

摩通歐冠昇出掌港交所

香港文匯報訊 (記者周紹基) 港交所前行政總裁李小加離任一個多月, 9日繼任人選終於塵埃落定。港交所委任歐冠昇 (Alejandro Nicolas AGUZIN) 為集團行政總裁, 5月24日起生效, 任期3年。港交所歷任行政總裁皆由華人出任, 歐氏將成為該交易所首位外籍行政總裁。港交所主席史美倫表示, 歐冠昇的經驗有助推進港交所戰略, 使到交易所可運用深厚中國經驗, 加強國際影響力。認為是否識講普通話無關宏旨, 因「在(港交所)團隊中, 我們每個人都識講普通話。」

經過多月的遴選, 港交所終於定出下任行政總裁。歐冠昇為阿根廷人, 加入摩通

約30年, 初期擔任金融分析師, 更曾在港工作9年。摩通的網頁顯示他精通英語、葡萄牙語及西班牙語, 但沒提及普通話。港交所歷任行政總裁都是華人, 包括李小加、周文耀、鄺其志等, 而前聯交所曾由已故的外籍人士霍禮義於1987年出任行政總裁一年。

許照中:憂難與內地溝通

港交所前獨立非執行董事許照中擔心, 委任外籍人士或較難與內地溝通, 由於香港市場早已高度國際化, 對外國資金有很高的吸引力, 不大需要聘請外國人來推廣, 反而與內地加強關係, 才是港交所的

重中之重。

張華峰:將可起化學作用

立法會金融服務界議員張華峰則認為, 史美倫對內地已經很熟悉, 與內地也有很強的關係。至於歐冠昇是有國際視野的金融專家, 與史美倫可起化學作用。他又認為, 不能單純因為他是外國人, 便認為他不能勝任港交所行政總裁這個職位。

利港加強國際金融中心地位

史美倫在9日的網上記者會上則表示, 歐冠昇不單在市場及金融方面, 擁有豐富的國際經驗, 在任職摩通亞太區行政總裁

時, 對內地也有廣泛的認識, 有助推進港交所戰略。對於新任總裁為外籍人士, 史美倫坦言:「香港在這個時候, 要特別加強國際金融中心地位, 而且與內地溝通, 不應單靠一個總裁, 而是整個團隊, 在團隊中, 我們每個人都識講普通話。」

此外, 港交所前行政總裁李小加表示, 歐冠昇為他的好友, 相信他會成為優秀的行政總裁。李小加在加入港交所前, 曾為摩通的中國區主席, 但與歐冠昇駐港時間未有重疊。

歐冠昇:對未來充滿樂觀

現年52歲的候任行政總裁歐冠昇表示,

港交所全球金融市場, 扮演至關重要角色, 他對未來充滿樂觀。他說, 隨著內地市場不斷開放, 港交所亦會變得越來越重要, 包括促進大量新增資本流動, 並為經濟增長提供強勁的融資支持, 也加強中國與世界的進步連接。

港交所相信, 歐冠昇的專長配合集團現有技能, 將相得益彰, 有利於集團繼續推進「立足中國」、「連接全球」及「擁抱科技」這三大集團戰略。

鑑於歐冠昇的委任, 戴志堅將於5月23日退任港交所代理集團行政總裁及董事會當然成員。戴將繼續擔任港交所聯席總裁及首席營運總監。

疫情下中國年夜飯消費市場悄然發生變化。今年農曆新春, 零星爆出的本土病例使得堂食減少, 加之很多人響應政府號召「就地過年」, 在此特殊的時間裏, 為讓過年安全又不失儀式感, 成品半成品年夜飯消費大旺。香港文匯報記者近日走訪了上海多家老字號飯店, 不少店家透露, 「半成品年夜飯賣瘋了」、「1分鐘賣出100套半成品年夜飯」等。年輕人亦大讚半成品年夜飯符合他們消費習慣, 不少人稱「網上動一下手指, 運到後加熱一下即可大展『廚藝』, 雞鴨魚肉10幾道菜擺滿一桌, 還送窗花對聯增喜慶, 就等大年三十上桌啦。」

