

清真食品需求增 港企闖進新賽道

冠珍醬園遠銷九國 幸福元氣攻軟餐領域

把握機遇

為開拓新客源市場、把握「一帶一路」倡議商機，香港正致力打造穆斯林友善旅遊目的地。在此背景下，不少本港食品業者早已布局清真食品市場。有業界人士認為，清真認證的需求在本港呈現增長趨勢，最大的本地客戶群體來自航空公司、醫院及酒店。隨着本地穆斯林社群擴大及國際旅客增多，許多航空公司已專門設立符合清真標準的廚房並配備專用廚具，為乘客提供清真航空餐；醫院、酒店甚至監獄亦因應需求增加了清真食品供應。

冠珍品牌創立於1928年，已是香港近百年的老字號。冠珍醬園第四代傳人陳天佑指出，當年申請清真認證，源於海外合作夥伴拓展中東市場的需求。他表示，為與客戶維持長期合作關係，公司全線產品在2014年獲得清真認證。他特別提醒業界，各國清真認證標準雖有共通原則，但仍存差異，企業進軍不同市場時需滿足當地要求並申請相應認證。

各地清真認證標準有異

自取得清真認證以來，冠珍醬園清真食品的海外版圖已從疫情前的4國拓展至當前的9國，主要集中在需求龐大的中東及東南亞地區。目前，冠珍醬園全線產品近八成出口，且主要採取B2B（企業對企業）模式。儘管冠珍醬園全線產品已銷往全球逾50個國家和地區，清真產品目前約佔其總營業額一成，陳天佑相信仍有增長空間。他強

調，食品業務重在穩健經營，不追求爆發式增長。同樣看好清真市場前景的還有主攻軟餐市場的幸福元氣。其創辦人何浩德表示，2022年香港工廠擴建之際，發現香港的清真認證的軟餐需求有很大缺口。公司於今年四月成功獲得部分產品的清真認證，旗下清真認證軟餐產品中的關鍵原料如凝固粉、增稠粉等均符合認證標準，目前主要也是以B2B的方式與本地餐廳合作。

港美食與醬汁受海外客青睞

在全球食品生產的激烈競爭中，陳天佑認為，投資者及海外客戶較為看重香港特色美食和醬汁的清真認證。他透露，目前公司正與歐洲及泰國廠商探討合作，或將採取技術出口模式，並將根據當地市場需求評估清真產品的生產部署。內地市場方面，陳天佑指出，西北地區對清真產品的需求尤為顯

著，展現出廣闊的內銷潛力，因此公司也正部署內地市場。他補充說，隨着消費者對食品質量要求的提高，相信清真食品的「高標準」會成為越來越多消費者的青睞之選。面對需求偌大的市場，何浩德表示，公司每個新產品從開發到完成清真認證、出口合規等流程約需3個月。儘管近期新增查詢有所上升，但實際落地項目仍在「煲緊」。因此，他認為當前首要目標是扎實滿足現有市場需求，而非急於追求突破性創新。此外，幸福元氣及冠珍醬園的清真產品均將亮相於8月14日於會展中心舉行的美食博覽及美食商貿博覽。屆時將舉辦清真食品市場現況研討會，邀請到榮獲國際知名穆斯林旅遊指標「新月評等」的五級穆斯林友善住宿認證的九龍香格里拉酒店，連同其他講者分享清真產業的商機，並推廣香港作為穆斯林友善的旅遊目的地。



▲左起冠珍醬園第四代傳人陳天佑、香港食品科技協會創會會長袁仲安、幸福元氣創辦人兼董事總經理張玉珍、幸福元氣創辦人何浩德。



▲冠珍醬園已取得清真認證的產品。

冠珍醬園小檔案

成立時間：1928年
香港製造：30萬平方呎元朗廠房，100%本地生產
主要產品：生抽皇、生曬頭抽、海鮮醬、蠔油、磨豉醬、辣椒醬等廣東傳統醬料
清真認證：
全線產品獲HALAL清真認證

