總署表示，各同鄉社團於每宗申請獲批的資助額由10萬元至19.5萬元不等，資助總額合共1,000萬元。

項目以實報實銷方式發放

不過總署亦註明，各項獲批申請實際的資助金額

是在項目完成後以實報實銷的方式發放，因此實際資助額或會較獲批資助額少。

首年度獲批項目主要分三類

首年度獲批項目主要分為三類：一，**推廣家鄉文化和傳承活動，共20項**，例如由27個省級同鄉社團共同舉辦的同鄉社團家鄉市集嘉年華等同鄉節慶及嘉年華，以及藝術表演、文化體驗活動等，以加深市民對家鄉歷史、風俗文化、經濟發展、自然和人文資源，以至飲食、特產及手工藝等的認識，向

市民推廣家鄉文化特色；

二，**團結在港鄉親的活動，共8項**，如香港北京社團總會舉辦的「感謝有你——手拉手心連心送溫暖活動」等，透過家訪為在港鄉親及弱勢社群送上節日問候和家鄉特產、組織鄉親共慶回歸祖國和國慶或參與義務工作等，以加深在港鄉親聯繫和情誼，促進同鄉積極融入和服務社區等；

三，**促進兩地交流的活動，共10項**，如香港福建社團聯合舉辦的「閩港青年海上絲綢之路文化交流團」等，讓香港的家庭或青少年踏足神州大地尋根

探源，親身感受國家的發展和成就，認識家鄉文化，促進他們與內地家庭或青少年及相關團體的交流，提升他們對國家的歸屬感和民族自豪感，為愛國主義教育作出貢獻。

總署回應香港文匯報查詢時亦提供數據指，據申請團體提供的資料，家鄉市集、民族文化嘉年華等推廣家鄉文化和傳承活動的參與人次累計至少逾40萬，家訪送暖、加強與社區聯繫等團結在港鄉親活動有逾一萬名市民受惠，而促進交流的活動則約有1,000名年輕人受惠。

首屆「黃永玉」國際青年版畫藝術家展覽開幕

香港文匯報訊（大公文匯全媒體記者 郭悅盈、劉毅）由香港大公文匯傳媒集團、香港特區政府文化體育及旅遊局等聯合主辦的首屆「香港「黃永玉」國際青年版畫藝術家扶持計劃」年度展覽昨日開幕。展覽匯聚來自中外的111位青年版畫藝術家，通過「以版為言」、「版啟新象」、「版藝傳馨」、「畫說龍江」四大板塊，呈現中國版畫藝術在歷史記憶、當代語境與未來創造中的多元面貌，展現扶持青年藝術人才、推動中外文化藝術交流的宗旨。展覽亦設有抗戰勝利80周年特別展區，展出《大公報》抗戰相關版面。展覽展期至8月6日，免費入場。

「香港「黃永玉」國際青年版畫藝術家扶持計劃」，由香港大公文匯傳媒集團、香港特區政府文化體育及旅遊局、香港特區政府民政及青年事務局、中央政府駐港聯絡辦宣傳文體部聯合主辦，得到香港藝術發展局及北京市文學藝術界聯合會聯合支持。計劃致力於挖掘優秀中國青年藝術家，每年為入圍藝術家提供媒體報道、年度展覽、交流創作等支持，並推動中國版畫藝術的國際化發展，為香港建設中外文化藝術交流中心注入強勁動力。

李大宏分享三點建議

香港大公文匯傳媒集團董事長兼大公報社社長、香港文匯報社社長李大宏致辭表示，「香港坐擁『一國兩制』的制度優勢，深植中西合璧的文化基因，既是中國文化走向世界的『橋頭堡』，亦是世界文化融入中國的『試驗田』。我們希望通過推行這項計劃，讓香港成為青年版畫藝術家的『創意樞紐』，讓內地與香港的藝術新銳，在這裏與國際同行碰撞思想火花，並借由這個平台躋身全球視野，讓版畫藝術在多元對話中綻放新彩。」



