

老店 傳承+創新

據說，食用阿膠已有3,000年的歷史，但之前很多人、尤其是年輕人對阿膠並不認識。不過到了今天，有廠家為古老中藥注入新元素，使阿膠由一塊帶有腥味的深褐色膠板，變身成為可口的零食，完成了由藥品至食品的「跨界」轉身。作為內地最大的阿膠系列產品生產企業，去年東阿阿膠集團旗下的東阿阿膠以340.53億元（人民幣，下同）的品牌價值，居全國中華老字號第二位。

■文：香港文匯報記者 殷江宏 山東報道／圖：香港文匯報山東傳真

傳統產業注新元素 保健產品尋突破

秦玉峰重新聚焦阿膠主業，並推出新產品拓展白領及年輕人市場。



傳統的阿膠大多為塊狀。



便於攜帶和服用的小分子阿膠。

阿膠玩跨界 中藥變零食



有傳食用阿膠已有3,000年的歷史。圖為古代製作阿膠的情況。



近年阿膠傳統工藝已用現代科技提升質量。

在大約十年前，即使是在內地，阿膠在很多人眼中亦只是一味藥。為改變這一觀念，東阿阿膠集團2006年開始實施「文化營銷」和「價值回歸」戰略。2006年，秦玉峰出任東阿阿膠總經理，正值行業不景氣，公司為突破增長瓶頸進入啤酒、醫藥、印刷包裝等多個行業，但卻收效甚微。他決定重新聚焦阿膠主業，把非阿膠業務實施全部剝離和退出。

小分子阿膠 方便攜帶服用

其間，東阿阿膠從藥品向滋補保健品、食品等大健康領域轉型，在原有阿膠塊、複方阿膠漿的基礎上，增加了便於食用的阿膠糕和方便攜帶的小分子阿膠。與此同時，把銷售地點從藥店擴大到商場和超市，產品也因此擁有了更大的市場空間和自主定價能力。

2007年，東阿阿膠推出的阿膠糕以「休閒食品」形式跨界進入食品領域，贏得了都市白領的市場，產品也很快成為公司新的利潤增長點。

在發展新市場的同時，公司也回歸傳統。在2007年冬至，秦玉峰重啟中斷上百年的九朝貢膠煉製。經過九天九夜、九十九道工序，將昔日皇家貢品重現。次年，東阿阿膠製作技藝被列為國家非物質文化遺產項目，秦玉峰也成為這一技藝的代表性傳承人。至今，這種九朝貢膠，每250克售價高達2萬多元。

2014年10月，小分子阿膠正式上市。這是公司在食品保健類型的再度突破：不再是傳統的塊狀，而是純粉片可直接口服，不需要加輔料熬製。秦玉峰對其寄予厚望：「真顏小分子阿膠的上市可以說是阿膠產業的革命，我們用最前沿生物技術融合了阿膠3,000年的歷史文化傳承，既傳統又現代。」在他看來，這也是用現代科技改造並提升阿膠傳統工藝的創新之舉。

影視配合 力攻年輕市場

他建議，在互聯網+時代多開發90後、00後喜歡的產品。據其介紹，集團近年來推出方便服用的阿膠糕和口服液、小分子阿膠已打進年輕消費者市場，以前以中老年人為主，現時20至35歲之間的年輕群體已佔公司消費者的60%。

在市場營銷上，公司通過對阿膠的療效演變史、滋補養生史進行挖掘整理，編寫《阿膠拍案驚奇》，並透過《甄嬛傳》等文學作品和影視劇的滲入，潛移默化地改變消費者的心理，使得公司推出的桃花姬等保健品銷量大增。同時，公司啟動了「阿膠文化營銷和價值回歸工程」，未來將以體驗工廠為舞台，向滋補、養生、樂活大健康產業拓展。

數據顯示，從2012年起，連續五年東阿阿膠淨利潤每年都維持在10億元以上；去年股東淨利潤18.52億元，同比增長14%。從2006年至今，東阿阿膠的零售價從每公斤100多元漲至近4,000元，10年漲了近40倍。