幸福元氣小檔案

成立時間：2018年
大灣區製造：香港工廠、廣東江門工廠，正洽談泰國及歐洲地區的工廠建設
主要產品：各類軟餐
清真認證：
部分產品今年4月起獲HALAL清真認證

香港清真認證要求（部分）

類別	具體要求內容	適用對象
餐飲類	●生產線、餐具、設備、冷藏設施等必須由穆斯林或培訓人員用肥皂徹底清潔	餐廳、快餐店、餐飲服務、烘焙／糖果店、小型冰淇淋店
	●禁止交叉污染：清真食品與非清真食品／物品需物理隔離，避免接觸	
	●所有原料需經宗教專家批准	
肉類加工類	●刀具、加工台、工具袋等由穆斯林清潔，無血跡殘留	屠宰場、肉類加工廠、家禽農場、肉類批發／零售商
	●屠宰過程必須符合伊斯蘭教法，否則吊銷證書（不退款）	
	●運輸過程：清真肉類與非清真物品需物理隔離	

資料來源：香港回教信託基金總會

AI結合大數據 提高清真認證效率

快速便捷 「清真的認證，正能凸顯出做餐飲的香港人及香港企業從研發、認證、監測到生產的整個品質的要求。」幸福元氣創辦人何浩德表示，申請清真認證的要求很高，是一個繁瑣而複雜的過程，而AI（人工智能）技術的出現或將使整個過程更加快速便捷。

所有食材醬料需溯源登記

何浩德以溯源為例解釋，清真食品所有的食材和醬料的原料都需要備案登記，具體到批次、數量，甚至菜地或養殖場的位置。他表示，現時工廠已用RFID（無線射頻辨識）技術與供應商對接紀錄等，若清真認證能通過AI處理上述紀錄，將大大提高認證效率，縮減整個認證周期。

香港食品科技協會創會會長袁仲安補充，AI技術看似與食品行業毫不相干，實則在智能化生產、食品營養搭配、供應商進出口食品數目統計等領域正深度融合，亦相信AI結合大數據技術等能推動清真認證的發展。此外，就推動餐廳參與清真認證來說，旅發局與本地權威清真認證機構「香港回教信託基金總會」合作，推廣現有的認證，鼓勵餐廳申請。截至今年四月中，已完成認證的餐廳數目由2024年初的約100間增加至超過170間，當中包括高級中菜食府、粵菜食府、新派港式湯麵餐廳等。香港現時共有四家品牌供應清真認證的烘焙食品，為訪港穆斯林旅客提供更多手信食品的選擇。

