

「2013老字號精品展」即將登場

集結全球精品 開創品牌商機

潛入光陰之海，總是有著令人難忘的古老事物層層疊出我們的記憶，幸運的是，那些令人懷念的味道、讓人讚嘆的手工技藝，從過去來到了現在，也將陪伴我們一起走進未來，歷經歷史洪流洗禮，這些老字號與精品的招牌將愈見光輝燦爛。

◎撰文／陳玉鳳 圖片提供／台北市進出口公會、六安堂參藥行有限公司、王大夫一條根

「老字號」，其中的「老」字承載了無數的情感與回憶，以及在這個功利社會中愈發珍貴的「信任」。因為品質保證、堅持古法與真材實料的產品，老字號商家才能博得顧客恆常的信賴及青睞，也因為勇於嘗試符合核心價值的創新，因此得以屹立至今。

在台灣，各行業的知名百年老店約有100多家；在中國大陸，因歷史悠久，擁有世代傳承的產品、技藝老店也不勝枚舉。根據2006年中國大陸商務部頒布的「中華老字號認定規範」所評定的「中華老字號」便有1,600多家，這些商家多是具鮮明的中華民

族傳統文化背景、深厚的文化底蘊並取得社會廣泛認同，且已形成良好信譽的優良老品牌。另外，根據統計，日本百年以上企業約有2萬家，德國近千家、荷蘭、法國則各有200家左右。

事實上，在快速變化的社會中，讓人愈發珍視古老的價值，近年來社會氛圍更形成一股重視傳統文化與創意的風潮。除了情感層面外，老字號的品牌價值更是不容忽視，根據中國品牌研究院對「中華老字號」品牌價值進行的評估調查報告顯示，前100強的老字號企業品牌總價值高達460億人民幣。

延續展覽佳績 擴大舉辦老字號精品展

有鑑於老字號品牌的影響力之大，台北市進出口商業同業公會（簡稱「台北市進出口公會」）與浙江老字號企業協會，於2009年便曾舉辦「2009中華老字號台北精品展—兩岸老字號精品展」，邀請兩岸三地及世界各國，包括美國、泰國及馬來西亞等地最具特色的老字號企業前來參展，其中不乏具有百年歷史的參展企業，甚至有超過1,200年的老店。

以區域來看，上屆展覽的台灣參展企業包括：義香食品、施美玉名香、六安堂參藥行、誠記參藥行、信東生技、埔里造紙及唯豐肉鬆等。中國大陸則



2009年舉辦的「中華老字號精品展」吸引兩岸三地及美國、泰國等107家廠商參與，展覽成效深獲好評。



2013「老字號精品展」除台灣廠商外，也吸引包括韓國、義大利等工商協會組團參展，另中國大陸眾多百年老店如同仁堂製藥等亦將透過展出效益，在台灣找到市場切入點。

有胡雪巖所創立的胡慶餘堂、采之齋進貢慈禧太后的貝母貢糖、金華火腿、張小泉剪刀、龍泉寶劍、西冷印社、都錦生織錦、塔牌紹興酒、西湖龍井茶及樓外樓餐飲等業者，加上香港的李錦記，皆是名聞遐邇的老字號品牌；另外，美國、泰國及馬來西亞在台辦事處也展示該國特色企業產品。

2009年展覽共計107家廠商參展、展出面積達1,872平方公尺，3天展出共計吸引逾3萬人次參觀人潮，洽談買家達百餘家、創造5千萬美元商機。由以上數據可以明顯看出展覽成效極佳，成功建立兩岸三地、美國、泰國及馬來西亞等地具特色的老字號企業聯合行銷平台，參展廠商均對展會成效表達肯定。

鑑於之前展覽獲得熱烈迴響，因此在各界企盼下，台北市進出口公會將於今年10月11至13日的雙十國慶假期間擴大舉行「老字號精品展」。公會理事長黃呈琮表示，「台灣是全世界保留中華文化最完整的地方，除了獨有的原住民文化外，更融合中華傳統文化、西方文化與日本文化等，加上企業具有的創新

優勢，創造出相當具有特色的商品，使台灣成為華人世界最具特色的地方，因此，2013年老字號精品展在台北舉辦，意義更加深遠。」

此次展出範圍設定在農特產品、食品、酒類產品、文創產品、養生保健產品、家電產品、美容生技產品及服飾織品等，廣納各產業老字號廠商與其他各特優精品業者共同展銷，因此觀展人士能看到老字號企業用心保存產業的淵源、歷史與文化，以及精品業者創新的品牌價值，透過展出的效益，更能協助參展的各特優品牌轉而成為企業的創新資產，開創更多屬於老字號企業「歷久彌新」的無限商機。

台灣展區品牌雲集 展現在地力量

以區域畫分來看，可分為台灣、中國大陸、國際區域等展區，其中，台灣展區以具有歷史的食品、以及蓬勃發展的生技業者最多，事實上，本展徵展一開始即廣獲台灣食品業者的支持，此外隨著時代的演變，養生保健品日益受到重視，因此，此次台灣參展



1. 擁有百年歷史的「六安堂」，轉型提供網路宅配的創新服務，將中藥材成功推廣給年輕族群。

2. 金門百年祖傳老店「王大夫」在將一條根藥品發揚光大後，未來更將結合文創，發展微電影，讓更多人認識此品牌。



業者中，也不乏許多採用老方法或新技術的養生生技業者。

目前報名台灣展區業者包括百年老店金門王大夫一條根、中藥業者六安堂；食品業者包括油品老牌子福壽實業、龍口粉絲、南海食品、台隆工業的明治冰淇淋及台隆手創館、世華企業八八坑道高粱酒、「綠色小鎮」有機連鎖品牌、頂級牛肉進口商美福國際公司等。

