

「0+3」首日入境井然有序

業界冀進一步放寬檢疫措施



【香港商報訊】記者周偉立、何加祺、馮焯強報道：因應本港疫情漸趨平穩，特區政府於上周公布由昨日起放寬由海外或中國台灣地區經機場抵港人士的檢疫安排，由「3+4」改為「0+3」，新措施即時令本港多個行業產生重大變化。由於抵港人士無須再在指定檢疫酒店隔離，吸引不少人立即訂機票回港，有乘搭昨日首班航機抵港的港人表示，知道香港調整檢疫政策後就留意機票狀況，「機位不算緊張，入境過程亦很順利」。

抵港人士讚入境過程順利

昨日，有大約50班航班抵港，抵港人士感入境過程順利，紛紛表示滿意。港鐵亦加密機場快線服務至每15分鐘一班車，並將視乎機場快線的乘客量變化，加強服務。

首班客機昨晨由台北抵港，航空公司為方便旅客免於酒店檢疫，推遲航班4小時抵港。「早前朋友的經驗都是在機場等待4至5個小時，今天從下飛機到入境用了不到一個小時。」有乘搭該航班的港人向記者表示，自己在港台兩地都有家庭，已有兩年無回港與家人相聚，現時心情十分激動。他說，知道香港調整檢疫政策後，就留意機票狀況，但發現機位不算很緊張，故到前日下午才訂機票；今次上機前亦已做好健康申報、快速測試等，入境過程總算順利。

原計劃兩天後從韓國首爾抵港的港人吳小姐提前回港，對「0+3」新措施感興奮，她原本已預訂3天酒店隔離房間，而現在就方便很多，還省下了一筆費用。

酒店餐飲業憂影響生意

隨着檢疫安排改為「0+3」，檢疫酒店的土服結束。的士車行主協會永遠會長吳坤成稱，這對的士業界影響不大，但期望當局進一步放寬入境政策，令旅客回升，帶動的士業界生意。

同時，檢疫酒店的防疫任務亦已完成。昨早6時起，正入住指定檢疫酒店的客人可有序離開，相關酒店亦會變回普通酒店。酒店業主聯會經理陳婉妍表示，「0+3」對業界未必是好消息，因檢疫酒店要重返本地市場，惟目前本地需求不算太大；而且「0+3」對旅客吸

引力亦不大，預期新安排下酒店業界生意不會太好。

香港餐飲聯業協會會長黃家和亦指，聖誕、新年本是餐飲業旺季，但現時不少市民計劃外遊，會直接影響本地飲食業生意。他呼籲政府盡快放寬規管餐飲業的措施，包括放寬至每桌12人，取消桌與桌之間1.5米間距要求，以及放寬宴會人數至240至360人等。

東瀛遊執行董事羅國全表示，政府上周宣布放寬措施後，每日都有過百人到分行查詢報團或自由行，較「3+4」方案期間每日20至30人查詢大幅增加，有分行更出現人龍。他指，旅客最終目標是「0+0」，目前只有日本相關旅遊產品較受歡迎，其餘地方銷情仍差強人意，期望聖誕或農曆新年假期前後，會有更多長線團可以成行。

總商會：內外通關同等重要

香港總商會主席阮蘇少涓指，入境檢疫由「3+4」改為「0+3」是有大幅改善，商會非常支持，相信對國際聯繫有幫助，但並非完全解決問題。她稱，「0+3」有利外訪，對旅客仍不具吸引力。她形容今次是朝着正確方向邁進，但仍須加強。商會希望盡快邁進「0+0」，相信政府對社會各界包括商界的訴求已非常清晰，但明白政府有責任平衡疫情風險。

她又說，本港與內地通關同樣重要，因香港作為超級聯繫人，負責聯繫國內與外地，所以與外地通關是第一，如果長久未能與內地通關，亦會大大削弱香港競爭力。



昨天是「0+3」首日，香港國際機場旅客入境順利方便、井然有序。

中新社

+4034宗 港疫情趨平穩

【香港商報訊】記者周偉立報道：本港疫情持續平穩，昨新增4034宗確診，包括3846宗本地及188宗輸入個案；再多12名患者離世，第五波疫情至今共錄得死亡個案9915宗。另有消息指，政府最快今日公布「安心出行」新功能，方便家長帶子女出行。政府專家顧問、港大醫學院內科學系傳染病科主任孔繁毅昨早表示，現時輸入確診個案佔比少，入境人士抵港後有指定程序，確診人士很少接觸到社區，亦無BA.5外其他變種病毒的傳播。他指，現時確診個案回落，未來有機會降至1000至2000宗，絕對有空間放寬，兩至三星後無反彈便可「0+0」。