港貨出口穆斯林國家 年增近兩成

發展迅速 根據政府統計處的資料，過去五年間，港產品出口往穆斯林國家貨值，每年平均增長率約為19.0%，而經香港轉口往穆斯林國家貨值，每年平均增長率約為4.8%。

去年轉口貨值達2158億

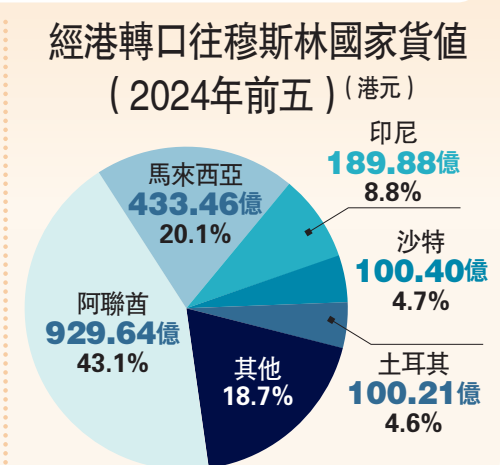
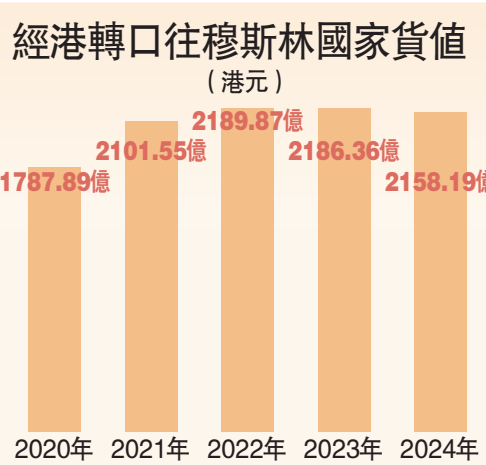
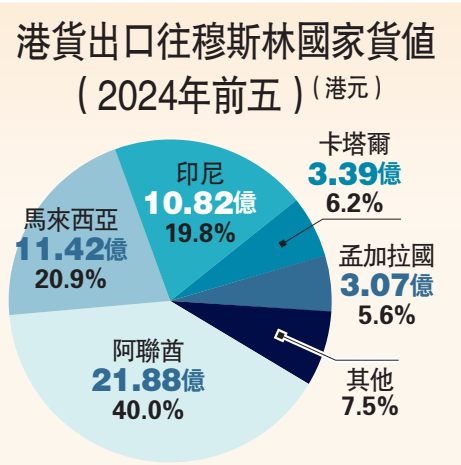
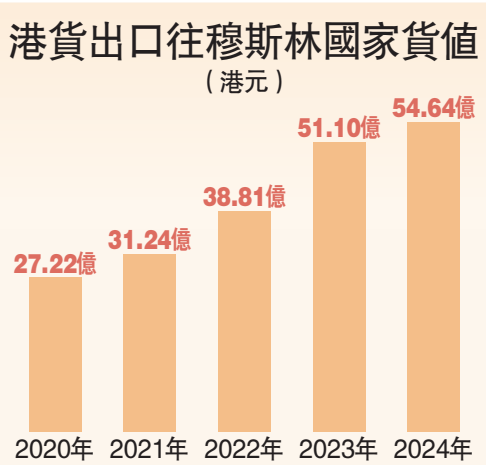
根據政府統計處的資料，香港產品出口往穆斯林國家的年度貨值由2020年的27億元上升至2024年的55億元，每年平均增長率約為19.0%，去年以出口阿聯酋、馬來西亞及印尼的年度貨值最高，分別達21.88億、11.42億及10.82億元。而經香港轉口往穆斯林國家的年度貨值亦由2020年的1788

億元上升至2024年的2158億元，每年平均增長率約為4.8%。另港產品出口往穆斯林國家較主要貨品類別包括有「飲料」、「首飾、金器及銀器，及其他寶石或半寶石製成品」及「石油、石油產品及有關物質」，而經香港轉口至穆斯林國家較主要貨品類別則包括「電訊及聲音收錄及重播器具及設備」、「電動機械、器具及用具，及其電動部件」及「辦公室機器及自動資料處理機」。此外，貿發局一直就個別重點清真市場進行研究，了解這些市場的發展，為港商提供實用資訊，包括相關產品認證機構的資料。貿發局更一直提供不同平台推動清真市場的商機，例如

每年都在其美食商貿博覽推廣不同優質清真產品和食品，以及相關產品貿易，協助餐飲業拓展網絡和業務。同時，政府一直致力透過各項資助計劃和支援措施，協助本港企業開拓更多樣化的市場和提升競爭力。其中，「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」資助企業開拓已與香港簽署自由貿易協定及／或促進和保護投資協定（投資協定）的經濟體的業務發展，當中包括穆斯林國家。「中小企業市場推廣基金」則透過資助鼓勵企業參與出口推廣活動，向境外市場的穆斯林人口宣傳合適的產品及服務。



