



農場鮮奶

大家可能以為送奶上門是新興風潮，其實這種送門售奶方式，可謂與香港成長。

四十年前，英國軍人Mr. Gerald Clalk 隨英軍來港，發現香港竟沒有生產新鮮純牛奶。他一九八二年退役後，於元朗石崗軍營自設牛場，開始養牛、賣奶、送奶。「令居住於香港的外國人和香港市民，喝到真正牛奶」是農場鮮奶有限公司的宗旨。當時許多軍營內的外國軍人及官員試喝後，覺得牛奶又香又滑，像在故鄉喝到的奶一樣。自此，送新鮮牛奶上門的服務，深受在港外國人歡迎，成為公司的忠實捧場客。現在，還佔生意額的七成。

外國口味的香港奶

以一個電話落單，新鮮牛奶便會「送門」。顧客以月結形式付帳，月底收到月結單後，自行到銀行入數付款。訂購過程，可謂快捷方便。公司主要客源是外國人，集中在港島區。六架送貨車每天出動，從元朗廠房出發，運送新鮮牛奶予顧客，平均每日送出一千至一千五百公升鮮奶。

農場鮮奶的盒裝牛奶，每盒一公升，售價二十四元，比普遍的大型牛奶公司的出品稍貴一點。公司經理黃文翰指，他們製造的是百分百純牛奶，成本

較大型牛奶出品為高：「我們絕不減價，任何時候都維持二十四元一公升。另外，也絕不在百佳和惠康上架。」他指一般超市上架費貴，加上主要的客戶是外國人，較少光顧一般超市。故此，公司近年選擇在日式或西式高檔路線的超市（如CitySuper）售賣，但都只限量上架。

雖然被稱為有一份外國味道，但牛奶其實來自中國。公司在惠州開設牧場，飼養超過一千隻澳洲及紐西蘭乳牛。每晚，牧場工人便從母牛擠出新鮮牛奶，到了凌晨，立即運送到港，於元朗八鄉廠房消毒、加工及入盒等程序。已入盒的牛奶，待至第二天早上，送到各區客戶手中。

除送奶服務，零三年他們還意外地開設「零售店」。黃文翰憶述沙士期間，市民減少逛街購物，卻發現到元朗廠房附近的遊人增多。由於廠房位置在郊遊路徑上，遊人經常走入公司購買食物稍作歇息，他說：「當時我們只提供牛奶和雪條，於是便順水推舟加設小食亭，增加收入。」直至今日，小食亭除售賣新鮮牛奶和著名燻奶外，還售賣甜品和麵食等，成了遊人歇腳之地。

百分百純正鮮奶

黃文翰指公司擁有自己的牧場、工場及運輸車隊，整個工序可「一站式」監察：

「那隻牛有多少鈣，就有幾多，不需加工，是百分百純正鮮奶，絕不

摻水。」而牛奶保質期

只有兩天，確保牛

奶新鮮。受「毒

奶事件」影響，

農場鮮奶公司生意

跌了兩成，但黃文翰卻

毫不擔心，指牛奶通過食

物安全中心的檢測及格。公

司講求「口碑」，他

認為只須保持質素，

生意便很快恢復。

送上門的牛奶

「晨早空氣清新開朗……車送貨，往一間間小房子。奶。在高樓大廈密佈的香港，彷彿是奢求，更帶點荒謬。月，沒有捨我們而去，更

零三年起，農場鮮奶公司在廠房外增設小食亭，向遊人售賣小食，其中以燻奶最受歡迎，成為必吃之選。



請保持地方清潔
Please do not litter

氏脂肪
羊奶

ARM
ILK
商標
場鮮奶



正新鮮
氏脂肪
牛奶
100毫升

……」沿著小徑，踏著單
子的門前，放下兩樽牛
港，以上的生活情調，
延。其實，送牛奶的歲
不是歐洲小鎮的專利。



利華牛奶

「捱得很辛苦，但經營了五十年，非必要時，不想結業！」利華牛奶公司的「傳人」曾伯昌感嘆地指：「毒奶事件」令公司於旺季失去了三成多生意。幸好公司出品都通過安全檢驗，一星期後，生意回復至去年的九成。

