

「老廣交」李歡

「貴州的路很難行，有路無三里平之說，當時坐火車到廣西邊境，便要轉乘用燒炭推動的汽車到貴州茅台鎮酒廠，途中不時駕駛不到就要落車推，非常艱苦。」李歡憶述起當年為了重新包裝貴州茅台酒而親赴貴州茅台鎮，並住了10多天日以繼夜地與酒廠商討包裝改良的經過。事實上這支被譽為有錢也喝不到的「液體黃金」得以享譽中外，李歡可謂功不可沒，除了親手繪畫「敦煌飛天」的樽身，現時「飛天牌」商標風行四海，防漏酒的白玻璃蓋、樽上的紅絲帶通通都出自他的主意，李歡是誰？他就是曾將逾百種國產糧油改良後遠銷全球的「國產糧油罐頭大王」。

■香港文匯報記者 莊程敏



李歡將茅台舊瓶（左面黑樽）換新裝（右面白樽）。香港文匯報記者 攝

一步一腳印 帶國貨走出去



李歡當年親赴貴州茅台鎮10多天，重新包裝這個馳名國際的品牌。

李歡簡歷

部分職務

- 遠大貿易有限公司董事長、總經理
- 香港南北行公所主席
- 港九罐頭洋酒伙食行商會主席
- 香港廣東社團總會榮譽會長、副主席
- 香港中華出入口商會榮譽會長
- 香港李氏宗親會永遠名譽會長、會長
- 香港愉園體育會榮譽會長
- 香港中華總商會會董
- 香港食品委員會永遠榮譽會長、會長
- 香港廣東社團總會永遠榮譽會長、創會副會長

榮譽

- 1997年獲台山市政府授予「台山市榮譽市民」稱號
- 2002年獲特區政府頒發榮譽勳章
- 2008年獲特區政府頒發紫荊星章
- 2009年獲中國對外貿易中心頒發「百屆老廣交」紀念證書

遠大貿易董事長李歡生於上世紀20年代，青年時期生活艱難，20餘歲來到香港與朋友合作經營歐美西藥、醫療器材等生意，後來因為抗美援朝事件，因歐美各國禁止向中國輸入西藥及醫療器材，令一些前線軍人無藥可救，李歡憑着一顆愛國心，就冒險將盤尼西林、抗生素等藥物和醫療器材運往澳門，再轉送至內地，從而開展了與內地貿易的淵源，後來更拓展到各種各類的國貨，豈料到貿易一做便做了六十多年。

重新包裝土特產轉銷海外

在新中國成立70周年臨之際，李歡接受香港文匯報訪問時指出，自己由1950年開始與內地做生意，感嘆道「當時國家什麼都沒有，一窮二白，現在變化可大了。」有「老廣交」之稱的李歡，他當年就透過廣交會，引入內地產品外銷香港及海外，見證了祖國一步一腳印的發展，產品由土特產變成琳瑯滿目的各式商品。他憶述，廣交會的前身「華南土特產物資交流會」一開始是在廣州文化公園舉行，當時出席的嘉賓只有約1,200人，主要是自香港、澳門及東南亞的商人，完全

沒有外國人，成交額亦很低。

1957年首屆廣交會開幕

隨着國家愈來愈重視貿易，1957年首屆廣交會正式在中蘇友好大廈舉辦，那時主要是一些紡織品、手作及土產等展出，作為參與的一分子，李歡努力搵多些人來參加交易會，同時，他亦積極將這些國貨加以包裝轉銷海外，希望為國家增加外匯。

60年來 從不缺席廣交會

「廣交會一年舉行兩屆，今年10月將舉行第126屆，六十多年來我一屆都不缺席過，現在行一個館都到腳軟，成三個館咁多」，盡顯李歡的家國情，即使現年93歲都鐵定會繼續參加，不言退休，勤奮得令人佩服。

李歡指出，最初的廣交會可供採購的商品屈指可數，多為土特產、罐頭食品、原材料和絲綢之類，港商半天就談完生意，現時展館擴大數十倍，設施現代化，商品由1.2萬多種增長逾十倍，參加人數由19個國家及地區千多名客商，增

加到現在的210個國家及地區的18.5萬餘名採購商。交易金額由最初0.18億美元，增加到逾300億美元。現在有24,000多家中國公司及500多家境外公司參展，都是信譽良好、實力雄厚的大公司，規模媲美全球最大型展銷會，是中國規模最大、商品最全、採購商最多及成交額最大的國際貿易盛會，為爭取外匯、培養外貿人才及知名企業品牌走向國際貢獻良多。

穩變化大「所有嘢上軌道」

由於參與了六十多年的廣交會，說李歡為內地經濟快速成長的見證人亦不為過。他形容：「現時的廣州比起以前乾淨好多，安全很多，所有嘢都上了軌道。」他認為，其實每一屆返去廣州都覺得好大變化，周圍都興建了很多建築物，有時都會不認得，更何況這麼多年。他續指，以往內地對於很多商人而言可能會擔心治安等，但其實由文革後，人們都規矩了很多。去年回廣州更首次乘搭了高鐵，當日更是高鐵首日開通，雖然排了幾個小時，但很高興可以體驗國家的新發展。



