潮晉會座談港青灣區創業就業

【香港商報訊】記者呂明霞報道：由潮晉會發起舉辦的「大灣區青年創業就業座談會」日前於金鐘亞洲協會香港中心，以線下（香港）、線上（澳門、深圳）形式進行，是自疫情以來香港潮籍青年團體中規模最大的座談會。民政及青年事務局副局長梁宏正出席並致辭，他指出，特區政府一直致力推動香港青年在大灣區就業、創業及就學，希望座談會能夠帶動更多青年了解大灣區。

此次座談會由潮晉會主席陳誠傑發起，香港青年大專學生協會、潮汕同學會、香港菁英會、香港青年聯會、香港潮屬社團總會青委會、香港潮州商會青委會、香港九龍潮州公會青委會等18個潮籍青年社團代表出席，逾200人參加。

陳誠傑：幫助青年解決「四業」困難

陳誠傑說，習近平主席十分關心關愛青年人，指出「青年興，則香港興」，「青年發展，則香港發展」，「青年有未來，則香港有未來」，指出要引領青少年深刻認識國家和世界發展大勢，增強他們的民族自豪感和主人翁意識，幫助青年解決學業、就業、創業、置業的困難，希望每一個青年都投身建設美好香港。

粵港澳大灣區作爲國家開放程度最高、經濟活力最強的區域之一，包括香港在內的新一輩「9+2」青年正努力打通人流、物流、信息流，爲人才、知識、智慧、創意、資訊等各方面互聯互通，希望座談會能夠聯同香港與內地各城市，提供交流分享的平台，幫助廣大青年解決在學業、就業、創業、置業「四業」方面所面臨的困難。

財政司司長陳茂波以視像錄影出席座談會，鼓勵青年到大灣區發展，努力開拓新的人生篇章。

梁宏正指出，特區政府一直致力推動香港青年在大灣區就業、創業及就學，持續優化及擴展各項青年實習和交流計劃，協助青年人擴闊視野，並認識香港以外的工作環境及職場文化。去年推出的「大灣區青年就業計劃」，鼓勵在香港及大灣區有業務的企業聘請本地大學畢業生並派駐到大灣區內地城市工作，反應熱烈。他在現場與青年交流，令與會青年加深了對大灣區內地城市青年雙創基地及內地相關雙創政策和配套措施的認識。

「大灣區青年創業就業座談會」日前以線下（香港）、線上（澳門、深圳）形式進行，圖為香港出席者大合照。

四位熟悉內地創科產業、金融風險投資產業、零售業等行業、富國際視野的年輕創業家Mindworks Capital創始合夥人張瑞祺，L`Oreal歐萊雅集團市場銷售經理邱欣怡，Ground Zero Labs創辦人、前Google產品總監錢禾洲，Fashion Star Limited創始人李仲怡分享他們在不同行業的發展潛力和創業經驗，以及如何面對嶄新環境的新挑戰。

品牌發展局舉行2022年度會員大會

【香港商報訊】香港品牌發展局日前舉行2022年度會員大會，該局主席陳國民在會上回顧該局過去一年的工作。他表示，品牌局引入的「香港品牌名冊」登記制度得到業界的熱烈迴響，在短短一年多，就吸引超過200個本地原創品牌進行身份認定，以及上載資料於網上中央資料庫，展現出「眞・正・香港品牌」精神。

陳國民：「香港品牌名冊」體現港精神

陳國民表示，在過去一年，內外經濟形勢波動，新冠疫情仍揮之不去。所幸的是，本港業界仍展現出強大的韌力和靈活性，一方面積極推動業務重回正軌，同時透過發掘新的市場機遇、引進新的科技和商業模式，開闢新的業務發展方向。

「更令人鼓舞的是，許多本地企業在努力抗疫和克服短期經營困難的同時，亦未有放慢品牌創建的步伐，甚至投入更大的熱誠打造『品牌競爭力』。」

另一方面，在疫情影響下，由品牌局與廠商會合辦的2021年「品牌選舉」雖然在籌辦過程中遭遇了不少困難，但在業界的齊心協力下，「選舉」一如既往取得美滿的成績；得獎品牌無論在數目還是質素上均保持一貫的高水準，再次彰顯了業界以品牌創造價值、以品牌爲「抓手」推進升級轉型的堅定信念。

