

追梦人

东莞市厚街镇文化广播电视服务中心 主编
东莞市作家协会厚街分会

ZHUIMENGREN



中国出版集团
世界图书出版公司



追梦人

东莞市厚街镇文化广播电视服务中心 主编
东莞市作家协会厚街分会
ZHUIMENGREN

图书在版编目 (CIP) 数据

追梦人 / 东莞市厚街镇文化广播电视服务中心, 东莞市作家协会厚街分会主编. -- 广州: 世界图书出版广东有限公司, 2013. 12

ISBN 978-7-5100-7281-9

I. ①追… II. ①东… ②东… III. ①企业家—生平事迹—东莞市—现代 IV. ①K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 308988 号

追梦人

策划编辑 赵 泓
责任编辑 阮清钰
版式设计 文 竹
出版发行 世界图书出版广东有限公司
地 址 广州市新港西路大江冲 25 号
电 话 020-84459702
印 刷 虎彩印艺股份有限公司
规 格 787mm×1092mm 1/16
印 张 18.5
字 数 230 千
版 次 2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷
I S B N 978-7-5100-7281-9/F·0122
定 价 58.00 元

版权所有 翻印必究

《追梦人》编委会

主 任 林景畅

副主任 王智彪 黎启天

编 委 林景畅 王智彪 黎启天 卢锐霆

刘大和 黄云南

主 编 卢锐霆

副主编 黄云南

编 辑 张 勇 李建华 侯平章 许伊娜

目 录

Contents

- 001 序 / 林景畅
- 003 一位港商的藤艺人生
——记中艺实业有限公司名藤轩家具制造厂总经理蔡锦荣
- 011 创业路上永不言败
——记兴瑞集团董事长曹明波
- 019 迎风扬帆放飞“设计梦”
——记厚街本土家具设计师陈德光
- 025 40年躺着写作的本土作家
——记厚街桥头籍残疾人作家陈发枝
- 031 实干扬帆商海唱大歌
——记东莞骅国电子有限公司董事长陈宏钦
- 036 用镜头记录人生情怀
——记陈屋社区陈妹
- 042 立足诚信传扬厚街味道
——记鑫源食品有限公司董事长陈什根
- 048 二次创业路 擦亮老字号
——记东莞市邓福记食品有限公司经理邓沛林

- 054 她带领厚街女篮取得“七连冠”
——记原“厚街女篮”主教练杜锋
- 060 游走在都市边缘的“养鱼专家”
——记厚街镇农林水务局水产养殖工程师方刚
- 065 省级运动赛事上跑出5枚金牌
——记厚街残疾人方金海
- 069 粤曲悠扬韵味长
——记厚街粤乐社社长郭德桥
- 072 从魔术师到鞋业制造高手
——记东莞乔鸿鞋业有限公司执行董事郭俊宏
- 079 他在工业区内营造一方兰花世界
——记东莞芊美国艺的何金城
- 083 科研领头雁 百姓“手护神”
——记厚街医院沙溪分院院长黄潮桐
- 089 用汗水育出荔枝品牌之果
——记厚街大迳荔枝合作社社长黄志强
- 095 远赴非洲做志愿者的白衣天使
——记厚街医院内儿科护士长解琼
- 103 愿赌不服输的大迳姑娘
——记李氏食品饮料实业有限公司总经理李东晓
- 107 劈山引水造福乡梓
——记厚街新围村村民李福明
- 111 质朴风雅的“农民书画家”
——记新围社区李胜年
- 119 绿色家园的守护者
——记厚街镇护林员李运来
- 123 在角色转换中追赶梦想
——记厚街美林家私董事长林国扬