多年以來，李歡依然積極參與內地產品展銷會，推動國產貨走進國際舞台。

茅台樽身壁畫「是我畫的」

李歡60多年來推廣國貨不遺餘力，由最初經營單一的農副產品、京果雜貨，到如今各類土產、白酒、罐頭、大米、茶葉、糖果等幾十個品種，當中最得意之作莫過中外聞名的名酒貴州茅台，及「白豬仔」長城牌罐頭火腿豬肉。

親赴貴州茅台鎮10多天

談到擁有200餘年歷史的貴州茅台酒，李歡更從櫃上小心翼翼地取出最初的黑陶瓶包裝，相信擁有這「古董酒」的人應該寥寥可數。他介紹，「這個舊包裝因為有砂眼而經常漏酒，內裡的酒精容易揮發，酒味都走了，導致銷量不太好。」另外，加上初時的「紅星牌」被外國指有政治因素不允許入口，後來改為「葵花牌」，「不過又話葵花向陽，有與毛澤東主席有關，所以要改。」最後李歡親赴貴州茅台鎮10多天，反覆思量將富有中國文化特色的敦煌壁畫藝術畫在樽身上，他自豪地指着樽上的圖案道：「這些初稿都是我畫的。」最後成功以「飛天牌」作為商標，出口至外國，風行四海。

除了商標，連酒瓶亦改用白玻璃，既解決了漏酒問題亦美觀。樽上的紅絲帶是特地到杭州尋找，爵杯造型則在香港摩羅街找到的作為藍本。

創出「白豬仔」午餐肉

至於另一個傑作長城牌罐頭火腿豬肉「白豬仔」，李歡稱，當時較受歡迎的其實是上海的梅

林牌，但慢慢愈來愈多人做火腿豬肉，就決定自己做一款獨有的，吸收丹麥、荷蘭等西式火腿的口味特點，與中式火腿結合，研發出符合港人口味的產品，現在亦已成為了內地最有名的火腿豬肉罐頭，他欣慰地說，在剛剛舉行的香港美食博覽會亦很受歡迎。除了「白豬仔」，還有港人熟悉的豆豉鯪魚、五香肉丁、回鍋肉、紅燒扣肉等都是李歡旗下的改良產品，除了在本埠銷售，亦有銷往新加坡、馬來西亞、菲律賓等地華人的地區，讓海外華人可以嚐到家鄉的味道，慰解思鄉之情。

雖然很多國產糧油食品經李歡改良後，已成為香港及海外的知名產品，不過在改革開放之後，部分中資公司眼見這些國貨熱賣，便取回經銷權，故現時很多不再是由遠大貿易公司獨家經銷，但李歡對此毫不介意，覺得能夠為國家出過一分力，已經很高興。

對於有些人批評國貨質量不佳，他坦言，以前的確是不太好，有好多品種都無，但瓷器就一定是中國較好，現在無論是自己做或是參考外國做的，品種都多了很多，質量亦好很多。他表示：「建國70年以來，能見證着國家一直一直進步，從無到有，由有到多，現在又多又靚，我很開心。」

曾一手將多種寂寂無名的國貨推出國際，李歡深信有心人一定要求上進，國家亦一樣，慢慢進步，對未來前景充滿信心。



茅台樽身的敦煌壁畫初稿是由李歡用鉛筆畫的。香港文匯報記者 攝



李歡處理過的國貨包括長城牌罐頭火腿豬肉、豆豉鯪魚、五香肉丁、回鍋肉、紅燒扣肉等，一一成為華人最愛的罐頭食品之一。

老港商話當年 北上很艱辛

一進入李歡的辦公室，便會被其掛滿了黑白照片的牆身所吸引，這裡滿載李歡的回憶，也是一個老港商滿溢愛國之情的寫照。「這張是周恩來總理、這張是朱鎔基總理、那是溫家寶總理……」李歡如數家珍般介紹道，多年來多位總理都有參觀廣交會，並親切地與他交談及合影，能夠與多位重要領導人合照，李歡引以為傲，對半生奉獻了給國家感到自豪。

過關時「似足審犯」

誠然，能夠多年來風雨不改地參與廣交會絕不容易，特別是其間還經歷了文化大革命，很多商人都堅持不下去。他憶述：「文革期間好艱辛，大陸食都有得食，算畀我哋特別優待，我哋嗰時笑稱每日都要食「無縫鋼管」（即通菜）。」另外，當年港英政府知道李歡要北上，過關時亦「似足審犯」，入境時亦要查問祖宗三代、身家，的確嚇走了不少商人，不過李歡仍然咬緊牙關撐過去，終得到了現在的成就。

他又指，對於國家發展至現時這麼強盛感觸很大，「打貿易戰，美國啱家都驚我哋，30年前就話要怕佢，現在30年後唔係驚佢。」國家現時積極推進粵港澳大灣區的規劃發展，今年93歲的他，在商會裡聽到這個新名詞，他相信發展後這11個地方都「肥地方」，「搞好一個地區再輻射出去，大家互相交流。」

李歡的家鄉是江門，他指出，相信大灣區規劃推進後，港商的生意規模可以做得更大，他認識的很多商人都回去江門投資。