

秘書處專用

申請編號： SFDF-0032

漁業持續發展基金 期終報告書

請填妥這份期終報告書，並於項目完成後的四個月內送交漁業持續發展基金秘書處。請注意，這份報告書將會上載至漁護署網頁供公眾查閱。

項目名稱：BEC x AFFS - 意識提高與機遇

申請機構：商界環保協會有限公司

批准日期：2019年6月3日

資助款額：港幣 7,500,200

報告期間：2022年6月1日至2022年11月30日

注意

凡故意在本報告書中作失實陳述或漏報資料，有關項目可被中止發放資助款項，而受資助者被發現有虛報資料，亦可遭檢控。受資助者須注意，以欺詐手段取得金錢利益，屬刑事罪行。

聲明

本人證實所夾附的期終報告書和經審計帳目，以及所提交的額外資料和證明文件均正確無誤，所購買的物料（包括資產）和獲取的服務，是本項目內的活動所必要的，而且價格公道合理。

機構負責人姓名：

香港身分證號碼：

日期：

25 APR 2023

1. 項目時間表

開始日期		完成日期	
原定 (根據協議所示)	實際	原定 (根據協議所示)	實際
2019年6月1日	2019年6月1日	2022年5月31日	2022年11月30日

2. 項目目的撮要

「商界環保協會有限公司」作為由香港商界成立的獨立慈善會員機構，一直與政府、企業和社區組織合作，致力解決環境問題，將香港推向可持續發展的社會。是次「BEC x AFFS - 意識提高與機遇」獲得漁業持續發展基金的資助，旨在提升「優質養魚場計劃」的品牌，強化餐飲業界與本地水產養殖業之聯繫，推動消費者及業界對「優質魚」的需求，為「優質養魚場計劃」帶來意識提高與機遇。計劃透過以下一系列的推廣項目：

B2C 媒體及大眾推廣活動：	計劃推廣大使、 社交媒體帖文及廣告、 網上宣傳短片、食譜及 KOL 短片、 網上及傳統媒體廣告、 公共交通工具廣告、 標誌吉祥物、 食譜、 巡迴推廣、 查詢服務台
B2B 企業聯繫推廣活動：	計劃推廣大使、 魚場參觀、 研討會、 工作坊、 商業配對、 優惠試食採購、 巡迴推廣、 實體及網上商貿展覽、 業界網上及刊物廣告
B2C 及 B2B 的意向調查	前、中、後期市場調查報告

藉此深化優質魚「優質」、「本地」、「安全」、「低碳」的品牌形象，從而提高優質養魚場產品的市場認受度，推動本地水產養殖業的可持續發展。

3. 項目目的和／或範圍的更改（如有，請註明有何更改以及所持理由）

本計劃的項目目的及範圍沒有更改。

4. 報告期間的項目推行撮要

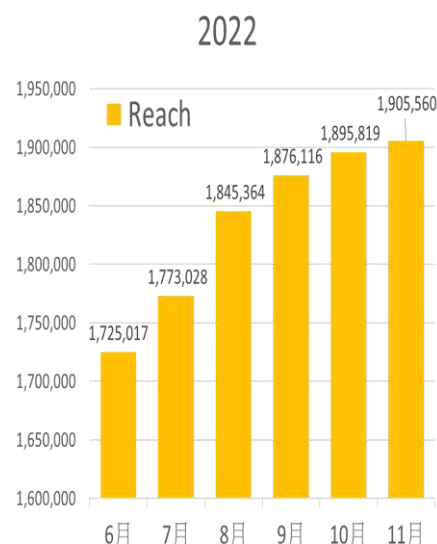
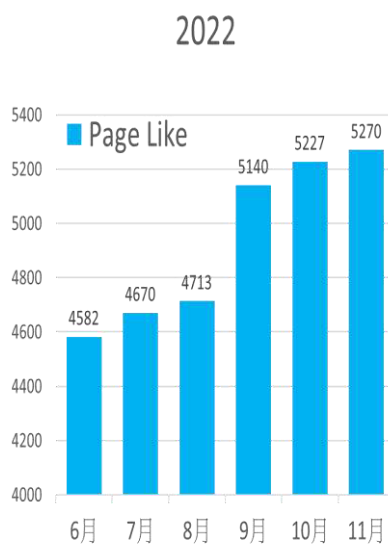
(請簡述主要活動，並按適當情況列明日期、地點及受惠人數)

B2C 媒體及大眾推廣活動

4.1 社交媒體帖文及廣告

作為品牌的主要社交媒體平台，經過 3.5 年的努力，本會用心經營的「優質養魚場計劃」(“計劃”) Facebook 專頁，累積至 5,200+讚好，接觸到 1,900,000+的人次。此專頁已成為市民接收本計劃資訊的主要渠道，並為有興趣的餐飲業人士提供大量產品及供貨魚場的資訊。在今個報告期內(2022年6至11月)，本會發佈逾 50 篇帖文，內容涵蓋「優質魚」主打賣點、活動介紹、魚場特色、魚產品特點、巡迴推廣詳情等，帖文深受大眾及餐飲業歡迎。

除了發放帖文，社交平台亦作為諮詢服務台的角色，讓大眾及餐飲業透過訊息功能查詢有關「優質魚」的事宜。於今個報告期內本會透過專頁收到合共 20 條訊息查詢，主要關於哪裡可以購買到「優質魚」，亦有多則詢問報名參加魚場參觀，本會均在兩個工作天內回覆所有專頁查詢。



4.2 網上 KOL 宣傳短片

過去 3 年來一直受著疫情影響，本會隨即應變申請調撥資源，增加網上宣傳的預算，配合疫情下市民大眾多在家工作及居家煮飯的新常態。本會早前已製作共 5 條知名 KOL 網上短片，包括 [越煮越好](#)、[霍哥廚房](#)、[職人吹水](#)、[陳家廚坊](#)、[有啖好食](#)，利用餐飲界 KOL 的口碑及龐大的觀眾群，以輕鬆趣味、貼近市民大眾生活、飲食熱話的形式，重點宣傳「優質魚」產品及魚場特色，以上 KOL 影片合共獲得 621,000+的觀看次數。

於今個報告期內，本會再次邀請到著名食評家及食譜創作人陳太方曉嵐，前往優質養魚場「亞洲水產」進行拍攝。過去楊氏水產 x 陳家廚坊的影片於網上大受歡迎，今次也不例外，透過 3 段影片，介紹本計劃特點及示範兩道以優質花尾龍躉煮成的菜式，在 Youtube 上合共獲得 53,000+的觀看次數，反應理想。



