

# 同一個夢想 青春飛揚 築夢神州——港青北上發展



【香港商報訊】深圳文博會分會場深圳力嘉創意文化產業園，多年來承辦了多場深港澳台文創展覽交流活動。誰也想不到，這個深港文化溝通平台背後的管理者，是一個「85後」香港青年。從2009年至今，力嘉創意文化產業園總經理馬楚力(上圖)在深圳工作已有8個年頭。深感兩地文化差異的馬楚力，是如何在工作中搭建深港文化溝通的橋樑？身為力嘉集團「三少爺」，他又怎樣在父輩基業上尋求創新，闖出自己的一片天？日前，記者在深圳專訪了馬楚力，聽聽這位港青翹楚北上工作發展的故事。 香港商報記者 林麗青

## 「創二代」的新探索

在深圳橫崗力嘉創意文化產業園，記者見到了年輕的企業管理者馬楚力。愛笑的娃娃臉，戴著一副黑邊眼鏡，彬彬有禮。操著一口流利的「港普」，馬楚力向記者介紹了力嘉集團的發展歷程。

馬楚力的父親馬偉武是典型的潮商。在馬楚力的眼中，父親是資歷最深的創客。1970年，在香港觀塘康寧道的半個檔位中，馬偉武用9000港元積蓄創立了力嘉紙品公司。上世紀80年代中期，力嘉在香港觀塘鴻圖道已發展成為擁有200多名工人和2000平方米廠房的大型企業。時值內地改革開放，湧動的商機吸引港澳僑胞返鄉投資。馬偉武可謂其中的先行者，他將毗鄰香港的深圳作為在內地投資的第一站。在去年的「深圳國際創客文化節」上，70歲的馬偉武成功入選「深圳十大創客」，同台年齡最小的創客僅17歲。

現在的力嘉創意文化產業園，其前身便是馬偉武當年建設的老廠區。2011年5月，馬楚力接管了這座佔地近2萬平方米的創意文化產業園。這座當年的老廠區不僅記載了力嘉發展的脚步，也成為世界印刷歷史變遷和中國傳統文化的縮影。在馬楚力的「操盤」下，力嘉創意文化產業園成為深圳文博會分會場，通過展覽加入園企業孵化的模式，在文化創意產業上摸索出一條新的道路。而今，力嘉創意文化產業園已有30多家文創企業入駐，園區二期將繼續擴大，佔地面積達12萬平米。

## 回歸家族企業 下放基層歷練

1986年出生的馬楚力是家中幼子。長姐馬家慧、長兄馬楚邦先後回到父親創辦的力嘉集團工作。在力嘉創意文化產業園，姐弟三人的形象照並排展示於中心區域。形象氣質俱佳的姊弟三人，因為造型被馬楚力自嘲為「髮型師」、「賣手錶的」和「做西服的」。在馬氏三姊弟的成長過程中，父母並未給予過多的干涉。寬鬆自由的家庭環境，讓馬楚力自主選擇想要走的路。從中學時代開始，馬楚力就對數學有濃厚的興趣，大學時期選擇了物理專業，他的理想是當一名老師。相比很多二代糾結於要不要回歸家族企業，馬楚力的回歸似乎是水到渠成的事情。從浸會大學物理系畢業後，馬楚力也回到力嘉集團上班。「當時也沒有想太多，自然而然就回到集團工作，希望可以替父母分擔，這也是成長中潛移默化的影響。」馬楚力說。2009年3月，馬楚力進入力嘉國際集團任財務部助理，初出茅廬的他遭遇各種「不懂」。「如果想了解在公司做什麼，就必須從生產部門慢慢摸索。父親認為學歷專業都不重要，在企業崗位上歷練才是最快速的成長途徑。」馬楚力說，自己就像流水線上的產品一樣，按照生產和銷售的流程，在公司絕大多數的部門都鍛煉過。

