

高教界「奧斯卡」 科大網課奪兩獎



▲龐鼎全(中)率領團隊，為高中學生推出創新線上學習課程「化學家在線」，奪得高等教育界「奧斯卡獎」。左為鄧俊威，右為劉樂活。李穎宜攝

香港文匯報訊(記者 李穎宜)網上學習是教育界新趨勢，讓學生隨時隨地吸收新知識。由香港科技大學領導、多所院校參與的「香港虛擬大學」平台，及其針對高中生、至今吸引逾8,000人修

讀的創新「化學家在線」課程，本月初於有高等教育界「奧斯卡獎」之稱的「Wharton-QS Stars Awards 2014」揚威，分別獲頒「混合學習組」亞軍及「自然科學獎」冠軍榮譽。

下月擬推兩課程 助銜接大學

科大團隊透露，計劃於2015年1月再於平台推出兩個新課程，期待網上課程能成為中學生銜接到大學的重要橋樑。

「Wharton-QS Stars Awards 2014」由知名的賓夕法尼亞州大學Wharton商學院及高等教育研究機構QS合辦，是全球首創創新教學大獎，今年獎項共有來自43個國家及地區、427所院校及企業組成的隊伍角逐，而科大「香港虛擬大學」平台從中脫穎而出，獲得兩個重要獎項。

領導科大團隊的計算機科學及工程學系教授龐鼎全指出，「香港虛擬大學」平台結合了網上加面授的學習模式，而為及早培養高中學生對科學的認知，科大特別與香港另外五間設有化學課程的大學合作，2011年起開始首階段「化學家在線」課程，今年的第二階段更獲教育局邀請合作，更有系統推出18節，包括環保化學、食物化學、有機化學及健康科學等範疇的課堂，並首次有澳門學生參與，涉及學校數目增至140多間，總學生人數逾8,000名。

設網上發問區 鼓勵同輩互助

龐鼎全又指，相比首階段較注重啟發學生發問技巧，「課程第二階段的模式更完備。每節課除了有由大學教授所提供大約1小時的課程影片外，亦包括課前及課後的參考資料。學生每上一課，需完成相關練習和測驗。」另課程亦特別設立網上發問討論區，由專人解答，龐鼎全特別提到，希望修讀者能主動協助解答，做到同輩間互相幫助的效果。他直言，課程程度比文憑試略深，但相信這是中學生銜接到大學的重要橋樑。

學生讚「化學家在線」 識讀識問

科大化學系二年生鄧俊威曾報讀首階段的「化學家在線」，他笑言，課程除有內容生活化的好處外，遇到不明白的地方更可隨時「倒帶」重溫。他認為，自己透過課程學會「識讀識問」，對日後成為化學家幫助很大。

剛以優異成績完成第二階段首學期課程的英華女校中六生劉樂活指，網上課程能推動學習主動性，令她比以前更想追求新知識，「例如當中的美食學課題，透過烹調食物的化學原理，更深刻明白到化學與日常生活息息相關。」

■一連5日的「冬日美食節」昨晚7時煞科，今屆總入場人次達121.6萬人，比去年增長15%。梁祖彝攝



美食節割價衝刺 要錢唔要貨

121萬人捧場增15% 參展初哥賺近四成

水耕菜有機蘋果 食安作賣點

香港文匯報訊(記者 袁楚雙)近年食品安全問題屢見不鮮，食物的來源也漸漸受到大眾的關注。今屆美食節不少展商以有機種植，及本地農場出產作為賣點，以食材的安全保證吸引市民光顧。有展商表示，市民多吃健康蔬菜，身體好點，社會的醫療負擔也會減少，希望政府更加支持本地農業。

多吃健康食物「病少啲」

出售水耕菜的Farm Direct負責人伍耀泓指，由開始籌備至測試種植、到正式營業門市歷時2年多，但經過數天美食節展期，發現市民對水耕菜認知很低，甚至混淆水耕菜和有機菜，因此透過展期希望讓更多市民認識這種只靠水及水中礦物質種菜的栽植方法。

