



■水耕栽種的生菜產量和質素十分穩定。

數據顯示，2015年港人每日消耗2,258公噸蔬菜，大約90%由內地入口，僅3%為本地種植，其餘屬海外輸入。林雅明和合夥人引進澳洲的水培技術，在內地投資水耕農場，希望通過自己的力量，建立健康、可持續發展的農產品平台，開創一個全新的農業企業化模式。

成功入駐本港超市

林雅明原本從事金融業，懷着對綠色事業的滿腔熱誠，義無反顧做起了現代農民。她之前曾在環保公司從事環保項目的投資，平日接觸的大多是污水處理、垃圾焚燒等內地政府項目，實地考察親眼見到許多觸目驚心的污染現象，潛移默化中產生出一份使命感。從小在澳洲長大的雅明，看到澳洲水培農業十分成熟，相比土耕不僅質量、產量有極大的保證，還能降低水資源的使用和污染排放，更加堅定了她投身水培農業的信心。

如今，林雅明可以自豪宣稱，雅翠堡的沙律菜已佔本港市場水培蔬菜銷售首位。也是頭一個入駐本港連鎖超級市場的內地品牌。不過從早期的調研到找尋投資者，與客戶洽商，幾乎全是舉步維艱。林雅明親身感受到了什麼是「無人問津的農業」，由於水培農業屬於環保項目，根本不能滿足金融行業「賺快錢」的要求，「無人有興趣投資」。她和合夥人於是自掏腰包約1,000萬元：「無論如何都要開始這個項目。」

澳洲技術內地應用

從澳洲引入培育技術，買入適合亞洲種植的荷蘭種子，又在惠東找了一塊2,000畝、50年租約的土地後，雅明認為：「種嘅菜咁靚，一定有人買。」不過現實是殘酷的——「無人（代理商）Carry我啲產品」。2014年，香港代理商可以拿到蔬菜七成的利潤，普通農民或生產者只能拿到10%至15%：「他們在乎的是定價，不在意產品的來源。」雅翠堡於是想到了「From



■雅翠堡參加餐飲展會。

seed to table」（農場到食店）的辦法，略過代理商的環節，直接與商家和廚師聯繫，自己賺取全部利潤。

靠餐飲展改變命運

2015年9月8日參加香港餐飲展是雅翠堡業務的轉折點。雅明現時說起來仍然很興奮：「全場只得我哋一間賣蔬菜嘅商戶，即刻成為全場焦點。」也是從那時開始，雅翠堡才陸續繼續接觸到大客戶，訂單變多，公司進入良好的運作狀態。雅翠堡現時每日可以保證600公斤至1噸的蔬菜生產，公司可以保證到正常的盈利。

對於公司未來的發展，林雅明顯得十分有信心：「我們的產品十分有競爭力。」雅翠堡的蔬菜價格介乎於本地菜和進口菜之間，惠東距離羅湖一個半鐘的車程，又可以保證蔬菜的新鮮度勝過進口蔬菜。此外，公司積極拓展自家品牌，正籌劃在本港的商業中心，包括中環、金鐘及太古開設沙律吧連鎖店，主要經營堂食及外賣，例如新鮮沙律、各式菜湯及輕膳等。不久將來，還會進軍日本、韓國、新加坡等國際市場。

金融女 掘千萬 潮種水耕菜

研開沙律吧擴業務

目標進軍星日韓

創+故事

在超市選購沙律菜時，你會優先選擇本地種植、海外進口還是內地輸入的品牌？以水耕栽培技術種植蔬菜的雅翠堡（Aquagreen），創辦人林雅明（Tracey）就是為了港人能吃上既安全健康又價錢合理的新鮮蔬菜，在廣東惠東簽下2,000畝農地，當起現代農民。在她看來，農業不是一個夕陽產業：「食物是人類永遠的必需品，這是一個可持續發展的事業，希望能夠世代代都存在。」

