

空氣淨化液銷售飆30倍 多家企業自產口罩 防疫品需求爆發 港商齊搶機遇

病毒無分國界，面對新冠肺炎疫情在全球爆發，各國人民搶購防疫用品的畫面此起彼落，生產商加緊生產及發貨，連帶營養補充品製造商、網購平台，甚至家品銷售店，紛紛加入生產防疫口罩及消毒用品的行列。在原材料供應短缺下，難免直接拉高製造成本。

大行其道 - 防疫用品

大公報記者 李潔儀

都市人生活緊張繁忙，各種營養補充品、健康食品已成為必需品。如今，大疫當道，全球對防疫用品需求甚為殷切，相關產業出現爆發式的增長。

中科寶創辦人兼董事總經理崔永昌表示，旗下空氣消毒淨化液貝達安 (BioEm) 過去三個月的銷量大增，單是零售銷售量便增加30倍。他表示，疫情提升大眾對消毒用品需求的意識，除了消費層面的需求急劇增加，B2B (對企業) 市場的潛力更大。

全球搶原料 成本飛升

較早前，亞洲國際博覽館引入「智能消毒通道」，集空氣消毒淨化、智能光催化滅菌及負壓淨化裝置於一身。崔永昌提到，政府機構、地產發展商紛紛研究引入大廈中央防疫冷氣系統的重要性。

「這個 (消毒用品) 行業，以前是藍海市場，無人爭；現在成為紅海市場，齊齊爭！」崔永昌表示，早前全球原材料緊絀，成本增加一倍是等閒事，例如噴樽成本每個由0.55元飆升至4.5元。

面對原材料供應短缺，商家、消費者被逼「硬食」炒價。疫情爆發前的口罩售價每片約1元，早陣子平均每片售價飆升4至5倍，家居消毒藥水、漂白水等亦被搶高價格，但有價仍然有市。

眼見港人四出撲口罩、捱貴價，營養補充品製造商維特健靈決定「為香港做點事」，騰出廠房生產口罩。現在解決了無塵生產空間，還有空氣過濾物料，乃至專家的合作夥伴，可謂萬事俱備，只欠東風。

「買布料、機器的預算，跟原先預計的差距甚大，人人都在搶，價格較前升高數倍。」維特健靈創辦人及董事長陳曦齡透露，有原料供應商臨時再加數倍價錢，她一怒之下決定取消訂單，遂尋找另一家供應商。

上世紀七、八十年代，是香港製造業的蓬勃期，隨着生產工序北移，令傳統製造業式微。今次疫情掀起多家企業自發生產口罩用品，不過，陳曦齡直言，香港的人工成本高企，還有地貴、電費貴，製造業在本港並不具備競爭力可言，加入生產口罩行列，只望滿足本地的需求。

另外，香港第三大中成藥分銷商滿貫集團 (03390)，其主席王嘉俊表示，近期除了加大採購及分銷逾50種抗疫用品，亦特別透過第三方廠房生產自家出品的消毒火酒。

健康食品需求有增無減

雖然不少企業加入生產口罩行列，但王嘉俊直言無意仿效。他指出，從2003年沙士、2009年豬流感，到2012年出現中東呼吸綜合症，每次的恐慌令口罩出現爆發性需求，但疫情平穩後，需求又會有所回落。

無疑，市場對大健康產品的意識逐漸提高，惟無一可以做到「一種產品走天下」。王嘉俊直言，面對全球消費力的下跌，最擔心是消費者選擇其他替代品，「如果不買含維他命C的健康產品，可以透過吃橙獲得維他命C」，因此公司只好盡量在全球搜購獨特的產品。

新冠病毒疫情在本港似有緩和跡象，連續數天出現零確診，當疫情正式結束後，可以預見的是，在回復正常社交生活的同時，市民對消毒用品、健康食品的需求只會有增無減。



殺菌送餐 機械人大派用場

隨傳隨到

全民抗疫之際，機械人大派用場，由大樓、車廂消毒、殺菌，甚至幫忙運送物資、派發口罩、送餐等，隨傳隨到。

內地無人機製造商極飛科技 (XGA) 率先利用自家製造的農業用無人機，改裝成為噴灑消毒液的工具，擔任社區消毒的角色。

此外，提供無人駕駛系統解決方案的北京智行者，通過配備感知測器和光學雷達的機械人，亦負責打掃街道。

在香港，港鐵 (00066) 夥拍本地生物科技公司Avalon Biomedical，研發出「雙氧水霧化機械人」，負責在車廂及車站進入深層消毒清潔。

至於由丹麥Blue Ocean Robotics研發的紫外線消毒機械人UVD Robots ApS，早前在武漢雷神山醫院「上班」。這台機械人透過釋放紫外光C (UV-C)，在25平方米的手術室內，10分鐘便可殺滅99.99%細菌。