## 「太子爺」的煩惱

出身優越，名校畢業，進入家族企業工作，25歲升任集團副總。這「開掛」的人生收穫了不少「羨慕嫉妒」的眼光。然而，馬楚力也有自己的煩惱，他說工作最大的壓力來源於自己「太子爺」的身份。「自己擁有更多的資源，處理事情會更有優勢。但很多事情要仔細想過才能實施，做得好是理所當然，做不好就會被認為是敗家子。」馬楚力說，因為出身的原因，周圍的人對自己期望值更高，「除非你做出一些突破性的、特別大的成就，或者跟集團業務沒有關聯的新領域，他們才會覺得你成功了。」在他看來，只有超越父輩才會被認可，維持父業僅僅是很平常的事情。也正由於此，馬楚力更加嚴於律己。在力嘉創意文化產業園舉辦的近300場活動中，他對每個活動的細節都要求做到完美。「我一直認為，每個都是小問題，但加起來就是大問題。」「壓力也是動力，我要慢慢建立自信。」為了能更快上手，在大學畢業後已經陸續參加了西班牙語等二十多個短期夜校課程的馬楚力，決定繼續「補課」，參加中小企業工商高級工商管理研修班、第十一期華裔新生代企業家中國經濟高級研修班等，圍繞金融、財務等方面又讀了1年的夜校課程。功夫不負有心人，在力嘉集團任職期間，馬楚力在企業內部全面推行預算管理，優化財務管理系統，並進行財務數據的深層分型，為高層的經營決策提供可靠參考。

# 馬楚力：做港深文化溝通橋樑



## 遭遇深港文化衝突

生於香港長於香港，畢業後赴深工作，兩地社會人文環境的不同，讓馬楚力感觸頗深。剛到深圳時，馬楚力與當地政府部門打交道，發現「書記」竟是一把手，「『書記』的英文翻譯同『秘書』是一樣的，但不能簡單對照香港的秘書一職去理解。」習慣了香港按文件辦事的規矩，在更加人情化、彈性更大的內地工作，馬楚力稱需要慢慢去適應。「有些市政府要求你先做，但還沒收到公文，就會擔心到時是否會被拆掉。」回想起自己在兩地文化碰撞中鬧出的笑話，馬楚力依然忍俊不禁，「點餐的時候發生很多搞笑的事情，有時候我點套餐，一時間轉不到普通話頻道，『套餐』就變成了『Tu餐』。」馬楚力曾學過普通話，但沒有實操環境，至今還是搞不懂普通話拼音。「像北方方言『啥』之類的我到現在還是完全聽不懂，有些電影也看不懂，不知道別人都在笑什麼，不知道他們的笑點在哪裏。」「每個地方都有當地的文化特色，兩地文化價值觀



## 分享才能更好發展

隨著印刷產業進入轉型升級期，如何在父輩開創的基業上創新發展，成為考驗馬楚力的首要問題。「分享，才能有更好的發展。」在與香港青年分享內地發展經驗的同時，馬楚力也將「分享」理念帶進企業經營中。從接手力嘉創意文化產業園起，馬楚力便親自參與產業園的籌建、項目進展、活動舉辦、人員調動和對外推廣。2011年5月力嘉創意文化產業園一期正式運作，馬楚力出任總經理。「我們定期舉辦一些創意比賽、設計展覽、論壇之類的活動，通過資源的集聚，把行業內最新最快的資訊分享給園中的企業。」在馬楚力看來，免費舉辦展覽，吸聚專業人流和最新資

訊，不同想法碰撞出新的創意，有助於力嘉及園內企業的技術交流和產品開發。另一方面，論壇展覽免費向遊客開放，人流為入駐企業帶來商機，園區由此孵化出一些企業。「85後」新生代企業管理者的加入，為力嘉注入新的發展理念。「凡事都有個取捨，或許園區全部出租，收益會更高，但可能就沒有多少人認識力嘉。」馬楚力坦言，場地出租只是園區1.0，力嘉想做的是配套完善、園內企業共同發展的園區2.0，甚至是園區3.0。「投資辦展雖然燒錢，但也從側面進行品牌文化建設，其無形價值不可估量。」

陽光開朗，謙和進取，馬楚力給人的印象，與想象中「太子爺」的形象不甚相符。這個下屬眼中「又帥又有能力」的高富帥，愛吃冰淇淋，會打架子鼓，粉陳奕迅，喜歡踢足球、堅持健身。聊天過程中，馬楚力自曝3年前曾是個200斤重的胖子，還奉獻了自己的減肥「秘笈」，畫風瞬間從高大上的「企業經營談」切換到「減肥頻道」。

作為家族企業的繼承人，馬楚力代表著當下相當一部分家族企業「繼承者」的現狀：接受過良好的教育，家族言傳身教的經營意識和商業才能，謙虛好學，有自己的理想與追求。才踏入人生「兩三個台階」的馬楚力，仍在向前輩學習中，他的目標是將家族企業打造成「百年企業」，至少要堅持到「80年到90年」。

正如國家主席習近平所說，每一代青年人都有自己的際遇和機緣，在自己所處的時代條件下，謀劃人生、創造歷史。在新的時代背景下，新一代的企業繼承人用自己的發展理念和思路，努力將父輩的基業傳承下去，延續「中國製造」的夢想。



位於深圳橫崗的力嘉創意文化產業園。