振興老字號 創新最重要

「每個中華老字號都有自己的獨特優勢，目前老字號最大的桎梏是創新能力不足，而創新是最好的傳承。」在日前的「中華老字號（山東）博覽會暨老字號品牌發展高峰論壇」上，身兼中華老字號振興計劃聯席主席的秦玉峰表示。

拓「帶路」佈局海外市場

在他看來，要實現老字號振興，就要擴充門戶之見，共享經驗，靠眾多

中華老字號創新發展，告別作坊式、家族式的原始化生產理念，共同繁榮。「十年前東阿阿膠的市場份額佔國內的70%，但整個行業的蛋糕卻很小。現在份額做小了，但行業做大牌發展高峰論壇上，身兼中華老字號振興計劃聯席主席的秦玉峰表示。

東阿阿膠多年來一直佈局國外市場，目前海外銷售額約佔15%，在全國中成藥出口中列前三位。據了解，目前東阿阿膠在歐美、日韓、東南亞等地備受青睞。隨着市場需求量的激

增，近年來阿膠原料驢皮的供應卻日趨緊張。農業部《統計年鑒》顯示，毛驢存欄量已由上世紀90年代的1,100萬頭下滑到目前500多萬頭，並且還在以每年超過3%的速度下降。隨着市場的國際化，依靠單純的內地資源很難滿足全球對驢產業產品的市場需求。

秦玉峰透露，國際市場對阿膠的需求逐漸擴大，但內地的資源不能承載全球的需求，東阿阿膠計劃在「一帶一路」沿線國家佈局建設毛驢基地。

北京體育文化擬建千個氣膜場館

香港文匯報訊（記者 張美婷）北京體育文化產業（1803）主席劉學恒昨向傳媒表示，受惠於2022年北京冬季奧運會，內地政府大力推動體育產業發展，料集團業務將被帶動，計劃於5年內興建約1,000個氣膜場館，主要位於一線城市，而下半年預期資本開支為2億港元。

可節省逾半建築費用

劉學恒表示，近年內地經濟增長迅速，令內地人更着重健康生活，與體育相關的產業因而不斷衍生。目前歐美地區約有1萬多個氣膜場館，惟內地去年只有約300個，故集團期望增加氣膜場館的數目，符合內地政府未來需要。資本市場總監王超補充，氣膜場館建築費用較傳統建築低逾一半，而建築周期為2至3個月，而運營成本亦較一般傳統建築低七成。早前集團曾以21天完成新的氣膜場館項目，故相信其發展空間龐大。

至於建設體育公園方面，劉學恒表示，普遍建設體育公園需要1至3個月，而回本期約



劉學恒稱集團計劃在5年內興建約1,000個氣膜場館。

3至7年，目前集團與約4間內房企業洽談合作，將於二線城市興建綜合體育公園，最快今年年底有新定案，屆時集團將獲得場地營運收入。

MegaBox 夥Hello Kitty賀10周年

香港文匯報訊（記者 梁悅琴）本港零售市道回暖，商場生意亦見旺場。MegaBox總監文靜芝表示，該商場於今年首7個月部分商戶生意額按年升8%至逾10%，當中以食肆、玩具、百貨及家品商戶生意最佳，年內有逾10%樓面租戶租約到期，平均加租幅度20%，包括有10多個新租戶加入。她對該商場今年第四季生意樂觀，由於東九龍有不少商廈及住宅入伙，未來該商場會繼續優化租戶組合。

全港首個Hello Kitty雪祭

她稱，為慶祝MegaBox的10歲生日，於即日起至11月5日MegaBox首度與Sanrio經典角色Hello Kitty聯手推出一連串精彩活動，當中MegaBox L5中庭化身為Hello

