

台湾学子访台商：“在宁波挺好的”

实习生 庄佳霖 记者 王婧



听说要采访“柏谱”音响的创始人、宁波升亚电子有限公司负责人黄新民，我很兴奋，不只是因为他也是台湾人，还因为我对音响很感兴趣。

上世纪90年代，出于节省人力成本的考虑，黄新民将音响产业从台湾转移到宁波。从1999年建厂至今，他在宁波创业已近20年了。

7月25日下午，我们赶到位于镇海的升亚公司时，黄新民去了研发中心。他的办公室里摆满了各种大大小小的音响。

等了一会儿，门口出现一位穿着短裤拖鞋的老者，他满头大汗，一边停自行车，一边连连说着抱歉。

一坐下来，他就热情地询问：你在这里多久了？生活习不习惯，吃得怎么样？

“尽管问，问什么都可以。”采访中，当我们稍有停顿，他就会急切地说，“快问啊，继续问啊。”

经过一番交流，我们发现，“让普通人听到好声音”的背后，是这位63岁的老人对音响品质的高度坚持和不懈追求。

台商黄新民 “这里的市场非常大”

把爱好变成事业

“从小我就喜欢摆弄小电器，尤其是音响，会自己去拆解和组装。”黄新民说，音响是他一生的爱好。

“早期在台湾是没有人教怎么做扬声器的，一切的一切都是靠自己上大学摸索学习而来的。”黄新民告说，生产音响每个环节都很难，最难的是“鼓膜”，因为“鼓膜”的厚薄、大小真的是“失之毫厘，谬以千里”，需要不断地从测试中获取经验，再一次次改良。

在见我们之前，他一直在监督公司产品研发的进度。热衷于研发和创新的他每天都会往返于研究中心好几趟。“我就是公司的研发主角！”他不无风趣地指着自己的脑袋说。

“创新是企业的核心竞争力，只有时刻绷紧了这根弦，才能生存下去。”黄新民说，这么多年，他也见证很多台商在宁波的沉浮，“眼看他起高楼，眼看他楼塌了。”

黄新民说，前期来宁波设厂的台商几乎都以轻工业为主，来到这边如果没有再持续做产业创新的话，在整体产业转型的时候很快就会被淘汰掉。

为了转型升级，节约人力成本，他很早就投入了自动化生产线。“以往要人工用胶水黏合音响，不仅效率低，人力成本高，而且产品质量参差不齐，自动化以后这一问题就迎刃而解。”黄新民欣慰地说。

“要成为中国的JBL”

“做音响是热门中的冷门。为什么这么说呢？因为很多人有兴趣，但他们都不会做，这就有钱赚。”黄新民说，他们本身的技术很难被抄袭，就拿开模来说，开模非常贵而且技术门槛很高，一般人就算把整个机器拆开了也很难去复制。

“真正的好声音是无声似有声，怎么理解呢？就是你在一个空间里面听音乐，环绕在你周围的只有美妙的音乐，而你却不知道这音乐是从哪里发出来的。”紧接着，他就开始放音乐，要给大家“洗洗耳朵”。

给我们印象最深刻的是一款名为“魔音柱”（Upstage 360）的音响。“这款音响的特色是360°全声场音响，你不论站在音响的哪个方位，听到的声音都是一样的。”

更神奇的是当我们闭上眼睛听交响乐的时候，会很明显感知到每个声音是从当时哪个位置发出来的，甚至连敲鼓时候鼓皮震动的声音都能清晰地听到。

“是不是有种亲临现场、历历在耳的感觉？”黄新民说，音乐就是有一种魔力，他喜欢用音响重新定义了“魔音传脑”。

“我们要成为中国的JBL（美国公司，全球最大的专业扬声器生产商）！”黄新民自信地说，目前他们光扬声器就开发出3000多种，耳机、蓝牙音响等产品都在持续研发中。

尽管在不断地追求音质的完美和技术的突破，但他们的产品始终不是设定给高端的消费族群的。“音质好、价格亲民才是我们追求的。”黄新民说。

“这里的市场非常大”

谈到为什么会选择来大陆发展时，黄新民毫不讳言：宁波政府对台资企业有很好的优惠政策，比如土地和税收减免等，这减轻了企业不少负担。

“在宁波挺好的。”黄新民一脸满足的神情。

“那您将来会不会把企业迁回台湾？”我们好奇地问。

这时，黄新民故作神秘地反问：“你知道一个地方要有多少人才会形成一个内需市场吗？”

“8000万人！而大陆有十多亿人，这里的市场非常大！”黄新民说，特别是近年来，大陆人民的生活水平快速提升，消费需求也有了质的飞跃。

而他的公司之前一直在做外贸，占了营业额的98%。正是看到了日益成熟的国内市场，如今他正在逐渐转向内需市场。

“准备借助互联网平台打响自己的内销品牌。”黄新民说，为此，他还特地从台湾请来了线上销售专业人员助阵。

黄新民今年63岁了，正遭遇着企业传承的烦恼。

“儿子不愿意接手，等自己实在折腾不动了，很可能以后就直接卖掉了。”黄新民尴尬地摊摊手说。

不过，能将毕生献给爱好，也是他至今最欣慰的事。