

拓展一帶一路

隨着內地的工資水平及生產成本不斷提高，北上港商的經營壓力日增。人稱「鞋王」的 Shu Talk 老闆梁日昌早在2009年於非洲埃塞俄比亞開設鞋廠，說得上是「一帶一路」的先鋒。他談到在當地的投資，認為是值得的，公司更計劃在未來3年擴建現有廠房；笑說擔心若繼續在當地發展，不知何時才能退休。

文：香港文匯報記者 吳婉玲



現時非洲廠房的產能是每個月約五萬對至六萬對鞋，未來三年將會擴建。受訪者供圖

梁日昌積極推廣非洲廠房生產的產品。 莫雪芝攝



鞋王梁日昌：非洲發展要有APP

志向熱誠耐心 生意成功不可缺



梁日昌在埃塞俄比亞的兩間廠共擁逾千名員工，員工平均月薪800港元。他坦言：「廠家大陸（內地）講緊無三千幾蚊（人民幣）都唔得。」為配合公司發展，未來亦會繼續增聘人手。同時，公司亦歡迎內地廠房員工申請前往非洲廠房工作，目前在埃塞俄比亞廠房工作的內地員工約有30人。

未來三年擬擴建廠房

現時非洲廠房的產能是每個月約5萬對至6萬對鞋，梁日昌透露暫時未有需要建新廠房，但未來3年會擴建現有的兩間廠房，以解決當地配套工業不足的問題，即缺乏鞋膠及鞋扣等配件。他承認現時在非洲製作的鞋款稍為單一，希望擴建後可令產品更為多元，擴充種類，不單做輕便的鞋款，還可以做高錚鞋。

「佢（非洲）係值得你去投資，我係擔心我咁樣做去，我幾時退到休咗。」梁日昌在2014年中接受本報訪問時曾透露，（在非洲的）累積投資額超過1億元（港元）。他指仍有繼續在當地投資，問到預計回本期則回應稱：「如果回唔到嘅嘅話都唔會投資，我諗從再投資嘅角度嚟講都可以答到你大概情況。」

香港人對非洲國家始終不及對東南亞國家般熟悉，即使不時聽到有商家將廠房遷往其他國家，也甚少聽到埃塞俄比亞榜上有名。身為很早期就在埃塞俄比亞設廠的港商，梁日昌寄語若有意在當地發展，一定要有「APP」，分別是 Ambition（志向），Passion（熱誠）和 Patience（耐心），如果缺乏該三項元素，就會難以啟動生意。

擇地投資先了解需求

「一帶一路」沿線共有60多個國家及地區，為何偏偏選中埃塞俄比亞呢？梁日昌指：「（當初）我去搵一啲我有佢無，而我有機會嘅地方。我除咗揸住一本特區護照，係一個中國人面孔，（所以）比較（受）歡迎外，我有啲嘢係佢需要嘅。所以你去投資嘅時候，你都要認清楚，對方是否需要你？」

當初沒有去其他國家如孟加拉、越南及印度等熱門建廠地點，是因為這些國家本身已有企業家，且非常優秀。梁日昌表示：「我唔覺得我叻得過佢，佢又醒目，又識得當地嘅語言，各方面條件又好，我真係無一個特別嘅條件話好得過佢。」雖然他非常謙虛，但從他留意到埃塞俄比亞的企業家對國際貿易經驗不足，所以決定在當地發展可見，「鞋王」之稱並非浪得虛名。

忽略手續白納空租

到不熟悉的國家發展公司業務，除了會有語言文化差異等障礙，少不免會因為當地的政策遇到重重難關。梁日昌在埃塞俄比亞兩間廠房的建成時間相差兩年，第一間廠並無遇上大問題，但第二間廠卻因為交接手續影響，白白納了兩年空租。「結果我同佢簽咗約之後，我仲要嘍多兩年時間先攞到間廠，但係租我就交

緊。」梁日昌表示，為了節省時間，所以一直採用收購公司的形式落地。在接手第二間廠期間，因為上一手要和政府清理稅務及海關等問題，導致遲遲未能交接。他回想，當初以為可以透過收購形式「買時間」，加速在當地開展業務，可惜事與願違。

問題近年逐漸改善

梁日昌表示，隨着當地政府近年不斷改進政策，港商較少機會遇上同類問題。由於需要外資帶動外匯收入，所以當地政府慢慢梳理了部分以前不便外資企業進軍的問題，透過多年經驗了解到如何更有效幫助外來投資者。「因為當地政府廠家開始起一啲廠去租界大家，你會方便好多，你淨係同佢租，同埋好容易預計到個成本。」他指早期進入埃塞俄比亞時沒有這些措施：「我當年去係好難搵地方。」

「被遺忘的大陸」跟上世界節拍

隨着「一帶一路」戰略的推進，非洲這個曾被稱為「被遺忘的大陸」，躍升成為世人關注的熱點。雖然非洲不少國家的治安、基礎設施及投資環境仍亟待改善，但不少內地資金早已先行一步，港商亦漸漸跟上了大部隊。在今年2月於美國拉斯維加斯國際服裝展（MAGIC MarketPlace）上，首次出現非洲展館，從非洲企業踴躍參展可見，非洲希望像中國一樣，成為服裝採購樞紐。

據香港貿發局3月的《經貿研究》報道，美國拉斯維加斯國際服裝展，簡稱MAGIC，堪稱全球最大規模的時裝及配飾展，展品種類繁多，由未加工牛仔布到毛邊拖鞋，應有盡有。參展商把握良機，向業內極具影響力的買家展示各種各樣的产品設計和服務方案。這個活動一年兩屆，現在由13個展區組成，涵蓋多個領域，由時裝、配飾、鞋類、泳裝到採購，非常全面。

