

本校英文系校友暨南僑集團會長(陳飛龍 經營創意美食 增加進入障礙擺脫競爭對手 )

翰林驚聲

演講題目：美食創業

演講人：南僑企業集團會長陳飛龍

演講時間：2012年5月16日上午10時

演講地點：B712

英文系校友陳飛龍為南僑集團會長，帶領南僑40餘年，在1980年期間，開始陸續與國外大廠策略聯盟或合作合資，曾擔任臺灣僑盟、旁氏、寶鹼公司（P&G）等之CEO，制定策略掌管在臺灣事業發展，後與美國 Høagen-Dazs 合作開設冰淇淋連鎖店，1991年設立海外據點~泰南僑，經營行銷歐美之薄片米果。

近年來發展食品高科技產業，如冷凍麵糰、急凍熟麵、常溫米飯等，並將食品製造業延伸到餐飲服務業，開創「寶萊納」啤酒餐廳、「點水樓」江浙料理「潮江燕」潮廣料理…等品牌，以集團經營方式，經營兩岸餐飲。

【林蕙婷整理】我在58歲時規劃準備退休，為了讓40多年的經驗能順利交接給接班人，所以留在公司幫忙決策。因為空閒時間多了，而且南僑當時前進大陸進行製造業工作，加上我喜歡美食，所以想以餐廳增加南僑的能見度，因此1996年在上海開了第1家餐廳，剛開始只是想以副業為主，沒想到現在兩岸已有12個餐飲品牌，佔整個南僑集團營業額的18%。

我從小就很喜歡美食，而且不排斥各國、各地方的美食，從我的美食品嘗經驗來看，我認為經營一家餐廳要有經營者的堅持、特色，以及定位，這樣才會長久，以我喜歡的明福餐廳為例，他們就是堅持把菜的品質做好，才會吸引民眾的肯定。所以，第1家餐廳：上海寶萊納在展店時花了6百萬美金經營，經營6年後才開立第2家店、第7年才開第3間店，目前沒有人跟我們相同，而且每天都客滿。一般而言，開餐廳的創業門檻較低，只要有資金、有廚藝，馬上就會有人模仿。因此我們考量到，上海是個國際化、全世界成長最快的城市，為了不讓別人超越，因此才會大手筆的資金挹注，開設和別人不一樣的餐廳，也因為我們把進入門檻變高，所以也沒有人模仿我們的形式，增加了餐廳的競爭性。

我們在展店上並不貿然跟進，所以第6年才開第2家，第7年設第3家、世博的時候開第4家。這4家餐廳都各有特色，從嚴選食材品質到廚藝發揮，不同類型的餐廳除了各自

發揮特色外，也保有文化元素。上海的「仙炙軒」就是將軍白崇禧的故居（名作家白先勇的父親）改建而成，當時我答應白先勇會維持原貌，但會加上新的現代元素，現在變成上海最熱門的花園洋房餐廳，吸引很多年輕人到此舉辦花園婚禮，最主要的就是將餐廳做出差異化，這樣才能讓人印象深刻。

臺灣的中華民國對外貿易發展協會，是推廣服務業貿易的單位之一，董事長王志剛每年到大陸至少開設5個展覽會以推廣臺灣產品，會展上所帶過去的臺灣商品經常銷售一空，尤其是臺灣小吃最受歡迎。2010上海世博會的臺灣館成功打響臺灣特色，當初在開館和閉館活動時，王志剛以臺灣主人的身分，宴請外賓、媒體、當地長官們，他希望餐點能展現臺灣特色和世博臺灣館相互呼應，因此和我商量後，在我的餐廳內推出臺灣版的江浙菜結果大受好評，上海人也驚艷於臺灣江浙菜美味，一場宴客成功促成文化交流，以及增加國際能見度。所以一間餐廳不只是提供餐點而已，而需要經營和花費巧思，才能達到客戶滿意並促成各式的交流。臺灣在全球邦交國不多，我們最成功的外交官就是請個最好的中菜廚師，做很好吃的菜，讓其他各國的外交官都樂意來交流，如此就這樣成功展開外交，所以餐飲在外交上功不可沒。

因為我開的餐廳類型很多，有日本料理、義大利料理等，為了吸納餐飲人才，我們成立國際化團隊，除了研發及創意外，另外也和外國餐廳技術合作，藉此了解國外的餐飲文化、用餐禮儀、擺設意義等，希望能打開外國人用餐市場，所以我們有來自全世界的餐飲人才，在開會時都是用英文溝通。全球化趨勢下，勉勵大家要學好英文和中文，各國均重視的華文能力也積極推行，因此很多外國人都在學習中文；當然英文同樣很重要，只要掌握語言就會提升就業競爭力。另外，由於臺灣的經濟趨勢，我們的就業勢必會跟大陸打成一片，5年之後大部分的人可能會到大陸、國外就業，在學生時代應加強學習大中國、全球的市場概念，及早掌握國際化的視野和趨勢。

今天播放南僑集團餐廳介紹、客製化行銷、在地行銷、協助政府推動米食文化與當地廠商業務拓展等相關影片，主要是讓大家了解，企業經營和餐飲管理是相類似的，都需要了解其背景、社會任務，以及如何幫助我們其他的行業，大家可以用宏觀角度，打破語言隔閡、地域限制，將產業的價值提升。

