

# 榕豬肉店萬元聘賣肉員

## 超低門檻羨煞白領 求職者絡繹不絕

香港文匯報訊(記者 黃嫻 福州報導)隨着內地豬肉價格一路高漲,令賣肉員的身價也「水漲船高」。福建福州一家「土豬肉」連鎖專賣店,日前以底薪3,000元人民幣,每月日均賣兩頭豬便可拿到11,000元薪水的條件,網羅賣肉員,並且強調學歷只要求初中以上。如此「低門檻,高收入」的聘用條件,不僅羨煞眾多白領,更引來絡繹不絕的應聘者登門求職。

記者在該肉商的一家連鎖店看到,新員工蔡少江正利落地分割豬肉,並向顧客熱情介紹產品有何特色。他告訴記者:「薪水確實很誘人。每個月的基本工資是3,000,而我現在每天大概也能賣出3,000-4,000元的豬肉。」按照賣出一頭豬3,000元左右計算,蔡少江一個月可以拿到5,000元以上。而根據公司的指標,若每天賣出兩頭豬,月薪11,000元,每天賣三頭豬,月薪可達16,500元。

### 薪資遠勝同行

相較於同行,蔡少江很滿意自己的這份工作。據了解,福州另一家土豬肉商家是根據技術等級劃分薪酬等級,薪資在2,500-4,500元不等。而本地超市中的高級技工雖可拿到與超市管理層員工一樣的薪水,但也遠低於這家以萬元月薪招聘賣肉員的「土豬肉」連鎖專賣店。

「其實賣肉員有許多門道,如果賣得好,是可以掙那麼多錢。」這家經營土豬肉公司的辦公室主任林女士透露,公司按照每頭豬賣出總價的6%進行抽成,員工賣的豬越多,抽成自然就會越高。對於3,000元的底薪,她指出,公司希望為員工提供好的工作環境,這樣的底薪是為了保障員工的基本生活。

### 銷量決定獎金

記者了解到,新員工入職後,會進行為期十天的培訓,主要是講企業文化、如何辨別土豬肉,怎麼宰豬、賣豬等等。一旦開始銷售也要面臨壓力,因為該公司土豬肉的價格會比一般豬肉價格每斤貴出2至3元,如何打動消費者,也要看這些員工的真本事。林女士強調,他們銷售的土豬飼養需要一年左右的時間,成本高,即便市場價格高些,也不足以支撐付高額的薪水。只有員工自己賣得多,才能掙得多。



福州一家豬肉連鎖店以萬元月薪聘人賣豬肉。香港文匯報記者 黃嫻攝

由於不像其他公司招聘員工有高學歷的門檻,目前該肉商新招聘的員工幾乎都是初中或高中文化水平。林女士解釋說,門檻高低與收入高低並無多大關係。「如果只招高學歷員工,可以說目前是招不到的。而且,學歷高的一定不會賣肉,『賣肉員』就是看他會不會『賣』。」



福州水影畫大師鄭欽韻正在作畫。香港文匯報實習記者 丁亮攝

# 美女水影畫師：針尖輕點引水作畫

香港文匯報訊(實習記者 丁亮 福州報導)「水把周圍的一切如畫般倒影,並委曲的搖曳着,讓我們見識了一流的寫生家。」一百多年前,俄國作家車爾尼雪夫斯基將水比作一流的畫家時,一定料想不到水中不僅能倒映出美景,還能用顏料塗抹出美景。福州人鄭欽韻是福建省內首個專職水影畫師,她用細膩的筆觸在水中勾勒出寫意的畫作,令觀眾嘖嘖稱奇。

盛滿清水的畫槽,鄭欽韻手持「滴筆」,蘸些顏料,在水中槽多處點散,便見幾個紅點慢慢暈開。之後她再用「針筆」細細勾勒,水中的紅暈便漸漸浮現成一個端莊的女子。緊接着,畫筆隨着水中女子的輪廓繼續蔓延,女子的影像漸漸淡去,一朵鮮活的牡丹脫水而出。

### 畢業於中央美院

鄭欽韻出生於書香門第,從小受愛好國畫的父親影響,立志當一名畫家。2001年,她如願考上了中央美術學院,主修國畫和現代藝術表現。畢業後,她時常在網上淘一些繪畫方面的視頻,直到去年二月,鄭欽韻偶然點開了一段內地水影畫大師黃珠琳的視頻。「太美了,我當時就被這水面上靈動的美感迷住了」。好強的鄭欽韻當時便萌發了學習水影畫的念頭。

雖然懷着滿腔熱情,但鄭欽韻還是不得不面對一系列問題。水影畫是黃珠琳在2010年在大陸首創的,如此新潮的藝術,既沒有老師也沒有工具,顏料成分的配比是多少?水影畫那特殊的畫筆是怎麼製造的?如何控制滴液的流量?都令這位年輕的畫家無從下手。

### 冀三坊七巷入水影

不同於其他傳統的繪畫藝術,水影畫是在水中作畫,在水面上出現一點的晃動、顫抖都會導致水中的畫變形。「那陣子我每天都呆在畫室十幾個小時研究水影畫,周圍擺滿了各種量杯、試管還有記錄每次用量的本子,那時候看自己簡直像個化學家。」鄭欽韻笑着說。

