

小朋友手抱飛天鯊魚喜上眉梢。



【香港商報訊】合時德基有限公司是本港老牌塑膠五金廠，第二代接棒後不僅把基業發揚光大，並且不斷創新設計新穎產品，最近一款「飛天鯊魚」甫推出，即攻陷歐美派對市場，一時間成為網絡討論的焦點，及後也成功打進玩具市場，先後躋上玩具反斗城及沃爾瑪（Wal-Mart）貨架，最近更為公司贏得香港工商業獎——消費產品設計獎。《香港貿發局周訊》早前訪問該公司市場總監鍾穎然，分享她創建產品及營銷經驗。

廠商二代 成功轉型

飛天鯊魚攻陷歐美派對市場



鍾穎然表示，耐用、高質及創新性，是任何產品長青的最有效方法。

商譽日隆

被問及怎會想到開發「飛天鯊魚」？靈感何來？鍾穎然說：「當時有名美國客人準備出版一本以神仙為題的故事書，裏面提到神仙及一眾動物角色，其中一款便是懂得飛天的鯊魚。我們以此故事及背景進行創作，構思能否將劇中人物化作玩具，與產品設計師商討可行性意見後，最終與客人研發出這款飛天鯊魚，試圖將活生生的概念融入科技創作上。客人更為這款產品製作動畫，不到幾天，YouTube點擊率已逾百萬次。」

空中游弋 恍似真鯊

她指出，該產品跟吹氣玩具完全不同，它是活動的氣氣鯊魚。「我們研究出一款平衡裝置，放在魚胸位置，只要通過遙控器控制平衡器前後移動，同時擺動魚尾向前推進，鯊魚便能在空中升降游動，有如真鯊魚在水中游弋。在平衡器加入適當膠泥，可控制其浮動高度，香港地勢及氣壓較低，加入少許即可。唯一局限是在室外使用，容易被風吹走，接收效果亦不及室內強。值得一提的是產品設計師William Mark，他自小便顯露其繪畫天才，父親是一名

火箭設計師。」

鍾穎然表示，原先是針對派對市場而設計產品，以美國為例，在派對上遙控鯊魚巡邏，可增添娛樂氣氛。除了鯊魚外，也有小丑魚造型。剛推出的「憤怒鳥」（Angry Birds），外形只有鯊魚的三分之一，重量僅20克，賣點是可「充電」循環使用；原先還想加入動物氣球，供「憤怒鳥」在空中碰撞，但最終因開發成本問題而擱置。

鍾穎然：短片催谷價廉暢銷

她續說，現產品除通過派對用品店渠道銷售外，也先後在反斗城及沃爾瑪上架，由於買家多是合作多年的舊顧客，所以主要依賴對方協助推廣，具體做法包括製作動畫或在零售店現場示範，也有客人把電視短片放在玩具店內播放。現出口市場主要為歐美國家，因有專利註冊保護，故產品生命週期較長。「我們對產品質量頗有信心，因為無論在摩打、遙控、重量計算等，都下過不少研究工夫，深信當中學問不容易被抄襲。再說，產品零售價不超過30美元，以派對即棄市場來說，相當有競爭力。」

被問及開發及銷售過程中有何難忘經歷？下

一代產品將怎樣發展？鍾穎然稱，在產品重量、平衡方面，花掉不少研發時間，也反覆試用了多種新物料，其中，反斗城對安全性要求頗高，我們為此修改不少原定設計。開發魚鰭時，我們採用了混合物質，特點是既輕巧又阻燃；另外，我們也為胸鰭的大小及形狀進行反覆測試，發現這對穩定前行起着關鍵作用。在美國參展推廣時，客人甚至穿上潛水衣宣傳，不時吸引買家駐足反覆觀看產品短片，一站便是10多分鐘。至於下一代產品發展方向，重點是探索更多飛行方法，現正研究鯨魚的游泳姿態，目標是希望每年推出一個新款。

她說，市場反應非常好，尤其在美國最暢銷，俄羅斯反應也不錯。內部統計顯示，去年感恩節一周賣出數萬件，買家回饋建議推出自動飛行功能及再縮小體積。

獲獎靠耐用高質創新長青

談及獲獎的主要原因，鍾穎然認為是創新性，雖然遙控飛行玩具眾多，但以這方式飛行卻不多見，每能給消費者「嘩」的驚喜。其他參賽公司，都說沒想到可以這樣玩耍，令人有購買的衝動。「我仍相信耐用、高質及創新性，是任何產品長青的最有效方法。」

