

入驻日本邮政，只此一家

中国留学生开公司令日本本国企业叹服

留学生创业者刘钊，他的公司成为全日本唯一进驻日本邮政的企业！



■ 2015年刘钊(左)与时任日本邮政近畿邮便物流法人营业部部长合影



■ 2013年信息技术硕士毕业的刘钊

刘钊，日本铭东株式会社总裁。在他名下的是一家于2013年成立、迄今创业仅5周年的物流公司。成立仅仅2年后，这家公司就成了全日本唯一进驻日本邮政的公司。2015年8月，“铭东”进驻大阪市东邮局营业集合推进部3层，单层作业面积达1200平米。2016年，同一大楼的第4层也由“铭东”使用，作业面积达到了2400平方米。2016年12月，在“铭东”创业3周年的晚会上，当时日本邮政株式会社近畿支社副支社长田中保先生在现场郑重宣布：铭东株式会社的邮政业务量位居近畿地区(关西地区)第一名。

作为一个留学生创业家，刘钊在日本是怎样取得成功的呢？

刘钊，中国山东省青岛市人。2011年10月，他在中国的大学日语专业毕业后东渡日本，进入京都情报大学院大学攻读硕士。凭着日语专业的优势和从1999年起就开始自学计算机知识打下的根基，他选定的研究方向是“基于IT技术的供应链管理”。

2013年，刘钊硕士毕业时，意外获得了一个参加某船运公司企业招聘说明会的机会。中文、日语、英文、IT和物流的专业知识都具备的刘钊当时跟这家公司的人事担当谈得非常好，他以为自己一定能入选。然而

事与愿违，这家船运公司连笔试机会都没有给他！刘钊后来仔细分析了缘由，觉得可能是因为自己用了打印版、而不是手写的履历书。那家公司，刘钊几年后翻看邮箱才注意到，原来是业界大名鼎鼎的“SITC海丰”。

刘钊只参加了这一家企业的说明会，爱赌气的他马上决定自己创业，遂于这一年的9月在大阪中央区的一幢公寓内创办了“铭东株式会社”。刘钊注意到当时由于日元持续走低，日本的纸尿裤、电器、化妆品等产品渐渐被中国消费者所关注，而中国的消费者在日本的电商平台上又没有直接购买的途径。“铭东”初期的商务模式就以物流转运为

主，由“铭东”提供日本的地址给海外消费者，海外消费者使用他们提供的地址进行海淘下单，再经由“铭东”转运回国。

公司创立之初，经营上的困难显而易见。为了获得人们的信赖，刘钊不管是什么样的场面，他都会带着诚意，坚持不懈，为了构筑良好的人际关系而努力。在业务推进的过程中，他结识了日本邮政株式会社的很多朋友，得到了来自日本邮政的很多帮助和指导，也因此跟日本邮政产生了深厚的合作关系，并在2015年进入到了大阪市东邮局的办公和经营场地，也由此成为了目前全日本唯一一家入驻日本邮政内的企业。刘钊说：“这

么多年来，即使是日本人经营的企业，都从未入驻国家邮政——日本邮政，但是如今在日本的中国人做到了，这也是在日本企业面前非常自豪的一件事。”

除了日本邮政的支持，在进行物流服务过程中纸箱等耗材需求巨大的“铭东”也得到了相关厂家的支持。最初，刘钊是在HOME CENTER购买纸箱的。用量增加后，他干脆直接与厂家联系请他们报价，最后他选择了给予最快回复的株式会社内本商会的产品。该公司的上原先生每次都非常耐心、非常礼貌地对“铭东”的需求给予及时回应。后来“铭东”搬家，上原先生得到公司老板的许可后，还调配了日常派送使用的两辆载重2吨的卡车和4名工作人员一起帮“铭东”搬家。

正是由于多方关照，“铭东”的邮政业务量很快在2016年达到日本关西地区首席的位置，2017年更是成了关西地区第一名、日本全国第三名。仅2018年3月，“铭东”单月支付给日本邮政的费用就突破1亿日元，达1.03亿日元。2018年12月14日，专程参加“铭东”创业5周年活动的大阪东邮局局长高桥诚司甚至说：“对于日本邮政来说，‘铭东’打一个喷嚏，我们都要颤抖般存在了！” 蒙令华

感受鲤鱼旗飘扬的男孩节



很多日本动画片中出现过色彩缤纷的鲤鱼旗飘扬的画面。如果你5月初到日本旅行，就能随处看见这样的真实场景了，因为每年5月5日是日本的こどもの日（儿童节）。现在这个节日已不仅仅是儿童的节日，而是成了日本的公休日，是放假天数达到十连休的“五一黄金周”的组成部分。这一节日在日本主要与男孩子有关。日本另有每年3月3日的“女孩节”，节日期间在室内供奉偶人和摆放桃花以祝福女孩。

