

企业的使命是追求盈利，还是服务社会？近年来，本地创业界逐渐出现一些希望兼顾两者的社会企业，在创造盈利的同时，以改善社会问题为使命。

有的社会企业关心弱势群体，有的关注环境能否永续发展，并提出创新解决方案。本系列邀请四家社会企业的创办人，分享他们所关心的社会议题，以及计划如何解决或改善。

抢救丑食物让浪费归零

友善社会·企业使命 系列

王阳发 报道
onyh@sph.com.sg

林嘉贤、杨凯杰和刘嘉财从中学就相识，2017年共同创办社会企业TreeDots之前，他们本来都可以打一份收入还不错的工，但是总觉得这样对社会没能做出什么贡献、改变社会。因此，他们以兼顾两者为目标，TreeDots业务模式运作了三年，如今终于看到成果，甚至计划进军海外。

林嘉贤（28岁）接受《联合早报》访问时表示，他原本从事商品贸易，有一次一批鳄梨在中国被拒收，他把这批鳄梨转卖到菲律宾，还是有人要买，这使买家受益，而他同样赚了“一桶金”。对他来说，“一桶金”并非真的是指很大笔钱，而是对付出与收获的一种评价。

过后，林嘉贤在三人的聚会上分享了这件事。结果，三人其实在工作和生活上，都有类似经历，因此产生了初步的想法——收购原本会被业者丢弃的食物，以比原价更低的价格转卖给其他业者。他们认为，食物原本可以更便宜，但因为食物损失高达三分之一，导致价格变贵。

毕业于新加坡管理大学企业管理系的林嘉贤说：“社会企业也是要赚钱，和一般公司唯一的不同是，它每一块钱的收入都会对社会有所贡献。以TreeDots来说，我们每卖出一公斤的食物，就等于避免我国社会损失一公斤的食物。”

TreeDots成立于2018年1月。从注册成立到正式开业，他们是在探索和研究这个业务模式是否可行、如何使它可行，包括有哪些货源和客户群、能卖什么价



TreeDots创办人之一林嘉贤表示，疫情加速了人们对新科技的接受程度，他们很有信心今年的业绩“可能超越去年”。（严宜融摄）

格、会有什么需求、要怎么送货等。当时本地没有竞争者，TreeDots是本地先锋，从零开始，这很不容易。

初创时期万事起头难 从丑食物上嗅到商机

这个“三人组合”的成员都有做过小生意的经验。这次，他们从被丢弃的“丑食物”当中嗅到了商机。这些食物有许多其实可以食用，只因外形不达标而无法上架。有些食物因外表有瑕疵，如在运输过程中被撞坏，但业者为了保持食物美观只好丢弃；有些食品的有效日期还剩三個月或大半年，或来自客户取消的订单。例如一些冷藏鸡或许因体型太小，无法在超市出售而被供应商丢弃。这些食物包括冷藏



TreeDots 2018年初正式开业，初期就只有创办者三人。这是食物回收“三人组合”——杨凯杰（左起）、林嘉贤和刘嘉财当年的合照。（海峡时报）

肉类、海鲜、蔬菜和水果等。

TreeDots最初目的就是集中这些原本会被丢弃但其实仍可食用的食物，再以比原价更低的价格，直销给餐饮业者，通过转售交易赚取利润。他们参考了欧美业者的经营模式，认为可以在东南亚推展开来。

不过，万事总是起头难，他们有好一段日子都没支付薪水给自己，平日靠努力教补习和打工补贴支出。开业那年，他们每天早起亲自送货，午后去找业者洽谈、找顾客，晚上讨论工作、检讨流程、想更好的解决方法，一天往往工作18小时，甚至在好几个月里，有时是“住”在送货的卡车里。

就在他们感到茫然时，鸡肉、牛肉和海鲜等大型供应商找上门，使他们对自身的方向更有

信心。之后成功接到餐饮供应业者等大顾客的生意，则印证了市场确实有这方面的需求。

另一关键时刻，是在初创时获得了星展银行基金会（DBS Foundation）的资助以及新加坡国际基金会（SIF）年轻社会企业家计划的指导及资助。这些支持协助TreeDots起飞，使他们能够聘请更多人手，腾出更多时间专注于战略工作，把业务规模扩大成一家业务蒸蒸日上的社会企业。

疫情暴发迅速调整策略 经营“社群”拓展消费群

在2019年，TreeDots卖出了1800公吨的食物，而且为2020年制定了更大的目标，同时计划把顾客群拓展到个人消费者。今年冠病疫情的暴发，病毒阻断措施

的推行让居家办公和在家用餐顿成趋势，餐饮业者的需求突然大减，这使他们必须迅速调整经营策略。

林嘉贤表示，疫情也加速了人们对新科技（手机应用）的接受程度，这不仅帮助TreeDots加快原有的B2B手机应用（面向企业客户），也加快推展新的B2C手机应用（面向个人消费者）。B2C应用如今已是一项羽毛丰满的业务，占TreeDots销售额的10%至15%。他们增取到更多客户，成功让B2B业务继续取得增长。因此，他很有信心TreeDots今年的业绩“可能超越去年”。

在个人消费者这一块市场，TreeDots其实还有一招。早在今年1月，他们通过招揽许多人帮忙推介购买这类食物，负责作为收货

点转送到最终顾客手上，这些人则从中赚取佣金。每个收货点就相当于一个“社群”，目前在本地它已有110至120个社群。

为什么个人消费者愿意购买？林嘉贤说：“人们愿意试试看，因为价格便宜。试过后就能接受这类食物了。我们一开始就坚信这些食物没有不同，不应该被丢弃。我们不该因为苹果不够红而把它丢弃。这和人一样，不管美丑高矮，都不该被丢弃。”

TreeDots也本着减少食物损失的目的，与星展银行和慈善机构The Food Bank Singapore合作推出Virtual Foodbank手机应用。他说：“当我们意识到哪些食物最终将无法卖出时，与其丢弃损失掉，我们会通过这个应用，把食物免费分发给有需要的人。”这能帮助有需要者获得更多样的食物，而不只是罐头、包装食品等，也不会因为收到太多同类食物而吃不完，造成食物损失。

谈到扩充大计，林嘉贤表示，TreeDots目前有50名员工，它将尝试增聘更多人手，明年要进军马来西亚和印度尼西亚，落实TreeDots创办时的目标，并且要更大力地推动B2B和B2C应用平台，包括吸引目前的客户使用该平台。

他指出，新加坡市场还有很大的发展空间。国家环境局的数据显示，国人每年丢弃超过80万公吨的食物，其中约80%是食物损失。林嘉贤强调，蛋壳等食物垃圾不能食用，但食物损失并不是食物垃圾，还可以吃的食物不该当作垃圾丢弃。

至于TreeDots在新加坡的市场地位，他说：“我们是先行者，也还是市场领导者。”他们还是一天忙碌工作18小时，只是已没“住”在卡车里了。

四之二