



编者按:据不完全统计,英国目前有华人居民25万,因为特殊的历史背景,他们大多来自香港,其中80%从事餐饮业。移民之后开餐馆和超市是华人在异国创业的传统方式。投资移民、技术移民、家庭团聚移民,中国人的移民方式越来越多元化,英伦华裔也在呈现不同的面貌,新一代正探寻不同于祖辈的异国创业方式。

叶焕荣：从洗碗工到英伦华人首富

在英国最主要的三大城市伦敦、伯明翰、曼彻斯特,你都会看到一组红瓦琉璃飞檐的突现中华文化的建筑群,它不是唐人街,而是大名鼎鼎的由在英华人叶氏兄弟创办和发展起来的“荣业行商业中心”。红砖绿瓦的中式牌楼下,都无一例外地写着一句话:“All the Chinese you need to know.”(你需要知道的关于中国的一切。)

叶焕荣,这位叶氏兄弟企业的主席,是进入英国富人榜唯一的华人。有时候你会看见他在荣业行停车场整理散放的推车;有时又会在英国社会名流的聚会上撞见他;他还是英国王子查尔斯的座上客;首相布莱尔也会在一些特别的场合和他聊上几句。他总是面带笑容,见人就说“哈罗”,人们也都喜欢称呼他为“叶叔”,既体现他与大家的亲切,也彰显出大家对他的尊重。

穷则思变 前往英国

1939年,叶焕荣出生在东莞,因为战乱,

他父亲决定举家前往香港。“穷得受不了,我是客家人,从中原跑到南方,发现地都被占光了,一分钱都没有,只能跑到山上去开荒。”叶焕荣说。1959年,叶焕荣高中毕业,改变命运的想法促使他下定决心去英国,说去就去。

“绕过马六甲,还要坐一个月船。”就这样,叶焕荣怀揣10英镑,只身乘船漂洋过海来到英国赫尔城,在利物浦客家人协会的帮助下,成为一名每天工作十几个小时的餐馆洗杯工。至此,赴海外打工的第一代客家人,就这样走出国门。

叶焕荣选择英国,是因为此时的香港依然是英属殖民地。到了英国,他便再也无法停止“没日没夜的工作”,洗碗工人、服务生,直到两年后,与朋友攒下500英镑买下一间坐落在海边的小茶馆,做起中餐生意。

客流量是服务行业的命脉,如今做起连锁超市的叶焕荣依然这样认为,并十分看重这一点。当年为了让餐馆能吸引更多的客人,他甚至将营业时间延长至深夜,这在上

世纪70年代的英国十分罕见,“只有肯干也肯吃苦的客家人能做到”。

几年之后,叶焕荣的弟弟叶吉荣也来到英国,协助哥哥一起做做生意。此时距离他的哥哥叶焕荣第一次来到英国经商,已经过去快10年的时间。叶焕荣不再是当年那个身上只剩一点钱的穷小子洗碗工,而是成为三家餐馆和两家商店的“有钱人”。

打中字招牌 依靠家族力量

叶焕荣之所以选择伯明翰为起家之地,一则由于伯明翰的市场竞争程度相对较弱,“如果我从伦敦起家,就会碰到很多强竞争对手,难有机会拓展事业”;二则看中了伯明翰相对发达的高速公路网,“只需两个半或三个小时,我们的货车就能将货物送到英国3/4的客户手中”。人无我有是竞争取胜的关键因素,荣业行的最大特色莫过于能在全球范围内采购到有特色的食品,且其中大部分都是从中国进口的,无法在英国本土买到,“中

国生产什么,只要质量好,符合标准,我就拿到这里卖”,客户群不仅仅只是中餐馆及华人,还要想方设法吸引更多的非华人顾客。

忆及自己的创业道路时,叶焕荣总是开玩笑地说,他的家族虽然没有留给他什么财产,但是遗传给了他做生意的细胞和头脑。事实上,他正是靠着这种特有的先天的生意灵性、后天非常的商业洞察力和睿智与勤奋,书写了从一个洗杯工成为富翁的传奇篇章。

叶焕荣说,大多数移民企业都是依靠家族的力量创建和发展起来的,这是海外华侨企业的共同特点。荣业行也是家族企业,不同的是,荣业行有非常严格的管理制度,他认为,一个企业无论大小,管理非常重要,一定要专业化。叶焕荣有一个理论,就是老板一定要和员工一起同甘共苦,要关心企业的一点一滴,如果老板是松松垮垮的,如何要求员工认真紧张起来?在荣业行里,事无巨细,他都会关心到,是一个完全不像老板的老板。无论多晚,每天他都要到荣业行看一眼才回家

