

品牌故事@澳門

策劃：蘇添平、郝雨凡、王海濤、李自松
 主辦：香港文匯報、澳門蓮花衛視
 支持：澳門特區政府經濟局、澳門消費者委員會、澳門大學
 贊助：工商業發展基金
 主編：王海濤
 採編、攝影：香港文匯報澳門新聞中心

特刊 ■ 責任編輯：馮雪婷 版面設計：劉坻坻

澳門這個中葡文化交匯的小城，幾百年來一直深受着葡萄牙文化的影響，也逐漸培養了深厚的咖啡文化。創辦於一九四三年的捷成咖啡公司，至今已陪伴澳門人走過了七十載的流光歲月。「捷成咖啡」由最初的人手焙炒，一路發展到現在全電腦機械烘焙咖啡，成為深受澳門人喜愛的咖啡品牌。

捷成咖啡

品牌宣言

感受70年始終如一的澳門味道。

品牌之光

作為老牌的澳門咖啡公司，「捷成」陪伴澳門人走過70多年的歲月，見證了澳門這個美麗海濱小城的逝水年華，是幾代澳門人的集體回憶。

品牌標識



捷成咖啡商標

以「捷成」的葡文名 Chip Seng 的字母 c + s 合併組成標識。3個圓圈同時也代表了「捷成」第二代人，三兄弟（黃炳晃，黃炳明，黃炳熹）共同合作發展「捷成」的決心。



「捷成」一直在堅持着咖啡的口味要始終如一。



「捷成」的咖啡豆烘焙全自動化，只需由人手調節控制機器即可。



「捷成」引入新的一體化機器。

「捷成咖啡」第三代傳人黃焯華



品牌傳奇

咖啡作為世界三大飲品之一，和中國的茶文化一樣，有着悠久的歷史。人們最初咀嚼這種植物果實以提神，直到11世紀左右，人們才開始懂得用水煮咖啡作為飲料。關於咖啡的來源，現在依舊流傳着許多不同的版本，眾說紛紜，咖啡的來源已無從稽考，但有一點可以確定的是，咖啡獨特、醇厚的香味是很多人無法抗拒的。

三代傳承 品質始終如一

「捷成」作為一個歷史悠久的澳門老牌咖啡公司，已經陪伴澳門人走過了70多載的歲月。1943年，商人黃寶安在香港創辦了捷成咖啡公司，並和另外一家咖啡公司合作經營，沒過多久遭遇戰亂，擔心香港局勢不穩的黃寶安便毅然決定把生意轉移到了平穩安逸的小城澳門。經過一段時間的發展，兩家公司便各自經營，「捷成」開始主打澳門市場，一路傳承至今，現由第三代「掌門人」黃焯華負責。

黃焯華憶述，大約在40多年前，「捷成」在澳門白馬行率先開辦了超級市場，澳門名流何賢等也參加了當日的剪綵活動，成為當時頗為轟動的事。他表示，在白馬行那邊經營超市，過往主要都是靠街坊生意，得到的回報並不理想，所以幾年前就把白馬行的超市關閉，而搬到現在廠房樓下的地層做咖啡專門店。他表示，現時的超級市場不同以往，為了和一些大規模的超市商家錯位競爭，所以「捷成」堅持只做自己最善長的、最具優勢的咖啡批發生意。

身為「IT人」的黃焯華，五年前因應家人的要求，接管了「捷成」，當然他並沒有放棄自己喜愛的IT行業，他表示很樂於接受這個挑戰，希望能盡量用自己的學識，幫助家族企業實現現代化的經營與管理。

早期的「捷成」，以經營咖啡和奶茶為主。因其銷售網絡暢通，便漸漸以小商店的形式，銷售以食品為主的各式產品。近年來公司又開始不斷的轉型創新，將主要精力放在批發、代

理等業務上，比如，著名品牌李錦記的澳門總代理就是「捷成咖啡」。經過幾代人的傳承與發展，「捷成」銷售產品的種類也在不斷的變化，但不變的是對咖啡的情有獨鍾。

咖啡情懷 老味道一味傳承

談起「捷成」70年來對「一味傳承」的堅持，黃焯華眼中充滿自豪。他表示，「捷成」給茶餐廳、酒店提供的咖啡，幾十年來要保持口味的一致，是很不容易的。咖啡師每天都會親自控制味道，進行拼配操作，確保「還是這個味」。所以七十多年來口味保持不變，這是「捷成」的目標，也是「捷成」給自己的挑戰。

「不同的豆有不同的特色，有些豆香味更重，有些豆有苦味，有些豆有回甘味，按照不同比例的配方來拼配，看想要炒出何種口味的咖啡豆，都是可以控制的。」黃焯華笑着說到，「捷成」也會因應不同的客戶，而研發不同口味的豆，比如拼配咖啡「鋼琴」，是專門提供給一些意大利餐廳的，這款咖啡喝完之後很長時間都有回甘的口感，這也是「捷成」自己新研發的技術做出來的。