他續指，面對全球人口膨脹，最終糧食短缺只會成為事實，而水耕菜的概念早於歐美國家流行，以利用循環用水、不施農藥等優點，可以為市民提供大量健康的蔬菜。



香港人自己種的蔬菜

他表示，現時旗下的水耕菜每包約200毫克出售35元，展覽期內50元可買得3包，但他透露，很多人看不到水耕菜的價值，尤其是年長的人認為「蔬菜應該只是數元一斤。」但他卻看到價格背後的可能性，「如果大家吃多點健康食物，身體好點，病少啲，對社會的醫療負擔也少一點。」

他希望政府支持本地農業，以助農夫大量種植降低成本，「一個社會總不能每個人都做金融，否則便會物極必反，屆時便沒有糧食了。」

經官方認證「賣5元良心價」

互生有機農業有限公司總經理鄧子平也在展場出售標榜本地種植的蘋果，他直指，人人都說自己的蔬果以有機種植，但「一切都要講數據」。

他指，其蔬果經認可機構檢測有機種植的標準，亦經官方安全認證，及用心栽培下為市民提供美味可口又安全的水果，「超市賣蘋果都要7、8元一個，我們這裡賣5元一個，絕對良心價。」

會場邊緣位置亦有一本地農場參展商為市民介紹特別栽種的士多啤梨，聲稱果味更濃，甚至用上牛奶灌溉士多啤梨，令果肉有啖啖牛奶香，縱使價格偏高，仍吸引不少市民購買。

鄧子平指，其蔬果經認可機構檢測有機種植的標準，亦經官方安全認證。

深水埗豆花妹撈米線老闆張超對展覽期間反應理想，不禁流露喜悅之色。梁祖彝攝

美食節熱科日昨午人流稍回升，不少展商紛紛「要錢唔要貨」，貨品減價由八折到半價不等。不過入場市民明顯聚集於最側面的熟食檔位，人潮鼎盛。

米線老闆：熟食勝在穩陣

首次參展的深水埗豆花妹撈米線為是屆美食節的贏家之一。老闆張超表示，花數萬元成本在美食節擺攤位，20元一碗豆腐花撈米線，喜見市場反應理想，不但封蝕本門，更可獲利近四成退場，「不過始終第一次擺檔，冇乜經驗，市場策略要再改良。」他認為5日展期人流頗佳，其攤位排隊之長，曾一度延伸至隔壁豆乾檔，惹來對方微言。張超表示，在該類展覽中「雖然熟食利潤不會高得很誇張，但勝在較穩陣」。他亦有來年再戰美食節。

臘腸展商：生意增長兩成

有售賣臘腸的展商攤位，由去年的邊緣位置前移到人流匯點，檔前不時有「師奶兵

團」問價。負責人羅女士稱，今年生意比去年好一點，雖然租金貴一成，但臘腸的售價賣得比去年更便宜。她指美食節首兩天的銷情最佳，為了再刺激銷情，由前日下午開始減價，「大約打個七折，生意就再好多少。」她預計單單計算是屆生意約有兩成增長。

熟食店員：市民不再豪爽

然而亦有部分展商指市民普遍「行多過買」，出售街邊小食為主的熟食檔店員曾女士表示，今年生意一般，「最後一日，反而不覺人多，我們也有貨賣剩。」曾女士坦言，美食節初期比較忙碌，但至昨日已不會「做到有停手」，估計是因市民消費未如以往般豪爽，「10元食品就願意使錢，貴少少就未必了。」

她補充，鵝肝、焗帶子等價格稍貴的食物也有人買，「他們『食新鮮』，未試過嘛！」其攤位部分熟食昨日減價一半，冀清倉離場。

凍肉商：營業額少預期三成

從事凍肉批發的美之味海產凍肉負責人陳小姐指，擺檔4、5年，今屆生意比預期中少三成營業額，人流也只屬一般，有美食節常客向她表示：「唉咁解咁少人？」她觀察所見，只有上周五(26日)人流比較多，「真是『由朝做到晚』，其他日子都總會冇空閒的時間。」

