

澳大利亚海南总商会副会长符应——

“把更多优质和牛肉送上中国餐桌”

为侨胞参与家乡建设搭建舞台

王红梅

侨胞说·祖国在我心中⑨

在海南省文昌市成长、到澳大利亚墨尔本求学并创业、回中国开公司、在中澳间奔忙、开拓多国业务……澳大利亚海南总商会副会长、丹德农食品（上海）有限公司董事长符应身上有许多新生代华侨创业者的共同特征：懂市场，爱“折腾”，有追求。符应说，进入和牛产业10年，他受益于中国经济的蓬勃发展和澳大利亚牛肉产业的成熟基础。把更多优质和牛肉送上中国餐桌，是他一直以来的职业发展目标。以下是他的自述。

从食客到商人

从2013年接触和牛至今，我与和牛产业结缘已10年整。这也是我与和牛产业共同发展的10年。

和牛是日本人人工培育出的一类肉用牛品种，是全球公认的顶级优质肉牛品种。上世纪90年代，澳大利亚畜牧业引入日本和牛品种，开始了和牛专业培育、大规模养殖、全球销售的商业进程。如今，澳大利亚和牛已成为全球和牛市场中的主要品类之一。

2009年，我来到澳大利亚墨尔本攻读国际商务专业硕士。澳大利亚的碧海蓝天、清新空气、肥沃草场让我很快就爱上了这个国家。当时，我们硕士班的同学来自十几个不同国家，和同学们一起学习、运动、探索各国美食，我每天都浸润在多元文化交流的环境里。

我到现在还记忆犹新：我和同学们一起吃重庆火锅、吃饺子、喝白酒，很多外国同学都觉得尝试独特中餐风味，是一件很“潮”的事。大家边吃中餐边喝酒，很快就熟络起来。美食成为我和外国同学互相了解、增进感情的独特媒介。爱吃肉的我，也在寻觅澳大利亚美食的过程中，爱上了澳大利亚和牛。

对于普通食客来说，和牛的最大特点是肉质“软嫩多汁”。这种独特口感主要源于和牛肉质中丰富的脂肪含量，这

些脂肪的熔点只有20几摄氏度，远低于口腔内温度，使得和牛能够入口即化，肉质嫩滑又饱含汁水。

澳大利亚和牛这么好，能不能卖到中国去？我察觉到澳大利亚和牛进入中国市场的商机。对我而言，这样的商机意味着从食客到商人的身份转变。

探索中国和牛市场

在澳大利亚留学期间，我一直在澳大利亚海南总商会负责商会的日常运营，做一些志愿工作。作为商会里的年轻人，我得到了许多商界前辈的指导和帮助，也因此了解到中澳经贸往来的商机和动态。

2013年，经过澳大利亚海南总商会老乡的介绍，我认识了一些澳大利亚牧场老板和肉商，开始尝试做和牛生意，主要是在澳大利亚采购和牛肉，卖给中国牛肉批发商。

我慢慢探索中国和牛市场。从一个集装箱的货量开始，我的贸易规模逐渐扩大。那几年，我的事业发展进程正好与和牛进入中国市场的起步时期同步。到2016年，我的和牛贸易额一直稳步增长。那个时候，继续挺进中国市场的机会和挑战同时摆在了我的面前——

2016年，我接到一笔大订单。定金付了，牛肉从澳大利亚运到了中国，但订货客户因为资金链断裂取消了订单。我傻眼了。

看着价值几十万元的优质和牛集装箱堆放在码头，我只能硬着头皮想办法——找澳大利亚海南总商会的的朋友和前辈借钱，支付欠澳大利亚肉商的尾款；找熟悉中国市场的朋友帮忙，拉起一个3个人的“团队”，寻找和牛销售渠道……正是这段摸着石头过河的经历，让我打开了中国和牛市场细分领域客户的大门。

经过逐步摸索，我们的客户从原来的牛肉批发商，扩大到连锁餐厅、连锁超市和一些主打高品质牛肉的烧肉店。公司的规模也从最初的3个人扩大到近百人。

从2018年到2021年，中国和牛市场迎来一段高速增长期。我们公司打通了“从牧场到餐厅”的销售渠道，减少中间环节，降低牛肉价格，让更多客户能够买到更高性价比的和牛肉。我们的进口来源国，也从澳大利亚扩大到新西兰、乌拉圭等国。现在，在中国进口和牛市场，我们公司跻身前列，品牌也打响了。

期待黄金发展期

如今，我每年都在中澳之间频繁往来。11月，我们参加了澳大利亚昆士兰州贸易投资厅举办的“澳大利亚牛肉大使——品味昆士兰”招待会和“昆士兰——上海友好城市”晚宴。在刚刚举办的全球知名食品展会——FHC上海环球食品展上，前来与我们交流的外国同

行络绎不绝。

我记得，在一次澳大利亚重要客户的晚宴上，他将我作为他“亲密的中国朋友”，介绍给在场的其他客人。当时，他眼中真诚的认可和在场其他客人的热情，让我感受到澳大利亚商人对中国市场的密切关注。

这也是从事中澳贸易10年来，我最深的体会——澳大利亚商人对中国市场的认可不断加强。越来越多澳大利亚商人清楚地认识到，抓住中国市场，就是抓住了机会，抓住了未来。我刚开始做和牛贸易时，主要是我们主动找澳大利亚牛肉商洽谈、进货。随着我们品牌在海外知名度不断提升，越来越多客户主动找到我们，希望通过我们的渠道在中国销售他们的和牛。