【優質養魚場計劃】亞洲水產 x 陳家廚坊
全港首個室內花尾龍躉養殖場 養出五星級靚魚
<https://youtu.be/9u00JN74zn8>



【優質養魚場計劃】亞洲水產 x 陳家廚坊：
酸菜龍躉片 香港每日新鮮處理及運送
<https://youtu.be/1nxcnIQHYiY>

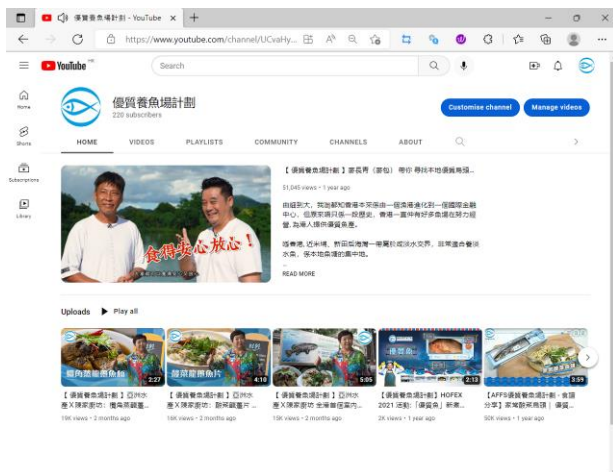


【優質養魚場計劃】亞洲水產 x 陳家廚坊：
攪角蒸龍躉腩 香港每日新鮮處理及運送
<https://youtu.be/wN7iJ5WuF0>

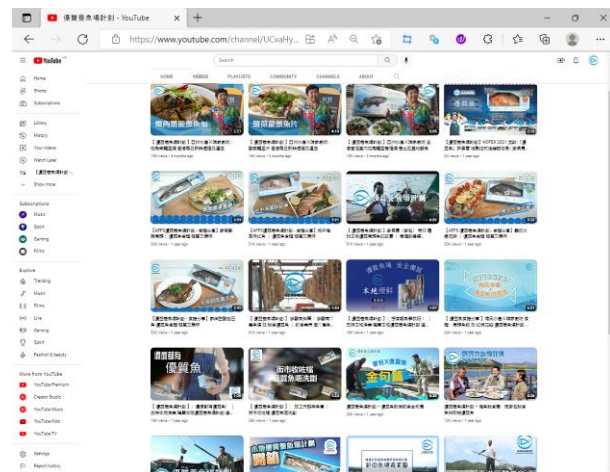
4.3 網上宣傳短片及食譜

由本會設立及經營的「優質養魚場計劃」Youtube 平台，於過去 3.5 年以來合共製作了 27 條自家品牌短片，以豐富題材吸引不同觀眾層。當中包括由計劃推廣大使麥長青先生(麥包)主持的魚場參觀篇、「優質魚」產品開箱篇、食譜篇等，以生動、輕鬆風格，結合麥包的入屋形象作介紹，增加品牌的吸引力和親切感。

因應疫情持續，本會投放廣告資源予 Youtube 平台，推廣短片內容，連同最新「亞洲水產 x 陳家廚坊」的短片，所有自家品牌短片合共獲得 768,000+ 的觀看人次，成績令人鼓舞。



「優質養魚場計劃」Youtube 平台
[優質養魚場計劃 - YouTube](https://www.youtube.com/channel/UCvafHy...)



Youtube 上品牌短片合共獲得 768,000+ 的觀看人次
[優質養魚場計劃 - YouTube](https://www.youtube.com/channel/UCvafHy...)

4.4 印刷媒體廣告

除了網上宣傳外，了解到購買餸菜或到中菜館吃飯的消費者，接觸傳統媒體的為數也不少，因此本會於今個報告期內，亦有在免費報刊 AM730 投放橫半版繕稿廣告。

今期文章，報道「優質養魚場計劃」支持本地養殖戶引入更多品種的水產品，並改良養殖方法，以提升本地水產的品質及競爭力。是次介紹八位本地養殖戶主打的優質水產，包括巴丁魚、藍瓜子班、花尾龍躉、南美白對蝦、石蚌、本地青龍蝦、馬氏貝及石倉。品質有保證外，「優質魚」亦因在本地養殖及銷售，相比起進口海鮮，產生較低的碳排放，亦更環保及新鮮。



[AM730 改良養殖方法 優質水產多元化](#)
(攝於 2022 年 11 月 25 日)



[AM730 改良養殖方法 優質水產多元化](#)
(攝於 2022 年 11 月 25 日)

4.5 公共交通媒體廣告

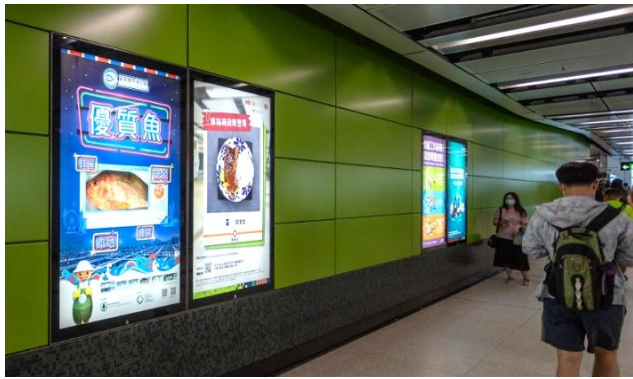
因應過去三次公共交通媒體廣告，都有效地推動大眾消費者更多認識「優質養魚場計劃」品牌，由此，本會在 2022 年 8 月中旬至 9 月中旬，投放 70 個地鐵直立式燈箱（覆蓋東鐵線及屯馬線）及一輛電車車身廣告。今次的廣告展示畫面，沿用上次獲得正面迴響之設計，當中包含了多個香港元素，以突出「優質魚」的特質，即「本地」、「優質」、「安全」、「低碳」。



電車全車身廣告
(攝於 2022 年 08 月 22 日)



電車全車身廣告
(攝於 2022 年 08 月 22 日)



港鐵鑽石山站的直立式燈箱廣告
(攝於 2022 年 8 月 22 日)



港鐵九龍塘站的直立式燈箱廣告
(攝於 2022 年 8 月 22 日)



港鐵啟德站的直立式燈箱廣告
(攝於 2022 年 8 月 22 日)



港鐵旺角東站的直立式燈箱廣告
(攝於 2022 年 8 月 22 日)

4.6 巡迴推廣

秉承過去在有銷售「優質魚」之超市、商場及「点点綠」門店舉辦巡迴路演之成功經驗，於 2022 年 9 月至 10 月期間之五個周末，品牌大使到訪 Taste 超市之旗艦店，包括又一城店、屯門市廣場店、黃埔廣場店、青衣城店。除了針對性向速凍食品區的目標顧客推介「優質魚」外，品牌大使亦以「買優質魚送環保餐盒」為招徠，提升顧客選購之興趣。



品牌大使於又一城 Taste 超市
使用「優質魚」食譜向顧客介紹品牌
(攝於 2022 年 9 月 3 日)



品牌大使於又一城 Taste 超市
向顧客推銷「優質魚」產品
(攝於 2022 年 9 月 4 日)



品牌大使於屯門市廣場 Taste 超市以「優質魚」食譜向顧客介紹品牌
(攝於 2022 年 9 月 10 日)



品牌大使於屯門市廣場 Taste 超市向顧客推銷「優質魚」產品
(攝於 2022 年 9 月 11 日)



品牌大使於黃埔廣場 Taste 超市以「優質魚」食譜向顧客介紹品牌
(攝於 2022 年 9 月 17 日)



