



# 港商河南扎根 少闖南洋壯北

## 地產新銳林明淙 逐鹿中原初建功

**港人在河南** 他祖籍福建泉州，香港出生，17歲留學菲律賓，25歲到中原經商。他是地地道道的香港人林明淙（英文名John Lam），10餘年鄉音未改，但卻凝聚了深厚的北方情結，「我生活得十分適應，甚至比北方人還北方人。」在鄭州10年，林明淙在河南商業地產業界已小有名氣了，當被問及是否有可能「回流」香港或者換個戰場，林明淙很堅定的說：「我很好河南的潛力，10多年來，受到了很多河南朋友的幫助，未來的計劃仍不離開河南。」

■香港文匯報記者 程相逢、周小舟，實習記者 陳靜 鄭州報道

**林** 明淙1973年出生在香港，整個童年、少年都是在香港度過的。17歲時到菲律賓聖湯瑪士大學就讀土木工程系。他在香港打了第一份工——西餐服務生，林明淙笑言，「香港的工資比較高，兩個多月下來，我賺了1萬4千元，還把我去留學的機票錢還給了父親。」這也許是他初涉商海的所獲得的微小成功，但卻對他今後的獨立和自信產生了較為深遠的影響。

### 菲律賓學藝 投身建築業

也許因為林明淙始終保持着這種主動精神和敏感，於是機會總能垂青於他。「在還沒有畢業的時候，我有幸認識了從香港來到菲律賓發展、在華人圈很有名氣的著名建築師王堤乾，並成為蘇王建築事務所中的一員。」林明淙的老師王堤乾也很了解內地，改革開放以後他決定到內地來發展。此時通英文、懂中文，又會說閩南話的林明淙成了王堤乾外派的絕佳人選，就這樣，林明淙開始初次涉獵中國大陸的房地產和商業。「那個時候開始，我了解到了中國的土地、政府和人民，也了解到了中國的法律、法規等等這些獨特的『國情』。」

1997年因為工作原因，25歲的林明淙把觸角從沿海延伸到了內陸鄭州。談及初到河南的感受，林明淙回憶說，初次到河南是在1997年的寒冬，這讓久居沿海的林明淙難以適應，一下飛機就跑去買暖衣禦寒。「我進到一個名不見經傳的小商場內選了一件保暖衣，回到住處後卻很尷尬的發現竟然只有一件上衣，無奈之下只能先湊合了。」

### 歷商戰洗禮 營典範之作

1997年的鄭州已經經歷了第一次商戰的洗禮，但是在林明淙這位走南闖北的海外華裔子弟的眼裡，鄭州這座城市則是「特落後」。他開始關注河南的商業房地產，林明淙逐漸認識了這個古今兵家商家為之逐鹿的「開鼎之地」。從1997年至今，林明淙先後操作了焦作、洛陽、鄭州、安陽的商業地產項目，而這些項目個個都成為當地商業地產的「典範之作」，甚至因為這些項目的成功操作改變了一個城市的消費環境和觀念。「經典永遠是我所追求的。」林明淙自信的說：「你要用自己的努力去得到你想要的東西。是父親讓我相信自己很重要。」

### 看好豫潛力 籌謀新計劃

10年創業，林明淙在河南房地產界已經是有名氣的人士了，當被問及有沒有可能「回流」香港或者換個戰場，林明淙很堅定的說：「我很好河南的發展潛力，這麼多年的基礎扎在這裡，未來這裡還有新的計劃。」問及在商場上的起伏對他的影響，林明淙顯得很樂觀：「在商場打拚十幾年了，又是一個香港仔在外鄉，不可能是一帆風順的。但是沒有挫折就不是人生，全當是上天對我的鍛煉，跌倒了就再爬起來繼續就好了。」



■林明淙菲律賓學藝隻身闖中原，現已在河南房地產界打響名堂。香港文匯報記者鄭州傳真

## 燴麵吃出門道 迎娶河南姑娘

**扎根中州** 歷經10餘載，朋友們都說林明淙是個「河南通」。幽默的林明淙馬上非常得意的向記者炫耀起來，「河南進步很快，從最有名的河南燴麵就能看出，10年前一碗4塊錢，現在已經十幾塊了。」他開心的告訴記者，鄭州哪家燴麵館的湯特別好喝，麵卻不夠勁道，哪家的麵特別好吃，湯卻沒那麼好喝。

