

推動轉型升級和創新 業務銳變出新價值 港商二代拚出一片天



中國改革開放40年
港商二代接棒

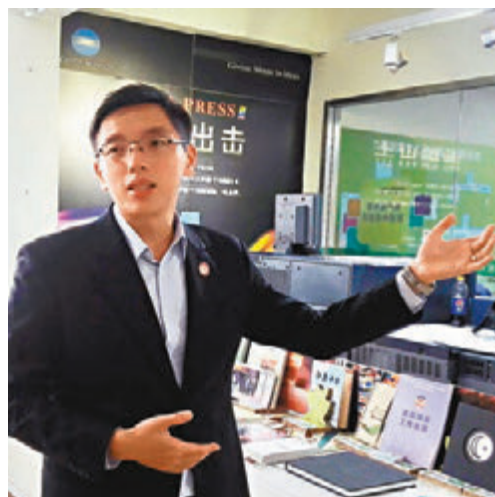
“這是最好的時代，也是最壞的時代”。中國改革開放40年來，珠三角一些老一代港商退居幕後，由二代接班，但他們面臨的環境與以往天壤之別，低成本時代已一去不返，“三來一補”無以為繼。香港文匯報記者在採訪從事製造業的港商二代中發現，許多從事家電、印刷包裝和金屬製品等的港企紛紛謀求轉型，通過創新和升級，將業務轉向高附加值和自主品牌，從而增加競爭優勢和捕捉新業務機遇。有的儘管經歷陣痛，但有的已看到邁向成功的曙光，有的則獲得更佳的发展先機。

■香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道



建樂士工業（深圳）公司
董事總經理孫文聰

與時並進以電商形式大力拓展內銷市場，現在他們電商平台已經發展10多個，在京東和天貓有品牌店。



從事印刷包裝的力嘉國際集團
公司副總經理馬楚力

籌建了“力嘉創意文化產業園，力嘉創意文化產業園一期在數年前正式運作，這既是力嘉轉型升級的一次新嘗試，也被稱之為力嘉的二次創業。



保崗金屬製品公司
業務發展董事梁啟峰

推動公司成立設計部，發展自己的品牌，做一些與環保設計有關的產品，目前有近20人的團隊。

儘管中國正進入高成本時代，但是14億的龐大人口、消費升級和“中國製造2025”戰略給許多港商帶來大量的機遇。一些年輕二代港商通過不懈的技術創新、設計提升和轉型升級獲得了新的機遇。

積極拓新興市場避危機

香港工業總會榮譽會長、建樂士工業（深圳）公司董事長孫啟烈長子、建樂士工業（深圳）公司董事總經理孫文聰，給人一種成熟幹練的職業經理人印象，他接受香港文匯報專訪時表示，他爸爸已於2010年前退居幕後，公司業務現由他和弟弟在打理，爸爸主要從事公益活動，他2006年進入從事酒店用品和小家電研發生產的家族企業從事基層工作，為了規避2008年金融危機衝擊，除了傳統的歐美客戶外，他大力開拓了很多新興市場如東南亞、中東、東歐和南美洲等。內銷則是從2006年開始逐漸開始，許多年來打下了較好的基礎。

他指出，這些年來，見到內地經濟的轉型十分迅速，他們又與時並進以電商形式大力拓展內銷市場，現在他們電商平台已經發展10多個，在京東和天貓都有品牌店。孫文聰說，去年“雙十一”公司銷售額表現亮麗。在面臨高成本的時代，孫文聰大力進行創新和改革，“我們在深圳平湖工廠以前高峰時有1,000多人，現在都轉型升級了，許多生產都外派給其他工廠，並將生產主管都外派駐地工廠，解決生產中遇到的一些技術問題。現在，深圳工廠僅100多人，主要負責電商、設計、QC等。

印刷商轉型至文創公司

從事印刷包裝的力嘉國際集團公司副總經理馬楚力，年僅30出頭，一個陽光男孩、操一口港腔普通話。與姐姐馬家慧和哥哥馬楚邦一起為家族事業打拚。他告訴記者，22歲進入力嘉集團，父親馬偉武先安排他進入生產部門，在接受了三年輪崗鍛煉後，