- 128 不待扬鞭自奋蹄
——记中级盲人按摩师林志标
- 132 寻求人生的一次次突围
——记晗之阳服饰辅料有限公司董事长刘占胜
- 136 搞活社区文化的热心人
——记白濠娱乐社副社长卢成枝
- 141 得失苦乐皆随缘
——记广东省书法家协会会员鲁家武
- 146 仰望天空的“追星族”
——记厚街竹溪中学教师莫小军
- 151 乡下妹转身装修行业“大姐”
——东莞好百年装饰工程公司总经理庞锦霞
- 156 匠心独运的蜡像工艺美术师
——记宏凯艺术品有限公司总经理彭凤郎
- 161 播种在希望的跑道上
——记厚街中学原副校长任洪文
- 167 铿锵玫瑰的职场跨越路
——记嘉华酒店集团副总经理施墨妮
- 172 绘出“生命的色彩”
——记中国国画家协会会员唐俊林
- 179 土生土长的平民发明家
——记厚街双岗社区万广明
- 186 “蹲”着走路站着生活的人
——记残疾民营企业王灿基
- 194 亲历厚街解放的老兵
——记厚街籍老干部王冲
- 200 30年热心公益不辍
——记厚街民营企业王春全

- 206 坊间和事佬成“全国调解能手”
——记厚街社区调解员王锦灵
- 213 一颗乐于奉献的铺路石
——记全国劳动模范、原东莞市地方公路管理总站厚街班工人王钧圻
- 219 从营业员到80后女行长
——记邮政储蓄银行宝塘支行行长王蕾蕾
- 226 从建筑工到收藏家
——记厚街社区居民王启彭
- 232 10年义务传武功，大塘武术耀岭南
——记厚街镇大塘武术麒麟队队长王树森
- 237 厚街文化的传承者
——记厚街退休教师王羽平
- 243 厚街首家上市民企缔造者
——记金叶珠宝集团董事长王志伟
- 248 坚守在教育第一线的“老兵”
——记广东省特级教师、厚街中学教务处副主任谢国庆
- 252 从“搬运工”到“制鞋机器人”之父
——记东莞意利科技集团董事长杨崇国
- 259 实现代工到自主品牌的蝶变
——记琪胜鞋业有限公司董事长尹积琪
- 264 情倾武台的太极女侠
——记香港国际武术节双料冠军余冬兰
- 270 让厚街濠粉香飘四季
——记厚街濠粉手工制作技艺传承人余球
- 276 在厚街追逐3D电视梦想
——记东莞市富立信影像科技有限公司董事长张保全
- 283 厚街首个农民工人大代表
——访厚街科技电业有限公司员工钟洁

序

厚街镇是莞邑四大名乡之一，自古物产富饶，商贸繁荣，人丁兴旺，人才辈出。在改革开放的发展浪潮中，厚街人厚德务实，敢为人先，激发了前所未有的创业热情，吸纳了来自五湖四海的创业人才，成为珠三角魅力四射的创业城市，是广大优秀人才寻梦、追梦、圆梦的热土地。

厚街镇文化广播电视服务中心于 2010 年起，在厚街电视新闻中开辟《厚街人物故事》栏目，对来自各行各业的创业者、追梦人进行宣传报道，有力弘扬了海纳百川、追求卓越的正能量。一个个热情滚烫的故事，一个个激情奔涌的人生，放飞梦想，精彩纷呈。

2013 年，厚街镇文化广播电视服务中心、东莞市作家协会厚街分会从 130 多个故事中撷取 50 个精彩人物，撰写成《追梦人》一书。通过深入细致的采访和精心加工提炼，以真实感人的文字，展现出改革开放新时代的人文精神，为厚街文学宝库增添了新的篇章。

目前，全国人民正凝聚力量，实现中华民族伟大复兴的“中国梦”。中国梦是国家梦，民族梦，更是人民梦。具体到《追梦人》的主人公们，是厚街生活中的创业者、织梦人，他们是各行业的优秀代表，他们中有凭借实干扬帆商海的企业家，有兢兢业业无私奉献的人民教师，有废寝忘食的医务工作者，有身残志不残的传奇人物，有传承传统工艺的传承人，有潜心追求的艺术家的，有把欢乐带给人民的民间艺人，有让人生的厄运结出智慧花朵的奋斗者。正是他们在不同的岗位散热闪光，用自己的行动擦亮厚街的星空，用智慧和汗水谱就人生的梦想。书中的人物故事像一粒粒珍珠折射出耀眼的光芒。

