

商海

SHANG HAI BUSINESS MONTHLY

马来西亚第一家华文商业月刊 Malaysia's Leading Chinese Business Monthly

2011年02月号384期 Pen. M'sia RM5.00



义有机园的故事

建筑绘图师

半途出家当农夫

走进寻常百姓家

有机... 未来更有机!

利好消息加油!

大马股市油气冲天

网上交易日渐流行

股票经纪四面楚歌

大马房地产投资

2010-2020 黄金十年

塑胶也有资格谈环保...

利人利己的环保事业

Fibromat铺出一条青云路

2011年金兔报喜

流年风水与生肖运程



李德忠
市场经理
思源有机连锁店及
乐活有机素食馆
Terry Lee
Marketing Manager
BMS Organics and
Be Lohas Healthy Cuisine

思源人



Star 星洲出版及发行 ISSN01369953

00211

9 771511 010000

Star & I Week RM5.50 (Star) RM5.00

(Star) RM5.00 (incl. GST) PPS442/120711 (03/08/11)

有机饮食源自欧美和日本，在我国也开始崛起成为另类食品工业的新力军，但推动有机食品，不能单纯从盈利出发，更要多一份关怀消费者身心灵的用心，这便是成立14周年，承诺建立一个“寻常百姓买得起有机食品”的思源连锁店（BMS ORGANICS）所秉持的宗旨。

胡国明
fookokmeng@thestar.com.my

大马政府今年起强制本土生产的有机农产品，必须取得SOM（大马有机认证）才能标榜是有机蔬果，为我国有机食品建立一个更完善的机制，杜绝混水摸鱼的蔬果商搞坏市场，同时藉此“清理门户”。

目前我国有机食品的消费群还属于小众市场，占有率仅徘徊在1%至2%，反而有机风潮吹向健康食品和保健品。经过10多年的教育和吃得健康的思想抬头，市场消费群对有机食品的消费态度完全变了样。

“以前光顾思源的顾客，10人占有8人是癌症病患，现在则一般普罗大众都会进来，尤以华人顾客为主。人们在观念上已能接受有机食品，惟行动上还有很多人不会主动去尝试。”

思源及乐活健康料理（Be Lohas Healthy Cuisine）市场经理李德忠（Terry Lee）接受本刊专访时斩钉截铁说，这行业是一门良心事业，如果纯粹要赚大钱，有机食品行业并不是很好的选择；路要走得远，用心最重要。

走进寻常百姓家

有机 ...



李德忠



乐活健康料理餐厅

未来更有机！

国和本地的厂商根据思源的方程式加工处理，包办外销和门市零售，把销售量做大，成本和零售价则能够相应调低，让普通百姓都消费得起。

最让李德忠引以为荣的，就是他本身食用逾10年的纽西兰大小麦苗粉，早期一罐200克卖139令吉，思源成功把它的价格降低到69令吉，并在物价飞涨的今天，也一直没有调高价格。

本身茹素的李德忠不把宗教带进店面，但佛教的慈悲心却一直推动他不杀生不吃荤，也因为如此，他在5家门面较大的零售店加设乐活健康料理餐厅Be Lohas Healthy Cuisine，推广有机素食，并且推动「大马人每周一不吃肉运动」。

他认为绿色事业本身就是一个护生行业，提倡不杀生种善业，绝对是一个值得推广出去的事业。

严谨把关不放松

思源目前在森美兰拥有一块5英亩的有机农地，另外承包6个农场负责每天的蔬果供应，以BUG'S PARADISE品牌售。外销方面，BIOGREEN 和ORGANIC FOREST由其兄长李德昌开拓市场，除了中东，五大洋七大洲几乎都有他们的足迹。

对李德忠而言，思源是有机专门店，专门为消费者把关，因为一般的消费者是不会分辨有机或无机的食品，而思源拥有很好的系统来验证有机食品。

扩大供求量 打破贵价宿命

思源在1997年经济风暴时期开业，草创时期制度还未建立起来，八年前当李德忠从澳洲学成归来，感恩三位哥哥对他的信任和能力，把当时有6间分行的思源有机交给他管理。李德忠前后用了6年时间把培训系统和电脑系统建立起来，经过连番革新，迅速发展到今天拥有24家连锁店的规模。除了蔬果，主要销售健康有机产品。