文/圖:香港文匯報記者 孔雯瓊、倪夢璟 上海報道

走進上海灘知名老字號新

雅粵菜館, 只見一面牆上密密麻麻張貼各種半成品年夜飯套餐信息, 不過仔細一看, 多數菜式已標上「售罄」字樣, 僅餘下小部分還標着「少量」。再看飯店門口, 人頭攢動的消費者依然大排長龍, 希望搶購餘貨不多的商品。「今年半成品年夜飯可是賣瘋了」, 新雅粵菜館行政總廚黃任康接受香港文匯報記者採訪時, 大為感慨, 「準備了15萬份半成品年夜飯, 在不到半個月時間基本被搶空。」黃任康表示, 新雅此前一直有此產品, 但今年銷量格外好, 相較去年同期增加了20%還多, 目前來看依然供不應求。



■ 龐梓悅

老字號出品 火速售罄

豫園福佑路上的上海老飯店, 是百年中華老字號, 記者詢問得知, 本幫半成品年夜飯也早已銷售一空。豫園文化飲食集團創新事業群市場助理龐梓悅向記者介紹, 「今年有『就地過年』的倡議, 我們打鐵趁熱推出了三款年夜飯半成品套餐, 價格從688元(人民幣, 下同)到1,288元不等, 最貴的一款率先賣完, 目前其他兩款也都銷售一空了。」龐梓悅稱, 688元款的套餐是針對人數較少的消費者, 「今年很多人不回家, 就算一個人過年也是要吃年夜飯的嘛, 因此菜品較少的套餐最受獨自一人過年的顧客青睞。」

有260多年歷史的松鶴樓今年也推出半成品年夜飯禮籃, 據松鶴樓相關負責人介紹, 最近在一次和電視購物的合作中, 創下了50分鐘銷售5,000套的紀錄, 平均1分鐘賣出100套半成品年夜飯。

電商助攻 令銷量大增

以往上海做半成品年夜飯的餐企只有寥寥數家, 用業內人士的話來說, 「一雙手指頭都數得過來」。因為疫情關係, 如今市場上入局者多達數十家。據上海市餐飲烹飪行業協會今年1月最新梳理顯示, 目前上海有43家餐企的434個門店, 可提供131種半成品年夜飯、成品年夜飯套餐。

另外, 餐企企業還借助電商、外賣等渠道, 將更多的年夜飯送到千家萬戶中去。上海老飯店就向記者表示, 今年半成品年夜飯突破了以往品牌自產自銷的單一模式, 在多個渠道齊頭並進, 走起了多元化的路線。顧客既可選擇到線下門店裏直接購買, 也可以通過像老城隍廟天貓旗艦店、盒馬等線上平台購買, 然後由快遞外賣配送。

上海市商務統計顯示, 截至今年1月, 提供年夜飯外賣的餐飲門店與去年相比增加約30%。另據餓了麼數據顯示, 2月1日至3日, 餓了麼上「年夜飯」搜索量環比上周猛增3倍。線上供應年夜飯套餐的餐飲品牌數量相比去年同期增長164%, 參與門店激增260%, 年夜飯套餐供應數量同比上漲近3倍。

上海知名飯店半成品年夜飯價格

	上海老飯店 688至1,288元
	杏花樓 598至1,588元
	新雅粵菜館 488至2,198元
	蘇浙匯 888至2,388元
	梅隴鎮 288至1,188元

註: 以上價格均為4-10人分量, 貨幣單位為人民幣

滬半成品年夜飯 一分鐘賣一百套

■新雅粵菜館展示的半成品年夜飯基本售罄。



網上動動手 十道菜擺滿枱

大廚指導 還原堂食口感

隨着疫情防控進入常態化, 半成品菜被越來越多的消費者接受, 除了年夜飯外, 一眾餐企亦從單一堂食轉型到兼做零售, 推出越來越多的半成品菜餚。

眼見市場受落 巨頭也落場

打開天貓、京東等電商平台, 可以發現內地多個餐飲巨頭如海底撈、西貝、杏花樓等均在售賣品種數量繁多的各類半成品菜餚。其中海底撈已經上線了數量多達30多種的半成品速食火鍋, 售價從10幾元到30幾元(人民幣, 下同)不等。而京東上銷量最高的單品已經累計了250萬條售後後的評價, 海底撈自有App上賣得好的單品累計銷量在8萬件以上, 天貓旗艦店上多款半成品的月銷量均可以上萬件。西貝亦早早的開始在多渠道售賣羊蠔子、牛大骨、各類麵食等半成品。杏花樓則算得上最早涉足半成品菜領域的餐飲企業, 一直力推家宴場景的禮盒半成品, 目前旗下多個品牌已經積累了十幾萬粉絲, 銷售成績一直不俗。

