

設備投資昂貴 期待基金資助

廚餘回收商 靠副業生存

回收商心聲

【香港商報訊】記者李素瑩報道：香港三個堆填區快將爆滿，政府宣布成立設立10億元的「回收基金」推動廢物回收。有廚餘轉化中心東主表示，現時在香港經營廚餘轉化業務是無利可圖，設備投資費用更相當高昂，期待「回收基金」以配對基金形式資助業界。惟廚餘處理始終是民生項目，長遠應由政府做好中央處理工作，商界則可負責技術研發、分類和前期處理等工序，才能有效改善廚餘問題。

位於上水金錢村的香港有機資源再生中心佔地12萬平方呎，總投資1600萬元，設有兩條各值300萬元的廚餘轉化生產線，每日最多可處理30噸廚餘，每10噸至15噸廚餘可轉化成兩噸豬糞。中心行政總裁倪漢順於七年前接手，中心於當時已經連續虧蝕了五年，原本經營製作公司的倪漢順銳意對廚餘中心進行改革。

大型環保教育基地。他表示，透過這些額外收入，中心收入增加一倍，終於在今年初達到收支平衡。

加入副業始收支平衡

倪漢順稱，加入副業牟利是迫不得已，廚餘轉化無論技術要求、機器成本及人手成本亦相當高，但產品的經濟價值卻相當低。據表示，中心地皮每月租金10萬元，現有18位職員，每人每日工作8小時，日薪達500元，運送廚餘的貨車司機更需要800元。中心為食肆收集廚餘每4桶每日300元，所生產的豬糞每斤連運費只售2元，比市場普通豬糞每斤3元的售價更低。

「這幾乎是成本價，豬場慣用傳統豬糞，如果不用價格優勢的話，他們不會轉用。」他又說，廚餘回收在香港亦不容易，由於本港尚未有廚餘管理制度，全港每日都有3千噸廚餘被直接傾倒到堆填區，運輸費用為每噸520元。短期而言，廚餘轉化難以成為有利可圖的行業，投資者如果沒有經營副業，很難長期營運。

惟他表示，隨著固體廢物徵費即將實施，將促使更多人願意將廚餘交付予回收場，政府亦將設立10億元的「回收基金」，推動回收業的可持續發展。當局亦計劃在十年內興建5至6個有機資源回收中心，每日處理1300噸至1500噸廚餘。長遠而言，廚餘回收的前景樂觀。

政府應資助業界落實政策

香港有機資源再生中心除了廚餘轉化工場外，更設有2.8萬平方呎的水耕溫室，主要種番茄。

夏日臘腸西餐創意營銷

拓展商機

【香港商報訊】記者余江強報道：元朗香臘腸的第二代掌舵人周慧儀（Josephine）日前在一間餐廳舉行了一場親子活動，讓參加活動的小朋友和家長一同製作多款中西融合的簡易而新穎的臘腸小吃，Josephine即席示範，製作臘腸沙律盅、臘腸芝士炒蛋飯、臘腸薄餅等，參加者即做即吃，玩得津津有味，既促進親子關係，亦發掘傳統臘腸的全新一面。

Josephine即席示範即做即吃

Josephine 接手家族經營的豬肉零售生意後，便在港設廠房做臘腸，除傳統臘腸、鴨腩腸、梅肉腸、臘內外，去年還推出黑松露臘腸、黑松露鴨腩腸、麻辣腸、梅肉片等新口味。她的名片職銜是臘味營銷策劃，所以是非常積極鑽研臘味食品，拓展臘腸的多元性，打破傳統框框，將中式食材與西餐融會貫通，譬如把臘腸切小粒或小條，便可以變成鹹香的西式配料，加入醬汁及特式烹調方法，便相當好吃。

她認為，臘腸不用冬天吃煲仔飯時才去吃，可以用來焗炒飯和焗意粉，四季皆宜。她研究所得，臘腸作西菜，和馬鈴薯、番茄、芝士等最為匹配。夏日把中式臘腸用西式吃法，予人新鮮感覺。

早在Josephine 爺爺的年代，周家已在東莞常平經營臘味生意，Josephine 父親在耳濡目染之下，對此行業產生了濃厚興趣，來港尋師學藝並於1970年代執掌恒安臘味。Josephine 說，父親當年知道

首届“美丽广东”「观音山杯」全国诗歌大赛

征稿启事

为践行党的十八精神，广东观音山国家森林公园与羊城晚报报业集团、深圳报业集团等共同举办首届“美丽广东”「观音山杯」全国诗歌大奖赛。大赛旨在讴歌广东改革发展成就，赞美广东自然风光和人文文化，站在时代前沿，以美学眼光，以文学讴歌时代精神，传递正能量，为促进我省文化大繁荣、大发展作出新的贡献。

