

■初建基地時，王力強穿着水鞋下田。 被訪者供圖

A12



# 白領轉做黃領 北上雲南種菜

## 超市主管王力強 零售轉型變供貨

**港人** 在雲南 王力強在港零售行業摸爬20多年，逐漸從運貨員做到管理層。在大超市做貨源管理，他和很多供貨商成了朋友，當他感覺超市的工作不能有新突破的時候，供貨商百利高集團請他到內地做蔬菜種植和銷售，他欣然同意了。2006年，他帶着自己選定的助手吳訓科到雲南考察種植基地，最後選址於曲靖陸良縣成立了田園食品有限公司，做起了現代化企業的農場主。

### 拋卻煩囂 奔波西南縣城

這一夜，在雲南一個小縣城的夜市燒烤攤上，灰白色的木炭紅舌吐焰，數滿辣椒、花椒的肉串、豆腐、洋芋熏烤得油煙升騰、吱吱作響。王力強專門叫人把烤好的東西打包，帶回蔬菜基地給員工做夜宵。「別人為你做事到很晚，你當然要對他們好些。」

他的蔬菜種植基地離陸良縣城有30分鐘的車程，一路上，車裡播放的都是內地中年人偏愛的國語流行歌，「能不能為你再跳一支舞，我是你千百年前放生的白狐，你看衣袂飄飄，衣袂飄飄，海誓山盟都化做虛無……」燒烤的香味瀰漫在淡淡傷感又有磁性的女聲中，或許這就是他想找尋的另一種生活。

### 實地體會 滇港差別巨大

王力強邊聽着歌邊打開了話匣子：「在香港我都不敢開車，因為養不起，一輛車的汽油錢和交通管理費加起來花銷很大。但在雲南，我可以開着車在城裡、田裡到處跑。還可以載着員工去唱KTV，這邊一個大的包房最多300元到400元，要是在香港，小的卡拉OK房間都要上千元。」

「小吳的理想是開一家火鍋店，在這邊的投資花不了很多錢，我們的蔬菜在陸良算是有名氣，開家火鍋店煮菜生意肯定會好，這可能是我們下一步的計劃，但是如果你想在香港開火鍋店，沒有雄厚的資本想都別想。」一旁的吳訓科沒有插話，他在忙碌地打電話，不時還要拿出單子來核對數據。

### 飲食語言 處處水土不服

初到雲南陸良，王力強驚歎：「這裡的馬路真是馬路！我看到牛車、馬車、羊群和汽車都在同一條道路上跑，我不敢想像，香港的馬路上只有汽車，在雲南很多地方都還有畜力拉車。除此之外，前幾年我還常看到纏足的小腳老太太。」他說自己開始最不習慣的是飲食，雲南很多菜都放辣椒，其次就是語言。「我說粵語無法與員工溝通，常常要小吳做翻譯，後

來沒怎麼學我也會講普通話了。閒下來就看電視，電視上都講普通話，我慢慢也會了。」

王力強介紹，田園公司屬於香港百利高集團旗下，除了雲南，在山東、江西、廣東、寧夏等省都有供香港的蔬菜種植基地，這些基地沿用的都是港企管理模式，開始的時候確實與當地有些「水土不服」。一方面是財務預算，另一方面是人事管理。

### 開闢菜場 管理逐步適應

吳訓科說：「內地的財務預算報告與香港不同，內地喜歡把錢往少裡算，結算超支3成都沒問題，但在香港就要很精準。第一年我們聘請的會計做的預算與結算時相差22萬元，在內地可能不算工作失誤，但集團總部卻讓人過來調查。還有剛開始我們考慮問題不仔細，沒有做員工住宿樓衛生間等配套設施預算，造成很多麻煩。」

剛開始他們都不適應菜場文化，聘請了一個「人頭師傅」做生產總管，結果這個人什麼也不管，供港蔬菜的質量和數量都在下降。王力強把他辭退後，120個工人在同一天都走了，菜場無法運作，吃虧以後他們開始培養自己的員工。王力強說：「公司現在聘請當地的大學畢業生做財務工作和部分菜場管理，現在看來效果還不錯。」