### 娛樂業是城市風向標

林明淙是地道的香港人，雖遠離鄉土，但多年來仍保持着香港情懷，很有小資氣質。「形單影隻的我在外鄉，一個人的時候當然會有些寂寞，所以忙完就會到各種酒吧坐坐。」只有工作沒有情調，就不能被稱為生活，工作之餘會在這個小城逛逛走走，看看電影聽聽音樂。風趣的林明淙開始向我們細數十年間鄭州娛樂業的起起落落，大讚鄭州也有經久不衰的經典音樂酒吧，「娛樂業絕對是一個城市發展的風向標，文化可以在餐飲、娛樂、購物中滲透出來。」

### 香港朋友都娶河南妹

談及家庭，林明淙臉上難以掩飾幸福之情，「我在這裡的香港朋友，都娶了河南



■林明淙一家三口過得甜甜蜜蜜。

姑娘，我也不例外。5年前認識了我的太太，我女兒已經4歲了，所以這裡就是我們的家。」而對於孩子教育的問題，林明淙顯得很開明，他稱不一定會讓孩子回到香港讀書，因為孩子絕對要在父母身邊，哪裡的學校都能出人才，孩子的教育最重要的還是父母。「對孩子我一定不會安排，但會選擇好的引導他去做。」

### 出門靠朋友懷感恩心

也許受厚重的中原文化的影響，年輕的林明淙顯得很從容。在別人看來他應該已經很成功了，他的回答卻是「還未成功，正在成長」。林明淙始終懷着感恩的心，他常說，一個人身在外鄉，全靠河南的朋友幫忙和支持，「上天給的福氣，我很感激」。談到未來，林明淙給人的感覺似乎是隨遇而安，一切盡在緣分，但是從他的語氣中又能感受到些許堅定，「一個男人的事業，一定是很有計劃的。人生在世好比一個一個的圍牆，在不同的圍牆中跳來跳去，在圍牆內就要做好應做的事情。」



■林明淙在中原第一峰留影，如今他已成河南通。

## 太平洋咖啡闖京城 湯國江幾經波折

### 港商 五味鋪

大大的紅色沙發、昏黃的燈光、慵懶的爵士樂、極具老北京風格的壁畫……走進位於北京CBD繁華街區的Pacific Coffee店（太平洋咖啡），你即刻可以感受到，Pacific Coffee給你提供的不僅僅是一杯咖啡，而是一種生活。



■Pacific Coffee湯國江介紹京城創業經歷。香港文匯報記者劉曉靜攝

在這種生活背後，無論你是哪一種咖啡，而是一種生活。Pacific Coffee湯國江介紹京城創業經歷。香港文匯報記者劉曉靜攝

### 05年京咖啡文化未形成

然而，這杯「咖啡」首次進入內地時卻遭遇滑鐵盧。Pacific Coffee首席執行官湯國江稱，2005年Pacific Coffee首次進入內地，但當時北京的咖啡文化並沒有形成，人們對咖啡的理解還只是停留在一個「奢侈品」層面上，且當時並沒有本土化的團隊，因此，經營多時的旗艦店最後只能是白白交了學費。

直至2010年，華潤創業集團以約3.27億港元收購太平洋咖啡80%權益，Pacific Coffee才再次以全新的姿態進入內地。這時，不僅外部環境發生了很大的變化，自身也發生了很大的變化。湯國江說，從外部來講，經過5、6年的快速發展，內地已經不再是那個只有茶文化的中國，人們的消費習慣有了變化，白領更加時尚，生活也更加多元化，人們越來越享受下午茶時間。

### 內地咖啡館越夜越紅火

令湯國江感到有趣的是，在香港，人們多在早晨和午飯後的時間來一杯咖啡，在內地，則越是晚上時間或是午夜時分，喝咖啡的氣氛越濃。用湯國江的話說，「在內地，咖啡廳已經演

變成一個聊天的場所，一個享受生活的地方，而不僅僅是為了喝一杯咖啡。這種生活方式正在慢慢改變着原有城市的生活態度。」

儘管京港之間的差異越來越小，然而正是這些細微的不同，激起了作為一個經營者的湯國江做好Pacific Coffee的興趣。

### 選拔人才也要原汁原味

但即便如此，事情仍遠沒有想像的那麼順利，湯國江稱，再次進入內地，最頭疼的就是人才，如何選拔人才，建立一支強有力的團隊，成為一件最為頭疼的事情。為此，他一方面從香港借調好多員工到內地來，同時，在內地選拔最為優秀的工作人員和管理人員充實隊伍，以確保「Pacific Coffee在內地原汁原味兒，不打折扣」。