广东观音山国家森林公园位于东莞樟木头境内，承千年佛教文化，坐拥十八平方公里原始次生林，是集生态观光、娱乐健身和宗教文化为一体的国家级旅游景区，被誉为“南天圣地，百粤秘境”。灵山秀水孕育了观音山独特的文化底蕴，使观音山成为新的旅游热点和具有代表性的岭南文化旅游圣地。

- 一、主办单位：
- 《诗刊》社 羊城晚报报业集团 深圳报业集团 广东观音山国家森林公园
- 二、承办单位：
- 广东观音山国家森林公园管委会 羊城晚报副刊编辑部 《香港商报》 深圳市宝安区作家协会
- 三、征文体裁：
- 新诗、旧体诗、散文诗皆可，组诗不超过200行。
- 四、征文主题（内容）：
- 1、描绘广东美丽的岭南自然风光，讲述“你眼中最美丽的广东”。
- 2、反映岭南特色的人文文化、对广东当下社会生活进行富有个性的文学表达
- 3、展现广东改革开放绚丽图景和波澜壮阔的历史画卷，讴歌时代拼搏精神，弘扬时代奋斗主旋律。
- 五、征文对象：
- 海内外华语诗人及诗歌爱好者
- 六、大赛时间安排：
- 截稿时间：2014年10月31日（以电子邮件到达时间为准）
- 七、投稿要求：
- 1、为倡导绿色办公，保护森林资源，本次大赛仅限于网络投稿；
- 2、投稿邮箱：migdsg@126.com（邮件标题请注明“美丽广东”「观音山杯」诗歌大赛字样）。来稿请用标准WORD文档以附件形式发送。稿件无需注明：姓名；笔名；性别；地址；邮政编码；手机或电话；QQ；引用资料来源。无真实姓名及详实资料者将取消参赛资格。
- 3、征文体裁为新诗，包括散文诗，新诗每首要求20行以上（不超过50行），组诗不超过200行，旧体诗不超过50行。来稿的原创性、合法性等由作者本人负责，拒绝已在纸刊、电子刊和网络发表过的作品参赛，一经发现即取消参赛资格。所有参赛者请一次性投稿，重复多投者将被取消参赛资格。
- 4、咨询电话：0769-87700256 87700662
- 八、评审：
- 由《诗刊》社、羊城晚报报业集团和深圳报业集团共同组织诗歌评论家和资深诗歌编辑组成大赛评审委员会。
- 九、奖项设置：
- 1、特等奖1名，奖金10000元；
- 2、一等奖2名，奖金5000元；
- 3、二等奖5名，奖金3000元；
- 4、三等奖10名，奖金1000元；
- 5、优秀奖50名，奖金 300元。
- 所有获奖作品颁发奖金和获奖证书。

首届“美丽广东”「观音山杯」全国诗歌大赛组委会

2014年7月10日

观音山国家4A级旅游景区

东莞·樟木头

他認為，廢物處理始終是民生項目，長遠應由政府擔任主要角色，尤其是硬件成本高昂的廚餘中央處理部分宜由政府主導，業界則可負責廚餘分類、脫水等前期加工作。對於政府擬擴建三個堆填區，他表示不反對，認為堆填區即將爆滿，有擴建需要。

政府宜趁此一時機推動廢物回收，包括教育市民做好源頭分類，提升回收率，並落實廢物處理政策，向回收業界提供資助或補貼。回收業界也不應停留在傳統「只回收，不研發」的模式，加強做好技術研發，提升產業層次，並協助政府進行教育工作。

倪漢順表示，廚餘轉化無論技術要求、機器成本及人手成本都相當高，但產品的經濟價值卻相當低。

旺角瓊華酒樓的師傅做腸腸最出名，於是每早都約師傅品茗，歷時一年從無開口詢問，那師傅在退休時，表示深感其誠，願意無條件把秘方授予他。後因政府拆卸工場轉營其他生意。後來在家人的鼓勵下，父親以55歲之齡，創立「家香」臘味品牌。

她說，「家香」之名，是取其諧音「家鄉」，希望每個人吃到「家香」的食品，都會想起家庭的溫暖，亦取其「家的香味」之意。對每項產品，都非常用心製作，堅持選用自家調製的生曬豉油，採用上乘肉材，以創新設計的烘焙焗爐，按祖傳秘方炮製臘味產品。她說，每批臘腸製作，是由早上入腸到下午入焗爐，按需要用不同度數焗三天，再在冷氣房吹四十天，就可真空包裝。這樣的做法保持味道和鮮度，不用加防腐劑。如存放在雪櫃冰格，臘腸可存放一年，腸腸則可放半年。