「安心出行」添新功能

同日，香港兒科醫學會等多個學會發表聯合聲明，重申「感染新冠病毒後已有永久抵抗力，毋須再接種新冠疫苗」是非常錯誤的想法。聲明指，感染Omicron後身體產生的抗體只能維持短暫時間，保護能力亦會消失。聲明呼籲家長盡快帶子女完成接種新冠疫苗，尤其是免疫系統較弱或有長期病患的小童。

此外，有消息指政府最快今日公布在「安心出行」新增功能，讓家長可在自己的應用程式內加入子女疫苗接種紀錄，疫苗通行證適用年齡下限亦降至5歲，方便家長帶子女到食肆等表列處所時出示二維碼。

習近平經濟思想的吉林實踐（四）

集中優質資源 放大品牌效應

吉林大米品牌躍升工程深化「政府信用背書」品牌內核、價值

「糧食也要打出品牌，這樣效益好、價格好。」2015年7月，習近平總書記親臨吉林省和龍市稻田視察，對吉林大米品牌建設做出了重要指示。

7年來，作為吉林大米公用品牌建設責任主體，吉林省糧食和物資儲備局堅持以「五個一」為抓手，創品牌、建聯盟、制標準、搭平台、拓渠道，推動吉林大米品牌建設，取得階段性的成效。與品牌建設之初相比，水稻種植面積增加近100萬畝，總面積近1300萬畝，優良品種覆蓋率超過80%；中高端大米年產量由11億斤增長到25億斤

以上。最近6年，吉林省水稻市場平均收購價始終高出國家最低保護價0.1元/斤左右。吉林大米已不再是一個單純的區域糧食公用品牌，而是一個集理想、責任、情懷、堅持於一身的地域人文品牌。

2019至2021年，吉林大米連續三年榮登「中國糧油影響力區域公用品牌」榜首，並入選「新華社民族品牌工程」，實現了「好米」變「名米」的第一階段目標，目前正在向「名米」賣「好價」的第二階段目標奮進。在全面推進鄉村振興的大背景下，吉林省政府提出全力實施「吉林大米品牌

躍升工程」，吉林省糧食與物資儲備局正加快落地品牌推進、良種選育、龍頭培養、產業融合、質量管控、渠道開拓等六大提升行動。目標是到「十四五」末，中高端大米銷售穩定在30億斤以上，稻米產業總產值穩定在400億元以上。

作為中國農業品牌化發展道路的先行者，吉林大米所開創的中國特色區域農產品公用品牌發展主導路徑——政府引導公用品牌建設，及其呈現的「政府信用背書」品牌內核、價值，在品牌躍升工程中依然得到率先體現。

文/冀文嫻

全方位匯聚品牌建設與發展的合力

在吉林大米品牌建設第一階段，「政府信用背書」的品牌內核主要呈現為政府主導品牌建設、質量監管等基礎層面，在品牌躍升階段，「政府信用背書」已呈現為提升吉林大米作為地方戰略性無形資產的特質、提高品牌附加值的深層次訴求，站在維護國家糧食安全、踐行新糧食安全觀、推動農村農業現代化及地方經濟持續繁榮等更高層面上，彰顯「政府信用」價值。

為此，去年底出台的《吉林省政府辦公廳關於打造吉林區域品牌推動高質量發展的實施意見》提出，要堅持企業主體、政府引導。進一步強化企業主體責任落實，激發企業提升質量和建設品牌的內生動力。加強政府引導、推動和監管，開展品牌宣傳推介。推行第三方認證，發揮科研機構、高等院校、行業協會等作用，形成品牌推動合力。

前不久，吉林省政府召開了吉林大米品牌躍升工程企業家座談會，會議由吉林省政府副秘書長李繼東主持，吉林省副省長韓福春參加會議。韓福春向企業家了解生產經營現狀和未來發展的制約因素，並對企業關切問題進行了現場部署。他表示，吉林大米已經具有一定的品牌知名度和市場影響力，但與老百姓的需求和預期目標仍有差距，要在現有基礎上進一步加強品牌建設力度，推動實現吉林大米品牌整體躍升。他強調，要做強吉林大米品牌，一要堅持把種子做好，二要把種植基地管好，三要突出企業主體，四要把「白金名片」叫響擦亮，五要抓好品牌宣傳，六要學好營銷這門課。根據企業家提出的企業質

款難、融資難問題，他要求盡快召開金融機構協調會，幫助企業解決融資問題。

是次座談會之後，吉林省糧儲局即刻召開吉林大米品牌躍升工程政銀擔保座談會，落實吉林省副省長韓福春的相關部署。吉林省糧儲局局長馮喜亮參加，並與吉林省財政廳、人民銀行長春中心支行、農發行吉林省分行、吉林省農擔公司、吉林省糧食行業協會等14家單位相關業務負責人進行深入座談交流。會上，6家銀行、2家金融擔保機構和4個中省直單位代表，對吉林大米品牌躍升工程中的「強化金融支撐」任務及對應措施，提出了意見建議。馮喜亮提出，一是要充分釋放糧食信保基金活力，重點向吉林大米企業傾斜，加大糧食擔保基金宣傳力度，使之成為助推吉林大米品牌躍升的重要支撐力量；二是希望金融企業開發符合吉林特色、適應水稻加工企業的金融產品，進一步發展應收賬款、水稻倉單、土地經營權、產品訂單等作為質押物的融資方式；三是要定期召開吉林大米政銀擔保對接會，幫助解決企業貸款難、銀行放款難的問題。