睡觉。他风趣而饱含深情地说,这就像是一个父亲每天晚上和他的宝宝亲吻道晚安一般。说到他的生意经,他说,30多年来,他都是以经营贸易和房地产为主,因为房地产和贸易是密不可分的,一个是骨骼,一个是血肉。“我做生意都是做我自己熟悉的行当,不熟悉的我不做,我自己控制不了的我也不做。”

叶焕荣是英国华人的骄傲和榜样,他时刻记着自己中国人的身份。“中国人要自爱,别人自然会尊重你”。他回忆起创业最初的一个小故事:当年在伯明翰开第一家荣业行时,伙计下班后会去对面的酒吧喝酒,但很快酒吧老板就不再欢迎他们去了。叶焕荣去了解情况,才知道原来伙计们总是把花生壳随意扔在地板上,“其实这不是歧视,而是我们中国人没有做好自己”。在荣业行内连接办公室和超市大厅的走廊里,有一面穿衣镜,叶焕荣要求每个工作人员要对镜整理自己的仪容,确定以最好的姿态为顾客服务,“因为我们走出去不仅代表荣业行,更代表中国人”。(宗 新)

90后新华商：在伦敦开夜店

伦敦是新一代华商的主战场。李锦铭说:“享受赚钱的感觉,真想把一天都变成夜晚。”

出生于香港的李锦铭,父母是标准的上一代华商。他的父母初来伦敦便在这里开起了中国餐厅,还有外卖店,后期随着市场需求,推出多款“偏向欧洲人口味”的中式料理。用李锦铭的话说:“生意还不错,最忙的时候我也会放下自己的事情去帮忙。”如今全家人都在伦敦忙生意,已经不太回香港,这些年的海外经历让李锦铭完全融入了欧洲人的生活。

“伦敦的夜店有很多风格,喜爱电子音乐的去Fabric,莱斯特广场的Metra,Cafe de Paris也是不错选择。May Fair一带属于高档夜店,常有富人在这里挥金如土。Mahiki,Mddox,Vendom更适合年轻人,Thai Square里中国人很多,还有各种同性恋夜店,如Heaven。”

李锦铭并不承认自己是夜店达人,更多时候还是觉得商人这个称谓更适合自己。从别人眼中一个爱喝酒的香港年轻人,到伦敦夜店与派对的华人组织者,李锦铭用五年的时间混迹了伦敦所有的夜店。“和不同的夜店老板打交道,会根据各人喜好调不同的酒,于是我逐渐喜欢上品酒,就想着有朝一日能把更多酒品推广到更多人的地方去。”

新鲜创意 撬动欧洲市场

谈到酒,欧洲人有说不完的话题,但他们接受新事物很慢。

正是为了做大和做实英国的年轻人市场,李锦铭与合伙人开始对酒的味道进行创新和改良,他们正在用同样来自年轻人的方式做生

意,试图撬动欧洲古老而丰富的酒产品市场。

这段时间,他忙着筹备新公司,主要经营进口酒类产品,比如从台湾进口果冻酒,从意大利进口果味白酒,去匈牙利进口高档红酒。这样的经营思路,缘于两年前他在Facebook上一次偶然的发现。这款名为JELLYBIRD的果冻酒,一下子抓住了李锦铭的心。他不假思索地飞去台湾,跟总公司谈在伦敦的代理权。

泡了两年夜店,李锦铭对夜店的经济环境再熟悉不过。他抓到女生这个夜店中的庞大群体,嗅到了这个市场的巨大潜力。然而,最容易打开突破口的产品,就是这种不像酒的果冻酒。“因为是固体,要过一段时间才能感受到酒精的作用。但是它的后劲比较足,很多男生喜欢买来送给异性。”

推广两年来,销售利润还算理想,在几家伦敦夜店很受欢迎,正要延展至伦敦以外的夜店去。李锦铭计划下一步,把这种酒推广到几家24小时便利店和超市。

在伦敦谈论酒,欧洲人有说不完的话题。在李锦铭的印象里,他们爱喝而且能喝,比中国人喝得厉害。李锦铭说:“我的水平也就是这里正常的水平。”

有种压力始终驱动着李锦铭尝试更多可能:“市场份额只有这么大,去做别人推广的同类产品,出路很小。做新产品,则有很大风险,需要投入成本。但万事都是由新取代旧,虽然欧洲人接受新事物的速度很慢,但我愿意尝试。幸好我年轻。”