美國洛杉磯Dimer UVC Innovations亦推出 Germ Falcon紫外線殺菌車，為飛機機艙進行消毒。據了解，平均只需3秒鐘，便可為A320窄體客機的30行座位進行消毒殺菌過程。

另外，在泰國曼谷的醫院，陸續引入名為Ninja (忍者) 的機械人。這台忍者機械人原本用來監察康復的中風患者，它可以為病人量度體溫，甚至派送藥物及食物，減低醫護人員的接觸及工作量。

同樣，機械人的蹤影亦出現在印度的買坎德邦，當地兩所醫院引入名為COBOT的機械人，專門為病人送餐及派藥。



崔永昌

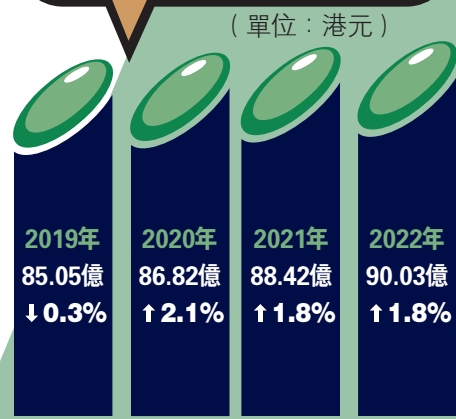
王嘉俊

陳曦齡

話你知 防疫用品標籤

- 口罩**
BFE (細菌過濾效率) 針對微粒大小為3µm，能阻擋花粉、飛沫
PFE (微粒過濾效率) 針對微粒大小為0.1µm，能阻擋流感、沙士等病毒
VFE (病毒過濾效率) 針對微粒大小為0.1至5µm (平均2.8µm)
- 酒精搓手液**
酒精濃度約為70%至80%
- 酒精**
甲醇 (Methanol) 揮發度高、易燃、具劇毒
乙醇 (Ethanol) 常用燃料，醫用酒精的體積濃度約75%
丙醇 (Isopropanol) 俗稱火酒，有別於甲醇和乙醇，丙醇不溶於含鹽溶液中

港保健產品零售業銷售預測



保健品2022年零售料突破90億

需求甚殷

港人生活節奏急促，對保健產品需求甚殷，今次新冠肺炎疫情衝擊，將進一步提高市民的健康意識。

根據益普索研究及分析，預測2019年香港保健產品零售銷售價值約85.05億元，按年微跌0.3%，部分原因受訪港旅客減少影響，畢竟，保健產品為旅客在港購買的熱門商品之一，例如護肝產品、維他命及礦物質產品。

除了旅客對保健產品的需求外，本地居民亦佔保健產品消費的重要部分。隨着生活水平及健康意識日益提高，本地居民所消耗的保健產品以消費亦持續向上。

市場估計，到2022年，香港保健產品零售銷售價值將突破90億元，按年增長1.8%至90.03億元，複合年增長率約1.9%。

另外，根據香港保健食品協會資料顯示，在香港銷售的大部分保健產品，主要來自美國、加拿大

、歐洲等地，還有新西蘭及澳洲。至於來自俄羅斯、中國內地、香港及日本製造的保健產品，則相對較少。

香港保健食品協會於去年的一項調查顯示，估計香港有逾350萬成年人在調查前的半年內，曾服用最少一種保健食品，涉及金額估計約250億元，按年上升32%。

隨着疫情持續緩和，大眾對保健食品的需求勢必有增無減，整個保健食品市場將急發展。

重塑香港製造的契機

新聞分析

李潔儀

今年初新冠肺炎疫情在全球蔓延，掀起全球Panic Buying (恐慌性搶購) 的序幕，防疫物資、消毒用品供不應求，尤其是醫護裝備，日本及泰國早前分別禁止轉售口罩及限制出口，韓國甚至禁止口罩出口。

一下子，整個香港忙於追撲防疫物資，在外來物資缺乏下，本港多家企業發揮回饋社會的功能，及時加入製造防疫用品行列，騰出廠房變身無塵車間，為「香港製造」的口罩做好準備，重新發揮同舟共濟、不屈不撓的獅子山精神。

製造業曾是香港經濟重要支柱，隨着產業北移，加上租金昂貴

，以及工資、生產成本上漲等問題，時移世易，香港製造業持續萎縮，「Made in HK」的產品買少見少。

政府統計處資料顯示，製造業佔本地生產總值 (GDP) 比重，由2001年的4.2%降至2018年只有1%，僅得277億元。在金融服務業、旅遊業、貿易及物流業與專業、工商業支援服務業四大產業支柱下，香港要重新投入傳統工業化的道路不易。

經此一疫，人體免疫力固然重要，更重要的是，香港工業如何藉此而提升競爭力。政府計劃成立20億元的「再工業化資助計劃」，以配對形式資助生產商在港設立智能生產線，冀通過創新工業，成為香港未來經濟支柱之一。