▲今年四月中，本港已有超過170間餐廳完成清真認證。



健身業創新 PURE在港首推「療癒+紓壓」業務

企業訪談 全球健康經濟規模持續擴大，據研究機構 Global Wellness Institute (GWI) 預測，整體健康經濟至2028年有望觸及9萬億美元高峰，隨着消費者面臨情緒過載、職場壓力與社交疲憊的情況日益普遍，療癒與紓壓正成為新剛需。瑜伽及健身中心營運商PURE集團執行主席及聯合創辦人Colin Grant接受《大公報》專訪時透露，集團旗下各類課程報名人數錄得約25%的增長，並認為「Z世代比歷來任何一代人都更願意在健康方面花費」，包括參加健身課程，講究飲食健康，及在旅遊時優先選擇配備健身設施的酒店等，促使包括PURE在內的生活品牌、酒店等商業空間轉型升級。

面對愈發年輕且多元化的消費群體，PURE集團發展部主管Richard Boyd指出，愈來愈多的客戶對健康的追求並非局限於身材管理，情感壓力的釋放亦逐漸成為重要動機，且此類需求不僅出現在香港，於全球主要城市亦呈現相似趨勢。為呼應市場轉變，PURE集團近期於銅鑼灣推出首間定位為「身心療癒會館」的新業務Re: set by PURE，概念研發耗資200萬美元，是集團年初啟動的700萬美元（約5500萬

港元）投資計劃重要一環。場館設備包括零重力躺椅及漸進式冷水淋浴系統等，並採用按次付費模式。「健身行業正發生變革，需更多承擔預防保健的角色。」一名從業逾15年的Re: set身心療癒教練指出。她觀察到，疫情後預防醫學的關注度加劇，帶動健身運動隨之變革，同時居民的消費方式亦有所不同，更專注於對自身的投資。Colin Grant亦有相似看法：「由於重視度提升，人們將更多預算優先用於健康領域。」至於消費群體，他表示，內地市場主力為Z世代，而香港則以30至50歲成熟人士為核心。

成功經驗將複製至其他市場

數據層面，Colin Grant分享稱，北美地區約有25%居民至少在一間健身室進行單次鍛煉，香港及中國內地市場的健身室會員滲透率亦見到攀升。去年曾有媒體報道稱，約有6%的香港居民有健身室會籍，按照800萬人口計算即為近50萬人，對比健身文化更為成熟的紐約或倫敦，仍有較大空間追趕。而除連鎖健身室之外，不少小型工作室亦盼「分一杯羹」。

談及新業務在香港市場的定位，Richard Boyd表示，北美市場往往是健康產業（Wellness）的發源地，然後逐步延伸至亞洲。但「身心療癒會館」這一概念卻是首例，希望從香港出發引領市場趨勢，憑藉可複製性的模式推廣至全球其他主要城市，並將特定功能融入至PURE旗下的瑜伽與健身網絡。Richard Boyd續稱，作為PURE集團總部所在地，香港永遠是其業務中心，並被視為創新試驗場及區域樞紐，為新興健康生活方式帶來示範效應。

大公報記者 蔣夢宇



▲PURE集團執行主席及聯合創辦人Colin Grant。

創辦人熱衷網球 從失敗中學習

花絮 瑜伽及健身中心營運商PURE集團執行主席及聯合創辦人Colin Grant作為半職業網球運動員，十餘年均為香港頭號種子選手，參與過戴維斯盃（Davis Cup）與溫布頓（Wimbledon）等國際賽事。他笑稱，「競技網球就是我的大學」（playing tennis competitively was my university education），教會他自我檢視及如何面對失敗。這些經驗亦被他運用在創業之中，「創業最壞的情況就是失敗，而你可以從失敗中學習，再做得更好。」記者問及經營日常，Colin Grant更直言，每天早上醒來都迫不及待開始工作，只因「我從未覺得這是『上班』，我一直在做自己熱愛的事。」



▲Colin Grant熱衷打網球，年輕時為半職業網球運動員。