人工島填海影響香港未來

建築師 蔣匡文

蔣眼看天下

政府面對前朝短視而不作為所遺留下來的爛攤子，現時房屋短缺，而市區可發展的土地又不足，因而推出在維港以外填海的第二段公眾諮詢，包括五幅擬定岸填海的選址。

這些選址主要在香港的西部，分別在屯門龍鼓灘、沙田馬料水、青衣西南部及大嶼山小濠灣及欣澳。除以上外，在大嶼山東部及港島西部之閒水城建人工島，因為選址未定而未有詳細資料。

由於香港政府內部機制官僚卡太多，推行政策像「龜速」，如果梁振英政府不改善這些內耗問題，以上這批土地相信要超過十幾年才可以供應市場使用，所以這是一個長遠發展規劃，也是上屆政府所欠缺的「遠見」。

持續發展 40 年唯一生機

在已選址的五塊土地中，共可以供應最多710公頃至最少470公頃的土地，表面看來，這已是不少的土地，但現在香港的問題影響不單只市民因住宅供應短缺至樓價貴而不能置業，在一些社區活動，小商業商舖也出現短缺，所以是全面土地短缺，建造人工島可能是香港未來40年持續發展的唯一生機。

要做人工島，首先是考慮實際的地形，在香港島與大嶼山之間是由西博察海峽所分隔，中間坪洲、喜靈洲、長洲及南丫島小島分布在其中，而地勢上，東面南丫島至西面長洲與長洲以北的坪洲形成一個比較淺水的三角。而坪洲以東為交椅洲及青洲，是大嶼山與港島最近的一系列小島，所以單從純工程的角度，把坪洲、交椅洲、青洲連在一起便可以把大嶼山與香港島連接起來，但政府規劃上總是鬼鬼祟祟，早期曾提出在坪洲島填海，但又遇到居民反對。

根據政府初步的意向，這個人工島是要供應一些厭惡性的設施用地包括堆填區、發電廠、污水處理廠等等。從規劃角度看，這些固然是一個好的

填海方案要有兩個島

筆者提議，人工島是唯一可以提供上述「無限」供應的方法，但在填海方案上要有兩個「島」。（見圖）第一個「島」位近長洲島附近，可以為主要住宅供應地。而第二個「島」則可以在南丫西南，這個「島」是現時除了香港東西郊野公園以外，最遠離人煙的地點，附近也缺少有生態價值的地區，這可以作為排污廠等厭惡性設施的集中地，甚至中電也可以在較短距離遷移至此。使南丫島回復郊野、旅遊、住宅的面貌。

這個建議的缺點是填海量大及可能較深，造價會較坪洲、交椅洲的方案貴，但如果政府有決心，兩個方案一齊考慮也可以。

面積擴大 安居樂業

這個較「南」面、在南丫島西南的方案最大的好處，是它向南可以有幾乎無限的發展，可以一路填海至香港的邊界，而這附近都沒有大量居民，政治、環境反對的聲音會較少。

這兩個方案都可以在長遠上通過海隧或天橋把港島與大嶼山連接起來，這樣可以有機會把本港市區以外新區中實現人均居住面積擴大的理想，使港人可以安居樂業。



呂志和獲中華英才終身成就獎

【香港商報訊】記者余江強報道：香港嘉華集團主席呂志和於第十三屆中國飯店金馬獎典禮中榮獲中華英才終身成就獎（中國酒店業至尊榮譽大獎），他樂見中國酒店業從無到有，管理制度成功建立，期望業界的後起精英繼續發揚光大，把中國的酒店管理好，好好地跟外國人競爭。

以普通話發表獲獎心聲

呂志和在原國家商貿部副部長張世堯手中接過中華英才終身成就獎後，高興地用普通話發表獲獎心聲。他說，20多年前已在廣州做了點房地產和建築材料的生意，今天看到了廣州市發展得這麼厲害，特別是珠江新城很美麗。他感謝中國飯店給予自己這個最高的終身成就獎，感到很榮幸。

