

新大陸 新天地

台商兩代人系列 三之二

作為第一代台商，楊榮輝 1989 年果敢地跨越海峽在福建泉州市創辦榮祺食品有限公司，以製造業起家，專司青梅、生薑等農產品的生產、加工及出口。2016 年，楊榮輝之子楊棋崑在大陸創立「梅百華」品牌，定位休閒食品，看準內銷，主打年輕市場，逐步拓展電商，帶動服務業發展。楊棋崑的親身經歷讓他體會到兩岸市場的巨大差異，也堅定了他留在大陸發展的信心。

文：香港文匯報

記者 蔣煌基 泉州報道 圖：受訪者供圖

楊榮輝

65歲，赴大陸30年
「在大陸投資要有意志力，不能半途而廢。」

楊棋崑

32歲，赴大陸6年
「公司在大陸發展，我們創二代要以更大的創業決心來守業。」

拓年輕市場 創梅香食代

子承父業登陸打響自主品牌 發展電商應對市場潮流



楊棋崑抓住年輕人消費習慣，在大陸市場主推休閒食品。受訪者供圖



楊棋崑在查看晾曬的青梅品質。香港文匯報記者蔣煌基攝

親力親為 父親嚴把品質關

走進榮祺食品公司，酸甜的青梅味撲面而來。不遠處，員工正在晾曬青梅製品，成排的青梅一筐一筐等待晾曬。1989 年至今，楊榮輝在食品安全方面傾注大量心血。楊榮輝說，榮祺通過直接面對農戶，嚴格把控基地生產，對原料做到可追溯和可控制，從源頭上保證產品質量。

企業農戶合作 帶動脫貧

楊榮輝是現任全國台企聯副會長、泉州台商協會會長。1989 年，他從台灣輾轉到福建投資，在泉州創辦台灣榮祺食品有限公司。彼時，大陸剛開始改革開放。「在大陸投資要有意志力，不能半途而廢。」楊榮輝認為，也正是因為對食安的高度要求，無限延長了榮祺的生命周期。在公司裡，梅

果晾曬、手工挑選、機器去核、精細調味、稱重包裝……每一道工序，都經過了嚴格的品質管控。楊榮輝認為，只有精益求精，才能確保每一顆梅果的健康、安全。據了解，為更好實現企業與農戶雙贏的良好局面，楊榮輝引入「公司+基地+農戶」的模式，帶動當地農民脫貧致富，增加了當地農村勞動力的就業崗位，提高了當地農戶經濟收入。基地每年為每個農戶帶來直接經濟收入 3 萬餘元。公司員工告訴香港文匯報記者，楊榮輝在公司時經常到研發中心，親力親為，和員工一起探討梅子酒的釀造。三十年來，榮祺在福建、浙江、湖南等亦有多家分公司，在大陸佈局綠色種植基地近 10 萬畝。

兩岸融合成最大「天時」

在台灣創業的那兩年，楊棋崑覺得是決策失誤，「自己創業，如果沒有天時地利人和，很難成功。」他說。當他在大陸再創業的步履漸穩時，楊棋崑開始反思自己在台灣的失敗經歷。或許，他並不缺地利與人和。3.6 萬平方公里、2,300 萬人口的台灣，與 960 萬平方公里、14 億人口的中國大陸相比，市場差距不是一星半點。兩岸融合，成了最大的「天時」。他愈發覺得，台灣大部分市場已經飽和，不管做什麼都有局限性。「台灣競爭激烈，難以有新的空間可以突破，除非產

品創新非常強，或者價格比別人便宜，綜合比拚後才能生存。」他說，「要做好的產品，『田品堂』的產品質量沒有問題，兩年時間的銷售一直在成長，但難以填補成本的支出。」為了回應台灣市場的產品品質訴求，楊棋崑拉高品質，成本也水漲船高。但高品質產品在台灣對應的客群又比較有限，所以失敗慘痛。「在大陸做同樣的事，差異一下子就出來了，那時候我才深刻感受到兩岸市場的巨大差異，台灣的未來在大陸。」他說。

楊棋崑生在台灣，在日本讀的大學，很好地將日本的食安理念經台灣傳遞到了大陸。榮祺以青梅起家，栽種前期要對重金屬等進行土壤檢測，有專人負責種植園巡視，記錄栽種、施肥、採摘等各環節，亦指導農戶按照標準栽種。僅青梅一項，榮祺出口量在大陸位列前三。「父親對食材的品質要求近乎苛刻。」楊棋崑說，榮祺每顆青梅均手工挑選，醃製的鹽度，脫鹽的程度，微生物檢測和理化指標都沒問題了，經品評最終才能出廠。