追梦人

人生如船，梦想是帆。生活是精彩的，必须有梦想、有追求、有奋斗。读《追梦人》，如同感受一个个精彩的生活，给人以感悟、以启迪；读《追梦人》，如同徜徉在厚街澎湃的改革发展浪潮中，体验波涛汹涌、高歌猛进的快感！

A stylized, cursive handwritten signature in black ink, reading '林景畅' (Lin Jingchang).

2013 年 12 月 20 日

一位港商的藤艺人生

——记中艺实业有限公司名藤轩家具制造厂总经理蔡锦荣



出身于藤艺之家的蔡锦荣，从父辈手中接过了这个家传的行业，并坚持不做贴牌，一心一意搞原创，掌握核心技术，走品牌化发展之路，最终勇创佳绩，令自己的产品走进了坦桑尼亚首府国事访问接待室。

在中国著名的家具之都——东莞厚街，有一个藤木家具品牌——荷比先生，十几年以来一直坚持走品牌化发展之路，坚持产品原创设计。“荷比先生”主要定位于中、高级藤木家具。“Hello Hobby”是“荷比先生”英语名称，意喻为“向有着共同爱好的朋友打个招呼”。虽然“荷比先生”历年来获奖无数，在业界也享有盛誉，但是，广大公众对其还是知之甚少。然而，央视新闻联播的一篇报道却史无前例地把这个品牌推到了聚光灯前，再加上从地方到省市以及国家级新闻机构和行业媒体的热情报道，越来越多的人知道了：厚街有那么一个藤木家具品牌走进了坦桑尼亚首

府，登上了央视新闻联播，该国的总统夫人用它的产品来接待我们国家主席夫人……

此举导致该品牌在售的同系列产品直接提价 10% 以上，而在新闻短片的佐证下，消费者毫不犹豫地掏钱买单。对此，荷比先生创始人蔡锦荣先生颇为自豪，“以前 32 美元都不买，现在几百美元甚至几千美元也有人买。”

大家不禁要问，一个国产家具品牌，何以有如此荣耀？

一世藤木情缘：从探索创新中走来

蔡锦荣出生于藤艺之家，自小在藤具家具厂长大。每天下课后，他都要帮工厂做事，因而对藤家具的制作和行业的发展，都有一定的了解。耳濡目染，他逐渐喜欢上了这个家传的行业，而且特别钟情家具的设计和制作。

从 1994 年至今，蔡锦荣在厚街已经度过了近 20 年的岁月，青春年华都付给了厚街。其间有失意、有成功，风风雨雨甘苦自知。

“当时刚刚上来开厂时，并不敢奢望要达到什么水平，只是希望延续香港的工作，不要失业。按照客户给的定单，我能赚到基本的生计，我就好满足的了。”

但是，代工的产品不但卖价低，而且企业还受歧视，这让蔡锦荣很不爽，却又无计可施。

不巧的是 1998 年金融风暴袭来，致使一些依赖出口定单生存的家具制造企业举步维艰，加上实木家具、布艺家具的发展日新月异，藤家具的生存空间受到严重挤压，蔡锦荣也一度步入事业的低谷。

“98 年本想结束这间厂，结束做藤家私的生意，甚至卖掉所有的物业，永久退休。当时我还很年轻，只有 39 岁，但是我已经找不到路，我觉得藤家具已经没落，再做下去会越做越困难。”

但是，就这样结束自己专注多年的事业，蔡锦荣心有不甘。此时，东莞的一位朋友建议他到外面去走走，观摩学习，或许会有意想不到的收获呢！于是在接下来的一段时间里，他先后远赴北京、上海等地考察，从而萌发了做藤木家具自主品牌的想法。