让市场接受有机食品最大的障碍，主要还是价格。以蔬果来说，有机番茄的价格就比普通番茄高出5倍，其他蔬菜也在3倍以上，虽然比中国大陆的7倍以上来得低，但比美国曾经只贵20%（现已显著回调）差得远。不要忘记，大马消费者购买力还远逊老美！

另外，有机健康食品除了价格昂贵，味道没有无机食品那么“商业化”。一般认为无机食品重口感而轻营养，所以会特别好吃受落，有机食品则强调健康，味道不够大众化。

笃信佛教的32岁李德忠和兄弟决定打破有机市场的宿命，他以推广优质健康有机食品为最大使命，决定以量制价，兄弟班同心协力，大量购买优质有机食品材料，并与外



思源有机零售连锁店

“有机食品行业是一门专业，比如你眼睛痛，你不会去看普通医生，而是求医眼专科。同样的，我们就是有机产品的专家，有专业能力来分辨真假，确保店内卖的都是真正有机或健康的食品。”

“我们必定要确保有机产品的素质，因为这是思源赖以生存的产品；专卖店肯定比一般只把有机产品当成副产品的店

家来的可靠。”

“对于进口加工的原料，我们会事先考察原料产地的农场，甚至确保对方获得可信赖的有机认证，我们才会采用，而多数产品都是外国厂商根据我们提供的方程式来加工；思源本身也有加工厂，并取得良好生产规范认证（GMP STANDARD）。”

农业部推行的SOM标签只限于农场蔬果，门市零售的其他有机健康食品并不受限。其实，思源在多年前已获的澳洲审核机构发出了有机认证。享誉国际的澳洲农业可持续发展联合会（Nasaa）每两年都会来思源的农场和加工厂进行审核。受Nasaa承认的有机连锁店在大马不超过5家，它亦是国际有机农业运动联盟（IFOAM）成员。

NASAA 检测对象主要是从原料输入、到加工过程、到批发商、零售商，直至到达消费者手中的一个完整过程的有机认证。

思源自行加工的产品占总产品的10%，加工过程中，厂家必须遵循要求，不能使用防腐剂、化学染色剂，所采用的色素必须是天然有机提炼的，故成本会高出二、三倍。

思源的健康产品琳琅满目，主打的是蔬菜、大小麦苗粉、五谷粉、十谷甜菜根燕麦奶（PINKLADY）以及有机森林（organic forest）产品系列。



无机胜有机？

有机食品真的会吃得比较健康吗？消费者付出更高代价，是否物有所值？最近英国科学家就发表了一份研究报告称，有机食品的营养价值其实根本没比无机食品来得高。这样的结论，李德忠有话说。

“这个研究只是针对营养价值，而没有研究无机食品的农药成分。不要忘记，今天那么多人生出各种奇怪的疾病，是因为吃的东西有问题，吃的东西有毒素，导致负责解毒的肝脏和过滤毒素的肾脏的工作量负荷过重。”

“我们体内的毒素并不完全来自食物，还包括了受污染的空气和精神压力，都会衍生毒素，因此肝肾无法及时处理那么多的毒素，导致毒素不断增加。”



荒谬！

“简单来说，吃有机食品，它是没有化学农药也无毒素，你的肝肾就有更多空间为你解除其他的毒素，从而提升个人的免疫力。”

年轻有为的李德忠，已贵为二名孩子的父亲，他不追求奢华的物质，对于营商理念，他不追求高利，只希望把好的产品以合理价格带给消费者。

思源的英文名BMS (Body Mind Soul)，即身心灵之意，就是不希望顾客吃有机食品吃得那么有压力；辛苦打工赚1000块要花500来买产品，所以思源用了很长的一段时间，教育顾客从基本的有机营养食品开始，就如其中一个配套的产品口号一样——「人人有机，每日2元」。

宁愿少赚不做直销 绿色事业以人为本

有机食品并不是潮流食品，它的成长属于“细水长流式”，所以思源每年的成长率只有5%左右。

开始的时候，思源并不打算设立零售店，而想要做直销，因为利润大，而且省却许多管店的工夫。做直销，只要有好的产品，招揽会员卖货即可。

“可是我们发愿说，有机食品不是一般人吃得起，

也不想‘趁你病拿你命’，我们希望开门市，以较低的利润率来开店，让消费者享用有机食品为出发点。”李德忠谈起了创业的初衷。

李家一门四杰都是专业人士。李德忠本身是电脑工程师，大哥是外科医生，二哥是会计师，三哥是电子工程师。

“当初就是做外科医生的哥哥，看到现代人常生些难以治愈的疾病；适逢当时外国推广有机饮食，他就寄回来给我们食用。我们家族吃了半年觉得效果奇好，整个人都健康许多，所以觉得应该把这些好产品带进来。”