品牌大使於黃埔廣場 Taste 超市向顧客推銷「優質魚」產品
(攝於 2022 年 9 月 18 日)



品牌大使於青衣城 Taste 超市以「優質魚」食譜向顧客介紹品牌
(攝於 2022 年 9 月 24 日)



品牌大使於青衣城 Taste 超市向顧客推銷「優質魚」產品
(攝於 2022 年 9 月 25 日)



品牌大使於又一城 Taste 超市以「優質魚」食譜向顧客介紹品牌
(攝於 2022 年 10 月 1 日)



品牌大使於又一城 Taste 超市向顧客推銷「優質魚」產品
(攝於 2022 年 10 月 2 日)

政府於 8 月開放實體室內展銷會，品牌大使也把握機會，參與在 8 月 11 至 15 日於會展舉行之「美食博覽 2022」，支援「優質養魚場計劃」參展之四檔養殖戶，四位品牌大使向絡繹不絕之人流推介「優質魚」、以贈送購物袋邀請到四百多位顧客 Like「優質魚」Facebook 外，亦有協助養殖戶促銷，包括購買任何「優質魚」產品，均可即時獲贈環保餐盒，交投暢旺。



品牌大使於「美食博覽」邀請顧客 Like「優質魚」Facebook
(攝於 2022 年 8 月 11 日)



顧客在「美食博覽」四檔養殖戶購買「優質魚」產品，均可獲贈環保餐盒
(攝於 2022 年 8 月 15 日)

Photo source: FMO

以下是今個報告期內「優質魚」推廣攤位之活動明細：

日期(日/月/年)	星期	時間	店舖/活動	地點	地區	經過攤位總人次
11-15/08/2022	四至一	10:00 - 18:00	Food Expo 美食博覽	香港會議展覽中心	灣仔	30,000
3-4/09/2022	六、日	10:00 - 18:00	Taste 超市	九龍塘又一城	深水埗	1,750
10-11/9/2022	六、日	10:00 - 18:00	Taste 超市	屯門市廣場	屯門	1,360
17-18/9/2022	六、日	10:00 - 18:00	Taste 超市	黃埔廣場	九龍城	1,030
24-25/9/2022	六、日	10:00 - 18:00	Taste 超市	青衣城	葵青	1,240
1-2/10/2022	六、日	10:00 - 18:00	Taste 超市	九龍塘又一城	深水埗	1,680
					總數	37,060

B2B 企業聯繫推廣活動

4.7 魚場參觀

本會在過去 3.5 年，積極連繫各魚場及餐飲業界，組織了合共 40 場魚場參觀，讓多個餐飲團體、買手、大廚們，能夠親身了解魚場運作，即場試食「優質魚」產品，及與漁民直接交流聯繫。過去曾出席活動的機構包括香港賽馬會、中華煤氣、美心集團、點點綠、香港仔遊艇會、現代管理(飲食)專業協會、香港餐務管理協會、香港餐飲聯業協會、稻苗學會等，涵蓋香港不同檔次及種類的餐廳、餐飲集團及組織。

在今個報告期內，本會舉辦了共 4 場魚場參觀活動，分別邀請了香港海洋公園、中華廚藝學院、華玥飲食集團、皓畋會所、多個酒店業代表包括康得思酒店、九龍倉酒店、逸東酒店、瑰麗酒店參加。受疫情及限聚令的影響，每次魚場參觀維持 16 人內，餐廳採購經理及廚師們對魚場參觀的反應頗正面，認為有助增加他們的採購「優質魚」的興趣。



仝國水產負責人向香港海洋公園代表
講解養殖龍蝦的運作
(攝於 2022 年 7 月 12 日)



本土養殖負責人向海洋公園代表
分享養殖圓眼燕倉的心得
(攝於 2022 年 7 月 12 日)



愉富農科負責人向中華廚藝學院代表
講解魚場的運作
(攝於 2022 年 8 月 30 日)



愉富農科負責人
與中華廚藝學院代表
(攝於 2022 年 8 月 30 日)



友浩水產負責人向酒店業代表
講解魚場的運作
(攝於 2022 年 9 月 27 日)



友浩水產負責人向酒店業代表
講解養殖蝦的技巧
(攝於 2022 年 9 月 27 日)



鴻日水產負責人向代表酒店業代表
講解魚場的運作
(攝於 2022 年 11 月 16 日)



鴻日水產負責人
與餐飲業代表
(攝於 2022 年 11 月 16 日)

日期 (日/月/年)	地點	活動	餐飲業 受惠人 數	漁業 受惠人 數	出席餐飲業 機構
12/07/2022	榕樹凹	魚場參觀:本土養 殖、仟國水產	16	4	香港海洋公園
30/08/2022	天水圍	魚場參觀:愉富農科	15	2	中華廚藝學院
27/09/2022	流浮山	魚場參觀:友浩水產	16	2	華玥飲食集團、康得思 酒店、瑰麗酒店
16/11/2022	牛潭尾	魚場參觀:鴻日水產	12	2	香港餐務管理協會、嘉 里物業 (皓畋會所)、 逸東酒店 (逸東軒)、 九龍倉酒店、

4.8 工作坊、研討會暨商業配對

中華廚藝學院 - 工作坊、研討會暨商業配對

本會於 2022 年 8 月 4 日與「中華廚藝學院」合辦了一場工作坊、研討會暨商業配對，邀請了多間酒店、零售連鎖店、網店、漁戶及廚藝導師及學員合共 44 人參加，一起探討本地養殖魚的採購、入饌之需求明細，及漁戶供應方面的配合。

會上首先由本會簡介計劃及產品特色，然後由「愉富農科」及「本土養殖」的代表分別講解塘魚及海魚魚場執行之「良好水產養殖法」。「本土養殖」

場主林子龍先生，更即場示範活魚神經血締法，切開的魚肉及內臟均是潔淨、雪白。本會更邀請到學院的導師陸師傅，即場烹調兩道美味的「優質魚」菜式，分別是「酸菜巴丁魚」和「豆酥川湘本福鮠」，供現場人士試食。現場的餐飲業人士及各廚藝學員都踴躍表達意見，大都表示認同「本地、低碳、可持續」是現時採購食材的一大趨勢。



「本土養殖」場主林子龍即場示範活魚人道屠宰
(攝於 2022 年 8 月 4 日)



現場參加者正專注聆聽「愉富農科」的講解
(攝於 2022 年 8 月 4 日)



以優質魚入饌的兩款菜式，供現場參加者試食
(攝於 2022 年 8 月 4 日)



以優質魚入饌的兩款菜式，供現場參加者試食
(攝於 2022 年 8 月 4 日)

