

織密關懷網 守護獨居長者

繼今年5月葵涌石籬一邨一名獨居老翁倒斃家中化為白骨後，日前葵涌葵盛東邨一名78歲獨居長者疑離世一年半才被發現，遺體已化為白骨。事件反映獨居長者面臨的隱形困境，令人唏噓，再次引起社會對支援獨居長者的關注。本屆特區政府在關懷、照顧弱勢群體積極作為，推出不同支援政策，切實幫助包括獨居長者、劏房家庭等基層市民，未來應進一步整合資源，充分調動、運用社會和科技力量，發揮社區守望相助的鄰里關懷精神，織密關懷網，更加精準支援獨居長者等弱勢群體，防止悲劇重演。

本屆特區政府上任以來，推行了一系列精準政策，通過政、商、民跨界合作，為弱勢群體提供全方位支援。例如「社區客廳試行計劃」現已營辦8個項目，為劏房戶及基層家庭提供額外生活空間，成為他們的「第二個家」。

在關懷長者方面，「地區服務及關愛隊伍（關愛隊）」支援長者及照顧者計劃已於今年4月1日起擴展至全港18區，由全港452隊關愛隊協助識別有需要的獨居和雙老住戶、護老者及殘疾人士照顧者，向他們送上關懷和提供支援，預計可接觸超過60,000個有需要住戶。

此外，「照顧者資料庫」試行計劃已於上月中實施，通過醫院管理局與社會福利署的數據互通，希望及時發現和支援照顧者入院的情況和被照顧者的需求，預計首階段有9,000人受惠，及後會逐步擴展計劃至其他有需要群體；亦會在觀塘及沙田試行安排關愛隊上門探訪獨居及雙老公屋長者。

這一系列措施充分體現特區政府對長者的關

懷和照顧，展現做到「走在悲劇前」的決心，積極有為的態度和努力值得肯定。為應對近期發生的獨居長者悲劇，特區政府宜積極考慮在下階段將「照顧者資料庫」試行計劃擴展至全港獨居長者，利用現有包括綜援、長者生活津貼、生果金等數據建立全面準確詳細的獨居長者名冊，並持續進行動態更新，按所識別的風險高低，優先為最需要協助的長者提供支援。

關愛隊、區議員、地區「三會」作為社區的「眼睛」和「耳朵」，對地區情況最為熟悉。特區政府可將現時的關愛隊探訪計劃與「照顧者資料庫」互相结合，通過定期「掃樓」和上門觀察獨居長者的生活狀況，協助社署及早發現未被列入資料庫或支援網絡的「隱形」獨居長者，經轉介再由社工跟進探訪及支援有需要個案，形成「發現—轉介—支援」的照顧鏈，共同為支援獨居長者發揮更大效果。同時，關愛隊可協助合資格獨居長者申請社區客廳服務，鼓勵行動方便的長者多走動和參與活動，擴大社交圈，減少孤獨感，亦有利社工及時照顧和監察情況。

除了增加人手對獨居長者進行定期探訪，引入先進科技輔助也有利及時支援發生意外或事故的長者。例如現時市面上已有可偵測長者呼吸及心跳的智能設備，中央系統一旦發現異常，例如心律不正，可即時向監察者發出警報，避免錯過黃金救援時間。類似技術還包括跌倒偵測手環、智能門鈴等，能夠為獨居長者提供24小時保障。特區政府可資助低收入長者安裝此類設備，並整合至「平安鐘」服務，打造更全面的全面安全網。

文匯社評

WEN WEI EDITORIAL

善用電商生態拓展港貨市場

香港貿發局委託市場調查機構所做的調查顯示，78%的受訪者在一年內曾網購香港產品，而受訪者對香港產品的平均評分高達8.7分（滿分10分）。這充分表明，香港品牌在內地消費者心中具有較高的美譽度和認可度。消費不斷從線下走到線上，香港貨品一向以物美價廉著稱，具有良好的品牌效應，但營銷方法上要積極學習和適應社交媒體引流、直播營銷等新手段，才能拓展廣闊的內地市場，鞏固「香港品牌」的口碑。