功夫不負有心人。經過長期練習,鄭欽韻終於獨創出了一套自己的畫風,並成立了自己的水影畫工作室,開始承接各地的水影畫表演。鄭欽韻表示,因為自己是福州人,自小便在三坊七巷裡長大,很想把三坊七巷裡的造景引入自己的水影畫中。為此,鄭欽韻正考慮通過改變液體的搭配來增加水影畫的立體感,讓三坊七巷可以在水中浮動起來。



盡享親水樂 入夏,位於福建寧德市西部屏南縣境內的白洋水質公園「白水洋」迎來了各地遊客。圖為遊客在白水洋清澈的溪水中,洗去夏天酷熱,盡享親水樂趣。中通社

# 白海豚音樂節 鷺島樂迷High翻天

香港文匯報訊(記者 陳艷芳、實習記者 傅龍金 廈門報導)連續三天的廈門白海豚音樂節,讓鷺島市民享受到一場音樂大餐,這場福建最大型的音樂文化盛會也創下諸多紀錄。崔健、許巍、動力火車、張懸、王若琳、林宥嘉、AK47等來自國內外的知名音樂人及30支樂隊到場獻唱,搖滾、民謠、流行、朋克、金屬等多種風格的音樂更讓廈門的樂迷High翻天。

主辦方表示,唱出白海豚般最本真的聲音,給樂迷自由、人性化的現場體驗是本屆辦節的宗旨。並希望今後每年都將在觀音山舉辦音樂節,成為廈門獨特的音樂盛會。

# 吃過量嘔不止 饞嘴蟒蛇被擒

香港文匯報訊 據《海峽都市報》報道,福建泉州南安一條色彩斑斕的野生蟒蛇日前因飢餓難耐,溜進山下的村落中,一口氣吃掉兩隻兔子、一隻雞。但沒想到的是,這條3.5米長、26斤重的蟒蛇「眼大肚子小」,吃得太多導致它

在農戶的雞圈裡狂吐。這也讓養了雞的農戶將其逮了個正着,並用網袋將其「扭送」到當地森林派出所。

由於牠屬於國家級保護動物,這條蟒蛇最終被「無罪釋放」,回歸大自然。

# 巨幅3D變形金剛塗鴉現榕城

香港文匯報訊(記者 黃嫻 福州報導)《變形金剛3》的熱映,讓福州「粉絲」開始用不同形式表達着對變形金剛的喜愛和紀念。日前,在福州一條街道的牆上,出現了巨幅3D變形金剛塗鴉,作者蔡友琪稱,從小就喜歡變形金剛,近幾年變形金剛被搬上電影,炫麗的特效和逼真的質感也拓展了他塗鴉創作的想像空間。



蔡友琪創作的巨幅壁上塗鴉3D變形金剛。香港文匯報福建傳真

這幅塗鴉長約10米,高近2.5米,畫中以蔚藍色的太空為背景,博派的汽車人「大黃蜂」呼之欲出,車身的紋路和各個金屬的光澤。該作品一出,許多變形金剛粉絲也盛讚不已。

# 泉州「考霸」戰無不勝

香港文匯報訊 據《東南早報》報道,福建泉州80後施陽清半年時間輾轉內地各省報考公務員和事業單位,先後以四個筆試第一,進入上海、廣東、廈門以及泉州的崗位面試名單,

同時,他還考上了北京大學研究生,並通過了國家計算機等級考試四級(網絡工程師)。「考霸」的傳奇經歷也讓當地人欽佩不已。

據了解,1986年出生的施陽清,雖然為了考試瘦了30斤,但「越考越有信心,越考越興奮!」作為南京醫科大學醫政學院衛生事業管理專業畢業生,他表示,多次報考也是為了給自己多些機會。如今他已最終選擇了廣東省司法廳監獄管理局管理崗位,9月底報到。現在他又信心十足準備參加全國司法考試。



# 恒生銀行推行沼氣能源計劃



恒生影拍本環保機構長春社和內地雲南省綠色環境發展基金會於雲南省推行沼氣能源計劃,自2007年起分別在瀘西、硯山、騰沖及西雙版納贊助興建了1,100個沼氣設施,當中包括一池三改,即在建沼氣池外,同時改建豬欄、廚房和廁所。2011年,恒生更將計劃擴展至德宏州,並贊助興建550個沼氣設施,預期受惠村民達2,200名。該計劃除讓村民受惠外,且更能保護樹林,減低水土流失,而且每年可減少砍伐約2,700噸柴木(約675英畝樹林),同時亦可減少溫室氣體排放(每年約可減少排放13,750噸二氧化碳),及減少化肥的用量,防止土壤受污染。計劃同時亦改善農村環境衛生條件,減少蚊蠅孳生,減少傳染病,而婦女和小孩亦因不用上山砍柴,可釋放更大的市場勞動力。

