

新民海外

本报海外文稿部主编 | 第 52 期 | 2020 年 2 月 22 日 星期六 本版编辑: 吴雪舟 视觉设计: 戚黎明 编辑邮箱: wuxz@xmwb.com.cn

★ 华人之星



人物名片

林冬梅

◆ 澳大利亚凤雅堂集团董事长

忙碌碌又一年,林冬梅终于迎来难得的休闲时光,和家人到欧洲、非洲一游。饱览名胜古迹之余,她的心思还是会习惯性地转到工作上。作为澳大利亚凤雅堂集团董事长,新的一年,她要求自己在公司发展上有更多的思考。在过去两届中国进博会上,她收获满满,如今,她摩拳擦掌,正在积极准备今年第三次进军上海——今年,她要专门为凤雅堂的自有品牌设立一个展位。“我们参加过澳大利亚、中国香港、韩国、越南、上海的各种展会,中国进博会是成效最好的一个展会。我希望借助这个平台,不但把更多的优质澳新产品介绍给中国,同时也把中国的好产品推广到澳大利亚,实现双向进出口,合作共赢。”

从当初一天打三份工的留学生,到现在成为成效卓著的跨境电商;从经营一家三明治店,到现在在凤雅堂成为澳大利亚大型美妆保健连锁集团,“成功没有捷径,就是来自我们孜孜不倦的努力。”她说。

文/申蓝



■ 2019 年林冬梅(右四)参加中国香港美展

从三明治小店主到澳洲跨境电商先行者



■ 林冬梅(右三)在第一届中国国际进口博览会上与团队合影

1 靠半工半读在悉尼立脚

出外闯荡是闽南人深入骨髓的传统。林冬梅的家族也不例外,她的祖爷爷、爷爷就到了菲律宾谋生,父亲也在 1978 年到了香港。对她来说,出国是顺理成章的事。

1990 年,新婚不久的林冬梅在朋友的劝说下,辞掉泉州师专的工作,到澳大利亚留学。她和丈夫商定,在澳大利亚读完书,赚一笔钱,就回中国发展。不过,这个小目标的实现并非想象的那么容易。

丈夫比她早三周到了澳大利亚,因此林冬梅初到悉尼,就有了落脚之处,但是,她并没有多余的钱去应付学费和生活费。和那个年代的大多数留学生一样,夫妻俩一边读书一边打工,辛苦自不待言。

尽管林冬梅信奉“爱拼才会赢”,又省吃俭用,最终还是没能赚到心目中的那笔钱。1994 年,澳大利亚政府一次性给予在澳的 5 万中国人永居身份,他们赶上了这个机会,留在了悉尼。

生存始终是第一位的,凭着卖面包

和在三明治店的打工经历,林冬梅打算买下一间三明治店自己经营。她打工时的希腊裔老板介绍了一间店铺,然而,毕竟没有开店的经验,也没有信用记录,事情迟迟没有进展。情急之下,她把那几年省吃俭用攒下的存款单拿给业主。当看到存单上每周一千元一千元累积起来的数字,房主惊讶之下又很受震撼。他感叹道,如果澳大利亚人都像你们中国人一样勤劳和拼搏,澳大利亚会更好。于是,当场签了租赁合同。“我想,他看到的不是钱,而是我们中国人勤俭的美德,租房租是没有问题的。”她说。

三明治店就这样开起来了。

林冬梅骨子里是十分要强的,也是行动派。她认准的事情,总是义无反顾地往前走。在同时期的朋友中,他们是第一家开西式三明治咖啡店的。看到他们的生意一点一点好起来,朋友们也深受鼓舞,许多朋友来学习经验,带动了一批人进入这个西方人垄断的行业。3 年后,他们在北悉尼火车站开了第二间外卖店,生意做得风生水起。

2 从头学起做礼品生意

2005 年,一个偶然的的机会,林冬梅接触到回国礼品这一行。最初,她经常在悉尼西北的 Eastwood 地区的一家礼品店,帮朋友购买一些回国礼品。一来二去,跟店主熟悉起来。店主看到她为人热情、厚道,也具备做生意的实力,就想把店面卖给她。

如今的 Eastwood 是当地华人聚居区,十分繁华。走在街上,人群摩肩接踵,各种商铺生意兴隆。很难想象,十几年前,这里四分之一的店面都在出租或空置。就是这家当地唯一的一家礼品店,竟然也连续亏损,无法开下去了。

