



►黃家和早在
小時候就與咖啡
結下緣分。

黃家和：咖啡市競爭大突圍靠秘方

營商有道

早上沖一杯香噴噴的咖啡慢慢嘆，醒腦提神，開始辛勤工作，何等寫意。人們以前只會在傾生意時飲咖啡，現在卻成了一種生活文化。年輕人喜歡在咖啡廳聚會，以顯身分高貴。成年人喜歡細磨慢煮，稱是享受生活。退休人士與三兩知己閒時來一杯，喚作品味人生。對比前高官和廉喜歡收藏的紅酒，財爺愛飲的咖啡便宜易入口，出門閒逛，總有一間咖啡專門店在眼前。但不說不知，原來全港只有10間咖啡批發公司，隨時街頭酒店與街尾茶餐廳飲的咖啡，都是同一公司出品。

■文：香港文匯報記者 蔡明嘩 圖：張偉民

黃家和

- 金百加集團主席
- 黑龍江省政協委員
- 香港食品及飲品行業總會主席
- 香港餐飲聯業協會會長
- 香港咖啡紅茶協會主席

- 綠色有機生活協會（綠機會）主席
- 香港中華廠商聯合會常務會董
- 香港品牌發展局副主席
- 香港城市大學商學院協席教授
- 美國明尼蘇達大學基金會董事

Profile

自家烘焙零售 推廣咖啡文化

對於咖啡的前景，黃家和十分樂觀，但覺得大家的要求將會愈來愈高。他認為膠囊咖啡將是其中一個商機，並打算再進一步去推廣咖啡文化。兒時已把咖啡豆當玩具的黃家和表示：「很多人只當咖啡為一種飲品，完全不知道自己所欲的咖啡原產地在哪儿？到底自己在喝些甚麼？所以我有概念要在香港和內地開零售咖啡店，而且要在店內自家烘焙咖啡，介紹相關的咖啡知識。」

內地咖啡需求大

近幾年，不同的咖啡店紛紛在內地開業，數據顯示，1998年起內地的人均咖啡消費量正以每年30%的速度遞增。據中國國際貿易中心統計，內地咖啡消耗年增長率高達約15%，而國際咖啡消耗年增長率僅2%，其中星巴克在內地的分店由2007年的250間增至現在的732間。黃家和指金百加早在20年前北上內地市場：「當時眼見有不少外資進入內地，且有新酒店和商場相繼落成，所以相信隨後會有需求。如今內地的咖啡用



■黃家和手上有80多種咖啡配方，笑指比起奶茶更愛飲咖啡。

量已由20年前的每年2,000多噸增至現在的每年2萬多噸，相信未來的增長空間仍然很大。」在香港方面，黃氏直言，並非沒有增長，不過增長空間愈來愈小，相信咖啡文化在香港將可愈來愈成熟，自己亦打算深入推廣。

業界缺人手 盼政府支援

除身任金百加的主席，黃家和同時是香港餐飲聯業協會會長，亦與翠華餐廳老闆由細玩到大，交情深厚。對於餐飲業的根本，他說一定是食物安全和嚴格的品質要求。不過在業界中，這個問題其實幾麻煩，「全港有近七成食物由內地進口，食物的安全和售價其實都好被動」。

黃家和指業界普遍存在成本、人才和租金三大問題，並希望政府可想法幫助業內人士。「租金方面，最受影響的就一定是中小企，很難有價講。進口食品方面，即使盡量買入優質產品，但難以每件再檢測。最後是人才方面，不少人轉行做保安或零售業，行內大量缺乏洗碗和清潔工人」。黃氏指種種問題如不解決，最終只會影響生產和質素。

面對缺乏洗碗工人的問題，黃家和指不少餐廳開始轉用洗碗碟機，「但有些工作不能以機械代替，例如點餐、收碟和收錢等」。在香港每日會沖出250萬杯港式奶茶，近年亦有不少奶茶機推出，但黃家和認為師傅的地位很難取代：「師傅拉出來的奶茶始終較有味道，有人飲開某位師傅拉的奶茶，你用機器取替始終有差。」

申奶茶列非物質文遺

黃氏直言除咖啡外，自己與奶茶亦有很深的情意結，所以才會在過去5年開辦茶王比賽，培養逾2,000人，更把港式奶茶申請列入非物質文化遺產。「如果申請成功，我希望設立奶茶學院，把奶茶帶到西方人的餐廳內」。