本地養殖水產品介紹午宴 - 工作坊暨商業配對

於 2022 年 11 月 23 日，本會在康得思酒店舉行另外兩場的工作坊暨商業配對活動，成功邀請到 8 位優質養魚戶及 28 位來自不同餐飲機構的採購、廚師代表、餐飲媒體及其他漁民團體及署方代表出席。餐飲代表包括香港麗思卡爾頓酒店、香港萬麗海景酒店、逸東酒店、康得思酒店、香港海洋公園、香港賽馬會、灶神飲食集團、点点綠、真誠食品等，讓餐飲業人士及優質養魚戶代表，透過品嚐多款出自本地淡水及海水養殖水產品之「優質魚」菜餚，彼此進行業務交流。

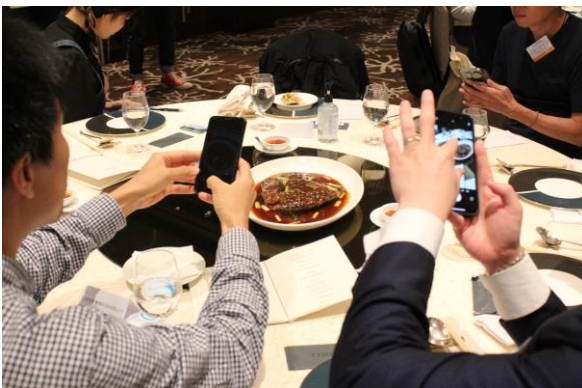
活動以午宴形式舉行，並分為上下兩場進行，每場各包含一次工作坊講座、試食研討會及商業配對。第一場是淡水養殖水產品，第二場是海水養殖水產品。由米芝蓮中菜廳「明閣」烹調共各四款優質水產佳肴，供各參與者品嚐。工作坊講座，第一場由亞洲水產主講本地室內養殖的運作，隨後由愉富農科分享本地淡水養殖新方向。第二場由仟國水產解述本地養殖龍蝦的發展，跟著由本土養殖分享本地海水飼養海魚的新方向。



「仝國水產」負責人林汶嬉女士正向餐飲業界講解本地養殖龍蝦的發展
(攝於 2022 年 11 月 23 日)



由米芝蓮中菜廳「明閣」烹調的八款優質水產菜餚之一「薑蓉蒸巴丁魚」
(攝於 2022 年 11 月 23 日)



餐飲業界參加者非常踴躍試食各款優質魚佳餚，在上碟後馬上拍照紀錄
(攝於 2022 年 11 月 23 日)



與會的餐飲業界及漁業界代表互相認識交流
(攝於 2022 年 11 月 23 日)

4.9 餐飲展覽

美食博覽 2022 - 香港會議展覽中心 - 經過 2022 年初更嚴謹之社交隔離措施後，公眾及商家都渴求可以出外走走、面對面的營商購物場所。因此，為期 5 天 (8 月 11 至 15 日) 之美食博覽 2022，人流及消費氣氛頗為熱烈。魚統處今年邀請到四家「優質養魚場計劃」養殖戶，包括本土養殖、仝國水產、一帆漁業及亞洲水產，各自營運獨立的展銷攤位。本會派出四位品牌大使，分別直接協助每一家參展養殖戶，前後五天的展銷時間，在攤位外招攬路過的消費者，向他們推介「優質魚」及凡惠顧可獲得環保摺疊餐盒，有需要時品牌大使更會在攤位內協助銷售，努力做到更多目標顧客認識「優質魚」及令到養殖戶生意更暢旺。



四位品牌大使於「美食博覽」各自努力協助參展之四家養殖戶



四位品牌大使於「美食博覽」各自努力協助參展之四家養殖戶

向顧客們推介及促銷「優質魚」
(攝於 2022 年 8 月 11 日)

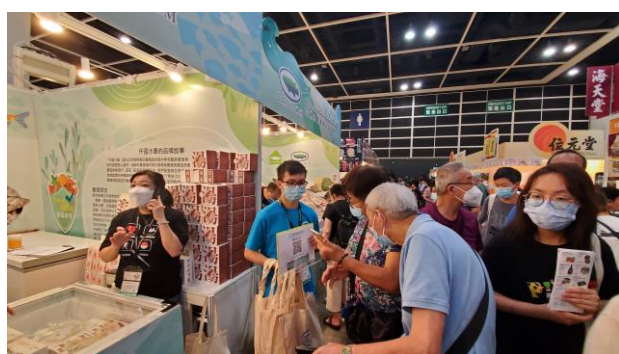


品牌大使於美食博覽「本土養殖」的攤檔
向顧客推介及促銷「優質魚」
(攝於 2022 年 8 月 11 日)

向顧客們推介及促銷「優質魚」
(攝於 2022 年 8 月 11 日)



品牌大使於美食博覽「一帆漁業」的攤檔外
向顧客推介「優質魚」及派送環保袋
(攝於 2022 年 8 月 11 日)



品牌大使於美食博覽「仟國水產」攤檔外
向顧客推介「優質魚」及派送環保袋
(攝於 2022 年 8 月 11 日)



品牌大使於美食博覽「亞洲水產」的攤檔
向顧客推介及促銷「優質魚」
(攝於 2022 年 8 月 12 日)

4.10 採購優惠

透過 20%「採購優惠」津貼，目標是吸引食肆及餐飲商戶向「優質養魚場計劃」之供應商（包括參加計劃之魚戶及魚統處）採購「優質魚」，再由商戶提供折扣優惠價給予顧客，以提升「優質魚」的採購意欲及市民認識及購買「優質魚」。

過去長時間在疫情籠罩及經濟低迷的情況下，加上禁堂食令及限聚令的影響，餐飲業界大受重創，甚至面對倒閉潮，因此對定價較高的本地「優質魚」的採購意慾不大。餐飲業普遍認為 20%的採購折扣欠缺吸引力，由於「優質魚」對比入口同類產品的來貨價差距遠大於兩成，加上要將折扣轉化給消費者作為試食優惠，變相即商戶需付出額外人力、租金等資源成本。

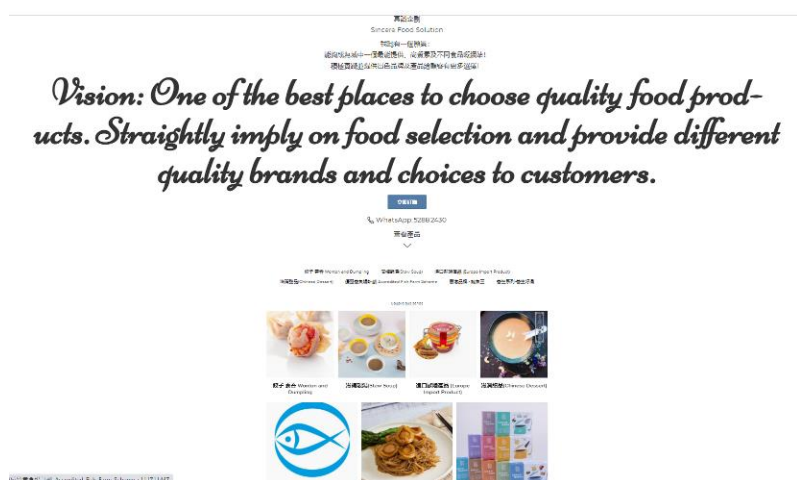
不過，本會一直盡了最大努力，在艱難的環境下促成令人鼓舞的成功採購合作，當中包括香港仔遊艇會(Aberdeen Boat Club)、梅夫人婦女會 (The Helena May)、浪琴園住客會所餐廳 (Pacific View Club House)、美食品薈 (Foodie Mall)、真誠食品 (Asia Sincere Food) 等，向本會下單，魚類統營處 (魚統處) 收到本會通知後，直接送貨給客戶及 80%原批發價之賬單，待月結時本會根據項目協議，支付魚統處餘下之 20%採購優惠津貼，運作程序基本是暢通順利。