呂志和稱，早在30多年前在內地投資第一間酒店，就是按照外國人管理的模式來做，由於中國酒店業剛起步，管理總是沒有西方人管理得好，那時候自己也要培訓學習管理。但是在近幾年來，看到中國的酒店業一步一步地進步，需求越多下，有很蓬勃的發展。他衷心感謝管理酒店的後起精英，一步一步地把酒店的衛生和管理做得非常成功。

呂志和最後說，「我是一個年紀大的人，做

了這麼多年，我希望後來的精英繼續發揚光大中國的管理酒店制度，好好地跟外國人競爭。」除了他喜獲終身成就獎外，澳門銀河和澳門星際酒店入選2012-2013年度中國酒店百佳。

冀精英管好酒店制度

第十三屆中國飯店金馬獎典禮盛典晚會於上月24日在廣州大劇院隆重舉行。除呂志和獲終身成就獎外，香港餐務管理協會主席楊位醒榮獲推動行業發展功勳人物獎，李國雄、伍健全、譚慕椿等獲中華英才白金五星勳章，何志強、羅有昌、黃永幟、許美德等榮獲中國十大廚神，彭業盛、蔡潔儀、李德榮獲中國烹飪大師白金獎，劉榮波獲香港茶餐廳之父獎，吳岳元獲中國甜品金牌大師白金獎，逾廿個香港著名食肆和飲食集團入選中國餐飲百佳，領取金馬獎。

逾 20 港飲食集團奪金馬獎

其他個人得獎包括：劉偉良、蔡廷浩、陳嘉華、趙元新、阮弼楊、楊啓良、張法強等入選2012-2013年度影響力100人。李世糧獲中國烹飪名師金獎，鄧榮雄獲香港餐飲業卓越管理人物獎，張劉麗賢獲餐飲業食品安全推廣大使



呂志和在原國家商貿部副部長張世堯手中接過中華英才終身成就獎。

獎，吳秋全獲亞洲酒店及餐飲品牌設計大師獎。

入選2012-2013年度中國餐飲百佳獲金馬獎的香港食肆和飲食集團，包括：百樂門飲食集團、鴻星海鮮飲食集團、翠華集團、美心集團、陶源酒家集團、鳳城酒家飲食集團、銀龍飲食集團、太湖海鮮城、豪華飲食集團、海皇粥店（集團）有限公司、魚米家飲食集團、飯博士、格格雲南米線、松記糖水店、坤記竹升麵、澳門九記清湯腩王、瑞華餐廳、男爵、栢檀去骨海南雞飯、八海山（車酒屋）日本料理、海皇園林酒家、妹記海鮮等。

香港榮源茶行有限公司、陝西意生貿易有限責任公司、香港大三元食品有限公司等，是獲2012-2013年度產業鏈商家類獎的香港公司。

逾50位香港餐飲業人士專程前往廣州出席了第十三屆中國飯店全球論壇、第十三屆中國飯店金馬獎盛典晚會、2013中國飯店品牌展及魅力中國·名流晚宴。赴會前他們並參觀了位於深圳市龍崗區的裕富寶廚具設備（深圳）有限公司，觀看了電熱、燃氣、製冷、淨化、鋼具等五大類系列，數百種不同規格的不銹鋼商用廚具，對一系列產品集安全、節能、環保、美觀等優點於一身，留下深刻印象。



香港餐飲業獲獎人士考察裕富寶廚具設備公司。

寵物善別服務要有尊嚴

行業之窗

清明時節，除了孝子賢孫上山掃墓祭祖外，還有不少寵物主人會憑弔過世的寵物。所以，每逢這段時間寵物紀念館的訪客特別多。

社會進步，除了人得到重視，連寵物亦獲關懷備至。生前給予飲食、醫療、娛樂，過世後也會嚴肅處理動物遺體。以往市政局轄下西環屠房有「動物焚化」服務，但一直沒有向外宣傳，多由牟牟利組織及政府部門使用。但自1999年停辦服務後，所有動物遺體只會視為都市固體廢物處理，由食環署承辦商運往堆填區處置。有見及此，寵物善別服務應運而生，日益普遍，提供一站式的上門接收寵物遺體、消毒潔淨、獨立火化，骨灰處理、送回骨灰。