“置之死地而后生，一定要有一些创意的变化，我就不断思考，终于被我想到，藤是比较柔软的，缺乏价值感，如果可以加点实木的工艺，那做出来的可能是全球都没有的家私。”

藤是一种生长在热带森林中的棕榈科攀缘植物，最长可超过200米，也正是它管导型的结构，韧性强，并能透过上等工艺将它演化成不同的线条美的优点，使得它成为制作家具的上等原材料。荷比先生藤木家具的藤材主要采用的是印度尼西亚的“玛瑙藤”，此藤堪称“藤中之王”，具有藤条粗壮、匀称饱满、色泽均匀、质轻而坚韧等优点。家具的木构虽不求名贵，但均为优质木材，精工细作打造而成。

“一般而言，玛瑙藤制作的藤木家具比较受名人、艺术家青睐。”

经过两年多时间的研发，2000年，蔡锦荣成功推出藤木结合家具，打造出高端工艺家具品牌“荷比先生”，并于当年3月份在厚街举办的名家展中一炮而红，让那些曾经挑剔无比的国外采购商刮目相看。

蔡锦荣坦言自己很看重名家展。从2000年开始，他们公司每年两届都参展，而且每届展厅的位置都在同一个展馆的同一个地方，算是持续参展企业中最稳定的一个吧。在十几年的展会中，他们获得了很多奖项，厚街无疑是品牌的福地。蔡锦荣坦言自己公司的荷比先生的藤木家具称得上是世界上最美丽，最有创意和最耐用的家具之一。它兼取了藤之柔和木之刚的优点，使家具更具造型变化，更具优雅品味。黄金藤柔韧性好、透气性强、质感自然、手感清爽，符合人体力学和工程学原理，非常舒适美观。“木”的稳重和“藤”的艺术感完美地结合在一起，再配以布艺的衬托，艺术而和谐地搭配组合，就是我们独一无二的“藤木家具”——荷比先生。

它或豪华、大气，或精致、富丽，或简约、典雅，特别能配衬各式别墅、豪宅以及各式创意装潢，为其增添无限魅力，有效提升居住环境的格调和品位。

他们销往国外的家具大多是在厚街名家展上拿到的订单，而国内的销售也有很大一部分来自名家展。它为蔡锦荣自己企业的发展带来了莫大的帮助，

目前，“荷比先生”藤木家具的专卖店已经覆盖中国的大多数城市，

成为高档藤木家具的代名词；而在海外，依托众多世界级国际企业联盟，“荷比先生”的优质产品正走入世界各国的千家万户。

天赐的礼物：原创品牌亮相国事访问接待室

2013年3月下旬，习近平主席携夫人彭丽媛出外访问，其行程备受关注，特别是彭丽媛，她的一举一动都成为媒体关注的焦点。这一切都源于“丽媛style”，她的气质、她的作风、她的精神风貌，还有她的穿衣打扮。彭丽媛不走寻常路，一路出访皆穿用国货——着国产服装、拎国产手袋、穿国产皮鞋……尽情展示中国的软实力，赢来赞誉无数。彭丽媛的举动让广州的原创服装、国产手袋品牌相继爆红，出访坦桑尼亚期间发生的一个小插曲，也把厚街的原创藤木家具品牌荷比先生推到世人眼前。

3月25日，央视新闻联播播放了一条新闻：习近平主席夫人彭丽媛在基奎特总统夫人的陪同下，参观访问了坦桑尼亚妇女与发展基金会。据知情人爆料：她们亲切交谈时所坐用的沙发、椅子正是东莞厚街所产，它就是原创藤木家具——荷比先生。消息一经发布，信息时报、厚街电视台、羊城晚报、大洋新闻、和讯网、搜狐网等大众媒体纷纷报道，中国木业网、中国名家具网、新浪装修家居网等等专业媒体也纷纷转载、置评，一时间街知巷闻，大家都知道厚街有个家具品牌远销海外，并且走进了元首贵宾接待殿堂。