此外，本會與魚統處合作，成功邀請「美心集團」之管理、採購、市場推廣、可持續發展及大廚主事人等，於 2021 年 8 月和 9 月兩次參觀「優質養魚場計劃」養殖場，本會介紹「採購優惠」這項合作建議，往後再前赴該集團之總部大樓，與其採購、營銷負責人員洽商合作細節，包括定出主打產品為本地「優質養魚場計劃」出產及認證的沙巴龍躉，及各項宣傳媒體。美心中菜大廚特別為是次合作推廣，炮製美味兩食吸引食饕垂青，包括翡翠炒沙巴龍躉球，配黑蒜粉絲蒸沙巴龍躉頭腩，於 2021 年 10 至 12 月合共採購及銷售 10,000 份「優質養魚場計劃」出產及認證的沙巴龍躉，讓超過一萬名消費者在其 24 間中菜分店，品嚐到安全、低碳的本地「優質魚」。在餐飲業層面又可以做到有力之帶領示範作用，為本地養殖魚市場打開更廣闊空間。

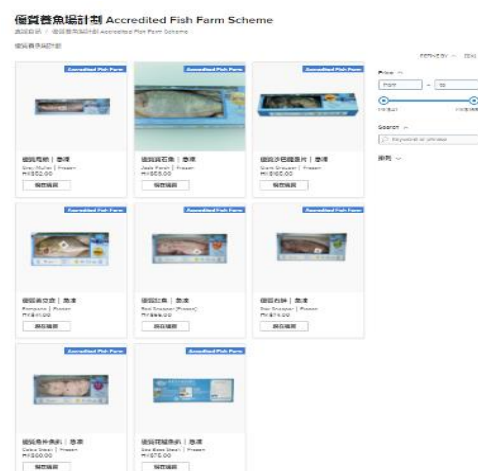
然而，好景不常，自 2022 年 1 月起爆發更嚴峻之第 5 波疫情，本地魚場反映缺乏外勞打魚及安排運輸下，供應鏈出現嚴重缺貨的情況，自 2022 年 2 月起只有限量烏頭及花鱸魚扒供應，優質海魚全面缺貨，包括香港仔遊艇會一直有採購的紅魚，因此香港仔遊艇會自 3 月起無法再下單。在本會多番解釋及跟進下，香港仔遊艇會在 5 月起改為採購花鱸魚扒，但試過後認為淡水產品不適合餐廳要求而停止下單。供應不穩定的問題，亦導致浪琴園住客會所餐廳自 2022 年 2 月起停止下單。

在今個報告期內（2022 年 6 至 11 月），缺貨的情況沒有改變，只有真誠食品有繼續下單，購買少量烏頭及花鱸魚扒。此網上銷售渠道主打優質、衛生安全食品，跟「優質魚」定位接近，目標消費者是追求方便、易煮、優質之上班族。由開戶及推廣至今，交易量穩定建立中，重點是先帶出口碑。網站負責人在參觀過「優質魚」養殖場過後，對品牌的安全及環保賣點更有信心。除自家網購平台外，真誠食品亦在 HKTVMall 設立加盟店，有效擴闊了「優質魚」之銷售渠道。

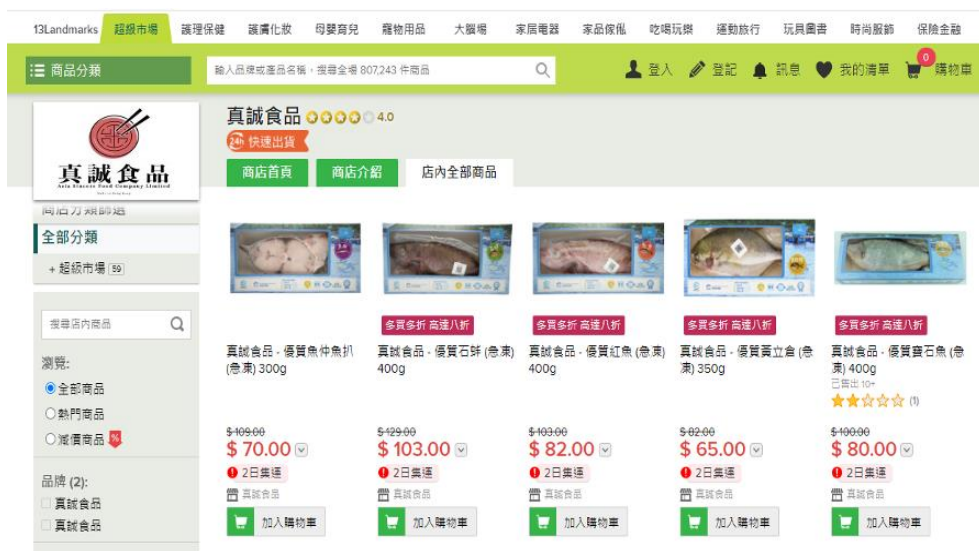
總括而言，在過去 3.5 年以來，本會透過 20%「採購優惠」的成功銷售近 12,000 份優質魚。



真誠食品網上銷售平台推銷「優質魚」
(攝於 2021 年 11 月 22 日)



真誠食品網上銷售平台設有「優質魚」銷售專頁
(攝於 2021 年 11 月 22 日)



真誠食品於 HKTV Mall 網購平台
推銷「優質魚」
(攝於 2021 年 11 月 22 日)

5. 參加者估計數目與實際數目的比較

日期 (日/月/年)	地點	活動	預計 受惠 人數	實際 受惠 人數 (餐飲 業)	漁業 受惠 人數	出席 機構 代表
12/07/2022	榕樹凹	魚場參觀： 仝國水產 本土養殖	16	16	4	海洋公園
04/08/2022	中華廚 藝學院	工作坊、研 討會暨商業 配對	20	44	9	恩筵飲食服務及策劃有限公司 數碼港艾美酒店 (Le Meridien Cyberport) 點點綠 嘉里物業 (皓畋會所) 亞洲水產 富琴有機火龍果生態農莊 蘇三妹 三達魚場
11-15/08/20 22	灣仔會 展	美食博覽 2022	1200 (準備 1200 餐 盒)	1678 (送出 1200 餐 盒及 478 Like)	8	一帆漁業 仝國水產 本土養殖 亞洲水產
30/08/2022	天水圍	魚場參觀： 愉富農科	16	16	2	中華廚藝學院
27/09/2022	天水圍	魚場參觀： 友浩水產	16	16	2	香港康得思酒店 (明閣) 點點綠 Rosewood Hotel 真誠食品 寶達食品超市 華玥飲食集團
16/11/2022	新田	魚場參觀： 鴻日農莊	16	18	2	九龍倉酒店 逸東酒店 (逸東軒) 嘉里物業 (皓畋會所) 香港餐務管理協會