11月6日，澳大利亚总理阿尔巴尼斯访华，释放积极信号。我非常期待，中澳和牛贸易能够迎来黄金发展期。澳大利亚是牛肉行业的传统强国。中国市场对高端牛肉的需求非常旺盛，消费者对和牛品类的认可度不断提升，和牛需求增长空间充足。我对中国和牛市场的增长潜力非常有信心。

作为奔走在中国和澳大利亚的“放牛娃”，把更多优质和牛送上中国餐桌，是我的初衷，也是我的目标。相信肥美香嫩的和牛，将成为越来越多中国食客的舌尖美味。

（本报记者 高乔采访整理）



十一月八日，符应（左一）与同事在上海环球食品展的展位前合影。受访者供图

用歌声唱出中毛友谊的动人故事

高乔 蒋子豪



歌曲视频中的林海岩（左二）与毛里求斯儿童。受访者供图

“你的心、我的心、紧紧相依在一起；同风雨、心连心、好兄弟……”近日，毛里求斯唐人街基金会发布原创歌曲《命运与共》。这首歌由歌曲创作人、深圳大学附属教育集团实验小学指导专家陈善宝、毛里求斯唐人街形象大使李佳倪与毛里求斯当地歌手、中毛儿童共同演唱。歌曲视频（MV）中，陈善宝在毛里求斯与当地孩子玩耍、合唱。

“我们想通过这首歌曲表达毛里求斯华侨华人对中毛共建‘一带一路’倡议的真实感受，向海内外朋友分享中毛友谊的动人故事。”歌曲制作人、毛里求斯唐人街基金会会长林海岩在接受本报采访时说。

写就动人旋律

“在毛里求斯，我偶遇了一个小女孩，她的大眼睛忽闪忽闪的，非常有神。但因为家境经济状况不佳，她的童年几乎没有玩具为伴。对此，我感到很心痛。”陈善宝接受本报采访时说。

今年7月，陈善宝远赴非洲毛里求斯开展为期40日的公益之行。期间，他与林海岩共同前往毛里求斯首

都路易港了解当地民众生活现状。当地一些贫困家庭的生活场景深深触动了陈善宝。

“有很长一段时间，这些孩子的身影在我的脑海里挥之不去。”陈善宝说，“他们依然对生活抱有积极向上的乐观心态，令我感动。”与孩子们的相处时光让陈善宝写下了歌词和曲谱。此后，林海岩组织毛里求斯当地歌手录制歌曲。林海岩说：“录制过程中，好几名当地歌手都跟我说，这首歌的旋律很动人，歌词也很朗朗上口，排练真过瘾。”

留下感人画面

在MV中，路易港的孩子们围坐在陈善宝身旁。陈善宝抱着吉他，拨动琴弦。孩子们拍手打着节拍，身体也随着节奏摇摆起来。看着笑容洋溢在孩子们脸上，陈善宝也笑了起来。他们一同哼唱歌曲，享受音乐带来的单纯快乐。

歌曲总长3分钟左右，但拍摄制作过程历时约3个月。歌曲风格打磨、歌手现场拍摄、影视特效制作……制作团队在每个环节都精益求精。“视频中出镜的歌手对视频拍摄提出了许多建议和想法，大家

都希望尽可能呈现一个表达真情实感、富有激励力量的作品。”林海岩说。

陈善宝介绍，歌曲目前只有中文版本，因此在歌曲演唱中，中国文化元素有较多体现。制作团队则希望在MV中更多地体现毛里求斯特色元素，因此在中国和毛里求斯两地同时取景拍摄，配合陈善宝在路易港与当地孩子互动的视频素材，力求在MV中讲述中毛民众友好往来的故事。

林海岩介绍：“今年12月，我们将发布歌曲的英文版本，并邀请更多毛里求斯及非洲朋友进行演唱。”

体现中毛友谊

“我小时候住在广东省梅州市松口古镇，经常会有海外华侨华人归来建设家乡，其中就有来自毛里求斯的华侨华人，他们爱国爱乡，为家乡早期的教育和医疗事业做了很多实事。我是听着这些故事长大的。”陈善宝回忆。

近年来，中国与毛里求斯共建“一带一路”合作紧密。毛里求斯圣皮埃尔科特多沃综合体育中心、毛里求斯国家电视台、毛里求斯拉姆古兰国际机场、路易港邮轮码头大楼等标志性项目，均由中企承建。2019年，中国与毛里求斯合作修建的巴加泰勒大坝，改善了近40万人的用水状况，受益人口占毛里求斯总人口30%以上。

“毛里求斯的朋友和我说，大坝建成，受益的不仅是普通居民，还有周边工厂。以前供水不稳定的时候，工厂要向私人企业购水，现在谁都不用为水发愁了。”林海岩说，“我在毛里求斯亲眼见证了一个又一个中毛合作的基建项目落地。有了这些基础设施的保障，毛里求斯的发展动力更足了。我们也希望利用自身的资源，发动民间力量，织密中毛友谊之网，用歌声唱出中毛共建‘一带一路’的精彩故事。”

广告

2024 邮储信用卡

美好生活季

邮储小绿卡 逛到就省到

下载App参与

数据来源：中国邮政储蓄银行股份有限公司

2023年9月起，邮储信用卡焕新升级为“邮储小绿卡”，打造“一市一Mall”营销格局，在全国范围内的万达广场、吾悦广场等综合体开展信用卡特惠商户活动，综合拓展数量已达700余家，商户1.2万户，为客户提供优惠活动。

● 周六有机会领满100元减50元优惠券 ● 天天买单立减6—16元

名额有限，先到先得。更多活动详情及适用商户见邮储信用卡APP—超值优惠券。

扫描二维码

扫一扫更便捷

A股股票代码：601658

H股股票代码：1658

客户服务热线：4008895580

网址：www.psbc.com

绿色让生活更美好