伴你成長五十載

已經有五十多年歷史的利華牛奶，可謂陪伴香港成長。公司由負責人曾伯昌的父親曾金華創立，以家族形式經營。當年於鑽石山曾自設牛場，其後搬到土瓜灣現址，以奶粉及牛油等原料，製造還原牛奶（將奶粉經過處理還原成的液態奶）。

現在，利華的客戶遍佈港九新界，每日送出超過二萬支牛奶。與農場鮮奶公司相比，利華走向比較大眾化的路線，客源以中產人士（尤其公務員）居多。顧客同樣以電話訂購牛奶，但利華的車隊會編訂特定運送路線，顧客必須於指定日期及時間，留在家中，當門交收。曾經理指這是為了確保顧客立刻飲用或把牛奶立刻放進雪櫃，保證牛奶質素。除了提供樽裝原味牛奶外，還有不同口味以供選擇，分別為高鈣低脂奶及朱古力

奶，都是四元一樽。利華同時也為大型連鎖甜品舖提供牛奶，如滿記、杏花樓及大良八記等，都是利華的大客人。上門送奶及賣奶予甜品舖，各佔營業額一半。

「舊」樽新「奶」

利華牛奶是還原奶，以奶粉和牛油等材料，經過特別工序，混合調配。利華牛奶經理曾伯昌說：「雖然我們生產的是『牛奶飲品』，但我認為和我於英國留學時喝的新鮮牛奶，差別不大。」奶粉和牛油均從澳洲或紐西蘭入口，全經外國驗可，質素有保證。

「樽裝奶」在港近乎絕跡，但利華依然以玻璃樽包裝鮮奶，彷彿為港人保留一點集體回憶。送貨時，員工同時回收玻璃樽，客人可取回一點五元的按樽費。為了環保又確保衛生，員工入樽前，必須把玻璃樽徹底消毒洗淨，而玻璃樽約用十次，便會報銷。

深信品質最緊要

曾伯昌在訪問中，多次訴說，希望品牌繼續延續，又談起滿是人情味的記憶：「曾經有一年中秋，其中一隊車隊久久不回，原來是一位相熟客人，邀請送貨員工在家裏，吃中秋團圓飯。」

但守業總有難度。去年因美元貶值，一噸奶粉上升了三千美元，曾伯昌說面對入不敷支的情況，只好不斷動用「私己錢」（個人積蓄）以維持經營。為增加客源，利



利華一直堅持以玻璃樽包裝牛奶，在港可謂罕有。除了提供原味牛奶外，還有多款口味，包括高鈣牛奶及朱古力奶，以供顧客選擇。



農場鮮奶創辦人英國軍人Gerald Clark昔日在牧場與牛隻的照片，現在依然張貼在廠房內，供顧客懷緬。

華又曾在報紙上賣廣告，但只此一次：「曾在《蘋果日報》買了五天廣告，但因收費太貴，生意雖有上升，但是得不償失，最後沒有繼續。」加上，內地奶品公司有政府津貼生產成本，可調低售價吸引顧客，令競爭增大。但曾伯昌認為，本港奶品無論在公司的管理模式或牛奶質素，以至政府的檢驗規格等方面，都比內地完善，較具優勢。利華抱著樂觀態度，現在正準備開設網上訂購，提升效率，以增客源，也方便客人訂購。

「利華取自父親（曾金華）的名字，他在二十五年前交棒給我，我希望可繼續下去，使品牌繼續存在。」曾伯昌說。

本地送奶服務

除了以上兩間牛奶公司提供送奶上門服務外，還有康寧奶品有限公司。

一九六二年成立的康寧奶品，打著「純香港製造」的旗號，在港自設牧場和廠房。康寧同樣售賣樽裝牛奶，每支六點一元，以網上落單為主，付款方式同樣是「先享用，後計數」，以月結形式付帳。其銷售網絡主要位於新界地區，另也覆蓋九龍部分地區。

資料來源：康寧奶品網頁



左
經過六小時完成所有工序，利華牛奶被放入一個個貨箱，再放到大冰櫃內以低溫保存，等待第二天，送到顧客手上。

右
曾伯昌笑指牛奶行業十分古怪，只要人們多留在家裏，訂單便上升。金融風暴時，人們減少外出消費，在家的時間多了，公司的訂單便達到高峰。