近年來，內地電商市場蓬勃發展，已成為全球最具活力的數字經濟之一。貿發局的調查結果揭示了一個核心現象：在內地電商市場競爭白熱化的當下，香港品牌正憑藉「正品保障」「品質優良」的核心優勢，在年輕高消費人群中建立起不可替代的信任壁壘。

多年來，「香港製造」或「香港品牌」被視為高品質與正品的代名詞，尤其在食品、藥品、保健品、兒童用品及寵物產品等對安全性要求高的領域，消費者願意支付溢價。這種信任可以轉化為真金白銀的市場價值。

面對內地電商生態的轉變，香港品牌需完成三重轉型。

首先是必須學習並適應內地的營銷手法。傳統的廣告投放已不足以接觸新一代消費者。如今，直播帶貨、短視頻內容、社交平台互動等「興趣型」平台（如抖音、小紅書）已成為主流。消費者會主動搜尋用家評價、開箱影片與使用心得，進而影響購買決策。

其次是要革新物流體系。報告指出，內地消費者對「快速到貨」的要求日益提高。港

商應積極優化供應鏈，考慮採用「前置倉」模式——即在內地主要城市設立小型倉庫，縮短配送距離，提升送貨速度。同時，善用第三方物流服務商，完善退換貨機制與客戶服務，才能真正提升整體購物體驗，建立長期的客戶忠誠度。

再次是要借鑒內地建立消費者數據庫，進行全面的市場分析，及時通過消費數據發現消費者的取向變化，從而調整產品定位，適應市場需求。

在內需市場競爭激烈的情况下，香港品牌應該定走「高品質、高信譽」的路線，避免陷入惡性價格競爭。惡性價格競爭看似能在短期內吸引消費者，提升銷量，但實則是一把雙刃劍。一方面，過度壓低價格往往需要犧牲產品質量或服務水平，會損害香港品牌多年積累的口碑和形象，消費者一旦發現所購商品質量下降，便會對品牌失去信任，轉而投向其他品牌。另一方面，惡性價格競爭容易引發行業內的混亂，破壞市場秩序，使得整個行業陷入低價低質惡性循環，最終所有品牌都難以獲利。

「香港品牌」的口碑是數十年積累的無形資產，但在數字時代，僅靠口碑不足以維持競爭力。港商要做的，不是把產品搬上網這麼簡單，而是用內地消費者熟悉的語言、渠道、節奏，把「香港故事」講得既地道又高級。港商必須主動擁抱變革，善用內地成熟的電商生態，將品牌優勢轉化為市場優勢，才能在百花齊放的內地市場中樹立獨特形象。只要堅持品質、善用基建、精準營銷，就能在14億人的指尖市場，把「香港」兩字變成長久而閃亮的金字招牌。

嶺大創AI蚊患預報系統防基孔熱

房協3屋邨陸續採用 為前線物管提供實時分析 提升防控效率

基孔肯雅熱衝擊全球多地，香港今年至今累計錄得4宗感染個案，市民提高警覺採取防蚊及滅蚊措施是防範進一步傳播的關鍵。為協助社區加強防蚊工作，嶺南大學科研團隊研發全港首個結合地理資訊系統與人工智能（AI）的「GeoAI蚊患預報系統」，已正式應用於香港房屋協會轄下的港島屋邨堅尼地城觀龍樓，及計劃擴至北角健康村及大坑勵德邨使用，將合共設八個「滅蚊監測點」，為前線物業管理人員提供實時與預測性的蚊患分析，提升防控效率，助力預防基孔肯雅熱等蚊媒傳染病在社區蔓延。

