



聖約翰座堂搭積木屋辦社企

慈善咖啡店培訓學障者

特稿

法定古蹟中環聖約翰座堂無論裝修或擴建都有嚴格規定，教會近期為加強與社企合作，聯同慈善組織思拔中心經4年努力，花400萬元善款在逾164年歷史的座堂旁，興建一所可隨時拆卸的積木屋，獲政府批准開辦專為特殊需要人士提供職訓的社企咖啡店「The Nest」，並在上月初開幕，趕及在今個聖誕節與教友見面。今年教堂辦彌撒期間，教友可到該店喝杯愛心咖啡，親身感受聖誕節的意義。

明報記者 曾安迪



聖約翰座堂（圖後建築）與思拔中心合作，花4年設立咖啡店「The Nest」（圖左）。座堂主任牧師謝子和（左一）、中心總幹事潘恕達（右一）與兩名分別患有學習障礙及唐氏綜合症的受訓店員Jane（左二）、Josh（中）及健全店長家豪（右二）於店外草地展示該店的愛心咖啡。（陳淑安攝）



社企咖啡店「The Nest」現聘有4名正接受咖啡師訓練的學習障礙店員，包括Josh（左一）及Jane（右）。二人都表示熱愛工作，Josh一星期工作6天，Jane更同時於兩間咖啡店工作。（陳淑安攝）

「社企開設咖啡店並非新鮮事，能在歷史悠久的教堂建築旁邊興建一間慈善咖啡店，才是美妙之處。」思拔中心總幹事潘恕達接受專訪時說，慈善組織思拔專為有學習障礙的英語使用者提供培訓，一直依靠其他機構，提供以月計的臨時職位予其受助人，欠缺可提供長期職位的職業培訓所。為解決此問題，思拔4年前向座堂提出開辦咖啡店，對方很快答應。

籌劃4年 須過古蹟辦

座堂主任牧師謝子和表示，一向與思拔中心有合作，開設社企助人亦與教會宗旨相符，於是免費為中心提供辦公樓旁邊的一小塊土地，以興建咖啡店。要在法定古蹟內「動土」，並非座堂說了便算，還要通過古蹟辦、屋宇署、地政署等關口。潘恕達表示，古蹟辦的要求很高，建築物不能破壞教堂建築群的環境，亦不能是永久建築。在建築師樓義助下，他們想出興建無地基的積木屋臨時建築，但又解決防

風、防震等安全問題，用了3年半才獲政府批准展開工程。

咖啡店不能只有硬件，亦要有軟件，惟潘恕達說自己只懂辦慈善機構，不懂做生意。他舉例稱，籌備前曾打算引入3款不同容量的外賣咖啡杯，向廠商訂購時才發現原來每款至少要訂5萬隻，即引入3種容量要一次訂15萬隻杯，根本不可行，故後來請教行內人沖咖啡、購物等開店之道，又得一間連鎖咖啡店義助訓練店員及店員，咖啡店才能成事。

潘說該店能提供6個培訓名額，員工會按個別狀況培訓，例如學習較慢者會先收銀，再學習使用具一定危險的咖啡機，並由一名全職健全店長帶領。該店暫有4人受訓，計劃與其他慈善機構合作，日後聘用具學習障礙的中文使用者。

「The Nest」顧名思義解雀巢，潘希望受訓者能在此學會工作及與人相處技巧，並盡快離巢，展翅高飛。謝牧師就說，平日經過咖啡店都可見到受訓者愉快地工作，認為這正是咖啡店的意義。

聖誕光顧社企 消費有意義

每逢聖誕節，大街小巷都佈滿廣告牌推銷聖誕商品，但這股「聖誕禮物風」常被批屬消費主義，偏離聖誕原意。近年香港愈開愈多社企企業，有社工團體表示，聖誕及新年銷量亦已佔社企全年生意額四成，有牧師及社企負責人都認為，購買社企產品作為禮物能為聖誕節消費帶來另一種意義。

負責推動本地社企發展的社會服務聯會匯豐社會企業商務中心高級

經理譚穎芬表示，近兩年社人士對社企的認知加深，例如以往大企業客戶光顧社企只為慈善，以幫助弱勢社群為目的，但現在客人是為社企的產品質素而光顧，更會向親友推介，推動了社企發展。

社企生產特別版產品應節

她又稱，現時社企經營方式與一般企業無異，都要有市場推銷手段等，故此每年聖誕至新年都會特別

製作特別版產品例如曲奇、糖果及飾物等應市，所以此段時間同樣是社企的生意高峰期。她相信，購買社企產品正於香港形成另一種消費模式。

來自英國的思拔中心總幹事潘恕達認為，聖誕消費主義無論於英國或香港都很普遍，但若能購買的禮物來自社企企業，在消費同時能夠幫助有需要者，便可為消費主義帶來新的意思，又更符合聖誕節精

神。聖約翰座堂主任牧師謝子和說，現代社會很重視物質，會將人的價值與所擁有的物質畫上等號。他續稱，基督徒深信每個人都「值得擁有尊嚴，需要被愛及被照顧」，故認為選購聖誕禮物時應以背後的意義而非物品的貴重為考量，送贈愛與關懷予他人，例如將購買聖誕禮物的錢捐予志願團體，再將單據贈予朋友等。

戒毒設計師當「伯樂」 聘濫藥更生者

特寫

基督教互愛中心接受戒毒治療一年，成為人生轉捩點。

在戒毒的一年，姚俊傑認識了位

姚俊傑現在已婚及育有一子，事業家庭兩得意，現抱有一個夢想，希望成為他人伯樂，善用自己經