馮喜亮認為，鄉村振興，排在首位的是產業振興，產業要想振興，打造具有當地特色和競爭力的品牌，是繞不過去的門檻。實踐證明，打造糧食品牌可以更好地發揮市場導向作用，減少低端無效供給，提升優質糧食供給效率，滿足人們對美好生活的需要。從產業區來說，品牌引領的直接作用就是引導農戶根據市場需求調整種植結構，增加種植收益。

近年來，吉林大米品牌建設以產業聯盟聚集優勢企業，組建吉林大米產業聯盟，統一使用「吉林大米」LOGO，引導建立「聯盟企業+合作社+農戶」「聯盟

企業+基地+農戶」利益共同體，夯實產業基礎。並吸收水稻育種、產品營銷、品牌策劃等相關企業共同參與，進一步完善聯盟體系，促進全產業鏈發展。同時，以區域聯盟核心企業為主體，建立吉林大米西部運營中心、福建運營中心、浙江運營中心，加速吉林大米品牌落地銷售。目前，產業聯盟企業從最初7家發展到的69家，成為了吉林大米平台搭建、品牌宣傳、產品銷售、產業聯動的骨幹，帶動了吉林大米生產提質量、擴產量、成批量的。

以核心品牌引領市區域品牌集群崛起

以塑造吉林大米核心區域公用品牌為先導，整合全省優質資源，挖掘稻作文化，合力推動發展，實施「吉林大米+」戰略，整合省內優質區域品牌、重點企業品牌、特色產品品牌，是吉林大米品牌建設的戰略主軸，亦是成功法則。

在吉林省糧儲局和新華社民族品牌工程辦公室聯合舉辦的「美麗鄉村 築夢吉林」鄉村振興與糧食品牌建設論壇上，中國人民大學品牌農業課題組組長婁向鵬認為，糧食品牌建設過程中應將政府的區域品牌打造和企業品牌打造、省域的大單品品牌打造和縣市的區域品牌打造緊密結合，同時在產業之根的挖掘和靈魂的打造上下功夫。

而吉林省近年來已將這一理念貫徹於實踐中。馮喜亮介紹說，吉林大米公用品牌建設堅持用大品牌統領區域品牌，以區域品牌聚合企業品牌，有效推動了全省糧食供給側結構性改革，實現了糧食產業的提質增效，促進了鄉村振興中的產業振興。去年，吉林省糧儲局制定了《吉林省水稻產業集群發

展規劃（2021—2025）》，將這一經驗推向更高、更廣實踐空間。

根據規劃，吉林大米品牌建設將突出「七大特色之鄉」、17個地理標誌（證明商標）品牌區域優勢和東部火山岩大米、中部黑土有機大米和西部弱水大米三大區域特色，以「吉林稻花香」「吉林長粒香」「吉林圓粒香」「吉林小町」四大品類為主打產品，以各市（州）為單位，結合當地實際，優化產業布局，重點打造九大區域特色水稻產業集群，在吉林大米公共品牌框架下，大力發展區域特色品牌，構建吉林大米核心品牌引領下的產業集群。

東部區域突出小流域、火山岩、山泉水區域優勢，以梅河大米、柳河大米、延邊大米等區域品牌為載體，以通化柳河為核心，打造火山岩水稻產業集群；以梅河口市為核心，打造中國皇糧稻米之鄉水稻產業集群；以延邊州為核心，打造海蘭江水稻產業集群。中部區域突出黑土地、松江水、大糧倉區域優勢，培育長春大米、榆樹大米、舒蘭大米、萬昌大米區域品牌，以長春市為核心，打造中國優質粳米之都水稻產業集群；以吉林市為核心，打造中國粳稻貢米之鄉水稻產業集群；以四平市為核心，打造遼河黑土水稻產業集群；以舒蘭市為核心，打造中國生態稻米之鄉水稻產業集群。西部區域突出弱水、查干湖、嫩江灣區域優勢，以松原市為核心，打造查干湖水稻產業集群；以白城市為核心，打造嫩江灣水稻產業集群。

這是一個圍繞吉林大米核心品牌、特色鮮明的品牌陣陣，它將讓吉林大米品類的品質內涵更為豐滿，進而開創優質糧食產品對接新消費的新格局。