●首屆香港「黃永玉」國際青年版畫藝術家扶持計劃年度展覽昨日開幕。

大公文匯全媒體記者林少權 攝

他圍繞青年藝術家如何成為時代風氣的先覺者、先行者、先倡者，創作出更多有筋骨、有溫度、有價值的文藝作品，分享了幾點建議：「第一，當以敬畏之心深耕文明根脈，讓創作始終錨定民族精神的坐標；第二，當以開拓之志突破創作邊界，讓藝術在時代浪潮中勇立潮頭；第三，當以開放之懷搭建文明橋樑，讓文化藝術成為溝通世界的紐帶。」

羅淑佩盼青年拓寬國際視野

香港特區政府文化體育及旅遊局局長羅淑佩致辭表示，「在一生的藝術實踐中，黃老展現出濃厚的家國情懷與人文精神，年輕藝

術家亦應當以黃老為學習榜樣，積極拓寬國際視野，在培養世界觀的同時亦應心繫家國，銳意在國際舞台弘揚優秀的中華傳統文化。藝術承載歷史，也指引未來，我衷心希望年輕一代的藝術家們能全身心投入藝術創作。」

黃永玉之子、藝術家黃黑蠻致辭指：「家父曾在青年時期於《大公報》工作，擔任美術編輯，日常為報紙刻製木刻插圖和繪製插畫，並自稱是『大公報的小兵丁』。那段創作密集的時光，是父親藝術生涯中極為重要的一章。」

本年度藝術家扶持計劃自啟動以來，近千名深耕版畫藝術的青年才俊踴躍參與，最終111位風格鮮明、表現出眾的青年藝術家成功入圍，他們分別來自內地、港澳地區，以及英國、美國、意大利、阿根廷、哥倫比亞、韓國等。



●香港大學工程學院智能出行實驗室和星群的士推出融合人工智能與優化方法的「智能派單決策」系統。

香港文匯報記者萬霜霞 攝

星群的士夥港大推AI派單系統

香港文匯報訊（記者 李芷珊）香港大學工程學院智能出行實驗室與星群的士合作，今年1月起收集的士營運數據，推出一套融合人工智能（AI）與優化方法的電召的士「智能派單決策」系統。系統會即時整合並評估叫車者與的士距離、預測的士剩餘電量，以及前往接載乘客的路程有否擠塞等數據，從中篩選出最佳配對組合，再指派最適合的司機接載乘客。

可析多元數據 逾160輛的士已配備

星群表示，車隊現時有逾160輛的士已配備該系統，相信隨着規模擴大至425輛的士，可大幅提升車隊的運力利用率，縮短乘客的候車時間，並改善司機的接單體驗。

港大工程學院土木工程系、智能出行實驗室主任柯錦濤昨日在記者會上表示，研發該系統有兩大重點，其一是星群的士主要使用電動車且24小時運作，司機常因無法預判完成訂單後是否需要緊急充電而產生「電量焦慮」，為此團隊開發AI電量預測演算法，整合天氣、路況、駕駛習慣及乘客行程等多元數據，透過深度學習模型精準推算剩餘電量。

另一重點是設計出實時、基於人工智能的派單算法。柯錦濤解釋，系統採用雙模式機制，廣播模式是將乘客訂單消息推送至周邊司機供其「搶單」；派單模式則由系統直接指派司機，司機無權拒絕或每日僅有極少數拒接機會。他舉例指出，倘若司機在堅尼地城接獲上環至北角的長程訂單時，因接客距離短且行程效益高，系統會向其派單；反之乘客起點位於九龍而且是短途行程，導致司機需要過海接載，即使的士電量充足，系統仍會保留運力等待更高價值以作匹配。另外，即使平台收到高收益訂單，只要的士電量瀕臨耗盡，系統便會自動拒單。

星群的士創辦人及執行董事鄭敏怡補充，即時訂單主要用於指派模式，「這樣才能較快、更有效率地派單。」至於預約訂單，則未能在指派模式發揮作用，因的士司機都要照顧家人，例如需先接送家人上班方能開工，未必能即時處於乘客起點附近。