有「咖啡大王」之稱的金百加集團主席黃家和表示，雖然內地咖啡市場近年發展不俗，但其實仍有很大增長空間，市面除多了咖啡專門店開業外，不少快餐店均有提高咖啡品質以迎合市場需要。另外黃家和笑指，在香港只有10間的咖啡批發公司當中，金百加的佔有率比較大，舉例大部分高級酒店和連鎖快餐店均有選用其咖啡，「很多人連自己飲過我們的咖啡都不知呢」。

主力做批發 親手做調配

黃家和之所以有「咖啡大王」之稱，全因他很早就開始進入這個市場，看着這個市場成長。他父親早在上世紀30年代將咖啡和紅茶引入香港，經營捷榮辦館，即是香港著名捷榮咖啡的前身。黃家和1993年創立金百加，隨後設立咖啡廠。早在上世紀80年代剛開始

時，咖啡水準很多差，他笑指：「一開始在香港地鐵沿線賣，不過因為太香，被人投訴所以就沒有再賣了。」後來變成主要做咖啡批發生意，如今大家樂有近六成咖啡，以及香港大部分高級酒店的咖啡均由金百加供應，而且更是他親手調配。

咖啡分兩類 調配顯特色

雖然不少香港人自稱喜歡嘆咖啡，但其實大家對咖啡文化的認識不太深。黃家和指咖啡的種類有很多，主要分兩種：「阿拉比卡」(Arabica)和「羅布斯塔」(Robusta)。阿拉比卡咖啡主要由中南美生產，羅布斯塔咖啡主要由東南亞國家供應，而越南盛產羅布斯塔咖啡。「雖然羅布斯塔咖啡多在低海拔地區供應，品種不及阿拉比卡咖啡，不過由於成本比較低，所以在歐洲也有入口，當中越南咖啡的

出口更已超過哥倫比亞成為第二位」。黃家和表示，由於不同品種、地區和氣候的咖啡豆均會有自己獨特的味道，同一品種的咖啡豆亦有可能調配出不同的味道。

黃家和手上有80多種咖啡配方，「高級酒店和大型連鎖快餐店的咖啡批發，當然不是一買一賣如此簡單，客戶會要求提供適合自己公司的咖啡」。黃氏笑指一般市面上的咖啡店，均未在搭配上為客人提供選擇。他覺得咖啡文化是可以進一步推廣的，更為想開特色咖啡專門店的人提供貼士：「一杯咖啡如何突圍而出？除了用不同沖法，加入拉花外，也可試試從咖啡的原始味道着手，研發出個人配方。」黃家和指不同人口味有別，尤其不同年紀和性別喜好各異。「我個人就喜歡濃咖啡，要能在苦澀味中突出香味，所以比較愛飲非洲的咖啡」。

難忘沙士 逆境「有機」



■金百加在業內獲獎無數，曾為北京奧運提供食品。



■黃家和與翠華餐廳老闆李遠康十分老友，圖為李遠康送給黃家和的聖誕卡。

黃家和創辦金百加集團，旗下有「大排檔」、「點點綠」、「點點紅」和「健一小廚」等品牌及食肆。由生產最基本的紅茶包起家，黃家和直言創業難，要生意不蝕錢就更難。「創業的過程真的



■黃家和申請把港式奶茶列為非物質文化遺產。

要很清楚自己正在做甚麼？哪條路才是對的？我一邊做咖啡一邊想要不要也做食品呢？見到有機市場有商機，於是就開始了『點點綠』的業務」。

黃家和直言在過去的營商經驗中，最難忘是「沙士」那年。「當時的飲食行業可算是重災區，但你只可以堅持，因為總有逆境。幸好我的業務多元，講環保健康的『點點綠』在那時候多了很多生意」。黃家和指雖然是老生常談，不過

無論做哪一行，最重要是睇前景，做市場調查和數據分析。「我90年做過市場調查，發現內地商業發展大，會建很多酒店，於是北上內地。之後很多創業者跟隨上了內地，一窩蜂去做零售，但並不是打着香港旗號就有人信，要了解市場發展方向，建立商譽亦需要時間」。

有機廚房育人才

「點點綠」現在是大型連鎖店，已打進加拿大市場的黃家和笑指現在愈做生意愈覺世界很細。眼見客人要求有所提高，香港亦愈來愈多進口高質素食品，他說在有機市場方面，將會發展有機廚房和培訓人才。在零售業務方面亦有開舖的打算。