黃焯華表示，「捷成」現在和七十年前一樣都是在「炒咖啡」，但是整個運作模式已經完全不同了。70年前的人最注重的是咖啡的本身的「味」，現在的人除了對食物本身要求外，更看重的是食物的安全、衛生，所以「捷成」在這方面也斷地完善。比如，新造廠房的規格以及配套設施等，都與舊廠房不同，衛生方面都是符合最新的標準，貨品的擺放，廠裡的空氣也都是按照一定的標準經過過濾的。

「捷成」現在的機器可以做到每次炒60kg，每天的產量基本控制在半噸左右，生產過程基本達到自動化，除了包裝等中間一些步驟會用到人手，烘焙方面已經全部自動化。從炒爐到煙囪，都是由電腦控制，可以即時的掌握炒爐的溫度，保證咖啡的品質。黃焯華表示，「捷成」目前還沒有足夠大的空間來完成整個生產線機械化，所以還需要少量的人手輔助，但自動烘焙和手動烘焙兩種的差別不是很大，也都

是需要靠經驗掌控的。

他談到，自動烘焙直接在機器上調節溫度，就可以對味道產生很大影響，而「捷成」在自動化機器的基礎上加入多年的烘焙經驗，也可以做到一次炒60kg，和分批少量炒出來的效果是沒有差別的。

與時俱進 逢盛世大顯身手

隨着社會的發展，時代的變遷，以及公司經營系統的成熟化，幾十年來「捷成」已經累積了一批不同類型的客戶，包括：酒店、餐廳、超市等。黃焯華表示，這得益於澳門博彩業的開放，澳門進駐了越來越多的大型旅遊娛樂企業，也增加了對咖啡的需求量，公司的業績穩步上升，與此同時也帶來了新的機遇，如精品手信之類的市場。「捷成」現在也將咖啡包裝成精品手信的形式，令咖啡不僅可以用來喝，也可以成為禮品送給朋友。希望讓更多的人可以喝到「澳門味道」的咖啡，也让更多的人認識並喜歡上澳門的咖啡。

七十多載的良好信譽為「捷成」打下了穩固的根基，但「捷成」並沒有因此而鬆懈，談到品牌將來的發展，黃焯華志滿滿地表示，「捷成」每年都會積極的參加一些本地及海內外的展會活動，公司正在積極的為進一步開拓國內及海外的市場做準備。

他表示：「要做出出口的話，必須有ISO認證，而認證需要很多條件，目前的老廠房並不合適，「捷成」正在建造的新廠房，大概一年後就可投入使用，到時候許多條件都成熟了，就可以讓員工去考ISO等國際認證。」黃焯華希望可以將這個70年始終如一的澳門味道，擴大到澳門以外的地區，讓客人可以在世界各地也能品嚐到「捷成咖啡」。



「捷成」出品的各式咖啡。



員工將烘焙好的熟豆按分量包裝。



現磨現煮的「捷成」鋼琴咖啡，口感回甘。

品牌秘笈

秘笈一：三代傳承 誠信如一

信譽並不是一朝一夕可以建立的，三代人的經營，70餘載的歲月，「捷成」一直堅持着自己的責任和信念，做誠信可靠的品牌企業。咖啡生豆作為商品期貨的價格波動有時候是很大的，但「捷成」經常都是由自己去承擔相關的損失，從不影響客戶的權益，幾十年來就是靠着誠信二字，累積了一班忠實的老顧客。

秘笈二：澳門味道 一味傳承

70多年來，「捷成」一直在堅持着咖啡的口味要始終如一。比如，澳門人每天在茶餐廳喝的咖啡，很大部分都是「捷成」提供的「捷成」一號、二號。黃焯華表示，「捷成」七十年前提供的咖啡味道，七十年後的今天，還要做做出這杯咖啡的味道。咖啡是靠天種出來的東西，很多時候是受氣候天氣影響的，要控制這個味道七十年保持不變，對「捷成」來說是種挑戰，也是一種執着。「捷成」有着專業的配味師，每天都會檢查咖啡的味道，看看是否需要調整，該如何修改，以確保與七十年前傳統的味道保持一致。

秘笈三：和衷共濟 眾志成城

人力資源是每一家公司寶貴的資產，「捷成」現在大概有70多位員工，每個員工都像家人一樣相處。黃焯華認為，公司要做得越來越好，少不了員工們的支持，所以每一個進來的員工，我們都會先了解他們對這份工作的訴求，滿足了員工的需求，才能保證員工同樣為公司傾力付出，大家同步向前，創造雙贏。在這基礎上，還需要提供一些正面的力量，比如營造一個團隊精神。團隊精神是一家公司堅實的壁壘，良好的團隊溝通，才能事半功倍，才是有競爭力，實現與時俱進。