如同她一贯雷厉风行的做事风格,林冬梅很快就决定买下这间礼品店。想法很简单,她就住在附近,可以有更多时间照顾两个孩子。她完全没有想到,所谓隔行如隔山,开三明治店,她得心应手,开礼品店,她是新手。

不过,这也没难倒她。“不懂,就从头学呗。”林冬梅一家一家走访其他礼品店,向同行学习,拜访所有的品牌商,

请他们来做培训,增强专业知识。由于 Eastwood 广东人多了,为了更好地与客户沟通,她甚至还学了广东话。

第二年,林冬梅的礼品店生意就有了起色,并且扩大到其他地区。Eastwood 距离麦考瑞大学很近,随着中国经济的发展,国民收入的提高,到澳大利亚留学、探亲、旅游的中国人不断增加,给她带来了生意。

看到林冬梅的生意越来越红火,周围模仿她的人多了起来,竞争趋向激烈。她意识到,必须要有创新,走专业路线。2008 年,她开设了凤雅堂,用统一的标识,引进澳大利亚、新西兰的一些名牌保健品,以及澳大利亚的知名护肤品牌、蜂毒面膜等,高格调装修店面,提供更贴心更专业的服务。她还规定,员工必须能熟练中英文口语等。

如今走在悉尼市中心、唐人街及华人聚居区 Eastwood、Burwood、Hurstville 等地,红底白字的“凤雅堂”及向上飞翔的凤凰 Logo 随处可见。

多年商场上的摸爬滚打,练就了林冬梅独特的眼光。2014 年,随着跨境电商的兴起,她敏锐地意识到其发展前景,于是毫不犹豫地投身其中,是澳大利亚同行中最早进入这个行业的。现在,凤雅堂已经发展成为一家全资拥有大型批发及跨境贸易公司、21 家直营美妆连锁店、2 家网上购物商城的大型美妆保健连锁集团,代理分销品牌超过 60 个。跨境电商业务是凤雅堂各个部门中增长最快的。

看到中国跨境电商发展迅速,澳大利亚的产品越来越受中国消费者的欢迎,2015 年,凤雅堂和 EWE、Top Warehouse 一起成立了 ACEA-澳中跨境电商协会,旨在把澳新产品通过峰会和展销会的形式,推广介绍给中国的终端消费者。澳中跨境电商协会更是致力于帮助中小型企业实现经济效益的提升,并在未来的发展中谋取更大的发展机遇。林冬梅连任第二届和第三届会长,为澳中跨境事业做出很大的贡献。协会还创造了一个类似中国“双 11”的节日——“8·18 澳新跨境购物节”。

林冬梅说:“中国的‘一带一路’倡议,为澳大利亚跨境电商带来无限商机。ACEA 紧跟形势,把跨境电商展销会由以前的只展销澳新产品改成澳新中产品的双向展销会。中国的阿里巴巴、天猫出海参展成绩斐然。这次展会,家居和厨房用具销售,天猫出海项目全世界第一,小米和网易工厂店表现也很不错。希望以后有更多的中国厂商参展,把中国的新科技产品卖到澳大利亚,真正达到双向贸易。”

目前,澳大利亚礼品店超过 600 家,其业务不同于传统零售店,而是利用微信、淘宝等网络平台经营生意。种种迹象表明,澳大利亚跨境电商正蕴含着发展机遇。2017 年上半年,澳大利亚超越韩国、德国,成为天猫全球进口商品销售的第三大来源国。保健品、护肤品、美妆用品、牛肉、葡萄酒及奶制品等,是网上中国消费者最为欢迎的产品类别。

2018 年 4 月,凤雅堂旗下的品牌分销公司的新总部大楼和分销中心在悉尼开业。林冬梅说,这是凤雅堂集团发展中一个重要的里程碑。

林冬梅说:“这个行业变化太快,我必须时时提醒自己与时俱进,跟上时代的步伐。中国的改革开放改变了中国,也给世界带来了变化,Eastwood 就是一个缩影。作为亲历者和见证者,我为此感到高兴。”



■ 林冬梅在澳中跨境电商峰会上发言

3 澳大利亚跨境电商的先行者