陳小姐亦指，美食節是黃金檔期，但有見今年市道明顯放緩，「生意的確差了，有可能是工展會分薄了人流，而且外面的商場也會做推廣，可能售賣的貨品相似，市民未必會特地入場掃貨。」她估計其攤位人均消費約500元，「購物意慾減低，不夠往年爽手。」

主辦單位統計指，今屆美食節總入場人次突破121.6萬人，較去年增長15%，發言人透露之前有展商認為4天展期不夠時間展銷，故今年新增一天，有見今年反應不錯，故決定來年亦繼續維持5天展期。

試多買少 過江龍減價散貨

馬來西亞秘製魚蛋店員金先生指，生意只是過得去，營業額比去年差。梁祖彝攝

東涌居民劉小姐及李小姐昨日滿載而歸。梁祖彝攝

香港文匯報訊(記者 袁楚雙)有出售外地食品參展商指，今年人流及生意額與去年相若，但距離營業目標有三成差距，展商認為市民多試食少購物，惟有趁最後一天減價清貨，冀減少損失。

秘製魚蛋「差三成才達標」

馬來西亞秘製魚蛋，加上街邊小食腸仔煮成一鍋，「熱辣辣」即買即食，成為一過江龍店最暢銷的貨品，不過整體銷情卻未見突破。店員金先生指，生意只是過得去，比去年營業額差，「仲差三成、四成才達目標。」

他認為，今年人流未及預期。雖然銷情一般，但他稱要堅持至接近尾聲才開始減價，「年年都待收檔才減，差不多5點開始促銷。」

蜂蜜商「虧本價」買2送1

有來自內地的蜂蜜參展商在會場示範從蜂

巢中取鮮蜜，圍觀者絡繹不絕卻無助促進銷情，負責人宋先生稱，已經是第3年參展，但今年生意一般，「人流首兩天最多，其後漸少。」

他由早上開始減價，每樽蜂蜜買2送1，「已經是虧本價出售，但與預期目標尚差三成營業額。」5天過去仍剩餘14箱貨，他預料應該賣不出去。他續稱，不知是否市道變差，「感覺人們喜歡來試一下就走，買的卻不多。」

捧場客黑糖鮑魚塞滿兩大篋

東涌居民劉小姐及李小姐昨日趁休假期特地到展場入貨，每人預算1,000元購物，黑糖、鮑魚、黑蒜、蘭香子等戰利品塞滿兩個大行李箱，但她們表示「會出去提款，再回來購物。」

她們指，食品與坊間比較「特別平」，一碗丸只是20元，吃到飽！」

app商助推電子優惠 創雙贏

香港文匯報訊(記者 文森)第12屆「冬日美食節」昨日告一段落，攤位數目由去年400個增至今年超過550個，會場內各展商之間的競爭亦更激烈，有參展商與時並進，與手機應用程式商戶合作，將優惠上載至程式內使用，在推銷食品之餘順勢推廣應用程式，開拓市場。

下載程式 1元換購美食

手機應用程式開發商「meToo!」與場內的食品參展商合作，連日來派出推廣員在通往灣仔會展的天橋上宣傳旗下的手機應用程式，用戶可在兩大應用程式平台App Store及Google Play下載程式，即可獨家享用美食節及購物節優惠，包括免費入場券，以1元換購小食、雞胸肉罐頭、飯團等不同美食。

會期開首以破天荒1元出售的御皇壹品鮑亦以相同手法推出電子優惠，市民用智能手機下載app，即可以程式內的優惠券換購蠔皇鮑汁南非洲生網鮑，不過電子優惠曾惹來不懂使用智能電話的市民不滿。

另一主打美食資訊的商戶「M Food」透露，美食節期間以此法加上模特兒親身推廣，令下載紀錄上升，營業額上升約20%。

除了用電子優惠券，也有參展商以facebook作另類宣傳，「Seafood Station」客戶只需在其fb專頁「讚好」(like)，即可以48元換購原價總值180元的法國Monyreal生蠔半打。此外各大小食店也在其社交網站專頁上貼文更新最新優惠，令電子宣傳成為參展商的另類推廣攻勢。