

傳說一千多年前，在衣索比亞西南部的高原地區，有一位牧羊人發現羊吃了一種植物後，口中咀嚼以作提神，直至十一世紀，人們才懂得把這果實以水沖泡作為飲料，這便是傳說中咖啡的起源。時至今日，咖啡已發展成為全球三大飲品之一，品嚐一杯優質咖啡更視為一種生活品味。「蓮花咖啡」從海外進口上乘咖啡豆，再於澳門自設工廠精心加工，生產出「香、濃、純」的咖啡文化傳遍海內外，讓各地咖啡愛好者也能品嚐到「澳門製造」的優質咖啡。

品 牌 宣 言

生產出優質濃香的南歐風味咖啡，把澳門追求「香、濃、純」的咖啡文化傳遍海內外，讓各地咖啡愛好者也能品嚐到「澳門製造」的優質咖啡。



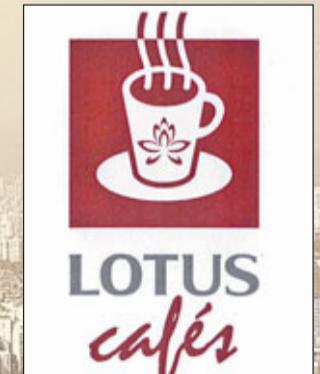
■「蓮花咖啡」出品符合「香、濃、純」三大咖啡要求。



■「蓮花咖啡」全線採用全自動化包裝，以為確保產品之衛生安全。

品 牌 標 識

品牌的名字乃至商標圖案皆以澳門市花「蓮花」作為設計主題，色澤以咖啡色和紅色作為主色，配合葡萄牙設計師設計的蓮花圖案，線條秀美、簡潔，色彩明快、亮麗。突出「澳門製造」的優秀品牌形象。



蓮 花 咖 啡

品 牌 之 光

超然咖啡美食有限公司由澳門超然國際集團有限公司投資成立。以「蓮花」為品牌專業從事生產、銷售咖啡及咖啡用品的生產及貿易型公司。近年更引進目前歐洲最先進的焙炒設備和技術，同時吸收內地咖啡界專業的技術及管理人才。為了回饋社會對超然國際集團有限公司的支持和鼓勵，在發展超然集團的業務之外，超然國際集團有限公司董事總經理羅盛宗同時投身國內外的公益慈善事業，由1993年捐資興建廣東省韶關市苗族區希望小學開始，多年來一直以實際行動回饋祖國。並在2007年成立了以國內扶貧助學為宗旨的非牟利機構澳門樂善行，並擔任會長一職，在各方的支持下得到了社會的一份肯定；成立至今一直以內地扶貧助學為己任，援建各地山區學校，為培養未來社會棟樑貢獻一份力量。羅盛宗還擔任廣西壯族自治區政協委員、澳門地產總商會副會長等職務。

■羅盛宗創立「蓮花咖啡」品牌，把澳門製造的南歐香濃咖啡風味傳遍各地。

品 牌 傳 奇

受 葡萄牙人數百年的影響，澳門有着深厚的咖啡文化，而一手創立「蓮花咖啡」品牌的澳門知名人士、超然國際集團董事總經理羅盛宗，對咖啡有着一份由衷而獨特的情結。他多年來積極拓展貿易、地產等多項業務，一次赴京洽談生意的機緣巧合下，使他萌發了進軍咖啡界的靈感。

羅盛宗坦言投資咖啡生產是一個偶然，他回想2005年赴京洽商時，發現內地的進口咖啡價格比澳門昂貴至少1倍，有鑑於此，他便游說內地的商家朋友來澳門發展咖啡貿易生意，他憶述說：「以往內地的咖啡生豆進口稅很高，原因是當時未取消農產品稅，加上當時內地不同於澳門是一個自由港，於是便提議他們來澳門從事咖啡貿易的生意，可惜的是，當年內地的投資氣氛不如現在般開放，要內地的朋友把資金調配出來亦不太容易，加上對澳門的營商環境亦未見熟悉，因此他們當時對我的提議亦不大感興趣。」

雖未能成功游說內地的商家朋友來澳門投資咖啡貿易生意，但卻沒有打消羅盛宗對從事咖啡生產行業的興趣。澳門回歸祖國後，中央政府給予了澳門大量優惠政策，特別是2004年《內地與澳門關於建立更緊密經貿關係的安排》(簡稱CEPA)實施後，羅盛宗以他在商界多年累積的豐富經驗，敏銳地感到可善加利用CEPA的有利政策，依托內地經濟發展的勢頭和巨大市場潛力，進行多領域的投資，由此也下決心進軍內地的咖啡業市場。羅盛宗表示，受惠於CEPA貨物貿易零關稅的政策，加上從中南美國家把咖啡生豆進口到澳門亦可享免稅優惠，在澳門把咖啡豆加工後，再通過CEPA政策銷往內地便可享受兩次「零關稅」，在此等雙重優惠政策之下，

Coffee文化 影響年輕一族

羅盛宗曾走訪內地多個省市作實地考察，深入研究和調查內地的咖啡市場，他發現內地的年輕一代，比較容易接受外來的新事物，加上不少年輕人曾出國留學，大多已形成了飲咖啡的習慣，對咖啡的品質和味道都有較高的追求，因此他便把「蓮花咖啡」的銷售市場鎖定在25至40歲的消費族群。他說：「這個年齡層族群的人士消費能力相對較佳，加上他們對於咖啡有一定要求，以往內地普及的三合一即沖咖啡已不能再滿足消費者對咖啡品質的需求，因此我便想到把葡國的咖啡文化引入內地，以葡國生產咖啡的加工方式，並配合中國人的口味加以改良，生產出味道較為濃香的咖啡，讓更多的消費者懂得欣賞即磨咖啡的美味。」