他最終才成為公司副總經理。隨着內地成本持續飆升，力嘉也持續推進轉型，而推進轉型主要負責人就是馬楚力，經過7年的鍛煉，他成為力嘉創意文化產業園的總經理。他將橫崗2萬平方米的舊廠房動工改建，並先期投資6,000萬元人民幣，籌建了“力嘉創意文化產業園”，力嘉創意文化產業園一期在數年前正式運作，這既是力嘉轉型升級的一次新嘗試，也被稱之為力嘉的二次創業。

作為80後高管，馬楚力對服務印刷包裝的創意產業十分看好，他告訴記者，“目前，我們已有六七十家公司入駐文化產業園，種類十分豐富，其中包括了服裝設計、平面設計、網絡、電商平台、產品開發等。因大多企業是文創公司，跟公司形成上下游產業鏈關係，可為公司業務提供配套服務。這樣，我們可以給客戶提供一站式服務，促進公司轉型，從而把公司創意和設計業務蛋糕做大。”

金屬產品加入環保設計

正可謂“蛇有蛇道 蟹有蟹蹤”，同樣是80後港商保崗金屬製品公司業務發展董事梁啟峰告訴記者，他們為了應對勞工成本的大增，便大力說服爸爸，推動了公司投資近億元人民幣，進行設備自動化改造，實現替代大量人工和解決了管理上頭疼問題。

他告訴記者，由於普通金屬製品產品容易讓人模仿，為了提高產品附加值和競爭優勢，他便推動公司成立設計部，發展自己的品牌，做一些與環保設計有關的產品，目前有近20人的團隊。他們的設計師有一些是通過網絡招募的，有在校大學生或者教授，也有拿了冠軍的設計師。“我們許多創新設計的產品技術含量比較高，不容易被模仿複製，後來成為公司暢銷的產品，令公司銷售收入也較以前提高兩成。香港有許多工程如香港機場、地鐵、港珠澳大橋、廣深港高鐵都採用了我們加工後鋼板，內地一些城市地鐵和小區也有我們生產的產品。”

接班不言悔 發揚父輩事業

在許多年輕人不願意幹工廠的背景之下，一些年輕的港商二代接班後不但堅持拚搏和創新，他們從未後悔過接班，更一心想通過技術、產品和理念等創新，發揚光大父輩的事業，實現青出於藍而勝於藍。

梁啟峰告訴記者，“我之所以進爸爸工廠繼承事業，主要覺得爸爸一生的心血做的生意，作為兒子也要盡一份力讓公司健康發展。可能不同的人有不同想法，如果按功利角度看，我不會加入爸爸公司，我進來比普通大學生工資還要低，現在升至高管，工資較總經理、項目經理還低，但我覺得這個生意延續下去，要盡一下孝，並且也未感後悔。”

他稱，之前他們每兩三個月開一次管理層會議，現在他要求每個月開一次，公司每周有工程、總經理層會議，不過，他要求會議不要長但有效率。

馬楚力表示，為了更好推進公司轉型升級和業務多元化，他不斷推進公司文化創意產業發展，而文化創意與印刷包裝是全國和全球的發展方向，公司未來將圍繞着

印刷包裝為主題，提升公司附加值。他期望引進不同的資源，協助力嘉發展，打造公司獨特品牌，吸引更多文創專家，促進生產多元化。

同時，公司將添加自動化機器，成為為客戶提供一條龍服務的企業。他希望和他們合作的公司獲得一種驕傲的感覺，他們的效率、服務、前期籌備、後期處理都在業內保持一流水平，做出來的東西不一定是便宜的，但性價比一定是最高的，從而將爸爸公司事業發揚光大。

孫文聰則表示，他們公司建樂士由爺爺70年前創立，已經傳承了三代。他如今把工廠生產線外包出去，可以投入在研發、設計和創新。他負責公司產品在全球銷售和品牌推廣，他弟弟則在深圳負責現場管理和產品研發創新。如他們研發新的電水壺和廚房用品等，引入香港科研機構的納米科技抗菌和環保技術，並可以和手機連接，達到便捷操控。他們在香港合作夥伴會幫助他們進行一些新產品研發，未來他們的產品路線將是以智能科技為主。