5年前，王力強辭去了香港超級市場管理層的工作，帶着自己選定的助手吳訓科到雲南曲靖陸良縣種蔬菜。現在，他在陸良擁有3,000餘畝菜田，員工310人，新建有標準化冷庫加工區2,100平方米，員工生活區1,800平方米，倉庫區600平方米。「我適應能力強，喜歡嘗試新鮮事，當事業沒有發展空間不能突破的時候，就會考慮換一換。」王力強自信地說：「而我在這裡找到了另一種的生活。」

■香港文匯報實習記者 芮田甜 曲靖報道



▲種植員在大棚裡漂盤育苗。香港文匯報實習記者 芮田甜 攝

▲理貨員把蔬菜裝箱。被訪者供圖

## 越做越上癮 退休也不回

### 寓做於樂

王力強祖籍是廣東潮州，少年時隨父親到香港做麵條批發，整天灰頭土臉地在麵條坊裡忙碌，他不想浪費青春做重複的工作，正巧超級市場在招聘理貨員，他就去報名，那是在1984年。因為學歷不高，他自學英文、電腦，隨後他一級級晉升，從人事培訓經理做到採購部門主管。他說：「我做了很長時間的主管，工作沒了目標和新鮮感，再做下去也是同樣。加上兩個兒子長大，我的壓力也減小了，就決定到內地試試。」這一試就上了癮，他說就算退休也不回去，做不了總經理就在菜場做其他職務。

### 長子已獨立 港做公務員

談起兒子，王力強臉上寫滿了自豪：「我大兒子考上了香港消防部門的公務員，20多個人競爭就他考上。之前怕他到一線工作危險不想讓他去，後來才知道這個職位負責調度管理，不用上一線。小兒子在念高中，現在的小孩很脆弱，你教訓他一次他就離家出走，只能和他們溝通，我現在也常常和小兒子通電話。我想陪在孩子身邊，但世界上沒那麼完美的事情，有很多父親天天陪着孩子，可等孩子長大成家，要買房子，你的錢從哪裡來？」他接着說：「我的妻子對我很放心，她也有自己的豐富生活，倒是小吳，每天晚上都有『領導』打電話來視察，經常打到深夜一兩點鐘。」吳訓科在一旁呵呵地笑。

## 種菜熱悄然興起 借港拓國際市場

### 供港菜雲南佔三分之一

香港人吃的菜，更是每三棵就有一棵是雲南種。

雲南每年供香港60萬噸綠色蔬菜，佔香港蔬菜市場三分之一。田園蔬菜公司副總經理吳訓科說，為了保證供港蔬菜質量，田園菜場的農藥量、肥料量、收割標準、運輸時間都實施最嚴的標準。

### 種植到運輸跟蹤監測

他說，田園公司的蔬菜從種植到運輸都有「身份證」跟蹤監測，管理員將農田編號填寫種植品種、人員姓名和生長日期；種植員需填寫農藥、肥料使用田間管理表；收割員也要為每一箱蔬菜填寫收割田號、包裝規格。王力強稱其為溯源管理系統，確保港人買到的每一棵蔬菜都明確是誰種、誰收、誰運，明確肥料和農藥用量，明確生長時間。



■田園蔬菜在香港超市的店舖陳列。 被訪者供圖

### 越做越大

田園公司引領了港商在滇種菜的熱潮，幾年之間，許多港商、粵商都相繼到田園蔬菜基地考察，之後選址離田園不遠的曲靖茨營鄉開辦菜場。近年，田園公司還借助香港的平台拓展國際市

場，每個星期都有航班把蔬菜運到英國、泰國，也有出口新加坡、馬來西亞等國。「現在泰國洪災嚴重，當地蔬菜供應不上，加大了對我們的供貨需求。只要是我們種出的菜，很多地方搶着要。」