在羅盛宗眼中，咖啡加工是一門本大利小的生意，他說從咖啡豆原產地中南美洲及亞洲等10多個不同國家進口生咖啡豆，最少一次也要23-25噸的貨量，畢竟咖啡豆屬農產品，若銷售量不佳、存放不妥，便很容易影響了咖啡成品的品質，加上近年農產品的來貨價格日漸趨升，因此亦導致生產成本與日俱增。他說：「哥倫比亞的咖啡豆品質最高、也是最貴的，可我們進口最多的就是此地的咖啡豆，但我們品牌的咖啡售價卻一點也不高，利潤非常少，一不小心便會虧本。」

品 牌 秘 筈

原料精選 信譽至上

「蓮花咖啡」致力生產南歐風味的咖啡，原料來自盛產優質咖啡豆的哥倫比亞、巴西、印尼等10多個中南美洲及亞洲國家，嚴格選用生產原料。以嚴謹態度著稱的羅盛宗表示，「蓮花咖啡」堅決不會挑選低劣的原料，以保證優質產品和良好信譽。他說：「我的宗旨就是即使不賺錢也好，也必須要選用上等的咖啡豆原料，因為我認為食物一定要食得安心，所以我們亦非常注重食品安全，無論是從外國進口原料，還是把產品輸出內地，亦都經過多重檢驗，以確保品質安全。」

製 作 精 心 品 質 優 良

「蓮花咖啡」在澳門自設咖啡工廠進行咖啡生豆加工、調製及包裝工序，另還設有冷氣倉庫以確保咖啡生豆能在最佳狀態下貯存。為能生產出符合「香、濃、純」三大風味的咖啡，在處理咖啡豆的烘焙過程時尤其嚴謹認真，特別從意大利引進兩部頂尖的咖啡焙炒機，每部價格約高達12萬歐元，並聘請具有豐富經驗的技師負責焙炒，配合全自動化包裝生產線，務求做到系統化和人性化並存的質量控制方案。

文 化 傳 遣 品 牌 制 勝

「蓮花咖啡」成功地將中西文化交融的澳門咖啡文化打造成澳門優質品牌，而以澳門市花——蓮花命名，也突出表現了澳門這座魅力城市的品牌形象和文化內涵。

編 者 語

品牌 (Brand) 是一種識別標誌、一種精神象徵、一種價值理念，是品質優異的核心體現。在連續兩年成功舉辦的基礎上，香港文匯報及澳門蓮花衛視為祝賀澳門回歸祖國十二周年，再度攜手推出2011「品牌故事@澳門」系列；報道以平實的視角、生動的語言，翔實記錄每一個成功品牌背後的不平凡經歷、剖析品牌企業的營商策略和成功之道，娓娓細說着十二個精彩動人的品牌故事。



CEPA政策 成就超然品牌

2006年超然國際集團便在澳門創立咖啡加工廠，「蓮花咖啡」這個澳門品牌亦應運而生。他坦言說：「因為有了CEPA，我們才會投資咖啡生產事業。」

羅盛宗說他創立「蓮花咖啡」的另一原因，是深信澳門品牌在未來發展的潛力和價值，他說：「澳門很多生意人並不注重企業品牌，即使是百年老店說結業便結業，可見品牌對他們來說一點也不重要。對此我絕不認同。在我眼中，品牌在一個成熟的經濟社會中彌足重要，它是讓澳門能慢慢走向國際化的必需品。」羅盛宗表示，隨着澳門近年國際形象之提升，澳門品牌的地位亦得以大幅提升，一直對「澳門製造」品牌充滿信心的他說：「以前澳門品牌的產品在內地毫無地位可言，但自從賭牌開放後，澳門旅遊業興旺，國際地位的確提升了，而澳門製造的產品在現今的內地顧客眼中，已經可與香港及台灣的貨品看齊，而我們『蓮花咖啡』亦乘坐順風車，成功進軍內地市場。」



■品牌共生產逾10款口味的咖啡，每款各有特色，適合各人口味。



■價格高達12萬歐元的意大利進口咖啡豆焙炒機。

素都會影響生豆的特性，因此，在烘焙的過程中亦需不斷摸索，絕不能一本通書看到老，必須花很多時間去研究及嘗試。」

目前，「蓮花咖啡」提供10餘款咖啡產品，分別以巴西、哥倫比亞、越南及印尼4地的咖啡豆作為主要元素，而每款咖啡口味約以5至6種咖啡豆混合而成，風味迥異、各有特色。此外，還會依客戶的需求為他們特別訂製咖啡產品。據羅盛宗介紹：「我會因應客人的需要來為他們訂製咖啡，如近年很多客人喜歡帶酸的咖啡味道，我們便會增加哥倫比亞咖啡豆的份量，如果客人喜歡味道香濃點的，我們便會加入某種咖啡豆去提升香味。」此外，未來品牌亦會推出咖啡機、器皿及各項咖啡用具，給予消費者更多選擇。

「蓮花咖啡」創辦至今，只用短短數年時間，便成功打入了內地、菲律賓、日本及羅馬尼亞多個國家和地區的市場，打造了品質兼優的澳門品牌。羅盛宗形容「蓮花咖啡」仍方興未艾，屬起步階段，他滿懷憧憬地說：「我始終也是『半途出家』加入此行業，因此亦需要繳交很多學費，惟在不斷學習的發展過程中，慢慢汲取寶貴經驗，廣東省的某些接待機構現已全線採用『蓮花咖啡』，同時我們亦已成功開拓了數個海外市場，可見我們已踏出了成功的第一步，未來雖還有很長遠的路途，但我相信會走得很開心的！」



■品牌選用的咖啡生豆，來自哥倫比亞、巴西、印尼等十多個國家。