●香港文匯報記者 姜嘉軒



▲「GeoAI蚊患預報系統」由王沛欣領導研發。嶺大圖片

▶嶺大首創蚊患預報系統已應用於堅尼地城觀龍樓。嶺大圖片

嶺南大學副校長及副校長（卓越青年學者）王沛欣表示，嶺大於今年7月起與房協合作在觀龍樓安裝「智能滅蚊燈」，系統稍後將擴展至另外兩條屋邨，大學將提供技術支援與數據分析，包括辨識及分類各類由滅蚊燈捕捉的蚊種、預測未來3天蚊患趨勢、提供蚊患風險指數，參與屋邨的物業管理團隊更可以根據風險熱點地圖訂更精準的防蚊部署，以及作出持續監測，做到防患於未然。

她補充：「在香港發現的蚊子品種多達70種，隨著近年氣候變化與城市密度上升，將加劇本港蚊媒疾病傳播的風險。透過嶺大研發的GeoAI蚊患預報系統，我們將科研成果真正落地，讓前線物業管理人員可以「睇圖做事」，及早在蚊患較高風險地點作出部署，體現知識與技術轉移在公共健康上的重要價值。」

此系統由嶺大跨學科團隊開發，透過引入嶺大研發的地理空間人工智能（GeoAI）技術，結合人工智能物聯網

（AIoT）及地理資訊系統，以及政府的開放數據等實用資訊，生成可供社會各界參考的「蚊患風險指數（MRI）」及「蚊患風險地圖」。

曬太陽數句鐘 可運作一星期

該研發主要由兩項人工智能物聯網裝置構成，包括智能滅蚊燈及氣象站。智能滅蚊燈專責滅蚊並記錄滅蚊數量、蚊種等資訊；氣象站則採集氣溫、相對濕度、降雨量等實時天氣數據。

裝置採用太陽能板供電設計，只需數小時的間接陽光接觸，便能維持一星期的操作，加上內置鋰電池，足以應對各種天氣。有關技術能協助物管人員按優先次序進行針對性蚊患防治。系統亦可透過分類分析不同蚊種，評估包括登革熱及基孔肯雅熱等的風險，為防控政策提供科研支援。

全港裝逾50台智能滅蚊燈系統

團隊現已在全港18區安裝超過50台智



能滅蚊燈系統，實時採集並傳送滅蚊與氣象資訊，推動「智慧控蚊」成為防疫新形態。此次官產學研合作項目獲得特區政府創新及科技基金夥伴研究計劃及合作夥伴捷實工程材料共提供330萬港元資助。

此外，一般市民亦可透過嶺大的蚊患風險平台（<https://geoaimq.ln.edu.hk/cn/index>），取得各區實時及預測的蚊患情況，從而能避開蚊患嚴重的地區。

食環署迅速派員抵患者居住區域加強滅蚊

香港文匯報訊 香港前日（6日）再發現3宗基孔肯雅熱輸入個案，至今合共有4宗輸入個案。新增3名患者包括一名居於鴨脷洲利東邨的79歲女子，以及一對居於青衣曉峰園的父子。食環署正進行病媒調查及繼續針對性滅蚊工作，並到患者住所及病發後曾到訪地點加強防蚊滅蚊。另據食環署最新監測，上月首星期全港多個監測點蚊患指數突破20%警戒線，其中馬灣因臨海濕熱環境，積水容器問題突出，成為需要重點防控的區域。

立法會議員陳恒鐘連同多個政府及社區代表於昨日下午到馬灣視察滅蚊工作。是次跨部門聯合行動巡視了多個關鍵蚊蟲滋生區域，包括東灣沙灘、珀麗灣住宅區及挪亞方舟景區。



●陳恒鐘與政府及社區代表巡視馬灣蚊患，合作加強防蚊滅蚊措施。

居民不怕爆蚊疫：屋苑滅蚊頻繁

食環署外判人員昨帶同滅蚊工具到該對染疫父子居住的青衣曉峰園進行滅蚊，噴灑滅蚊劑，掃走水渠的枝葉，又在渠口倒入蚊沙。有居民表示，不太擔心會出現爆發，「屋苑滅蚊工作做得好頻繁，差不多每日都有做。」曉峰園四周都有樹木包圍，鄰近是青衣自然教育徑，外判人員亦到僅一街之隔的長亨邨及附近一帶加強滅蚊。