對於業界而言，大家除熱衷探索製造業及科技業湧現的各種機會，以及最新潮流款式外，「何處是下一個最佳採購地？」更是生意攸關。Sourcing at MAGIC展區一向把焦點放在全球供應鏈上，今年首次出現非洲展館。參展的非洲國家服裝業代表來自喀麥隆、埃塞俄比亞、加納、肯尼亞、萊索托、馬達加斯加、毛里求斯、尼日

非洲採購領域潛力大

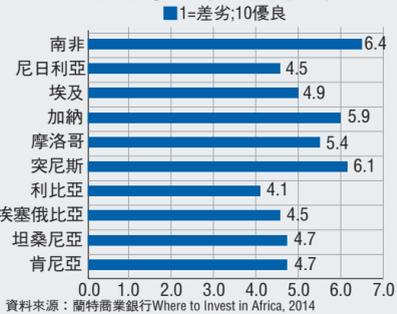
Sourcing at MAGIC的總監 Christopher Griffin 指出，今年非洲館首次登場，絕非偶然。他說：「我們都認為，非洲在採購領域潛力很大。一般相信，特朗普政府不會干擾《非洲增長與機會法》（編按：此為美國國會頒佈的貿易協議，於2015年延期）。目前美國已退出《跨太平洋夥伴關係協議》，也許大家是時候把焦點放在非洲。」

Griffin 表示，業界其中一個巨頭最近在埃塞俄比亞投資了5億美元，另一巨頭也在該國投資300萬美元成立了從產棉到製衣的設施。他說：「對許多人來說，非洲是另一個中國。」

企業的參展狀況可以印證上述看法。去年參展的非洲製造商為38家，今屆大幅增加至62家，且備受注目，客似雲來。其中一家是總部設於南非的 Trade Call Investments Apparel，該公司目前向沃爾沃斯（Woolworths）及大衛瓊斯（David Jones）兩家百貨公司供應成衣。

Trade Call 的營銷主管 Ian Stein 表示，該公司剛開設了一個面積6萬平方公尺的新設施，除了是製造中心外，還附設一個由工人打理的菜園，非洲獨特的文化也是另一個有待發掘的寶藏，

非洲國家經營環境



業界可從中找到設計靈感、潮流，今次 WWD/MAGIC 展區觸及「非洲崛起」的主題。事實上，在紐約潮流預測機構 Fashion Snoops 主辦的2018春夏潮流座談會上，非洲崛起的論調非常突出。Snoops 的女性時尚總監 Melissa Moylan 談及這個趨勢時指出，現在許多人已把目光轉向非洲復興的現象。在非洲，商業活動和金融投資日益增加。人們亦視非洲為科技創業的明燈，現在肯尼亞和尼日利亞更有「矽薩凡納」（Silicon Savannah）之稱。

力推自家「非洲製造」

為了進一步推廣非洲廠房生產的產品，Shu Talk 今季首度推出自家品牌 Amaztep 系列，就連鞋盒設計亦花盡心思，有非洲動物圖案。梁日昌表示，希望讓大眾藉此品牌知道原來非洲生產的鞋是可以做到好的質量，甚至希望同向顧客介紹時，強調是由非洲製造。

訪問當日，梁日昌介紹完 Amaztep 的由來後，隨即邀請記者試穿其品牌的鞋，更親自為記者挑選配襯。看不出身穿西裝的「廠佬」梁日昌，對於顏色配搭卻非常有研究，細心留意到記者身穿的黑色連衣裙上有彩色的圖案點綴，特地挑選了一對能夠突出圖案的淺藍色芭蕾平底鞋，令整體形象加分。一個大男人擁有如此敏銳的色彩觸覺實在難得，但梁日昌就笑稱自己始終比不上一般愛美的女士。

運輸成本難預算

Amaztep 除了在門市銷售，亦正開展網上銷售。梁日昌坦言，在電商方面是新手，需要慢慢摸索。芭蕾平底鞋在門市售590元，問到線上線下產品有否差價，他指有，但仍未決定售價定位。考慮到顧客體驗，網售產品價格不能太高，加上未能預計送貨及退貨運輸成本，所以仍在考慮定價。他又指推出網購的同時，不能忽視對門市員工的影響：「我哋都要保障返舖頭同事的佣金收入，其實呢個平衡點係最難。」梁日昌認為必須找出折衷的方法，例如限定某幾款鞋款只在門市出售。



梁日昌冀能增加非洲製造產品的種類。 莫雪芝攝

手機促勤奮工作

近年「低頭族」在香港大量湧現，無論在家中或在馬路邊，隨處可見大家機不離手。就算是在辦公室，亦會有員工間偷偷懶，打開手機查看社交媒體的最新資訊。梁日昌在訪問當日，見到記者手持智能手機，隨即分享了手機如何影響其埃塞俄比亞員工的工作態度。他表示自從有了手機，員工不但沒有偷懶，反而工作得比以往勤快。「我哋發覺自從有咗手機之後，啲人動力咗，因為佢哋需要充值（電話費），亦都需要追手機的潮流。」

梁日昌表示，不少商人會將在內地已經淘汰的手機運到埃塞俄比亞出售，近年來埃塞俄比亞人亦慢慢變得依賴手機，會追求手機或其他科技產品，成為工作的其中一個動力。當手機成為大家的消閒娛樂產品，員工就自然會積極工作，希望賺取更多薪金去為電話費充值，甚至買新手機。