中国合伙人挺进英伦

两位合伙人分别来自中国大陆和台湾,

与香港人李锦铭组合在一起,刚好瞄准的是三类华人群体,三个不同的市场。

李锦铭的两位合伙人都是30多岁的人,他们不会以为李锦铭是个应该被爱护的“弟弟”,更多时候,他们只是生意场上的伙伴。

在合伙人中,李锦铭负责组织年轻人派对,每年都要去各大高校跑一圈,每场大概有四五百人参与。各大学会在10月新生入校前筹备迎新派对,这就给李锦铭带来了推广酒的商机。“我们需要提前去谈,先定一下合作意向。要和学生会长联系,可这些人每年都会换,所以很麻烦。谈到分成,李锦铭表现出商人的谨慎:“很少用酒来做分成,更多是门票利润让他们。”

另一位台湾合伙人,主要负责演艺派对。他们一起合作的新公司在10月份正式启动,实际上就是把李锦铭和台湾合伙人的两家公司合并。这位合伙人,算得上演艺活动的达人。那些港台歌星来伦敦开演唱会,都会把after party交给台湾合伙人做。他们邀请的人,从知名DJ开始,到罗百吉MC HOT DOG,这些在演唱会举办的派对都让李锦铭与合伙人尝到甜头,他们甚至会去赌场租用高档场地来应对市场的需求,而一场下来的总利润则有5000英镑到2万英镑。

伦敦夜店的老板,最看重的还是收益,对与谁合作并不太关心。李锦铭觉得,这就是在欧洲经商的最大挑战。高昂的利润是维系长久合作的根本。

而来自中国大陆的合伙人,则主要负责华人富商社交聚会,这其中便包括中国人的超跑俱乐部。这个在外界看来颇为神秘的组织,在

10月举办了一场三周年的活动。李锦铭为派对找来了知名赞助商,并租用了一家奢华赌场做场地。至于那些神秘的参与者,李锦铭坦言:“一般都是中国人参与,外国人很少参与。两三个月举办一次赛车活动,夜里便会举办派对,每次就是30多人,平均年龄不会超过30岁。”

伴随着新公司的到来,三位合伙人正在扩大他们各自的势力范围,伦敦是这些新一代华商的主战场。李锦铭说:“享受赚钱的感觉,真想把一天都变成夜晚。”

对于港仔李锦铭来说,不可能没逛过香港的兰桂坊。

他认为,与伦敦相比,在香港办夜店派对,成本会提升很多。“在英国,我们做派对的收入更高,因为我们与这里的夜店关系更好,他们愿意给我们的分红也更高。如果回到香港,在兰桂坊的竞争相当激烈,那里的派对主题非常多,成本需求就很大,所以赚到的钱相对少很多。”23岁的李锦铭,如今月薪可以达到1万英镑,半年或者一年还会有分红。

入乡随俗 感受中英夜店差异

李锦铭虽已入乡随俗,但还是会感受到夜店里的“中外差异”。在伦敦,夜里9点刚过,当地人便会打扮好自己,早早地来到夜店门口排队进场,而通常中国人会来得很晚。

“伦敦一般的夜店会在3点前关门,中国人通常会1点左右才到,然后大家坐在一起叫酒,喝到两点半就走人。而外国人会很早就来门口排队,一直玩啊跳啊到很晚。”

中国人叫酒很凶,因此夜店老板很愿意

与华商李锦铭合作。李锦铭和中国人喝酒,发现他们真的很大方,一买就是10瓶,一瓶则要300多英镑。这样喝一晚,一桌可能要1万英镑。李锦铭说:“差不多每次都是这样,而且一个月可以有两三次。”

中国留学生给他的印象,则是生活条件都不差,李锦铭与他们相处得挺好。“可能是在这边待得比较久,他们更愿意通过我认识更多人。”

进入夜店,中国大陆学生喜欢自己人坐在一起,而香港人、台湾人则喜欢站在场地中央到处走走,跟陌生人聊天。李锦铭观察到,他们的穿着上也有很大不同,香港人穿着比较奇怪,大陆女孩一般都会穿很时髦的晚装,台湾女生要靠聊天才知道,“她们说话比较温柔”。

李锦铭始终乐观面对这5年经商过程中遇到的困难和挫折。他心中也自有算盘,那就是计划在三到五年内,把公司带去北京和上海,还有广州。李锦铭笑着说:“英国夜店关门很早,回中国的生活肯定很精彩。”他也不回避在国内会瞬间忽略不计。“果冻酒在英国的售价最高,伦敦一颗要卖到六七英镑,而国内上海代理商的网上价格仅为六七元人民币。”

面对这样一种晚出早归、与酒打交道的工作,家人对他的支持,也是一点点积累出来的。他们起初对李锦铭的工作不太有好感,始终认为他是个乖孩子,不要做这类事。谈到未来,谈到家人,李锦铭严肃起来:“我必须不断证明自己,做好这个公司,很想去中国发展,因为现在我已经没有退路了。”这个转动的时代里,华商永远是跟着商机在转。(王 悦)