在培訓員工時，湯國江要求員工記住每一位顧客的臉龐，記住他們的特點，記住他們喜歡喝什麼口味的咖啡，試圖為顧客營造一種回家的感覺。而湯國江也會親力親為，經常從幕後走到台前，親自操刀為顧客奉上醇香咖啡，服務顧客，也溫暖員工。

### 發展態勢不減開百分店

成為華潤旗下一員後，Pacific Coffee繼續保持在香港本土的發展態勢，並於今年5月達到百家店鋪之規模。與此同時，太平洋咖啡開始全力開拓內地市場，並以成為中國最尊貴的咖啡連鎖店為目標開啟中國夢。

湯國江指出，目前，內地居民人均消費咖啡僅為每年0.1杯，這一數字在香港為每年4杯，隨着內地居民越來越多地接觸並認知咖啡，咖啡自然也可以融入人們的生活。如果內地居民人均消費量能夠達到香港一半，那時候生意就可以實實在在做大。

### 推廣咖啡文化力保素質

不過，湯國江稱，Pacific Coffee不僅是把咖啡當生意來做，同時也是做咖啡文化的推廣，Pacific Coffee原材料是來自非洲、美洲及亞洲的高原咖啡豆，在經驗豐富的烘焙師進行人工、小批量烘焙，半自動磨製以及人工沖泡，並在2個月內到達消費者手中，力求保持咖啡本身的素質。

■香港文匯報記者 劉曉靜 北京報道



■店內掛滿老北京特色的裝飾畫。香港文匯報記者劉曉靜攝

## 店內京味裝潢 杯杯追求完美

### 一絲不苟

走進位於北京CBD國貿三期剛剛開業的Pacific Coffee，不難發現，店裡牆壁上長城、老北京城牆等壁畫元素，頗具北京味兒。湯國江稱，根據所在地的特色，Pacific Coffee在店面裝潢上也呈現出不同特點，這也是Pacific Coffee的經營理念。

### 選料到烘焙 步步須精細

湯國江說，Pacific Coffee一直以來奉行的宗旨即為The perfect cup，意思是為顧客提供一杯完美的咖啡，讓顧客於舒適的環境下享受完美的咖啡樂趣。

而追求Perfect，對產品本身就必須十分苛求，從選料到烘焙，每一步都要求精細到卓越，但在這個消費至上的工業化時代，商家單靠這些早已無法滿足消費者日益苛刻的需求。Perfect Coffee必須在體驗上做文章。商界老手湯國江自然深諳此道，他要讓每位消費者不僅僅是來喝一杯咖啡，而是來喝Pacific Coffee，要營造屬於Pacific Coffee的愜意文化，讓顧客產生一種回家的感覺。在忙碌緊張的都市生活中，Pacific Coffee正

是為這些人提供了一個不需要預約、不需大張旗鼓就能無時無刻享受生活、感受溫馨故事的角落。

湯國江說，每一個來咖啡店的人都是有故事的人。他向記者講述，因為店裡有一名店員的英文名叫「JEFF」，中文諧音與「姐夫」相近，所以不少顧客直接稱其為「姐夫」。有意思的是，一天傍晚，店裡走進一位漂亮的女顧客，當店員問其怎麼稱呼時，她望着叫「姐夫」的男店員笑着說，我叫「姐」，說完，大家相視一笑，就這樣，浪漫分子瀟灑了整個咖啡店。

### 吧台掛黑板 手書哲理詩

此外，凡是去過Pacific Coffee的顧客都會發現，吧台上方永遠掛着一個手寫黑板，店員每天都寫下一句具有哲理的詩句，只為你的心情插上一個冥想的翅膀。湯國江說，熟悉的顧客還會給店員帶來家鄉特產，而這些充滿人情味兒的氛圍正是Pacific Coffee追求的經營理念，也正是這種經營理念得以讓Pacific Coffee立足內地發展。

■香港文匯報記者 劉曉靜 北京報道