“后来哥哥乾脆放下手术刀，联同其他兄弟开始从事有机食品行业，就在雪州USJ

思源人上下一心，为有机事业打拼。





实地检验承包农场的务农状况，确保符合思源有机耕种原则。

9设立了第一间门市。入行适逢经济风暴来袭，大家都为生计而苦恼，有机健康生活在当时对大部分人而言，是遥不可及的梦想。然而，现实的困境却没有让我们却步，我们坚持最初的信念，并教育群众有关环保与饮食息息相关的讯息。”

不求大富贵 但求福田广种

思源从一家教人如何种植小麦草的小店开始做起，直到今天的规模，一切缘起于那一份对有机健康生活的热诚与使命感。

“我们知道这是个好事业，不应该用直销的方法来做，也不是抱著赚大钱的心态来做。”

思源计划今年把连锁店扩展到30家。要在市场上积极攻城掠地，最需要的就是源源不绝的银弹，思源其实也不是没有想过靠拉大财团，毕竟大树好遮荫，但大前提是彼此的理念必须接近，若纯粹为赚钱则难以成事。

“若有大老板献议合资经营，我们会先看心态。思源需要财团支援才能发展得更快更大，以便可以利益更多的人，但心态很重要，目前我国有大约200家有机商店，有些很成功，有些则惨淡经营，差别在于心态。有些业者一进来就希望赚大钱，当他看到利润那么少，心就起歪念。”

思源门市主要落在巴生谷，不少外坡人看到思源今天的规模，都跃跃欲试想来购买特许经营权，但都遭到一一回绝。李德忠认为，凡事不能过于激进，所以目前不会开放特许经



思源不惜工本印刷精美小册子，向顾客宣扬健康饮食和环保讯息。



营权，否则思源今天应该有超过百家的门市。

做思源人离不开考试

李德忠说，他目前人生最大的成就并不来自于生意规模有多大，而是默默地帮了很多人。这，也是他回绝别人要求特许经营权的原因。因为他知道，单靠门市而没有外销管道，不但对消费者不利，购买特许经营的那一方可能也无法生存，因为门市的盈利并没有想像中高。

“跟其他商店比较，我们不光是卖产品。比如说，来思源寻求协助的病患，我们还要在心灵上支持他们，灌输他们积极面对人生的正面信念，以及如何正确食用有机产品，很多时候一谈就是2句钟，这并不是单纯卖产品那么简单，可是如果他们因而得回健康，这是用金钱买不到的快乐和成就感。”

单凭这份对顾客的专业和用心，要成为思源的雇员，虽不必三头六臂，却也不是一般促销员担当得来的。为何呢？因为要考试！每隔二个月都要考试，外加训练和上课，很多人听到要考试都跑掉。

消费者需要教育，充当前线的思源人，更需要汲取业界最新资讯，例如最新产品知识、最新健康知识，都是在职训练的一部分。全球有机食品市场预计在2012年的消耗额继续强劲攀升至近800美元，要夺取市场先机，少一分专业是不行的。

思源人的生活习惯 (思源人：爱地球、爱父母、爱自己)

- 尽所能减低用水量，例如：洗手、刷牙、洗脸和洗澡时的用水量，小解时避免用拉整桶蓄水来冲厕所，而选用小水桶来盛水冲洗。
- 不需要用电时不忘把它关掉，就算是一分钟。
- 少用塑胶袋，时时记得携带环保带。
- 确保每张纸和收到的信封都被双面使用，然后连同其他废纸一起送去回收小站。
- 把不使用的物品转送他人或送到回收中心，减少制造垃圾。
- 不浪费食物，自己选择适量的食物，不剩饭。
- 尽量只开风扇，调高空调温度或减少使用空调。
- 减少使用一次性丢弃的餐具，常携带环保筷及餐盒。
- 用洗米及洗物品的水或收集雨水来浇花或冲洗厕所。
- 一星期吃最少吃一天素，因为吃素就等于环保。
- 尽量共乘汽车以减低温室气体的排放。
- 尽所能关怀社会，抽时间去当义工，回馈社会。
- 一星期至少花30分钟与父母聊天，生活忙碌也至少通电话表示关爱。
- 爱护自己的身体，照顾好自己的健康和不做危害身命的事，以免让家人、朋友担忧。