購酒莊多元發展

金百加現在以一條龍方式包辦入口、生產、批發和零售業務；並出口咖啡、茶、咖啡機、奶類，以及健康和有機食品等，另外在2005年開始批發紅酒，在4個多月前更花千萬元在法國波爾多購入酒莊。「該酒莊規模不大，紅酒年產量僅約萬餘支，不過亦有打算引進香港和內地市場。然而最重要是用作開發紅酒培訓和旅遊業務的基地，發展出產紅酒以外的業務」。黃家和曾修讀藝術學科，笑言這個酒莊將設有一個可以畫西洋畫的地方。

工銀亞洲看好手機銀行業務



■李一旗稱，該行手機銀行業務增長趨勢非常快，其中以香港客戶使用最為積極。

張偉民攝

香港文匯報訊（記者 涂若奔）越來越多港人使用智能手機，為銀行業帶來無限商機。工銀亞洲電子銀行部主管李一旗表示，

該行自2012年起提供手機銀行服務，交易量持續快速增長，以證券買賣為例，2013年上半年的月均交易筆數較去年增長逾1倍。在該行客戶中，使用手機銀行人士最多的地區首推香港，佔比超過50%。

李一旗日前接受傳媒訪問時介紹，該行手機銀行業務增長趨勢非常快，其中以香港客戶使用最為積極。去年該行曾統計過其手機銀行應用程序下載量，以來自香港本地的下載量最多，佔比超過50%，其次是美國、歐洲和加拿大，佔比由10-20%不等。內地則較少，相信是由於當時內地的智能手機使用者相對仍不算多，加上3G速度較慢、流量限制以及上網費用較貴等客觀條件造成。

業務速增 港人使用佔逾半

李一旗引述數據指出，港人使用智能手機的比例已超過9成，且在香港上網速度非常

快、費用也較便宜，可以說「已經完全進入智能手機時代」，目前，該行通過手機銀行買賣股票的交易量已佔總體股票買賣交易量的10%。「大家以後有可能主要就是用手機銀行來炒股，未來的趨勢，無論是從交易量還是交易佔比來看，網上銀行可能會相對降低，手機銀行卻會提高」。

「手機錢包」 仍在進行研究

對於近期受到熱炒的「手機錢包服務」，李一旗稱該行也正在進行研究。但他稱，該業務涉及手機廠商、銀行、用戶和信用卡組織等多個環節，要解決整個利益分配格局的問題。此外，客戶的接受程度也不成熟，並質疑「它的發展目標是要消滅錢包，希望大家不帶錢包，但消滅了錢包你的身份證放哪裡呢？你還是會帶錢包。錢包裡多一張卡還是少一張卡意義不是很

大」。

網銀自助開戶服務受歡迎

談及該行網上銀行服務，李一旗也稱一直發展迅速，包括定期存款、證券賬戶、投資賬戶等9種賬戶可由客戶在網上自助開戶，受到廣泛歡迎。以證券賬戶為例，新申請在網上自助開通賬戶者佔比達7成。其中來自內地的客戶佔絕大部分，達80-90%。在網上銀行跨境服務方面，「工行全球快匯」目前交易筆數已佔整個匯款量的10%，其中主要是企業客戶，個人客戶雖然相對較少，但使用「工行全球快匯」的比例反而更高，達到40%。

李一旗又強調，該行在手機銀行、網上銀行和ATM柜員機都投放了大量資源，目前該行在香港的ATM總數為137台，未來將會繼續增加，目標是3-5年內達到240台。

推定存新優惠搶客

香港文匯報訊（記者 涂若奔）近期本港銀行紛紛出奇招搶客，工銀亞洲也推出了「新客戶、新資金」獎賞計劃，引起不少關注。

在港元定存方面，於推廣期內，客戶以全新資金開立存期12個月的定存2,000萬元或以上，年利率為1.8%。50萬元至2,000萬元的年利率為1.60%。10萬至500萬元則為1.45%。

人民幣業務方面，該行今年4月推出了全港首創的人民幣紙黃金服務，6月份投產了以美元和人民幣計價的白銀、鉑金、鈹金網上交易服務，成為本港首家提供4種賬戶貴金屬買賣的銀行。