



「2013年台北國際老字號精品展」

展覽期間：

10月11日~12日 每日上午10時至下午6時

10月13日 上午10時至下午5時

展覽地點：台北世貿一館A區

最新訊息請上官網查閱：<http://www.ieat-vbs.com>

洽詢電話：(02) 2581-3521分機409李柏勳先生

歡迎參觀

聽老字號精品 訴說品牌故事



隨著科技的日新月異，具有文化底蘊、歲月情感的傳統文化與創意產業，愈發受到現代人的重視。名聲久遠、能勾起人們無限記憶的老字號品牌，往往是建立人們情感與信賴的重要元素。這些擁有老字號形象的企業存在於各領域，為了展現老字號品牌的經典不墜，以及企業的創新服務能力，台北市進出口公會將以「經典傳統、全新潮流」為主軸，盛大舉辦「2013台北國際老字號精品展」。

為讓讀者搶先品味經典老字號的歷久彌新，與精品企業成功永續經營的品牌故事，本刊自7月號起，展開參展企業的品牌故事系列報導。本期特別介紹國際及中國大陸展區的參展企業，包括韓國鉅鵬集團、中國大陸的北京便宜坊烤鴨集團、北京桃花塢工藝扇、浙江丹溪酒、浙江喜得寶絲綢集團、雲南滇紅酒、蘭州佛慈製藥、上海中華藥業、昆山奧灶館、廣西三環集團及廣西南珠宮等經典企業。藉由品牌故事的分享，讓讀者更深入了解他們讓人記憶猶新、堅持持續創新的產品，以及因應時代變遷進行品牌創新的精彩故事。此外，也邀請您於10月11~13日親臨台北世貿展場，親炙經典老字號的世紀風華。

更多《品牌故事》請上官網瀏覽



家用廚餘機創造環保生活

韓國鉅鵬集團 主婦居家好幫手

◎圖片提供／韓國鉅鵬集團

廚餘，是家庭主婦每天飯後均感到麻煩的問題，不僅擔心會滋生蚊蟲，放久的廚餘更容易產生細菌並釋放酸腐臭味，影響居家衛生。為體恤家庭主婦辛勞，韓國鉅鵬集團環境事業部門特別精心研發家用廚餘機「QUEENKO」，透過與流理台一體成型的聰明設計，讓主婦在烹飪或洗碗的同時，即可輕鬆處理廚餘。

省電又環保 100秒處理廚餘

鉅鵬集團總裁白茸基特別強調這款QUEENKO家用廚餘機的方便性，過去的獨立式（分離式）廚餘機，需要另外搜集廚餘再移到廚餘機來處理，既費事又不衛生，但這款一體成型設計的廚餘機可在洗碗槽就地處理廚餘，省下家庭主婦寶貴的時間。

QUEENKO家用廚餘機擁有24小時自然風乾系統，讓廚餘不臭、不腐，乾燥後的廚餘還可作為園藝或農耕肥料，也可回收製成再生燃料使用，且只需要100秒時間，便可讓廚餘從絞碎、壓縮、脫水再送

進乾燥箱。白總裁指出：「QUEENKO每月耗電量僅14.3kWh，卻可讓廚餘減量達9成，還可解決水質汙染問題，著實是省電兼環保的好幫手。」

秉持著讓人類更幸福、人生更加美麗的經營理念，深切體認家庭主婦提著滴水的廚餘追逐廚餘回收車，或忍著臭味、避開蚊蠅倒入廚餘桶的辛苦，近年不斷督促鉅鵬集團旗下廚餘機事業部門，開發第二代QUEENKO家用廚餘機，最終讓這款第二代產品問世。而QUEENKO家用廚餘機也獲得韓國及PCT國際專利、ISO 9001及ISO 14001等國際認證，更榮獲韓國政府的環保標章。此外，數年來配合韓國慶尚道、京畿道以及仁川等地方政府推動廚餘減量活動，贊助無數社區裝置廚餘機以改善居家環境。

展望未來，鉅鵬集團將持續進行研發與改良，為社會營造更舒適、健康的環境與乾淨、便利的生活而努力。■



QUEENKO廚餘機與流理台結合，直接連接排水口，體積輕巧，不占空間，主婦在烹飪或洗碗時即可就地處理廚餘。

韓國鉅鵬集團小檔案

創立年份：1989年

主要業務：廚餘處理機。

品牌精神：環保、省電、輕巧、便利為出發點，讓人類更加幸福，人生更加美麗。

重要紀事：2009年「QUEENKO家用廚餘機」獲得PCT國際專利並通過ISO 9001及ISO 14001國際認證。
鉅鵬集團創辦人白茸基總裁獲得中華民國經濟專業獎章。

2011年獲選韓國各地方政府推動環保事業之合約廠商。（韓國第一批獲選廠商）

2013年白茸基總裁長期推動台韓經貿交流有功，獲中華民國立法院頒發國會外交榮譽獎章及外交部頒發睦誼外交獎章，並獲台韓多家媒體報導。

創立百年 與日本經濟同步成長

札幌商工會議所 搭建外貿橋樑

◎圖片提供／札幌商工會議所

在20世紀初即創立的札幌商工會議所，前身為札幌商業會議所，是日本北海道札幌市的綜合性經濟團體。成立至今，札幌商工會議持續為當地中小企業提供各種經營諮詢、向行政機構的請願活動，或舉辦研修會以及檢定考試等服務，為當地經濟發展帶來貢獻。除了上述經貿服務，札幌商工會議所也為旗下企業在舉辦國際商貿活動時，提供全方位的支持及協助，並持續執行「發給貿易證明」、「開展並穩定化海外市場」、「強化國際支援體制」、「完備海外來訪者的接待體制」等事業活動。