他表示，品牌局透過舉辦研討會、培訓項目以及屬下「中小企品牌群策營」的分享活動，向業界推廣ESG的理論與最佳實踐，同時亦修訂了「品牌選舉」和「香港名牌標識(TOP嘜)計劃」的審核機制，將「環保及社會責任」標準擴充爲「環保、社會責任與企業管治」，以確保這項品牌發展的「標杆」基準能與時俱進。在此基礎上，品牌局正探索一套適合香港企業的「ESG執行實務類別」指南，並協助廠商會發起「ESG+約章」計劃，鼓勵業界、特別是中小企，確立以可持續發展爲導向的經營方針。

香港品牌發展局舉行2022年度會員大會，主席陳國民（前排左六）回顧上一年工作。

加快進軍大灣區零售市場

陳國民續指，國家正推動建設「全國統一大市場」，粵港澳大灣區不但是香港企業融入國家「內循環」的最佳切入點，更爲香港品牌提供了更廣闊的發展空間。因此，品牌局近年積極倡導共建「品牌大灣區」的願景，呼籲業界依託「香港品牌」優勢深耕區域市場，並引領大灣區的品牌創建與品牌合作，帶動區域的高品質發展。

同時，品牌局亦身體力行，在「工商機構支援基金」的資助下，開展了一系列有關大灣區消費市場的研究，例如今年初發表了《「大灣區品牌制勝謀略」企業案例研究報告》，爲港企在制訂品牌發展策略提供具啓發性的建議。現時品牌局正密鑼緊鼓地籌備重啓「香港・進・品牌大灣區」項目其他活動，爭取在通關條件許可時盡快赴廣州、澳門等城市舉辦大型品牌產品展示。品牌局亦積極聯同內地合作機構推行公益直播活動，藉此協助港企應用新興電子商務模式，加快進軍大灣區零售市場。

仁愛堂籌款月售慈善獎券

【香港商報訊】爲持續拓展及優化服務質素，本年度的「仁愛堂籌款月暨慈善獎券銷售」活動由即日起至10月31日舉行，今年仁愛堂更首度與Sanrio人氣角色Cinnamoroll (玉桂狗)合作，設計精美獎券及環保袋作慈善義賣，誠邀各界善長踴躍支持，共襄善舉！

仁愛堂已連續超過25年舉辦「仁愛堂籌款月暨慈善獎券銷售」以募集善款。歷年來，全賴各界善長、團體及義工的鼎力支持，齊心協力爲該堂籌辦各類型籌款活動，落力向市民募捐，每年善款數字均得到理想佳績。

仁愛堂誠邀各界善長踴躍支持，慷慨解囊認購獎券及環保袋，每張慈善獎券只售港幣10元正，每個環保袋只售港幣90元正。善長除了可親身到仁愛堂屬下中心及各區街站購買獎券及環保袋，該堂更特別設有網上認購，歡迎善長以信用卡、PayMe、轉數快等線上方式輕鬆完成捐款。希望各位鼎力支持是次慈善獎券銷售活動，多多益善，少少無拘，爲有需要的人伸出援手。

捐款方法：https://bit.ly/3Fnu8Op，仁愛衆籌：https://www.giveyot.org.hk。

八百里沂蒙大地上的新農經

「鄉土中有大勢、鄉土中有大道、鄉土中有未來」，對於八百里沂蒙來說，這18個字與臨沂這個山東農業大市再貼切不過了。

從30年前菜農自發種植、到合作社規模化運營、再到做強上下游產業鏈，臨沂市農業農村部門、財政部門不斷引導農民採用技術創新、商業模式創新、經營模式創新，延伸產業鏈條提升農產品附加值，讓農民在技術創新和加工流通中獲取更多的增值效益。

孫珂 文秀維 韓來軒

臨沂千方百計拓展農民增收渠道。 孫運河 攝

當依靠技術和經營模式創新發展現代農業，當藉助互聯網+完成了區域品牌的全流程塑造，當預製菜成爲新的品牌符號，臨沂農業以區域品牌爲核心的軟實力和以深加工爲標簽的硬實力不斷提升，將深耕出新的樣板田。

搶佔「微笑曲線」的高端

無土栽培、水肥滴灌、放心農場……在蘭陵墾源智慧農業產業園，佔地超14萬平米的智能化玻璃溫室係目前亞洲單體最大的玻璃溫室，在這裏，農產品會直接運抵長三角的超市零售末端。

