

罐頭大王第二代 「罐」注跨國夢

經典歌詞「萬里長城永不倒」深入人心，而長城牌午餐肉的品牌亦經得起時間考驗，同樣屹立不倒！曾獨家經銷長城牌午餐肉的香港罐頭食品大王、遠大貿易有限公司總經理李歡，多年來一直在香港不遺餘力推銷國貨，年屆93歲高齡仍一副永不言休的「戰鬥格」，但他原來已默默着手交棒予孫兒李志峰，期待他能將長城牌午餐肉等罐頭產品發揚光大。對於爺爺的託付，李志峰除了為罐頭加添豆腐火腩及粟米肉粒等香港風味，亦正為公司定下十年大計，邁向跨國巨企之路。

文：康志強



李志峰心得
「嘗試來自失敗，
成功來自嘗試。」

創豆腐火腩等港味
傳承爺爺遠大精神

■李歡（前者）雖然年屆93歲，但每周仍堅持上班3天，與孫仔李志峰（後者）兩代合作無間。

李志峰(Michael)簡歷

年齡：37歲
爺爺：香港罐頭食品大王李歡
父親：李偉明
母親：許乃珍
弟弟：李志光
學歷：美國上愛荷華大學
工商管理學士

■港式罐頭甜品紅豆沙，比傳統紅豆沙無咁甜，推出市場即大賣。

■豆腐火腩罐頭
構思來自港式茶餐廳。

■長城牌白豬仔罐頭，乃香港罐頭食品大王李歡的代表作之一。

■粟米肉粒罐頭乃香港人的口味。

■長城牌鹹牛肉同樣是李歡的代表作之一。

長

城牌午餐肉作為經典代表，佔據香港午餐肉市場60%以上份額，因其白豬圖樣包裝，故又稱為「白豬仔」。遠大貿易有限公司副總經理李志峰表示，「其實早在七年前以兼職身份幫爺爺手，直至2020年，決定退出自己創辦的公司，僅保留投資者身份，全身投入遠大。」

疫下加入遠大 皆因需要改變

李志峰形容，在去年世紀疫情爆發時毅然加入遠大，是因為公司需要改變，加上爺爺已逾90歲，而自己在大學時修讀工商管理，很想將所學的管理哲學，協助遠大改革，將爺爺的公司帶進新時代，因此在加入公司時，就已定下十年大計，首先目標在頭三年改善公司物流，做到更快更準時，另推行人事年輕化以及發展網店業務。

李志峰指，頭三年計劃有信心可如期完成，而緊接是第二個三年計劃，會衝出香港拓展市場，進軍東南亞以至內地，包括大灣區。經歷兩個三年計劃後，他相信屆時公司將成為香港領先的食品供應集團。

對於遠大的未來，李志峰似乎信心滿滿。他笑言，對於食品製造業最新技術，公司還未觸及，相信待公司經過六年發展後，屆時相關技術只會更高，有助公司未來壯大市場發展。他透露，十年後遠大的規模將由內地和香港，再擴展至全球各地華人市場。

「爺爺的一代將國產罐頭引進香港，到我這個第三代，則負責將公司產品攻佔海外市場，這亦是自己接手遠大，所謂傳承的意義所在。自己的終極目標，是將遠大發展成為像美國卡夫食品、聯合利華等跨國食品巨企。」

開創港式罐頭 增添爺爺信心

對於罐頭食品，李志峰心中常有一個疑問，就是為何香港人食用的罐頭一般都只有午餐肉、五香肉丁及豆豉鯪魚等，十分單調，於是靈機一觸，透過旗下珍寶牌推出香港人熟悉口味的罐頭系列，例如有「男人的浪漫」之稱的豆腐火腩、粟米肉粒、北菇蒸雞等茶餐廳常見餸菜；點心系列的南乳豬手、牛肚、鳳爪；以及中式糖水的紅豆沙、綠豆沙和蕃薯糖水系列等等。

李志峰形容，自港式罐頭推出後市場反應熱烈，這亦令爺爺對他增加不少信心。近期他又推出長城牌最高級別「極尚」午餐肉，融合西式風味調製而成，未來亦會推出川味系列罐頭。他直言罐頭食品要不斷更新，遠大每年預算要推出20種新產品，而研發一個罐頭新品種一般需時9個月。

接手家族生意至今，李志峰領略到的心得是「嘗試來自失敗，成功來自嘗試。」以他開創的香港人罐頭系列為例，對本港罐頭食品業帶來頗大突破，亦用實踐證明香港罐頭食品亦大有「錢」途。

李志峰指，香港家庭不少都是1至2人小家庭，住的都是納米樓，一家人煮餐飯都不常見，疫情下罐頭成為最後防線，在家中儲備罐頭，無論

遇上打風落雨，還是疫情爆發，罐頭都可解決「開餐」問題。他表示，罐頭一般售價希望控制在10元以下，部分則售15元，相信大眾化價錢更容易被市場接受。

敬佩爺爺 一生專注食品生意

由於李志峰的父母本身都經商，而且也做得有聲有色，所以沒有接手爺爺李歡的生意，傳承重任就落在孫兒身上。對於跟隨爺爺學習營商之道，李志峰笑言，爺爺最值得學習就是對業務的堅持和專注。他透露，爺爺引進國產罐頭來港，很早已賺到可觀財富，但卻沒有轉投當年火紅的地產行業，而是一生專注做糧油罐頭食品。現時爺爺每日都維持讀報習慣，每周有三天回公司處理事務，不得不令

人佩服。

爺爺對孫兒又有何評價？面對這問題，李志峰頓時嚴肅起來，「起初爺爺對於自己大刀闊斧式改革是支持，但亦有質疑，跟爺爺相處至今，自己最大得益是明白到上一代所堅持的東西，其實是有他們的道理，因而學會尊重。在相互了解後，達到相互信任，就能夠將公司推進發展，這是和爺爺共事所獲得最大的裨益。」

