

「東池便當」溫情滿人間

—專訪溫州台商協會會長張憲清

◆文／耿梓墨



▲溫州台協張憲清會長。

「東池便當，真好吃，棒棒棒！」一群非裔黑人小男孩在茅草屋旁，拿起用白色粉筆寫上漢字，興奮地激情用中文吶喊「棒！棒！棒！」喊完後，還不停在鏡頭前揮舞雙手。這是東池便當玉環加盟店，遠赴非洲舉辦送「愛心便當」的溫馨活動。

不只是遠赴非洲的愛心活動，今年初的凜冽寒冬裡，東池便當還把「台灣鹹粥」送到溫州各個區縣，溫暖人間的各個角落。東池餐飲管理公司負責人張憲清感性地說：「照顧老人，關懷環衛朋友，是大家的責任！」

「一棵大榕樹，一座紅日亭」，已成為溫州的「道德地標」。今年1月，東池便當煮了一鍋又一鍋的台灣鹹粥，熱呼呼地送到了溫州的紅日亭，在懸掛「寒冬送暖，東池台灣鹹粥，情暖紅日亭」紅布條，愛心滿滿，前來吃粥的人們大排長龍，也大快朵頤。



▲「東池便當」寒冬送暖，把台灣鹹粥送到溫州各縣市。

溫州：中國猶太人的故鄉

回憶起 2003 年，張憲清在某個機場買了一本《溫州人商道》的書，在機上翻讀時，他看到書中寫一句頗具哲思的話：「溫州人不找事做，而是找事業做。」猶如坊間有一首民謠這樣說：「十個溫州人九個商，還有一個會算帳。」

溫州人是最早經商的一個群體，也是最早致富的一個群體。溫州人走遍天下，佔據了許多人不同意碰觸的商業領域。他們從修鞋子、開髮廊等小的生意開始，漸漸積累了大財富。

而溫州人卻一直很低調，有的人成功後謙稱：「我只不過是個修鞋匠嘛！」正是這種踏踏實實、苦幹實幹的做事業態度，讓他們積累了越來越多的財富。

在一般人眼中，溫州人被視為「中國的猶太人」，霸氣、足智多謀，又因為語言關係，格外團結，他們的商會遍佈大陸與世界各地，但對於外來的品牌和產品，接受度不高，甚至有排外的傾向，要能接受外來的新產品，實屬不易。

就從張憲清待在溫州，生活在這個「中國猶太人的故鄉」，與溫州人親身接觸，格外深刻。他說：「溫州人抱團，相對也比較排外，但只要融入他們，這種特性就能帶來很大幫助。」

張憲清在溫州打拼了十多年，融入溫州這座城市的同時，也藉助「溫州商幫」滾雪球般的力量，把他的品牌帶到了中國大陸的各個城市。

廣告人變身便當店老闆

張憲清於 1955 年 6 月 1 日出生，台灣省南投縣人，中國文化大學美術系畢業後，從事廣告業 30 年，曾任台北平方不動產公司負責人、爾法廣告公司負責人、越南新城建設公司負責人，

現任東池餐飲管理公司負責人。

在到溫州創業之前，張憲清曾經是台灣資深的廣告人，早年出身於聯廣創意，曾為不少客戶創造品牌知名度與高銷售率，也自創的爾法廣告，在業界奠定了穩固的基礎。

然而，隨著奧美、李奧貝納等大牌廣告公司紛紛搶進台灣市場，本土廣告業者生存日益艱難。而相對於「一年做了 8,000 萬，有 3,000 到 4,000 萬帳款，要款難」的廣告業，擁有穩定現金流的餐飲業，讓張憲清頗為心動。

在 2004 年，張憲清的弟弟在溫州開了第一家東池便當店。張憲清原本只是幫忙弟弟到溫州做廣告，也就是設計視覺廣告及推廣策劃，始料未及的是，驚見大陸經濟蓬勃發展，發現溫州市場極大。

於是，他決定「不務正業」，從廣告業跨足到餐飲業，走入他所形容「這個不起眼的小行業」，搖身一變，從廣告人成為了便當店老闆。

張憲清介紹，「東池便當」是一家專門經營白領套餐的配送機構。以一流的廚師隊伍、專業的服務人員、經驗豐富的廚房管理者為核心團隊，力求打造傑出的餐飲服務中心。突破傳統速食菜色單一、服務老套的固定模式，推出菜餚搭配豐富、營養均衡的中式「便當」。

環保要求 網上自主訂便當

面對當今網路時代，張憲清說，「東池便當」透過互聯網自主選擇，為整日坐在電腦前忙碌的白領族、粉領族，提供更有營養價值、更衛生健康、更經濟實惠、更有飲食欲望、更有現代感的可口美食。

「東池便當」是台式盒餐，以優美木盒包

裝、環保衛生、美味可口，東池便當最重視米的品質。米飯採用世界上僅有的三塊黑土地產之一，所種植的優質稻米蒸煮而成，米質粒粒晶瑩剔透，稻米飽含了黑土地裡豐富的營養、純香爽口，營養成份特別高。

為因應新時代的環保要求，「東池便當」堅持品質，健康衛生，所有材料的精心選擇，烹調技術的嚴格講究，環保衛生的重視落實。

民以食為天，中國大陸 13 億人口的龐大市場，因大陸沿海一線城市，與內陸二三線城市，城市發展空間有落差，張憲清估計，餐飲業產品的接受時程，可能會花到 10 年到 20 年的時間，才可能發展成熟。

