

油是食品，品質絕不妥協

合興林鳳明堅持香港製造

一句「香港也有地溝油」令全港恐慌，最後查明原來有本地油商將有問題的花生油轉售。雖查明非「地溝」，但本地龍頭合興亦馬上站出來作食油安全解畫。合興集團控股有限公司首席營運總監兼執行董事林鳳明復述始創人一句「油是食品，品質絕不妥協」，擲地有聲。合興帶着主打品牌「獅球嘜」和「駱駝嘜」走過八十年，至今保留香港廠房，是本港唯一煉油廠，「新鮮提煉最健康。」

講起一場疑似地溝油風波，林鳳明頗為激動：「『地溝油』詞從內地傳來，可能內地有不法份子用廢油加工成食油。香港沒有『地溝油』，查到的只是『溝油』，用花生油混合豆油。不過關鍵是如何『溝』，要有配方和衛生條件。油最忌空氣，我們有全密封的系統，不是隨便兩罐油溝就

可以。」
傳媒誤導惹地溝油恐慌
香港更捲入疑雲，林鳳明認為，雖並無證據顯示涉及地溝油，但作為業界龍頭，合興集團亦擔心，不法商人利用本地進口的合興集團產品，將劣質食油混入其中。她建議政府規定這類牌照，並為食物中的苯並芘定出香港標準。對所有回收食油、廢油商進行監管，杜絕不合法的回收油流入市面，變成地溝油。

走進合興位於元朗的廠房，以為會看見煉油過程，但卻發現整個過程都在密封下進行。亦不會見到從花生變花生油的過程。「一粒花生榨出來四成是油，但壓榨之後的毛油未趕走雜質。」林鳳明解釋，現時合興會從海外購買毛油回港提煉，再根據不同產品配方調配和包裝。「之後再經過六脫，脫膠、水、雜質、色、酸、臭，確保油可以穩定存放在二十四個月，才能保證新鮮，這樣過氧化值就低。食油接觸空氣後會氧化，食油就容易「酸」，香港製造就能確保最新鮮。」

今年用獅球嘜來打仗

年北上，在廣州番禺設廠，現時產能已是香港的四倍。但林鳳明強調新鮮，也是合興堅持本地設廠的原因。「香港和番禺的生產流程和廠房管理完全一樣，香港成本也確實比內地高。香港人對內地食品安全有擔憂，維持生產質素最能給消費者信心。」
內地政策變化快，物流成本亦漸高，保留香港廠房更令港人吃到新鮮食油。但原來合興也曾乘着工業北移的大潮流，將香港廠房關閉，全部在番禺生產。全力投資打進內地市場，也成為合興油廠八十年最大的風浪。九九年停止香港的廠房，全部工序北移。也全力發展整個內地市場，深入北京、上海、武漢等城市。但後來發現原來內地每個省份都有食油廠，單靠番禺廠房，成本很高。及後才將主力集中到華南和高端市場，集中火力，一華南地區靠近香港，早就認識獅球嘜品牌，但在北方就要重新打造。內地有八成是大眾市場，難以撼動。起步時也做過大眾市場，但後來我們的定位都覺得要走向高端市場，中品牌，所以今年都集中用獅球嘜來打仗。」
直至○三年，香港遇上沙士，百業蕭條，林鳳明覺得要為香港打氣，於是重開香港廠房。「那時香港經濟很低迷，失業率很高，香港工人的工資與九九九年離開時幾乎沒變。一連串因素帶動，就有離開時幾廠房的決定。就是這樣，『香港製造』合興油再出發又走過十年，佔據本地食用油市場的百分之三十分，更供應海外華人社區。」但外國人不吃中式油，進了西式超市都沒有認識，我們還是集中在最打市場。而番禺廠房就主打華南區，香港品牌和管理令消費者有信心。這個市場已是香港十幾倍，還有很多開發空間。」

食油加DHA本地首創

品質過關，銷量亦能保持雙位數增幅，一直保持業界一哥，似乎一帆風順，但原來堅持健康的合興最大的挑戰正是健康二字——本港的人均食油量不斷下跌。「連碟菜都不落油！」林鳳明似講笑，其實早已有打算：「八九十年代，市民的健康意識加強，我們就推出粟米油。近年就有芥花籽油、葡萄芥花籽油和橄欖油，還有最新添加DHA成份，都是本地品牌最先推出的。」林鳳明坦言新品種利潤更高，但也要有研發實力才能做到。「好DHA，並非話加就加，是否適合油的溫度等問題，都很講究。所有新產品都是圍繞消費者最重視的健康元素。消費者是吃少了，但吃得更精，亦不介意吃得更貴。」
產品種類不斷推新，品牌形象更要配合，不能讓八十年歷史的品牌走向老化。去年獅球嘜的獅子仔披上醫生袍，變身「營養獅」，更爆出一句早已深入人心的「你呢人」。而多品牌策略也幫助合興全方位搶佔香港市場。「獅球嘜一定是高端市場，駱駝嘜則在大眾市場佔優。產品和市場定位，配合不同顧客群來制定品牌和油種。其實我們有六成產品是供應給餐飲業。所有油都符合國際標準，價錢和品牌的不同，只是配方和標準都有高低之分。」



年香港遇上沙士，林鳳明覺得要為香港打氣，於是重開香港廠房。

林鳳明指，在香港設廠，可維持生產質素最能給消費者信心。



合興首席營運總監兼執行董事林鳳明表示，香港沒有地溝油，查到的只是溝油，用花生油混合豆油。