「產業水平不高、農業大而不強、精深加工能力弱、品牌影響力不足」，有着「天下菜園」美譽的蘭陵深知農業領域周期長、見效慢、風險大。如何跨過農業產業發展過程中「成長的煩惱」？蘭陵農業農村部門、財政部門不斷引導農戶和農產品加工企業從「低頭耕地」到「抬頭看天」，走有標準、有品牌、有管控的發展思路，讓菜農和企業得以獲取高附加值空間。

在蘭陵墾源智慧農業產業園這個產業項目上，蘭陵創新採用了「1+X」模式，引導周圍的橋頭村、大城子村和柏莊村建設了83個新型日光溫室，採用「公司+合作社+用戶+銀行+擔保公司+保險公司+政府補貼」的形式，推動40多個農戶實施產業深度融合、種養加一體化、農工商齊發展的現代農業發展模式。而農戶也通過拉長農產品的產業鏈條，借用深加工的方式，提升農產品附加值，搶佔農產品領域「微笑曲線」的兩個高端。

做大做強區域公用品牌

談起臨沂農業，人們都會提到蒼山蔬菜、蒙陰蜜桃、沂南肉鴨、莒南花生、平邑金銀花、郯城貢米。可以說，能夠叫得響的品牌比比皆是，「生態沂蒙山 優質農產品」的「大家庭」越來越大。目前，臨沂打造出全國「名特優新」農產品14個，蒼山大蒜、蒙陰蜜桃、平邑金銀花入選「好品山東」區域公用品牌。

臨沂市農業農村部門通過塑造「產自臨沂」品牌，一頭連接生產端，培育優質農產品基地、農產品加工園區，倒逼高產量轉向高質量；一頭連接消費端，在長三角授權「產自臨沂」品牌店，舉辦優質農產品走進長三角系列推介活動，促進「種得好」「養得好」轉向「銷得好」，全面提升臨沂市農業質量效益和綜合競爭力，爲鄉村振興注入新鮮活力。

臨沂市農業農村局還於2020年6月16日發布了「產自臨沂」價值背書使用管理規範，設定「產自臨沂」准入機制，提升質量標準，制定形象及包裝規範，建成了全市優質農產品准入輸出總通道，推動實現全市優質農產品生產、加工、運輸、供應、檢驗檢測標準化，全力打造長三角地區和全國大中城市的農產品供應基地。

今年上半年，臨沂市夏糧喜獲豐收，蔬菜、蛋、奶及水產品產量分別達到428.6萬噸、12.4萬噸、7.1萬噸和12.3萬噸，生豬存出欄量分別達到360.3萬頭、285.8萬頭，家禽存出欄量分別達到1.1億隻、1.7億隻，均居山東省前列。

「競速」預製菜窗口期

每天，在臨沂市羅莊區愛億農預製菜供應鏈基地的紅燒肉熟製車間，工作人員都會緊張忙碌地將烹飪完成的紅燒肉進行分裝。目前，該基地已研發240道中餐菜品配方，預製菜品年銷售額8000萬元以上。該基地通過探索「公司+村集體+合作社+農戶」的「雞銀行」模式，年出欄80萬隻雞，爲農戶累計創收240餘萬元。

近兩年來，受疫情、宅經濟等影響，以及團購、冷鏈運輸等消費模式和產業基礎的完善提升，一度不溫不火的預製菜行業迎來躍升。從區域分布來看，山東預製菜相關企業數量排名全國第一。可以說，山東已成爲預製菜熱土，臨沂市作爲中國食品之都和物流之都，食品產業鏈條完善，交通便利，物流發達，具有較好的預製菜食品產業基礎和前景。

據統計，臨沂市有預製菜企業1343家，數量居全國地級市第四，山東第二，沂蒙山燒雞、蒙山雞、麻油土雞等臨沂當地特產的預製菜已經入駐了各大商超。8月20日，臨沂市預製菜產業聯盟成立，並圍繞建立預製菜產品標準體系、建設預製菜產業園、設立預製菜產業發展基金、舉辦中國（山東）預製菜食品產業發展大會等重點工作，科學制定臨沂市預製菜食品中長期發展規劃，進一步提升臨沂市預製菜品牌影響力和核心競爭力。