另一名患者居住的鴨脷洲利東邨，食環署及物管公司等人員視察邨內蚊患黑點，並在巴士站附近的草叢噴滅蚊劑及加緊清理渠道；邨內亦設有滅蚊機。有居民表示，因居於較高層單位，不容易被蚊叮咬，不擔心受感染，又指屋邨四周雖有樹木再加上落雨頻繁，較多蚊，但管業處已加緊滅蚊。

立法會議員陳學峰昨早7時許，與民建聯南區支部團隊到場向居民派發防蚊貼及單張，宣傳防蚊訊息，同時在邨內巡視滅蚊工作，爭取盡快清除蚊患黑點。

因應馬灣蚊患指數偏高，食環署荃灣區環境衛生辦事處已在該區公眾地方加強防蚊工作。食環署表示，新型捕蚊器內的生長調節劑會令幼蟲無法生長，同時亦用上可180度噴灑滅蚊藥的大型霧化器，有效噴灑高度達到30米，適合山邊作業等野外環境應用，多管齊下，防止蚊患及疫情。

8人涉假車禍呃援助 最離譜騙180天病假

香港文匯報訊（記者 蕭景源）社會福利署自去年3月起透過內部審查，發現有不法分子利用偽造病假紙，申請俗稱「車手獎」的交通意外傷亡援助，警方對社署轉交的可疑申請個案深入調查。繼去年10月至今年6月首兩波行動共拘捕353人後，警方本周展開第三波代號「破惑」行動，再拘捕8人，涉嫌自編自導自演的「車禍」，訛稱受傷及提交偽造的病假紙申請援助，共涉款約73萬元，最多一宗個案申請超約15萬元，偽造最多達180天病假。社署表示，會繼續全力配合警方打擊行動，確保公帑用得其所。

警方西九龍總區重案組第二隊總督察林柏喬昨日簡報案情指出，政府成立交通意外傷亡援助的目的，是為了向交通意外受害者或死者受養人提供經

濟援助，但有不法之徒利用偽造文件騙取援助，嚴重浪費政府資源及公帑。社署一直進行審查工作，向警方轉介的第一波個案涉及超過300宗，第二波超過90宗，第三波則超過10宗。

金額最大一宗涉15萬元

警方就今年4月轉交的第三波交通意外申請個案展開調查，發現大部分意外俱是自編、自導、自演，首先涉事司機不約而同聲稱在清晨時分發生交通意外，因為避開狗隻或路面濕滑原因，在僻靜的路面發生交通意外。其後，涉事司機或乘客會提交多張偽造病假紙訛稱受傷，獲發94天至180天病假，向社署申請援助。據了解，8宗個案共涉款73萬元，最多的一宗高達15萬元。

警方西九龍刑事部在本周展開代號「破惑」行動，以欺詐罪拘捕7男1女本地人，年齡介乎22歲至60歲，分別報稱任職公務員、運輸工人及無業等。所有被捕人俱已獲准保釋。警方提醒，相關行為有機會構成欺詐罪，一經定罪，最高可判處監禁14年。經過警方積極跟進後，由社署轉介跟進的宗數已顯著回落，警方會繼續與該署保持緊密聯絡，透過合作機制作出調查，杜絕不法分子騙取公帑。

社署表示，已優化交通意外傷亡援助計劃，包括合併計劃下的「受傷補助」和「臨時生活補助」為「體恤補助」，並最多以60天病假為限；規定申請人必須獲註冊醫生（包括註冊中醫）證明其傷勢須留院治療不少於7天，或獲發不少於7天的病假證明；及限制每名申請人在兩年內只可申領「體恤補



●警方西九龍總區重案組第二隊總督察林柏喬講述案情。香港文匯報記者劉友光攝

助」一次。社署會密切監察新安排的推行情況，如懷疑任何個案涉及欺詐或其他刑事成分，定必轉交警方跟進調查。