善別不是善終

不過，寵物善別服務公司的質素參差，近期有些不良經營者被揭發惡行。向寵物主人收了酬金承諾會為動物遺體火化，但結果只是草草了事，棄置在垃圾站。有些更是非法在工廠大廈進行遺體火化。

香港寵物紀念館負責人Peggy表示，寵物善別，不是寵物善終，坊間常有誤解。現在養寵物的人愈來愈多，夫婦多不願生小朋友，但為怕無話題，於是養寵物陪伴。雖然手頭未有準確的數字，但飼養寵物的人數相信是不斷上升。有一個現象是養貓狗的人，身邊的朋友通常都會養，可能是互相感染，志趣相投。

他說，曾做過研究，探索此行業的前景？察覺仍有很大發展的空間，許多寵物主未必知道有此服務，只把動物遺體放到垃圾站。試過有人事後才知道有此服務，感到後悔及怪責自己，未能讓寵物有尊嚴地離世。

服務重口碑不能出錯

Peggy指出，善別服務關鍵是質素。尤其是現在網絡世界的資訊流通快，只要做錯一件事就可以廣泛流傳。所以，每宗服務都要小心處理，公司最重要是有口碑。經手處理的寵物類別是多樣化，細小如金魚、大型如馬。最普遍的仍是狗和貓，其他如兔子、烏龜、蛇、鸚鵡等等。

「寵物善別服務的收費不算貴，最便宜的數百元，適合體積較細的動物如兔、鸚鵡及龜。不過，不做的是不是錢的問題，沒有感情也不做。如果養寵物超過十年以上，或多或少會有感情。曾經有人要為一條細小的金魚做獨立火化，技巧很高。」

視為摯親安放紀念館

Peggy補充，每當有客人來到紀念館就會播放抒情音樂，希望能緩和他們的情緒。加上無任何宗教儀式，適合不同寵物主人的需要。至於存放寵物骨灰與否？要視乎客人的取向，如果覺得擺放家中感覺舒服就可以，但有些客人可能與長者同住，認為陰陽不能共存一室，可能就要選擇在紀念館存放。

顧客除了年輕一代，還有不少是獨居長者。他們下半生就是與寵物為伴，一旦寵物離世，仿如失去摯親。港人居住空間狹窄，有些單身人士居於套房，根本不可能養貓狗。他們會選擇養較細小的寵物如金魚、小龜。部分人的性格內向，很少朋友，寵物就成為唯一傾訴對象。

試過有位婆婆養的金錢龜離世後，她非常傷心。由她40多歲的兒子代她來為龜火化。這隻龜已經陪她過了50年，很有靈性。

另外有位養金毛狗的少女，本身住在板間房，由於居住環境擠迫，平日常帶金毛狗落街。當愛犬過世，她幾乎崩潰，目睹寵物火化後，在悼念室哭得好淒涼。原來少女與母親的關係欠佳，家人又不支持她。金毛狗骨灰安放在紀念館，她放工後常來探訪。現在，她的情緒已穩定下來。

「有客人會問，應不應對子女來看寵物火化的過程。我會認為，如果從正面心態分析，此項可以視為生命教育，讓小朋友明白生老病死，要學會懂得珍惜現在，不要動不動話自殺。」

至於處理的寵物善終種類？狗貓各佔一半，其他各色各樣，變色龍、蛇、鸚鵡、倉鼠、刺蝟都有，白兔也很普遍。體積最大的應該是馬，雖然本港養馬的人士大部分只當牠是生財工具，少有視為家庭成員。無論是將遺體送往堆填區或是火化，先會往獸醫做解剖，了解死亡原因。一般來說，為馬匹做火化與其他無大分別，通常日數要1至2



Peggy指出，善別服務關鍵是質素。

日，收費按重量計算，估計約3至4萬元。

長者優惠象徵式收費

寵物靈位通常是按年續租，有些客人會簽訂5年或10年的長約。每年的租金介乎1200至4500元，可供擺放1000個寵物靈位。

對於經濟條件較差的長者，如果想為寵物作獨立火化，Peggy會給予象徵式的收費。另外，每個月會舉行一次集體火化，收費介乎400至600元，希望給予客戶多種選擇。集體火化就不可以取回骨灰，會保留待年尾就贈送到有機農場做肥料。香港商報記者 劉楚婷