■文：香港文匯報記者 周曉菁

圖：張偉民、雅翠堡



■林雅明懷着對綠色事業的滿腔熱誠擔任現代農民。

林雅明Profile

- 澳洲 Royal Melbourne Institute of Technology會計學位；
- 修畢香港理工大學中國稅務及會計課程；
- CPA專業資格；
- 18年財務及會計經驗；
- 曾任職多家跨國企業，負責會計管理及企業融資工作，並參與中外合資公用事業專案，管理多達40億元人民幣資產及擁有3,000名職工的國有企業。



■公司提供不同品種、顏色的沙律菜，滿足客戶需求。

主攻大公司 建品牌形象

對於雅翠堡來說，康莊大道上最大的絆腳石就是「中國製造」的標籤。林雅明覺得這並不是幾日便能解決的問題：「客戶、消費者和市場都需要時間去適應。」不過，她認為只能等零售市場有了信心，就能做好；雅翠堡採取的策略是直接從高級市場入手，塑造高級品牌的形象。

在餐飲展上，雅翠堡用產品質素爭取到了本港各大展覽中心、大型遊樂園旗下酒店的青睞。不過無奈的是，當初為了爭取

到這些大訂單，雅翠堡浪費了大半年的蔬菜生產。這些大型公司的審核程序漫長且複雜，往往需要9個月至1年時間才能得到批准。期間公司的生產也不能停下：「客戶拿點Sample（樣本）啦，拿各種認證亦需要產品支持，即便不生產，成本也不會降低。」到如今，雅翠堡的營銷戰略已經初見成效，許多連鎖餐飲企業、咖啡品牌、超級市場皆已成為穩定的客戶。

身負環保使命的林雅明，更擔心的是產業內後繼無人。「內地有許多學農的大學

生，但情願從事普通的服務行業，也不願意種田。」

憂後繼無人 研開培訓課

雖然雅翠堡的輸出地區暫時只局限於港澳兩地，但林雅明完全不抗拒未來在上海、北京等地複製商業模式，建立農業基地：「到時就需要更多合夥人加入，物流、電商方面都需要人才。」她計劃未來在公司開設培訓課程，吸引有同樣抱負的年輕人。

水耕栽培與傳統土耕比較

項目/方法	水耕種植	傳統土耕
用地	不佔用耕地	佔用大量耕地
栽種密度	高	低
施肥及用水	較土耕節省80%肥料及用水量	肥料及灌溉用水容易流失
除草	不需要	需要
蟲害	較土耕減少80%蟲害	常受蟲害困擾
出產穩定性	不受天氣影響，十分穩定	受天氣影響，不穩定
對環境影響	減少排放氧化亞氮	生化肥料為泥土帶來重金屬、激素等有害物質

資料來源：雅翠堡



■菜苗移放養殖架培植。

切口面積小 減細菌入侵

提起各種農業知識，林雅明立即顯得興致勃勃，儼然一個農業專家。她向記者解釋，並不是有蟲咬的蔬菜才算有機：「生菜唔會起花，自身很少吸引昆蟲。」蟲害主要受土壤和飛蛾產卵影響，雅翠堡的生菜完全杜絕了蟲害危險，因為水培台距地面約60厘米，外部也有防蟲網包着，所以不會有蟲類入侵。

水培有效杜絕蟲害

此外，細小的「Baby leaf」（幼苗嫩葉）可以保證葉子的完整：「切口面積小，不似進口菜要切很多次，這樣能減少

細菌入侵的機會。」

至於水培的原理，就是向水中的生菜添加氮、磷、鉀、礦物質等17種元素的營養液，這些營養液皆由雅明從澳洲運來。林雅明解釋，蔬菜在不同的生長周期對不同元素的需求量有所不同：「生菜主要是食葉，後期氮會用多一點。」原來，氮素是葉綠素的組成成分之一，由於植物是要靠葉綠素進行光合作用，植物缺氮時葉子會變黃及長得又薄又小；氮足夠時葉子則會長得較大、較厚和較綠。