日本的儿童节之所以悬挂鲤鱼旗，跟中国“鲤鱼跳龙门”的传说有关。公元834年，日本就把5月5日(中国的端午节)定为节日，端午节放鲤鱼形风筝的习俗传到日本。14世纪的室町时代，只有武士家才有资格在竹竿上悬挂这种风筝，到江户时代渐渐在民间流传开来。风筝形状也更加漂亮，一直延用至今。为了祝福家中男孩健康，每户人家都会用纸或布做成状似鲤鱼的彩带，串在竹竿上并绑上风车挂在屋顶。鲤鱼迎风摆动，犹如在海里遨游，传说鲤鱼是能跃龙门的，所以暗喻男孩能像鲤鱼那样朝气蓬勃、奋发有为。

如果5月5日这天你去东京塔参观，就能看到东京塔推出的333条鲤鱼旗和一条长6米的秋刀鱼旗。不过，这面旗跟儿童节无关，象征的是2011年东日本大地震灾区的重建工作。

黄萍

上图为节日里东京塔随处可见的鲤鱼旗

从细节处感受日本超市 付款之后最体现服务质量

日本华人向你推荐

来日本生活久了，逛超市就成了家常便饭。日本大中型超市的整体环境，基本上都格外干净，商品新鲜，摆放有序。这些超市在细节上特别能让人感觉到其服务质量，实在是值得大大点赞。

跟中国不同，日本超市里卖的蔬菜没有散装的，也无需称重，都是成捆或成袋地包装好，规格、重量、品质和价格都是统一的。水果通常论个卖，或者包装成袋出售，根本不会让客人挑拣拿捏后再去称重。猪肉、牛肉和鸡肉等肉类也不会有现场切割称重，都是包装好的，买回去完全不用处理和清洗，直接就可烹饪。此外，日本超市的肉类极少见带骨的，都已由超市加工剔除了，这样就不容易在家里产生生活垃圾。

日本的大型超市都有店歌，像已经进入中国的永旺(AEON)超市，每次去都能听见；每周至少有一天是优惠日，店里的广播会反复放广告歌曲，提醒人们当天有优惠。

日本也有不少24小时营业的超市，有的甚至是大型超市。深夜通常会有少数在清洗地面



■ 肉类全部洗净、去骨，分装出售



■ 收银台外面设有干净的整理台

的工作人员，有少部分区域(比如海鲜区)不开放，收银员也只有一个，但顾客再晚都可以走进超市。

日本的大型超市早已推出半自助和全自助付款。半自助就是收银员对商品扫码后，自己去自动机器上付钱。全自助就是完全自己操作。

和中国一样，日本也不鼓励使用塑料袋，多数超市对于大的塑料袋是要求付费购买的。不过，把肉类和其他熟食分开的小塑料袋还是免费的。

除了选购商品，最能体现日本超市服务质量的应该是付款之后。收银员收钱后，会帮顾客把买下的货品放到一个购物筐里，顾客就到外面的整理台自行整理。每个大型超市，收银台外面都有一片宽敞的区域，放置着多达10张整理台，上面摆放一些免费的广告杂志、包装绳，同时备有小的免费塑料袋供客人选用。如果买的东西多，整理台旁还备有许多可折叠的纸箱，自己重新打开就能用来装东西。在整理台附近，还有可自取冰块的机器，给顾客用来冰镇需要冷藏或冷冻的食品。也有像微波炉这样的设备，供顾客加热食品。

林佳

信息速递

传承 600 年 “堺刃物”等你来赏

不少中国人喜欢日本的菜刀。在日本堺市就有一个“堺 HAMONO 博物馆”，正式名称为“堺刀具传统产业会馆”，主要展示的是传承 600 年传统的“堺刃物”，以及其他一些堺本地产业的资料。

在常设展示室内，可以看到占日本全国市场份额约 90% 的职业厨师用菜刀、剪刀和工具等各个领域所使用的“堺刃物”，还能看到在国际刀具设计大赛中获奖的作品。此外，观众还可以参观刀具的打造工序，在工匠的指导下体验最后的工序——开刀。

喜欢日本刀具的朋友，不妨去看看，馆址位于大阪府堺市堺区材木町西 1-1-30。

五米酱

横滨有个大便博物馆

在日本横滨，有一家“大便博物馆”，据说开放一周就已接待上万名参观者。不过可以放心的是，博物馆的发言人说：“大便博物馆里没有肮脏的棕色大便，全是鲜艳、可爱和流行设计的大便(模型)。”

在这里，参观者可以坐在色彩明亮的假马桶上，对着麦克风大喊“大便”，在充满大便绒毛玩具的海洋球池里玩耍，或是在各种彩色粪便玩具前自拍等。“大便博物馆”属于强调体验的快闪博物馆，相关主题展览只在4月中旬至8月初对公众开放，要体验的话赶紧哦。成人门票1760日元(约合106元人民币)，儿童票990日元(60元人民币)。

内山