接單效率有顯著提升

針對市民反映透過星群的士應用程式叫車等候時間較長，鄭敏怡解釋，本港地圖識別功能與用戶實際選項存在差異，但強調司機接單後會主動與乘客溝通確認上車地點。她承認，車隊營運初期曾出現一些問題，後續情況已見改善，尤其在引入「智能派單決策系統」後，接單效率與接單量均有顯著提升。柯錦濤表示，若能持續累積行車數據訓練人工智能算法，將令派單系統更精準及高效，吸引更多司機與乘客加入平台。

柯錦濤透露，港大會繼續與星群的士合作開發一系列新算法，例如「空車巡邏算法」協助司機解決在街上找乘客的問題，透過分析數據提示司機哪些區域的叫車需求較高，指引他們前往該處接載乘客。團隊亦會開發新算法為的士司機推薦候車人數較多之的士站。針對日益普及的電動的士，算法也會為司機推薦合適的充電站，讓他們可在休息時段為的士充電。

工展會購物節吸約5.4萬人次入場

香港文匯報訊（記者 唐文）一連四天的工展會購物節昨日落幕，今屆首設家鄉風味區，售賣內地特色美食。主辦方中華廠商會表示，展覽會期雖遇上連日暴雨，但仍無阻市民及旅客的熱情，吸引約5.4萬人次到場。香港文匯報記者昨日所見，不少市民拖着行李箱掃貨尾搶優惠，有人豪花逾千元購入正宗山西醋；亦有商戶推出100元五包湯包，部分商品低至一折甚至1元。惟大部分商戶表示，今年銷情受天氣影響未如理想，盼望經濟環境早日回暖。

今屆工展會購物節分八大主題區、合共300個攤位，其中「Chill飲Chill食區」和「為食Guide」主題區會在每天下午「為食Happy Hour」時段，推出半價或更大優惠的限定美食，並供市民現場試食。購物節亦首設家鄉風味區，市民無須北上即可購買內地特色美食。

夫婦再入場花1200元買醋

天文台於昨日中午一度發出紅色暴雨警告，香港文匯報記者下午到場直擊，人流確較往年遜色，不過仍有不少人拖篋入場購置心頭好。鄧氏夫婦已是四天會期內第二次到場，昨日花費約1,200元購買食醋和醋飲料等，「我們是專門來買山西醋，老年人喝這個軟化血管，對身體好。前兩天來買過一次，感覺很正宗，市面上不容易買到，今



●工展會購物節昨日煞科。

香港文匯報記者北山彥 攝

（昨）天再來入貨。」

朱小姐昨日花費數千元購買食物及飾品，「每年都會來逛，喜歡這種集中的賣場，我喜歡比較小眾的串珠項鏈，手鏈也有得買，今（昨）天買了好幾條。」

大部分展商認為今年購物節銷情一般，部分商戶僅錄得以往70%銷售額。陳皮攤位負責人李先生向香港文匯報表示，已連續參展5年，今年銷情最差，「主辦方宣傳已經很盡力，只是現時經濟環境疲弱，市民消費比較謹慎，加上連續幾天下大雨。」他指明年會繼續參展，「作為小商戶只能保持希望，自己繼續努力，等情況好轉。」

內蒙古食品攤位職員張小姐表示，已將100元3包的湯包減價至100元5包，但銷售情況仍不及預期，「去年參展成績還不錯，今年較差，我們的產品沒有網店有賣，應該不是網購衝擊銷情。」



●不少市民拖着行李箱掃貨。

香港文匯報記者北山彥 攝

展商建議下次派購物券

保健品攤位負責人李女士表示，香港一年舉辦數次展銷活動，她今年4月曾參加在會展中心舉行的優質食品博覽，銷情不俗，但短短數月後情況卻大不同。

她分析，亞博館場館位置較遠，且遇上天氣欠佳，市民周末又偏好北上消費，再加上暑期學生外遊，多個因素疊加令不少展商繳羽而歸，建議主辦方下次舉辦購物節時可派發購物券，並增加接駁車上落點，吸引消費者。

廠商會會長盧金榮表示，儘管天氣不似預期，但由於展會設於室內，加上展會各項創新元素、震撼優惠，故仍吸引不少市民及旅客入場支持，「今屆展會首日雖然是工作天，但場內仍人頭湧湧，入場人次較去年同期增長7%。」