## 弘揚茶文化 陳均豪羊城拓荒

### 港商 五味鋪

陳均豪，做的是茶葉生意。年逾40的他，1992年和父親北上廣州，首辦茶藝之道，至今已在友誼商店、廣百百貨、廣州王府井等多間百貨公司均設有專櫃，省內外的專賣店亦發展有近20間。從剛入行時對茶懵懂不知到如今「靜慮」、「修思」、「棄惡」與茶密切結緣，陳均豪帶着秉承國粹的態度來填補了茶文化這項空白，20年一步步走來，遍歷個中沉浮，別有一番感悟。

### 92年穗茶文化幾近蠻荒

1992年，陳均豪的第一間茶藝室開在廣州蘭圃公園。他毫不諱言地說，當時廣州茶藝文化幾近蠻荒，「牛飲」的方式讓他頗感心疼，「茶在眾人眼中不過一碗黃湯，目的只在於解渴，完全談不上飲茶之樂。千百年的茶文化在中國雖斷續，卻由日本的茶道、茶禮發揚光大。於是，我們通過『演茶』，把烹茶的每一道工序完整地呈現出來。這在今天看來是每個茶莊都會做的事情，無甚特別，但在20年前卻絕對是個獨此一家的新鮮事物。」

### 風雅茶藝室嫌貴客來稀

然而，這種風雅新奇的飲茶方式剛推出時並沒有受

到好評，不少人認為程序太過繁複，價格稍嫌昂貴，紛紛望而卻步。陳均豪笑說，茶藝室在2000年前生意一直不好不壞，每到廣交會期間就是他們的「保命時機」——「茶室的開設地點靠近中國大酒店、東方賓館等高級酒店，很多在此入住的參展商和外國採購商具有較強的消費能力，同時對品茶這種獨具中國傳統特色的休閒方式很感興趣，常常忙裡偷閒過來歇茶小憩，為我們的經營帶來大量商機。」

2000年後隨着消費者們對茶藝認識的逐年加深，陳均豪的生意日漸做大，但這並沒有改變他對茶葉品質的嚴控和追求。每年新茶飄香之際，他都要親赴杭州、福建等茶葉原產地親自採購，保證從源頭到後續不出一絲紕漏。

### 成本高20% 堅持手炒茶

他告訴記者，現在茶葉需求量逐年增加，手工炒茶費工費時，沒有經驗難以把握，而機器炒茶不僅能以較高效率完成產量加工，又能降低勞動強度，越來越多的茶農使用製茶機器代替手工炒茶已經成了不爭的事實。可是陳均豪始終認為手工製的茶耐泡型最好，



■陳均豪的茶藝室布置得古色古香，透露着濃郁的中國氣息。 香港文匯報記者李叢書 攝

無論從觀感還是味覺上都更勝機器一籌。所以，即使成本高出20%的情況下，他也會盡可能地要求茶農人手勞作。」

### 茶行無暴利潛心做品牌

陳均豪這個原本電腦專業工科出身的青年轉投茶業，入行近20年，佳茗、清泉、茶具、良辰、美景；知音，相聚品飲、雅俗共賞，是他經營生意所兼得的物質樂趣和精神樂趣。目前人工成本和原材料成本飛漲是橫互在各行各業面前的一大難題，茶業也毫不例



■入行近20年，陳均豪與茶結下不解之緣。 香港文匯報記者李叢書 攝

外。但是，陳均豪並沒有順勢抬高茶價，只要利潤不至於太微薄，他都樂意和客戶把生意談下去。他解釋說：「一來，茶業不是一個暴利的行業，要潛得下心沉得住氣才能維持好品牌；二來，面對眾多熟客回頭客，我不想使他們敗興而歸。雖然賺得少了，但是他們承了我的情，我們的關係更似朋友，以後生意也就越做越順了。」

眼下他在公司內部推行現代化管理，茶葉包裝創新和周邊產品的銷售上都下了大功夫，卻始終堅持手工製產品（手工製茶、手繪茶具、手製紫砂壺）的這條主線。「創新求變能讓我們在傳統茶業行業異軍突起，但惟有最本真的東西才能讓更多年輕客戶和外國客戶真正了解茶藝接受茶道，要讓中華千年的茶葉茶韻飄得更遠，傳統是決不能被摒棄的。」

■香港文匯報記者 李叢書 廣州報道