Kitty巨型蛋糕世界，Hello Kitty連同Dear Daniel、妹妹Mimmy、Papa及Mama於逾20呎、全港最高的Hello Kitty杯子蛋糕屋前舉行盛大的生日派對。Hello Kitty更首次與香港的溜冰場聯手，於MegaBox L10全港最大的海景溜冰場Mega Ice特設Hello Kitty雪祭，Hello Kitty與10多個雪人將於冰上與溜冰顧客見面。

MegaBox亦會舉辦「10周年幸運大抽獎」，頭獎由大新銀行及Samsung Pay贊助的大新Hello Kitty信用卡10萬元免稅數簽賬額，連同其他獎品合共有20份，總值逾30萬元。以大新信用卡及Samsung Pay於該商場內簽賬可獲額外抽獎機會。文靜芝預計，活動期間該商場人流及營業額比平日增加逾10%。



文靜芝指MegaBox今年首7個月部分商戶生意額按年升10%。

銀行學會：金融科技添機遇

香港文匯報訊 香港銀行學會昨日公佈的一項調查顯示，55%的受訪者對金融科技（FinTech）持正面態度，認為金融科技能為行業帶來機遇。與經驗較淺及職級較低的從業員相比，職位較高及任職管理層的受訪者對FinTech的態度較正面。受訪者中，只有15%視FinTech為威脅，當中逾半出任主任級（Officer）或前線崗位。

專業培訓助加強市場信心

是項「銀行業人才培訓和發展調查」於今年5月至7月以網上形式進行，收集了近400名受訪者的意見，超過三分之二（67%）受訪的千禧世代從業員認為銀行業對年輕人具吸引力，比去年的51%有所上升。接近90%的從業員則認為專業培訓有助加強市場對銀行業的信心。被問及銀行及金融機構應如何分配培訓資源，受訪者認為風險合規（46%）和金融科技及網絡安全（22%）應

為首要培訓項目。香港銀行學會行政總裁梁嘉麗表示，金融科技的發展和影響力，不斷為銀行及金融服務業帶來前所未有的變化。面對金融科技所帶來的機遇，從業員不應懷着守株待兔的心態，也不宜只採取觀望的態度。銀行應主動通過培訓和交流，由上而下加強從業員對金融科技的認識和技能。職級較低和經驗較淺的從業員對金融科技表示憂慮，這點特別值得關注。她認為，僱主應正視相關的培訓需求，及早為員工提供專業培訓，協助他們把憂慮轉化為機遇。

調查結果也顯示，接近80%受訪的銀行僱員計劃在未來5年留任於銀行業，比去年的77%略為上升，主要原因包括良好的報酬（58%）、晉升機會（54%）及工作滿足感（47%）。接近80%受訪的銀行僱員認為業界有必要精簡培訓路徑和安排，並同意單一的通用資歷基準有助提升他們的專業地位。

港產無人機空運美心薄餅



XDynamics與美心食品合作，以自家設計送餐飛行平台空運美心食品。

香港文匯報訊 據美通社昨日消息，香港無人機製造商XDynamics與大型連鎖飲食集團美心食品合作，以自家設計送餐飛行平台空運美心食品，並於「亞太創新峰會2017」系列：智慧、互聯城

市峰會期間在香港科學園完成試飛示範。美心食品期望改革餐飲遞送服務，XDynamics特意為此研發專用解決方案。

香港，專門設計及研發高階無人航空系統，為消費者及專業人士帶來消閒與工商用無人機，新系列D-02無人機可因應不同需求定製設計，滿足用戶特殊需要。

XDynamics目前正與勘察、建築業者及食品供應商洽商，望盡快把無人機服務推出市場，為各行業提供工商解決方案。無人機服務前景樂觀 行政總裁Benny Chan表示，商用無人機市場發展迅速，具多種使用方法，美國連鎖薄餅店多美樂（Domino's Pizza）亦曾委託無人機物流公司運送貨物，相信商用無人機市場前景樂觀，只要對社會和人類有利，XDynamics都願意提供技術支援。