该品牌创始人蔡锦荣坦言首先发现这个秘密的是他们公司北京地区的一名经销商。当晚这名经销商发了一条短讯给他，说在新闻上看到一款沙发非常像我们公司的产品，图片就是主席夫人与总统夫人交谈的电视画面截图。蔡锦荣看过之后，确定它就是自己多年来辛勤经营的品牌，当时心情十分激动的他就编了一条微信发到了群里，想让更多的人分享自己的快乐和喜悦。

一发到群里就有人质问蔡锦荣凭什么认为远在万里之外的非洲国家元首贵宾接待室的这款沙发就是他的产品，也有人起初以为他在肆意炒作自己的品牌产品。细聊之后，许多人才纷纷竖起了大拇指。

虽然市场上的家具千姿百态，但是高端藤木家具还是比较少的，因

为工艺较难，用材较偏。更重要的是，蔡锦荣所经营的产品在世界上独一无二，因为都是原创的，有着自己独特的工艺和设计理念。而且，在截图中，他还看到了他们品牌特有的商标铭牌，粘贴的位置也在固有的部位。

“十几年来，我们只出售产品，从不接受贴牌，就算有风格接近的，也只能是仿品，我们很多工艺和设计都申请了专利保护，在高端藤木家具界绝无仅有。”

那一款产品是荷比先生中亚历山大系列的第二代，应该是在2004年卖出的。

蔡锦荣的微博发出之后，中国的很多媒体迅速反应，都相继发布了相关新闻，有些电视台还进行了重点报道，他完全没有预料到新闻界会有这么大的反应。当时蔡锦荣只是想将这一喜讯告诉更多的人，没想到在新闻界的朋友看来，却是十分值得报道的事情。其实，这些年来，蔡锦荣的品牌得了很多的奖项，有些他们自己看得比较重，媒体却兴趣寥寥。而有些东西，他们习以为常，媒体却如获至宝。

其实，蔡锦荣的家具之所以能够引起媒体的广泛关注，正是借了“中国原创”的东风，主席夫人出访穿的服装是中国原创品牌，拎的手袋也是……她的举动大大提升了“中国原创”的知名度，大大提升了“中国原创”品牌的自信心，为中国原创品牌走向国际起到了不可限量的推动作用。就在社会各界热议纷纷的时候，蔡锦荣的原创藤木家具出现了，所以被媒体褒扬一番也就在情理之中了。

在这种情形之下，虽然外界新闻十分热闹，但因为涉及国家领导人和中国的形象，蔡锦荣公司并未对此事进行过多炒作。他们只是在电脑内储存了新闻的相关视频和照片，在必要的时候播放给客人看。客观的讲，这个事件提升了蔡锦荣公司品牌的知名度和美誉度，对于专卖店的销售也起到了一定的促进作用。在新闻事件曝光后，售价高达400美元的系列家具的销量增加了一成。

“我们各专卖店电脑内都有视频，客人看到后认为用事实说话，就立刻下单购买了。”“我们的产品比较贵，走的高端路线，这款产品作为公司主打产品此前销量也不错，这次增加一成也不容易。”谈及这些，

蔡锦荣满脸微笑，微笑背后透露出的却是自己多年来对原创品牌坚持不懈的经营。

不走 COPY 路：坚持自主设计

蔡锦荣创制藤木家具，坚持原创设计，掌握核心技术，引领中国家具打破 copy 时代的潮流，让原创设计闪耀行业，也让家具品牌走出国门，在国际市场站稳脚跟。他认为，一个品牌要想在世界品牌之林拥有一席之地，要想在市场上拥有话语权，就必须坚持原创，必须掌握核心技术。