這項計劃獲「克林頓全球倡議」,並於香港舉行的2008年亞洲會議上確認為一項企業公民承諾。沼氣池運作原理主要是通過沼氣廁所,人和豬的糞便得以循管道排放至地下沼氣池,釋放出來的沼氣經喉管引導,便可作為免費而供應穩定的清潔能源,用作煮食及照明。同時沼氣池內的沼肥亦可作為天然肥料以替代化肥。為此計劃,香港及內地的恒生義工更遠赴雲南,檢查興建完畢的沼氣廁所,確保所有廁所已順利興建。

# 服務質素贏得客戶長期信賴 AIA香港獲三大傳媒機構頒發獎項

美國友邦保險(百慕達)有限公司(簡稱「AIA香港」)宣佈獲三家著名傳媒機構頒發獎項,包括連續8年成為「Yahoo! 感情品牌大獎(保險組別)」得主,及連續8年贏得《讀者文摘》「信譽品牌」2011之香港區金獎(保險組別),並贏得亞洲區金獎,以及連續4年奪得《經濟一週》「實力品牌大獎」。



AIA香港及澳門首席執行官陳榮聲(左)接受《讀者文摘》「信譽品牌」之香港區金獎(保險組別)

公司能夠長期躋身這些獎項的榮譽榜,充分印證AIA香港服務香港多年來,一直全心投入,服務大眾,贏得無數客戶的長期信賴。AIA香港及澳門首席執行官陳榮聲表示:「AIA香港成立80年,我們繼續獲得三大著名媒體頒發獎項嘉許,實在可喜可賀。AIA於2011年6月被納入成為恒生指數成份股,更是認同集團作為最大泛亞地區人壽保險機構的強勢市場領導地位。80年只是一個起點,我們所追求的是一團一心,對客戶承諾一個永遠。透過強大及專業的營業團隊,讓我們對客戶在人生不同階段的關懷顯得更細緻,再配合因應客戶需要而開創的嶄新服務、保障及財富管理產品,務求讓他們感受到不一樣的銷售及客戶體驗。」

### 獲獎反映市民支持

「Yahoo! 感情品牌大獎」是透過網上投票,嘉許深受客戶愛戴的卓越品牌。大會首先選出26個行業組別

的候選品牌,再讓網民從各組別中選出他們最喜愛的優秀品牌;每個組別得票最高的3個品牌獲頒獎項,而AIA香港連續8年成為「Yahoo! 感情品牌大獎(保險組別)」獎項的得主,反映廣大市民對公司的支持。

「讀者文摘信譽品牌2011年度調查」是亞洲區其中一項最具代表性和透明度高的品牌調查。此調查共訪問了來自8個亞洲國家或地區的8,000名消費者,被訪者需要從不同的產品及服務組別中,選出他們心目中最值得信賴的品牌,而得票較高的品牌將獲頒發金獎殊榮。AIA與AIA香港連奪亞洲區及香港區金獎,足以印證AIA在整個亞洲地區代表值得信賴之保險名牌。

此外,由《經濟一週》主辦之第4屆「實力品牌大獎」,AIA香港憑着實力雄厚的品牌地位,連續第4年勝出並成為唯一的保險機構獲得殊榮。此獎項旨在表揚贏得公眾認同的實力品牌,及有關機構出色的品牌管理及推廣策略,從而提升得獎企業的知名度及產品競爭力。

# HP×熊貓阿寶聯手普及雲端打印熱潮

全球首屈一指的打印機生產商HP,日前假沙田新城市廣場舉行之「HP ePRINT『熊』霸夏日」活動已經圓滿結束,反應非常熱烈,成功增進市民大眾對Print Apps的了解,進一步推動HP ePRINT雲端打印技術普及化。

HP噴墨及網絡方案零售業務總監陳啟昌表示:「今次與暑期大熱電影《功夫熊貓2》合作舉行的推廣活動,透過讓參加者親身體驗各式各樣的Print Apps,令HP ePRINT雲端打印熱潮更加深入民心。截至現時為止,Print Apps的用量按季取得雙位數字的增長。HP未來將繼續積極開拓本地Print Apps市場,研發更多切合本地市場需要的Print Apps,預期個港產教育程式將於今年第四季推出。」

HP首創的HP ePRINT雲端打印技術,將將智能手機與打印機完美結合。「HP ePRINT『熊』霸夏日」中的「功夫熊貓競猜王」問答遊戲,運用這項嶄新科技,讓顧客以HP ePRINT回答問題,贏取《功夫熊貓2》精美券作紙。同場亦設有「功夫熊貓手印」,送出由HP eAIO雲端多合一打印機上夢工場Print Apps打印的《功夫熊貓2》填色紙,讓顧客即場動手填顏色、做券作,為阿寶增添色彩,場面非常熱鬧。活潑好動的阿寶更駕臨商場跟大小朋友見面,一同拍照留念。顧客更可即時以HP eAIO雲端多合一打印機打印出自己與阿寶的珍貴合照,並放在《功夫熊貓》主題的相片框上,保留開心歡樂的一刻。



活潑好動的阿寶跟大小朋友見面,一同拍照留念。