「每個小孩都想從成功的老爸身邊獲得自由」，楊棋崑道出了心聲。父親不僅對食材有要求，對楊棋崑也「管控」得很嚴格。跟著父親在大陸打拚那陣，「我每天只是找廠長、協理請教了解，日本客商來了就旁聽，記筆記。」楊棋崑抱怨道，「而且職等最低，出工廠大門還要門衛批准。」有時因為理念不同，父子倆有過摩擦，吵過架。在氣頭上，楊榮輝甚至對兒子說過：「你要多少錢我給你，你出去自己當老闆就不用聽我話。」

由於榮祺出口日本的产品都只能貼牌，父子倆一直希望能有自己品牌。進軍大陸前兩年，楊棋崑在台灣創立「田品堂」，但台灣經濟不好，「口袋沒那麼深」。他創立的「田品堂」折戟，每月虧損近 30 萬元（人民幣，下同）。兩年的虧損，父親楊榮輝照單全收，「碰壁了他才有覺悟。」父親用愛與包容，一點點地引導他走進大陸，熟知大陸。楊棋崑也通過這次嘗試成長了不少。

年輕團隊勤創新擅變通

2016 年，楊棋崑在大陸創立了「梅百華」品牌，主打內銷市場，目標受眾為年輕人，「只要年輕人有的消費習慣，我們都去拓展。」楊棋崑說。打開內銷的大門，楊棋崑的品牌發展漸有起色，楊榮輝也慢慢給兒子放權，讓他全權負責內銷市場。用楊棋崑的話說，是「管控開始鬆動，我開始得到自由。」

楊棋崑還嘗試說服父親拓展電商，「他是個經歷風浪的成功人士，想讓他一下子聽我的，那不太可能。但最終市場證明我的思路對。」言及於此，楊棋崑略顯得意。

楊棋崑的內銷市場剛起步時體量小，效益低，不被看好。但三年時間過去，內銷營業額佔比近 30%，楊棋崑對大陸市場的龐大有理性認知，對大陸市場也更有信心。「外銷產品是單一品項大量生產，內銷是多樣品小批量生產，口味、包裝風格、銷售模式、客群維護完全不一樣。」楊棋崑啟用年輕團隊以應對多變市場需求，「父親 20 多年的老部下放到內銷車間，基本最終都淘汰，因為要勤創新擅變通去應對大陸市場變化，他們適應不了。」

三位一體整合提升管理

在香港文匯報記者訪問楊棋崑當天，他與管理諮詢公司開了一早上的會。因借助電商開拓內銷市場，管理滯後帶來的危機逐漸凸顯。楊棋崑希望未來五年為公司導入全新管理體系，以匹配公司成長速度。「不以銷售額論英雄。」雖如今榮祺內銷成長驚人，但楊棋崑覺得，除了人才，公司需要在內部進行管理整合與提升，形成人才、管理、銷量三位一體體系。「公司在大陸發展，我們創二代要帶著更大的創業決心來守業。」楊棋崑的心態，或許很能代表台灣創二代的心理。「做內銷雖然更累，但我不是孤軍奮戰，父親在背後支持我，我會做得更起勁。」他說。

大陸發展在改變世界

「大陸生活太便利了，出門只需帶一台手機。」楊棋崑在大陸生活久了，很不習慣回台灣出門還要帶錢包，「沒去過大陸的台灣朋友表示無法理解。」楊棋崑說，中國大陸的發展和成長，正在改變着世界的的生活習慣。海外留學的經歷，加上負責的公司業務，楊棋崑滿世界跑的同時，看得愈多也愈發讚歎大陸的發展。「隨着大陸『引進來走出去』開放格局的全面形成，大陸的科技越來越發達，生活越來越便利，經濟越來越好，

實力越來越強。」他說，現在的中國讓世界刮目相看。楊棋崑認為，大陸目前的發展前景，對台青產生了巨大的吸引力。網絡資訊發達，優惠政策諸多，都有利於促進兩岸的交際發展，如《31 條惠台措施》幫助台青西進大陸就業創業。楊棋崑告訴香港文匯報記者，這些舉措不僅展示了大陸對台青的重視，也讓更多台青有機會認識大陸的環境和發展。「只要來過大陸，大家對大陸的印象都非常好，甚至是流連忘返。」