Josephine 說，去年原計劃推出新口味的臘

「雖然強大的消費者品牌有助於公司吸引頂尖人才，但明確定義的僱主品牌有助確保他們所僱用的員工不僅擁有適當的技能，更能與公司的文化及工作環境相匹配，從而提高員工的生產力、敬業度及人才保留率。」Chadwick說。在涉及到建立成功的僱主品牌時，此報告指出幾項成功要訣，包括：真實性、與公司實際行為一致和與消費者品牌一致等。此報告也建議發展明確、可信、有吸引力、有相關性的品牌。

Chadwick指出，在許多公司中，由誰最終對僱主品牌策略負責往往是不明確的。

「是人力資源部？還是市場推廣部？僱主品牌負責部門的不明確會導致合作欠缺成效，甚至會使品牌推廣工作成為「政治」問題。僱主品牌的明確的職責歸屬以及企業各部門的合作至關重要。」

「僱主品牌推廣工作非常複雜。如果機構缺乏能夠整合團隊以打造有效品牌的資深策略制訂者，聘用外部專家會有助於建立您的品牌，並將您的員工價值主張準確高效地傳達到市場上。」

她指出，外部合作夥伴，例如翰德RPO，對於如何協調企業內部所有部門，包括人力資源、人才招聘、品牌、內部溝通與市場推廣等，齊心合作以擬定共同的目標與理念方面，具有豐富的經驗。

僱主品牌留住頂尖人才

【香港商報訊】翰德RPO最新報告顯示，公司如果想要吸引合適的應徵者，並留住頂尖人才，就需要將他們的消費者品牌與僱主品牌區分，並採取有效的僱主品牌策略。根據報告，領先機構投入大量的資源來建立僱主品牌，且其主要焦點集中在建立僱主品牌策略以及明確的員工價值主張。

此份名為「如何創立成功的僱主品牌：建立於頂尖僱主品牌的實務的報告」將成功的僱主品牌定義為：「現有員工或準員工將機構視為一流工作環境」。

報告顯示，相較於其他企業，頂尖僱主在支援僱主品牌活動所投入的預算，平均超出其他企業70%以上，而且相較於其他企業，有兩倍之多的頂尖企業具有定義完善且附有文件紀錄的策略。

此份由翰德RPO與人力資源社群領域的領導雜誌《HRO Today》聯合執行的報告也發現：公司高級行政人員的支持、品牌的多渠道溝通以及內部推廣也都是建立成功僱主品牌的重要組成部分。

報告教路列成功要訣

翰德RPO的僱主品牌、數碼及採購創新部門負責人Suzanne Chadwick表示，企業不能只依賴強大的消費者品牌來招聘與激勵員工。

設計廊中環開第三店

【香港商報訊】由香港貿易發展局設立的「香港·設計廊」第三家香港分店，日前在中環PMQ元創方舉行開幕典禮，香港貿發局總裁林天福表示：「PMQ元創方是設計與創意的新地標，自開放以來，就成為了城中新晉創作精英的集中地。PMQ為他們提供創業平台、培育創意企業家的理念與設計廊致力推廣香港原創設計及品牌，實在是不謀而合。我很高興設計廊能夠進駐PMQ，共同為香港創意產業出一分力。」

林天福又指，除了三間設計廊實體店，香港貿發局一直都在努力擴大銷售網，將香港的設計產品帶到人流暢旺、客源多元化的全新銷售點，包括海洋公園、世界自然基金會訪客中心及K11 Design Store等。此外，貿發局亦積極拓展設計廊在內地的網絡，先後在北京、廣州、上海、青島、武漢等城市開設近20個內地銷售點；又緊貼網購趨勢，透過雅虎香港Outlet、亞洲萬里通會員禮品換領、內地的「天貓」及「京東商城」等網上平台，將香港設計推介給更多消費者。

「香港·設計廊」以推廣香港原創及設計為主要目的，產品種類包羅萬有，由時尚服飾、手表以至創意家居擺設、精品及文具等，彰顯香港設計師的非凡創意。



新店現時雲集約80個香港設計師及品牌系列，近1500款創意作品，並劃分成三家主題店，分別是以銷售禮品、家品、文具及玩具為主的Designer Delight、手袋及配飾的Accessory Access，以及手表及珠寶的Treasure Trove。