此外, 餐企為在零售上下功夫, 還在菜品口味的還原度上做到和堂食毫無區別。上海老飯店向記者表示, 今次售賣的半成品年夜飯, 就是由飯店大廚親臨生產半成品的中央廚房做指導, 飯店相關負責人稱「大廚會將做配料100%還原到中央廚房, 特別是調料的放置順序, 這是影響口味最關鍵的一步, 為的就是最大程度還原堂食口感。」新雅粵菜館行政總廚黃任康稱, 除了半成品菜, 今年還開發了成品菜餚, 「以前客人買半成品湯回家煲, 需要3至4個小時, 現在我們全部都預先煲好, 買回去加熱一下就可以喝到和店裏一樣的味道。」

預製菜複合增長率達20%

很顯然, 儘管疫情阻礙了餐飲企業的堂食生意, 但亦加速了這些企業加快零售化的布局。國海證券食品飲料首席分析師余春生在研報中指出, 預製菜(成品或半成品)在中國有望迎來一個高速增長期, 如按照每年20%的複合增長速度估算, 在未來6至7年, 中國預製菜市場可以成長為萬億元規模的市場, 長期來看預製菜行業規模有望實現3萬億元以上規模。



■黃任康



■粵菜館半成品。

■中國網紅紛紛以試做年夜飯半成品拍成視頻。



網紅帶貨 年輕人熱捧

『小白』, 也能從中找到做菜的樂趣。」還有很多網友稱, 半成品既能滿足下廚的成就感, 又能節省下餃子吃年夜飯昂貴的費用, 何樂不為呢。

購買家鄉菜 解思鄉情

由於疫情影響, 不少人選擇就地過年, 通過在網絡上購買天南海北各地特色的半成品年夜飯, 亦能一解無法回家的鄉愁之情。家在福建今年卻選擇在上海過年的王小姐表示, 今年便預定購買了不少半成品年夜飯。「忙碌了一年, 今年我也選擇就地過年, 網購了福建年夜飯, 對於我來說是一種思鄉情, 也是一份團圓的象徵。我可以在大年三十通過視頻連線給家

被稱為「懶人的福音」的半成品年夜飯, 亦成為了網紅UP主的熱門素材, 「只要簡單加工一下, 就可以吃到好吃的東西, 特別方便, 即使一桌子需要十個菜或者很多菜, 都可以很快的做出來。」有UP主直言「我們一家沒辦法回老家, 所以準備購買半成品, 實惠方便。」知名UP主敬漢卿一份年夜飯試做視頻, 已經有超過150萬播放, 對於半成品飯菜, 有網友起先還猜測味道如何, 但敬漢卿很快打消了網友的顧慮, 他表示, 「這飯跟五星級飯店大廚給你炒出來是一樣的。就像我這樣的做菜

裏人看, 我也有吃家鄉的年夜飯哦。」同樣在外地工作的李先生, 則為家人預定了一份小分半成品年夜飯套餐, 他說, 「父母年紀大了, 我工作太忙要比較晚回去, 幫不上忙, 所以購買半成品, 希望為家人減輕廚房負擔, 一表孝心, 希望家裏人可以輕輕鬆鬆過個大年。」根據京東到家數據研究院發布《2021春節年貨消費趨勢報告》顯示, 下單人和收貨人在不同城市的異地訂單銷售額是去年同期的2倍, 而就地過年大背景下人情常在, 京東到家平台上新年禮籃的銷售額是去年同期的3倍。在就地過年的背景下, 一線城市與故鄉之間通過互聯網而有了更直接的情感連接。