生技業者則有「百齡」、「綠的」品牌的中化、綜合大藥廠信東生技、保健食品品牌「三多」，「雪天嶺」綺蔘貿易等，其他另有「藝術圖章」史丹普國際、流行飾品聚英等廠商參展。根據展會工作人員的觀察指出，台灣展區的共同最大特色就是「品牌經營」，每家業者都擁有自己的品牌，這些品牌隨著時代發展，不斷發揚光大且歷久彌新。

中國老字號往外拓展 找尋台灣機會點

至於中國大陸展區方面，目前預計有100多家中國大陸老字號企業報名參展，展位數近200個，產業領域主要為醫藥保健、餐飲、百貨、茶品茶藝與文化藝術等。此次中國大陸的主要組團單位包含上海老字

號企業協會、廣西對外貿易經濟合作企業協會、中國醫藥保健品進出口商會、昆山市商務局、浙江省老字號企業協會、廈門市商業聯合會（廈門市商務局）、福建省福貿會展服務有限公司（福州市對外貿易經濟合作局）、海峽兩岸經貿交流協會、北京市東城區商務委員會等；此外還有更多的單位有意組團前來。

中國大陸這些老字號精品商家希望能透過此次展覽，將中國大陸在地的特色產品帶到台灣，進而在台灣找到市場的切入點，讓更多華人了解老字號的品牌，並有機會在台灣找到代理商和合作夥伴，獲得更大的發展機會。

由中國大陸廠商積極走出海外參展的情況來看，顯示企業想在現代市場經濟環境中傳承並發展，就必須和現代商業行銷模式接軌。

台海兩岸共襄盛舉之外，此次也規畫了國際展區，此區估計有30~40個攤位，由國際工商協會組團來台參展，包括韓國首爾台北俱樂部／鉅鵬集團將組織韓國食品、化妝品及環保產品來台參展；公會的全球姊妹會，如義大利對外貿易協會也將組團來台對接，另外，國際知名品牌進口代理商，例如南聯國際貿易代理的李錦記食品、榮泰貿易代理的NIKON相

機、七明企業代理的PRGR高球用具等；最後則是各國駐台商務辦事處，例如：奧地利商務代表辦事處、美國在台協會農業貿易辦事處、美國愛達荷州亞太區辦事處、美國密蘇里州亞太商務辦事處、駐台北土耳其貿易辦事處等，這些單位將展出各國經典特色品牌的產品。

打造專業行銷平台 展現品牌價值

整體而言，台北市進出口公會籌畫此次展覽的目的，是要將全球老字號精品企業集結在一起，透過本展搭建的專業行銷平台，讓這些企業的品牌價值在展覽過程中徹底展現，參展商透過展覽，不僅能加深企業品牌在一般民眾心中的印象、更能以老字號精品企業的成功經驗，讓業界了解如何「歷久不衰」的經營理念與管理過程。

截至目前為止，參展商家及單位仍在陸續增加，而台北市進出口公會長期經營及投注心力是關鍵所在。事實上，在決定舉辦本次老字號展覽後，公會人員就先後赴海外、中國大陸及國內各工商團體宣傳，並規畫大量媒體公關活動，希望號召更多元、更多面向的參展廠商及買主前來採購與貿易洽談參與。

為了成功聚集人氣，此次展覽的行銷活動主題定調為老字號、精品企業的「品牌故事」，藉由專屬品牌故事專區的呈現，讓更多人知道每一個成功品牌背後的感人故事。且自7月起，台北市進出口公會出刊的《貿易雜誌》新闢「經典老字號」專欄，將報導30年歷史以上或具特色的參展企業品牌故事。

之後更將於9月開始舉辦「品牌故事FB徵讚大賞」網路票選活動，徵選企業品牌故事刊登於官網上，並開設活動粉絲團供民眾按讚票選，即有機會抽中獎品，獲選前三高人氣品牌故事企業將提供媒體報導採訪，並於《經濟日報》網路版上刊登故事。

另外，也將進行「經典傳統·全新潮流」展前記者會，以媒體新聞發布本屆參與盛會的全球老字號

「2013年台北國際老字號精品展」

展覽期間：2013年10月11~13日

展覽地點：台北世貿一館

最新訊息請上官網查閱：<http://www.ieat-vbs.com>

歡迎成立30年以上企業或品牌廠商報名參展

洽詢電話：(02) 2581-3521 分機409 李柏勳先生



在各界企盼下，「2013年台北國際老字號精品展」將於10月登場，各項活動多元，精彩可期。

精品企業、品牌故事FB徵讚大賞成果發表等造勢活動及絕活秀表演。

展會期間也將舉辦多項配套活動，包括開展當天由「響亮老字號精品展」開幕典禮拉開本屆活動序幕，會中不僅有此次展覽「NO.1品牌票選活動」，還有「品牌時空論壇」、「全球品牌貿易對接會」及「開幕晚宴」等，更有「經典傳統·全新潮流」時空伸展台，提供參展商登記宣傳企業品牌，以提升參展商曝光度，3天展會預計將有20~30場左右。

透過各種宣傳管道，包括電視及網路新聞媒體、平面報章雜誌、公車車體及路燈旗幟等，台北市進出口公會有信心能讓民眾於展前隨時都可接觸此次展會資訊，因此預期屆時將湧入大量觀展人潮，帶動展會現場買氣，使老字號精品參展企業重新展現品牌魅力與價值。

另外，從長期效益看來，「2013老字號精品展」不僅建立一個大型的展銷平台讓企業行銷，更能透過論壇活動、貿易洽談會等方式，開創參展企業後續的無限商機！■