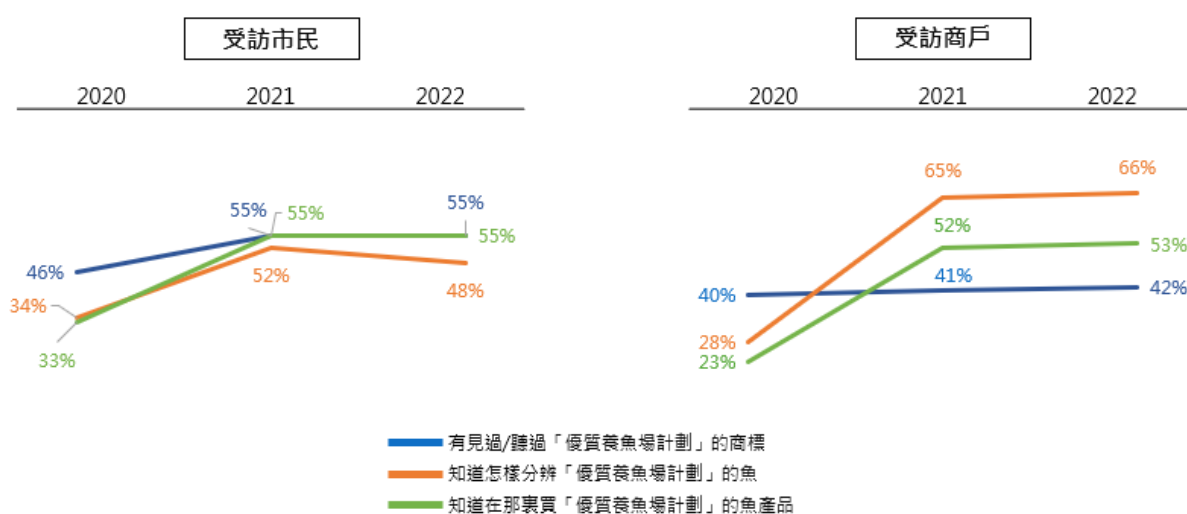
23/11/2022	康得思酒店	工作坊暨商業配對	20	36	11	香港賽馬會 香港康得思酒店 香港海洋公園 香港萬麗海景酒店 香港麗思卡爾頓酒店 逸東酒店 點點綠 灶神飲食集團 香港餐務管理協會 GO Natural 天然食品採購指南 愉富農科 亞洲水產 友浩水產 仟國水產 深灣養殖漁排 三門仔漁業公司 本土養殖 香港漁民團體聯會 香港漁民小艇協會
------------	-------	----------	----	----	----	--

6. 項目的成效評估（根據申請計劃的成效指標）

為了有效量度項目成效，本會於申請計劃書中提出委託第三方調查機構，以問卷形式訪問公眾及餐飲業代表，期望項目透過一系列 B2B 及 B2C 的推廣活動，可為「優質養魚場計劃」的市場認知性（market awareness）增加 10%，以及飲業界採購優質魚之意願率（procurement willingness）增加 5%。

就此，本會委託第三方調查機構分別於 2020 年、2021 年及 2022 年發表前、中、後期有關「優質養魚場計劃」的市場調查結果。三次市場調查的形式相約，主要以面對面方式進行，每次共收到 500+份問卷，包括 400+位市民以及 100+位從事零售或飲食行業的買家。

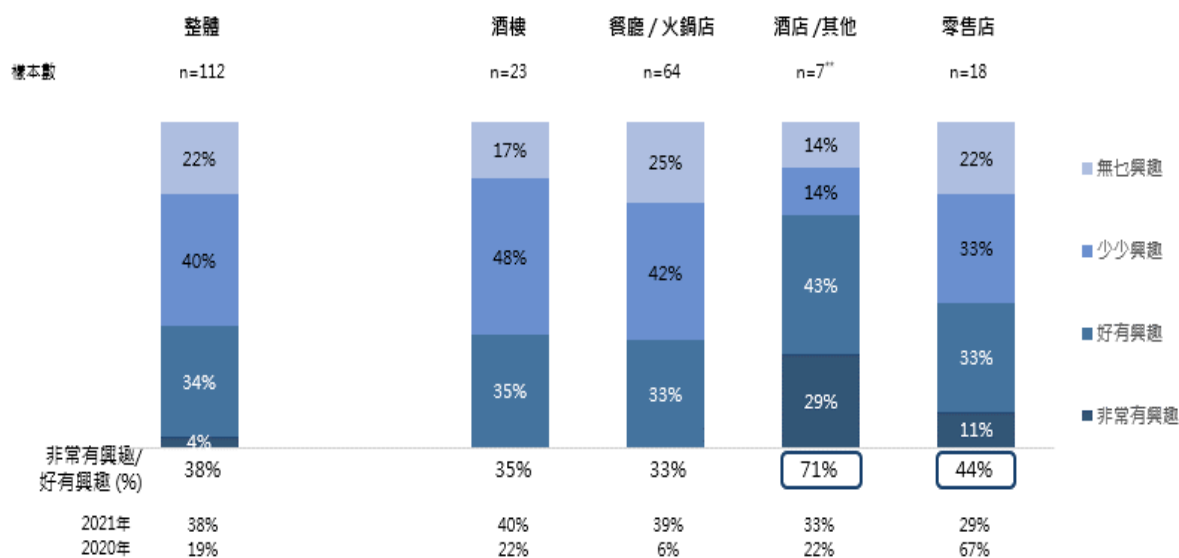
受訪市民及商戶對「優質養魚場計劃」的認知及認識情況



於 2020 年 1 月發表的首份調查結果反映，只有 46%受訪市民有聽過「優質養魚場計劃」，經過本會積極的推廣工作，2021 年及 2022 年的調查結果反

映，受訪市民有聽過「優質養魚場計劃」已提升至 55%，相比 2020 年的認知程度增加一成。同樣地，知道在那裏買到「優質養魚場計劃」產品的市民有 55%，比 2020 年高兩成。另外，市民在分辨那些魚來自「優質養魚場計劃」在今年維持有 48%，數字上較 2020 年高 14%。結果肯定了本會於宣傳工作上有效，符合項目的期望。

是否有興趣購買「優質養魚場計劃」的魚



關於商戶採購優質魚之意願率，於 2020 年首份調查結果反映，當時表示好有興趣購買「優質養魚場計劃」產品的只有 19%。直至 2021 及 2022 年，表示非常有興趣/有興趣買「優質養魚場計劃」產品的商戶有 38%，有一倍的升幅，反映商戶對「優質養魚場計劃」的產品的興趣有持續的增長。