对于原创二字的深层次含义，蔡锦荣有着不一样的深刻体验。中国的改革开放始于 1978 年，当时中国的科技和文化还比较落后，百业待兴，工业设计方面更是缺乏。很长一段时期内，中国的家具业弥漫着一股 copy 风，不少产品都在模仿其他国家。虽然这是工业发展走捷径的必经之路，但在国际上，中国的家具因此给人留下只会 copy，少有自己的创意和品牌，以及中国产品都很便宜的不好印象。刚开始蔡锦荣做的是纯藤家具，接的都是出口定单，生意的成败都取决于外国客户的态度。

“大约 1994 年，一名美国批发商来中国采购家具，我给他报价 32 美元。可是他仍嫌贵，不仅嫌贵，还特别不讲道理。他说，在菲律宾等国家花这个价钱采购可以接受，可是在中国，就不能接受。中国的家私不应该这么贵，中国的就应该比人家便宜，只能给到 20 多美元的进货价。”

所以，要想改变这一状况，我们就必须原创，必须拥有自己的品牌，原创藤木家具品牌荷比先生应运而生。谈及“原创”二字，蔡锦荣侃侃而谈之间，每一句话都充满力量，掷地有声。

然而坚持做原创，说起来容易，做起来却非常艰难。坚持做原创考验的是毅力，是耐心，更是信念。原创设计费时费力，代价高昂，远没 copy 来得轻松自在，但是，蔡锦荣觉得自己必须走这条路，否则，就永远拥有不了定价权，永远掌握不了话语权，永远拥有不了自己的品牌。比如他们公司的新产品“森林之星”，经过了无数次的修改和调整，才完成整个系列的配套。虽然卖相不错性价比也蛮高，但是，在经典款式的对比下，还是卖得不够火。新品研发就是这样，它的高风险和高成本就体现在这里。

十几年以来，蔡锦荣带领着自己的团队只生产、销售高端藤木家具，这使得他们的品牌成为国内数一数二的最具原创力，最优秀的藤木家具品牌。在国际藤木家具界，也拥有一定的声望和地位。因为坚持原创，他们的产品更新换代比较慢；因为只生产藤木家具，它们的产品结构也比较单一。但是从另外一个角度来看，恰好体现了他们品牌的专业性。

经过市场的多年检验后，蔡锦荣公司的很多产品都已成为经典，备受推崇。因为坚持原创，他们现在卖家具的境遇早已不是以前给人代工时期可以相比的。

“今时今日，经过努力，做原创，我们的产品外面是找不到的，顾客就不再觉得中国的家私只有便宜货了，是值得的，是真心愿意买的，不再讨价还价，这就是我的成就。”谈到这里，蔡锦荣脸上流露出骄傲的笑容。

从不做贴牌：确保品牌的质量和唯一性

坚持原创坚持生产自己的品牌，这个过程之中也会面临众多问题。比如国内市场和国际市场，如何区分把握？以产量占领市场还是坚持精品专卖？面对高价贴牌，你会如何选择？这是不少企业发展到一定阶段后都会面对的难题，而蔡锦荣给出的答案，或许会让不少人感到惊讶。

蔡锦荣坦言为了保证产品的质量和自己品牌的独特性和唯一性，自己从来不给别人贴牌生产，尽管他们开出的单价也不错。

蔡锦荣说自己可以对全世界骄傲地说，中央电视台新闻联播中主席夫人坐用的椅子就是自己公司的产品，因为椅子上有自己公司的商标铭牌。如果是贴牌的话，自己公司只能面对这样的尴尬：别人拿着我们的产品宣传他们的东西有多优秀，而真正的设计生产者却不能做任何声张，因为商品上标着的是别人的牌子。

“多么庆幸这一幕没有发生，相信永远也不会发生。”

蔡锦荣说，自从产品火起来后，陆续有不少客户——包括国际上的买家，提出给他们贴牌生产，但他从来没有接受。因为那样一来，会砸了自己的招牌，扰乱高端藤木家具市场的秩序，更主要的是违背了自己原创品牌的初衷。