「香港·設計廊」位於PMQ元創方的三家主題店佔地約1200平方呎，設計師以簡潔明亮的設計貫通三間店舖，並以不同的顏色主題及物料賦予三個空間獨特的氣氛，為顧客帶來親切輕鬆的購物體驗。出席開幕典禮嘉賓還有香港設計中心董事會主席羅仲榮、應屆香港小姐冠軍陳凱琳，以及多位香港設計師及品牌代表。



周慧儀教小朋友把青瓜挖空，加入臘腸、西芹和紅蘿蔔條，淋上黑醋橄欖油，便是可口的小吃。

腸，除了黑松露臘腸、黑松露鴨腸、麻辣腸外，還有蠔豉臘腸，但因找不到靚的蠔豉，順延至今製造。

「雖然強大的消費者品牌有助於公司吸引頂尖人才，但明確定義的僱主品牌有助確保他們所僱用的員工不僅擁有適當的技能，更能與公司的文化及工作環境相匹配，從而提高員工的生產力、敬業度及人才保留率。」Chadwick說。在涉及到建立成功的僱主品牌時，此報告指出幾項成功要訣，包括：真實性、與公司實際行為一致和與消費者品牌一致等。此報告也建議發展明確、可信、有吸引力、有相關性的品牌。

Chadwick指出，在許多公司中，由誰最終對僱主品牌策略負責往往是不明確的。

「是人力資源部？還是市場推廣部？僱主品牌負責部門的不明確會導致合作欠缺成效，甚至會使品牌推廣工作成為「政治」問題。僱主品牌的明確的職責歸屬以及企業各部門的合作至關重要。」

此份名為「如何創立成功的僱主品牌：建立於頂尖僱主品牌的實務的報告」將成功的僱主品牌定義為：「現有員工或準員工將機構視為一流工作環境」。

報告顯示，相較於其他企業，頂尖僱主在支援僱主品牌活動所投入的預算，平均超出其他企業70%以上，而且相較於其他企業，有兩倍之多的頂尖企業具有定義完善且附有文件紀錄的策略。

此份由翰德RPO與人力資源社群領域的領導雜誌《HRO Today》聯合執行的報告也發現：公司高級行政人員的支持、品牌的多渠道溝通以及內部推廣也都是建立成功僱主品牌的重要組成部分。

報告教路列成功要訣

翰德RPO的僱主品牌、數碼及採購創新部門負責人Suzanne Chadwick表示，企業不能只依賴強大的消費者品牌來招聘與激勵員工。

設計廊中環開第三店

【香港商報訊】由香港貿易發展局設立的「香港·設計廊」第三家香港分店，日前在中環PMQ元創方舉行開幕典禮，香港貿發局總裁林天福表示：「PMQ元創方是設計與創意的新地標，自開放以來，就成為了城中新晉創作精英的集中地。PMQ為他們提供創業平台、培育創意企業家的理念與設計廊致力推廣香港原創設計及品牌，實在是不謀而合。我很高興設計廊能夠進駐PMQ，共同為香港創意產業出一分力。」

林天福又指，除了三間設計廊實體店，香港貿發局一直都在努力擴大銷售網，將香港的設計產品帶到人流暢旺、客源多元化的全新銷售點，包括海洋公園、世界自然基金會訪客中心及K11 Design Store等。此外，貿發局亦積極拓展設計廊在內地的網絡，先後在北京、廣州、上海、青島、武漢等城市開設近20個內地銷售點；又緊貼網購趨勢，透過雅虎香港Outlet、亞洲萬里通會員禮品換領、內地的「天貓」及「京東商城」等網上平台，將香港設計推介給更多消費者。

「香港·設計廊」以推廣香港原創及設計為主要目的，產品種類包羅萬有，由時尚服飾、手表以至創意家居擺設、精品及文具等，彰顯香港設計師的非凡創意。



新店現時雲集約80個香港設計師及品牌系列，近1500款創意作品，並劃分成三家主題店，分別是以銷售禮品、家品、文具及玩具為主的Designer Delight、手袋及配飾的Accessory Access，以及手表及珠寶的Treasure Trove。

「香港·設計廊」位於PMQ元創方的三家主題店佔地約1200平方呎，設計師以簡潔明亮的設計貫通三間店舖，並以不同的顏色主題及物料賦予三個空間獨特的氣氛，為顧客帶來親切輕鬆的購物體驗。出席開幕典禮嘉賓還有香港設計中心董事會主席羅仲榮、應屆香港小姐冠軍陳凱琳，以及多位香港設計師及品牌代表。