她還解釋說，冬天的生菜會生長得大一些，因為生菜最適合在攝氏15度至20度的溫度中培育。

兩珠寶展下周揭幕 4480展商破紀錄

香港文匯報訊（記者 吳婉玲）貿發局珠寶業諮詢委員會主席、周大福（1929）董事總經理黃紹基昨表示，去年國際金價波動，環球政局不明朗，令珠寶商審慎入貨，但「唔好嘅都過咗去」。內地及香港珠寶業在過往兩三年經歷低迷，自去年下半年已慢慢回升。隨着今年是結婚好年以及外圍出口表現改善等，預料可帶動珠寶需求，相信今年下半年本港零售數字可由負轉正。

婚嫁好年 珠寶需求料增

黃紹基又指，金價走勢取決於美元走勢及投資信心，現時的價位水平吸引，今年雙春兼閏月有望刺激金飾需求。

貿發局副總裁周啟良表示，去年本港珠寶出口按年減幅約10%，預計今年出口量微升，但由於價格受壓，故相信今年全年

出口為零增長。不過，他認為行業今年機會多，美國市場復甦，對歐洲市場亦長遠樂觀。

貿發局主辦的兩場珠寶業大型展覽會，將於下周揭幕。主打珠寶原材料的第四屆香港國際鑽石、寶石及珍珠展，將於2月28日至3月4日假亞洲國際博覽館舉行；匯聚珠寶成品的第34屆香港國際珠寶展，則於3月2日至6日假灣仔香港會議展覽中心舉行。今年兩展合共吸引全球53個國家及地區，約4,480家展商參與，打破歷年紀錄。大會今年將組織來自70多個國家及地區，超過110個買家團參觀兩展，預計超過7,400家公司參與。

三大展區 匯聚全球瑰寶

鑽石、寶石及珍珠展設有三大焦點展區，包括匯聚全球頂尖鑽石供應商的「美

鑽精粹廊」、專門展出貴重寶石及半寶石的「自然瑰寶」，以及專門展出優質珍珠的「海洋瑰寶」。此外，今屆展覽會亦有22個專屬展館，包括澳洲、中國內地、哥倫比亞、德國、印度、泰國等，向買家展示當地的精美寶石。至於香港國際珠寶展亦設有20個展館，包括中國內地、法國、德國、意大利、以色列、秘魯，以及今年新增的菲律賓及葡萄牙等。

另外，由貿發局聯同本地珠寶業四大商會合辦的「第18屆香港珠寶設計比賽」，今年共收到260份參賽作品，比賽得獎者經



■藝人李佳芯(左二)與模特兒在記者會上親身演繹得獎首飾。

已順利誕生。比賽旨在推廣鼓勵本地珠寶設計，提高業界水平。今屆比賽以「隨心」為主題，各得獎作品將於珠寶展期間展出，向世界各地的珠寶商及買家，展現香港珠寶設計的實力。

HKBN夥中移動推4G計劃

香港文匯報訊 香港寬頻（HKBN）昨宣佈，與中國移動香港加強策略合作，是次包括推出全新的4G數據月費計劃。客戶攜號轉台至香港寬頻流動通訊服務，每月90元，可享包括5GB流動數據、24個月myTV SUPER流動應用程式及24個月香港寬頻家居電話，若同時選用家居光纖寬頻服務，四合一組合月費266元起。

四合一組合月費266元起

新推出的月費計劃打破市場常規，提供集4G流動通訊、隨身視聽娛樂及家居電話於一身的服務組合。香港寬頻行政總裁及持股管理人楊主光表示，公司希望讓市民知道，享用優質流動通訊服務，不必付出高昂的月費。公司的「三合一」及「四合一」服務組合，直接令消費者受惠。