以此總結，經過本會過去 3 年多的時間，在疫情下排除萬難、努力不懈的推廣工作，「優質養魚場計劃」的市場認知性及商戶的採購意願率都有顯著的升幅，肯定了本會於宣傳工作上的成效。

7. 項目延期（與原定時間表比較，並須交待原因）

受第五波疫情影響，本會原定於 2022 年初已安排的多場魚場參觀、研討會、工作坊、商業配對、意向調查、快閃促銷攤位等活動，相繼被迫取消。在政府公布進一步收緊社交距離措施（維持至 2022 年 4 月 20 日）後，考慮到本計劃原定將於 2022 年 5 月底完結，按疫情發展，恐無法於 5 月底前完成餘下的項目工作。因此，本會向秘書處申請 6 個月的延期申請及預算調撥，至 2022 年 11 月 30 日完結，並已獲秘書處的書面確認。

在今個期告期內(2022 年 6 至 11 月)，本會按計劃完成餘下所有的項目工作，包括

- 「優質魚」試食優惠採購合共完成 11803 份（餘下的 197 份由於優質海魚全面缺貨而無法完成）
- 銷售點舉行之快閃攤位 27 次
- 魚場參觀 6 次

- 商業配對 4 次
- 研討會 2 次
- 工作坊 2 次
- 優質養魚場計劃品牌影片拍攝 1 次
- 魚場媒體訪問及報導 1 次

並在不改變預算總金額的情況下，本會在這延伸的 6 個月時間內，增加以下項目工作次數，藉此加強「優質養魚場計劃」的市場認知度及購買意慾：

- 公共交通工具廣告 3 次 -> 4 次
- 銷售點的快閃攤位推廣 320 次 -> 380 次
- Facebook 帖文推廣 36 月 -> 42 月
- Service Desk 回覆查詢 36 月 -> 42 月

8. 在報告期間所遇的問題（如有）

採購優惠價欠競爭力 - 過去 3 年在疫情籠罩及經濟低迷的情況下，加上多番禁堂食令及限聚令，餐飲業界大受重創，甚至面對倒閉潮，因此對定價較高檔次的本地「優質魚」採購意慾不大。餐飲業普遍認為 20% 的採購折扣欠缺吸引力，由於「優質魚」對比其他地方入口的同類產品來貨價，差距遠大於兩成，加上要將折扣轉化給消費者作為試食優惠，變相即商戶需付出額外人力、租金等資源成本，大部分洽談過的餐飲商戶，都表示對他們來說，並不化算，不願合作。

手機瀏覽連結盛行及環保原因，實體宣傳單張需求量縮減 - 推廣計劃邀請到美心集團旗下之 24 間中菜餐廳及香港仔遊艇會合辦多次優惠試食推介。在此計劃籌備時，預算印制大量宣傳單張給門店顧客取閱，但當與兩所餐飲集團商討到宣傳單張時，均表示只須擺放在枱面上之推廣單張已足夠，他們集團在過去兩三年已轉至網上宣傳媒體，蓋因其接觸面更廣泛、更直接、更低成本及更環保。而餐飲集團之網上連結宣傳媒體，亦毋須向本推廣計劃收取費用，所以在實際執行上，宣傳單張之印刷數不達原先估算指標，考慮到與時並進、環保及可把預算金額調撥至其他更有用的推廣方面，因此出現是次單張印刷數不達標。



美心中菜網站放置是次「優質魚」特惠推廣單張連結，協助宣傳
(攝於 2021 年 10 月 21 日)

美心中菜網站放置是次「優質魚」特惠推廣單張連結，協助宣傳
(攝於 2021 年 10 月 21 日)

供應缺貨 - 自 2022 年 1 月起爆發第 5 波疫情，本地魚場指出缺乏外勞打魚及安排運輸，因此供應鏈上出現嚴重缺貨的情況，自 2022 年 2 月起只有限量烏頭及花鱸魚扒供應，優質海魚全面缺貨，包括香港仔遊艇會一直有採購的紅魚，因此香港仔遊艇會自 2022 年 3 月起之訂單已無法付運交貨。在本會多番解釋及跟進下，香港仔遊艇在 5 月起改為採購花鱸魚扒，但給客人品嚐過後，回覆淡水產品不適合餐廳口味，而停止下單。供應不穩定的問題，亦導致浪琴園住客會所餐廳自 2022 年 2 月起停止下單。在今個報告期內（2022 年 6 至 11 月），缺貨的情況並沒有改善，甚至「真誠食品」即使希望繼續採購寶石魚、紅魚、石蚌等，也只能夠有限度收貨，只交付到少量烏頭及花鱸魚扒。「優質魚」試食優惠採購的目標 12,000 份當中，最終只能完成 11,803 份，餘下的 197 份由於優質海魚全面缺貨而被動地無法完成。

限聚令下，魚場參觀人數縮小 - 本計劃之魚場參觀共有 40 場，每場目標出席之參加人數為 30 人。但自 2020 年 2 月限聚令實施以來，除了某些時間所有實體活動不能舉行外，餐飲業對出席魚場參觀之見面式交流都持保守態度，一則表示暫時不方便參與，二則願意參與亦只肯派少數人員代表出席，務求把人員成本及受感染風險降至最低。另外養殖場方面亦有極大顧慮，養殖場主持人怕接待參觀團過後，某位曾到訪的人士檢測確診，所有接觸過的人士及場所均要接受多天隔離，類似當時所稱的「XX 群組」，養殖場除了不能營業外，連帶魚產品都會被原有客人負面標籤，不願取貨。因此可以理解養殖場拒絕接待參觀團，或者限制每團參觀人數縮小至 10 至 15 人內。

9. 為解決問題所採取的補救措施及這些措施的成效（如有）

在得悉缺貨的情況下，本會積極擔當中間人的角色，向各餐廳的採購經理、廚師解釋最新的情況。以香港仔遊艇會為例，在本會多番解釋及跟進下，香港仔遊艇會在 2022 年 5 月起改為採購花鱸魚扒，惟對方認為淡水產品不適合餐廳而停止下單。雖然香港仔遊艇會暫時未能採購到需要的「優質魚」貨種，本會繼續努力向香港仔遊艇會管理及大廚說項，成功爭取香港仔遊艇會往後照樣支持使用「優質魚」。

10. 列出項目的出品（報告書、唯讀光碟等）、已製備的宣傳物料或印刷品（如有）

（請註明種類和數目，並各提供兩個副本）

刊登日期 (日/月/年)	宣傳物料或印刷品	印刷量/ 瀏覽人 數	網上版本	實體報章 文稿副本
1-30/06/2022	Facebook 帖文及廣告	46,092	https://www.facebook.com/HKAFFS	不適用
1-31/07/2022	Facebook 帖文及廣告	48,011		
1-30/08/2022	Facebook 帖文及廣告	72,336		
1-30/09/2022	Facebook 帖文及廣告	30,752		
1-31/10/2022	Facebook 帖文及廣告	19,703		
1-30/11/2022	Facebook 帖文及廣告	9,741		
12/08/2022	Youtube 宣傳短片及廣告	15,044	【優質養魚場計劃】亞洲水產 X 陳家廚坊 全港首個室內花尾龍躉 養殖場 養出五星級靚魚	不適用