「那個時候大家提起溫州，可能第一個想起的就是『炒房團』。當時溫州的經濟非常繁榮，所以我弟弟選擇在溫州開店。」回憶起最初創業時的選擇，張憲清很慶幸自己落腳溫州。

相對於上海等競爭激烈、成本高昂的大城市，經濟繁榮的二三線城市無疑是「小生意」起步的好選擇。而在溫州十多年，「東池便當」從最初當地人不懂「便當」、「盒飯」為何意，到如今家喻戶曉的「本土」品牌。這種融入與轉變，也為張憲清的品牌在中國大陸各大城市推廣帶來了巨大的助益。

借力使力 溫州商幫助推品牌

2017 年 9 月，張憲清當選溫州市台商協會第九屆會長。從十多年前在溫州開出第一家門店



圖／張憲清提供
▲強調正宗台灣口味的東池便當廣受大陸消費者喜愛。

到如今在大陸展店 400 多家，張憲清所經營的「東池便當」已成為溫州人家喻戶曉的「本土」品牌。

張憲清說，他根本不需要對外招商，只要經營好品牌和產品，在當地做出好口碑，在各地做生意的溫州人，就會主動把「東池便當」的品牌帶出去，向外推廣，透過溫州商幫一傳十、十傳百的力量，東池便當向武漢、合肥、成都、重慶等內陸大城市擴張，逐鹿中原。

「幸運的是，溫州人已經把『東池便當』認同為陪著成長的家庭廚房，成為大家共同的語言與記憶。」張憲清滿懷感激地說。

也正因為如此，透過溫州商幫「借力使力」，東池便當才能快速向全大陸各地發展，適逢大陸的快速變革「互聯網化」，這是世界工業革命之後的最大巨變。

在溫州打拚十多年，張憲清感受著大陸城市快速發展與經濟結構的巨大變化。台商從十多年前的禮遇如今不再具有優勢，加上，大陸電商網路平台快速崛起，衝擊傳統餐飲業，張憲清在不斷適應新環境的同時，亦堅持自己穩步發展的理念。

「這已經不是台灣人能理解與適應的發展，必須身處其間才能體會，」張憲清說，「中國大

陸是全球最大工廠，也是全球最大消費市場，如果可以，年輕人一定要把握這時代的難得契機。」

西進最佳時機 也是冒險家樂園

現在到大陸發展的台灣年輕人，張憲清認為依然是最好的時機，也是冒險家的樂園。

張憲清說，「台灣還有很多高科技的東西，年輕人如果能夠掌握好，在台灣還是有機會。但普遍來說，大陸的機會更多，特別是對有企圖心的年輕人來講，因為大陸的市場太大，如重慶、上海，一個城市的人口都超過台灣。」

在張憲清看來，除了巨大的市場，全世界也只有在中國大陸做生意有台辦這個單位，專門幫助台灣人協調處理問題，溫州對在溫創業就業台商服務非常熱心周到。「對台灣人來說，這是

機會最好的時候。即使現在不像十多年前，但比其他地方還是有優勢，所以要把握機會好好去做」。

張憲清語重心長地說，20年前那樣的台商黃金歲月已經不復存在，眼前要面對的是「大膽創新、大量資金、大幅躍進、跳躍式的成長與發展」。他認為，當前台商能做的只有「穩中求進」，「一步一腳印」踏實去做，但是「速度要快」，因為大時代的巨輪是不會停止，也不會等人。

張憲清總結說，他曾經在東南亞經商失敗過，當時的無助無奈，對比現在不可同日而語，不管兩岸政治關係如何，在同文同種的優勢下，台灣的機會比日本人好，比南韓人好，這時代的台商，算得上是天賜良機，好好思考如何把握，方為上策。👉

廣告

兩岸智慧財產權協處機制

建立目的	適用對象	適用範圍
依據「海峽兩岸智慧財產權保護合作協議」第7點規定建立，期以更直接、有效及快速的方式，協助國人解決在大陸地區面臨智慧財產權的問題，以提升智慧財產權的創新、應用、管理及保護。	台灣地區之政府機關、法人、團體、個人及大陸地區的台資企業。台資企業係指台灣地區法人、團體或個人赴大陸地區投資或轉投資經營之農工商等事業。	智慧財產權為私權，且採屬地原則，因此，智慧財產權在中國大陸遭受搶註、仿冒或盜版時，仍須由權利人依照大陸相關的法令，提出救濟，政府係以協助的立場，幫助權利人解決問題。

以書面或電子郵件提出，書面請寄送經濟部智慧財產局（106台北市辛亥路2段185號3樓）；
電子郵件請寄送以下受理窗口：

受理方式及窗口	商標案件	專利案件	著作權案件
	電子信箱：wem00347@gmail.com w00347@tipo.gov.tw 洽詢電話：00886-2-23766152 王科長	電子信箱：sandy00443@tipo.gov.tw 洽詢電話：00886-2-23767788 吳科長	電子信箱：iling00533@tipo.gov.tw 洽詢電話：00886-2-23767140 吳科長

如要了解更多詳情，歡迎與各窗口聯繫，或瀏覽經濟部智慧財產局「台商在大陸地區智慧財產權益維護專區」（<http://www.tipo.gov.tw/np.asp?ctNode=7676&mp=1>）