26/08/2022	Youtube 宣傳短片及廣告	16,643	【優質養魚場計劃】亞洲水產X陳家廚坊：酸菜龍躉片 香港每日新鮮處理及運送	不適用
07/09/2022	Youtube 宣傳短片及廣告	21,355	【優質養魚場計劃】亞洲水產X陳家廚坊：欖角蒸龍躉腩 香港每日新鮮處理及運送	不適用
25/11/2022	AM730 - 積極引進新品種 改良養殖方法 優質養魚場計劃 優質水產多元化	400,000	積極引進新品種 改良養殖方法 優質養魚場計劃 優質水產多元化 am730	附件一

11. 財務報告(請根據協議內訂明另外提供經審計帳目，可參考夾附的文件清單及樣本)

a) 整體狀況

截至 1.6.2022 的開始結餘： 952,333.51 元

加上報告期間的收入： 由 1.6.2022 至 30.11.2022

共 17.69 元

減去報告期間的支出： 817,531.65 元

(金額與「支出分項數字詳情」內的「報告期間實際開支」總和一致)

截至 30.11.2022 的結餘： 134,819.55 元

12. 申請發放最後一筆資助款項的金額 (如有)

不適用。

13. 須歸還政府的餘款數目 (如有)

\$134,819.55

< 完 >

文件清單

		是	否 (請於 備註 提供 原因)	有關文件 /備註
1	<p>已根據資助協議要求，另外提交財務報表／經審計帳目。</p> <p>(財務報表包括財務狀況表(資產負債表)及收入支出表；經審計帳目包括核數師報告(包括證明受資助者按照批撥條件使用資助額的聲明)、財務狀況表(資產負債表)、收支表、現金流動表及其他附註解釋資料。) 收支表須清楚列明各收入及支出細項(參考協議 Schedule II 內的獲批預算)，有關收入及支出細項應為經審計帳目內的一部分，受資助者有責任通知核數師有關要求。請參考附件一及附件二。)</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	<p>確認另外提交的財務報表／經審計帳目與期終報告書的財務資料一致。</p> <p>如資料不一致，請另外說明。</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	<p>就「項目收入」，除政府資助金額外，確認已提交其他收入的證明及內容，如利息收入利息、項目活動收入。</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	<p>除利息收入、政府資助及已於申請書明的預計收入外，報告期沒有其收入。</p> <p>如有非申請書聲明的其他收入，請說明其性質／原因。</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	<p>就員工開支，確認已提交「薪金簽收單」及各員工的對應「強積金供款確認書」。</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	<p>確認項目所有員工於項目期間只進行項目的相關工作。</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	<p>如「獲批項目開支」與資助協議內的原金額不同，確認所有經調整的「獲批項目開支」已預先向秘書處申請並獲得批准。</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	<p>確認已提交本報告期項目開支單據／收條編號清單(請參考附件三)。</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

(資料由客戶提供)



優質養魚場計劃
Accredited Fish Farm Scheme

港人熱愛食海鮮，但大家是否留意到，我們平時食用的魚、蝦、蟹等水產，有部分來自本地的「優質養魚場」呢？

積極引進新品種 改良養殖方法 優質養魚場計劃 優質水產多元化

漁農自然護理署一直鼓勵本地養殖戶引入更多品種的水產品及改良養殖方法，以提升本地水產的品質及競爭力。是次介紹的本地「優質養魚場」的水產品，除了品質有保證外，亦因在本地養殖、運輸及銷售，相比起進口海鮮產生較低的碳排放，更環保及新鮮。

巴丁魚
巴丁魚是馬來西亞十大名魚之一，魚身沒有細骨，肉質肥美嫩滑，恍如淡水馬友，是讓人回味無窮的河鮮。飼養巴丁必須為牠們製造強大的水流，還要24小時打氧，這樣的生長環境才能使魚肉結實白滑。



照片來源：商界環保協會



照片來源：亞洲水產

藍瓜子斑
藍瓜子斑是漁護署與魚場合作試驗養殖的新品種，亦是肉質上等的海魚類。藍瓜子斑可配合多種烹調方法，頭和魚腩可以清蒸，魚肉可以滑炒，魚骨則可以熬湯。漁護署期望能以這些高級魚品種，增加本地養殖戶的競爭力。

花尾龍躉
花尾龍躉備受本地食評家的推崇，肉質鮮美，魚皮柔韌似花膠，入口煙韌。魚場每日新鮮處理，經過真空包裝後即運送到消費者手上，確保產品的質素。所有批次的「優質魚」都有編號及合格證明書，確保已通過孔雀石綠、重金屬、藥物殘餘測試，食物安全絕對有保證。



照片來源：亞洲水產



照片來源：商界環保協會

南美白對蝦
南美白對蝦殼薄體肥，肉質鮮美又營養豐富，簡單白灼烹調已吃到其彈牙口感和濃厚鮮味。本港養殖場按照「優質養魚場計劃」的良好水產養殖法，養殖超過十萬隻南美白對蝦。穩定供應令大眾都可品嚐到質素保證的本地水產品。

「優質養魚場計劃」的水產品在各大超市和地鐵站食品店有售，市民亦可在各大網店和「本地魚菜直送」手機App購買得到，非常方便。大家不妨也買條講求「本地」、「安全」、「優質」、「低碳」的優質魚加餸啦！

石蚌
本地石蚌主要產自索罟灣、長沙灣及深灣等本地登記「優質養魚場」。石蚌肉質肥美嫩滑，魚味濃郁。魚肉的脂肪含量也較少，且多為不飽和脂肪酸，並且含有豐富鈣、鐵及磷等礦物質，對人體非常有益。



照片來源：商界環保協會



照片來源：AM730

本地青龍蝦
本地青龍蝦又稱波紋龍蝦，產自西貢榕樹凹的「優質養魚場」，肉質細嫩、爽甜味鮮，又具豐富營養價值。除龍蝦外，魚場亦有出售軟殼龍蝦，一般龍蝦可以食用的部分只有約37%，軟殼龍蝦就100%都可以食用到，煮法簡單多變，故大受專業廚師歡迎。

馬氏貝
本地養殖的馬氏貝，於水質優良的吉澳及西貢深灣海域飼養，肉甜味美，貝肉可烹煮食用，亦可製作成蚌肉XO醬或珍珠蚌肉乾，鮮味突出。除了食用外，馬氏貝亦可產出珍珠做首飾，殼則可製成鈕扣或珍珠末等，完全物盡其用。



照片來源：AM730



照片來源：商界環保協會

石倉魚
由漁護署引入的新養殖品種圓眼燕魚，又名石倉魚，其肉質特別，烹調後的口感與油香皆屬上品。為確保產品優質安全，署方會定期派員監察魚場環境及水質。有本地魚場會進行超低溫速凍及真空保鮮處理，更有效地保存魚的新鮮原味。



零售點名單
iOS
Android
下載「本地魚菜直送」手機App