隨日本經濟發展 規模日漸成長

札幌商工會議所的會員人數及企業家數，隨著日本以及北海道經濟的持續成長，1980年時，會員企業數量突破1萬家；到了1988年，會員企業家數急速成長，達到超越2萬家的規模，當時正是日本經濟



札幌商工會議所致力推廣北海道札幌市當地物產，如北海道優質產品「雪之水」（右）。

在全世界發展最為熱絡的時間點。2006年，札幌商工會議所成立屆滿100年，藉由舉辦各種活動，來紀念與北海道及日本經濟一同成長的悠久歷史。

中日經貿合作緊密，在札幌商工會議所內，也設有與台灣交流的機構——「北海道台灣貿易協會」，該協會是在1982年時，為促進台灣與北海道雙方友好及貿易關係所設立的機構。北海道台灣貿易協會除了承辦有關台灣經濟、企業或最新商品等資訊及演講活動之外，亦協助日本的會員企業於台灣百貨公司舉辦北海道物產展，以及在台灣舉辦各種物產展、商談會及赴台的定期經濟考察等。

在這次於台北舉辦的「2013年台北國際老字號精品展」中，札幌商工會議所也將與北海道台灣貿易協會共同設立「北海道展位」，展出產品包括使用在北海道上川町所採集的水製成的清涼飲料「雪之水」（Loginet-Japan）、蒸餾薄荷而製造的噴霧式薄荷油（北見Hakka通商）、使用北海道的高品質靈芝的靈仙溫泉系列商品（北海道靈芝）以及使用豐富北海道產品的北海道玉米湯、南瓜湯、拌飯素（北海大和）以及富含營養素和食物纖維的餅乾（KI・KI Corporation）等優良產品。■

札幌商工會議所小檔案

創立年份：1906年

主要業務：行政機構請願活動、對中小企業各種經營諮詢、舉辦研修會和檢定考試、發給貿易證明、開拓及穩定化海外市場、強化國際支援體制。

重要紀事：1906年 札幌商工會議所前身：札幌商業會議所成立。

1950年 舉辦第1屆札幌雪祭。

1972年 舉行第11屆冬季奧運札幌大會。

1980年 會員企業超過1萬家。

1988年 會員企業超過2萬家、籌組興建「札幌雞蛋體育館」的推動會議。

2001年 所投資的札幌巨蛋開業。

2006年 舉辦創立100年紀念活動。

引進1,200種酒款 提供行家選擇

法蘭絲酒坊 葡萄酒佳釀

◎撰文／林裕洋 圖片提供／法蘭絲股份有限公司

在西方飲食文化中，葡萄酒扮演相當重要的地位，無論是重要節慶、婚宴或家裡用餐都是不可或缺的角色。過去受限於資訊傳遞不易，葡萄酒在台灣不但價格昂貴，幾乎只在特殊場合才出現，加上不熟悉飲用禮儀，也鬧出許多國際笑話。為推廣葡萄酒文化，創辦人黃安中在1996年成立法蘭絲股份有限公司，與台灣第1位獲頒法國葡萄酒協會「法國爵士勳章」的傅素嫻合作，引進知名酒莊的葡萄酒，積極推廣葡萄酒文化，依不同客群設計葡萄酒課程、企業講座，提供菜單配酒服務及行銷活動。

拓展品牌代理 推廣葡萄酒文化

為了提供品質優良的葡萄酒，法蘭絲與全世界各大酒莊保持合作關係，以提供台灣消費者最佳的商品。全球消費者喜愛葡萄酒的風潮，從每年11月法國薄酒萊新酒銷售，呈現供不應求的盛況即可得知，因此有新興產區如美國、澳洲、紐西蘭、智利、南非等，也推出強調果香味的品種，成為葡萄酒市場的新選擇。面對消費習慣的改變，法蘭絲在秉持推廣葡萄



法蘭絲酒坊致力推廣葡萄酒文化，提供多元且價格合理的各式酒類產品給消費者。

酒文化的理念下，拓展品牌代理範圍，除持續獨家代理全球知名品牌外，更擴大與10多個國家包含30個知名酒廠合作，總共引進1,200種酒款，為消費者提供豐富多元、價位合理的葡萄酒。另外，在行銷通路規畫上，法蘭絲選擇與五星級飯店、餐廳、量販店、超市及便利商店合作，讓喜愛飲用葡萄酒的消費者能就近購買。

成立至今超過17年的法蘭絲，深刻了解葡萄酒品質會隨著保存的溫度改變，斥資打造24小時運轉的空調專業倉庫，讓每一瓶酒均可保存在恆溫、恆溼的環境下。另外，也建立一套即時且專業的運送服務機制，確保每一瓶葡萄酒的品質，儘管市場上有不少競爭者出現，但多年來對品質的堅持，讓法蘭絲依然是台灣最專業的葡萄酒供應商之一，也是許多企業或消費者購買時的首選。■

法蘭絲股份有限公司小檔案

創立年份：1996年

主要業務：代理葡萄酒、設計課程、企業講座、餐酒搭配服務。
品牌精神：追求卓越、創造企業與顧客最大價值，致力推廣美酒文化。

重要紀事：2008年 進駐君悅飯店。

2011年 全面推廣員工葡萄酒專業知識認證，堅持每一位業務同仁需獲得英國WSET葡萄酒暨烈酒國際認證資格。

2011年 每年舉辦超過40場品酒講座與餐酒晚宴。

2013年 舉辦台灣第一場最大規模的法國泰廷爵香檳專業品酒會。

酒後不開車 安全有保障



老字號餐廳：便宜坊烤鴨店、都一處燒麥館

便宜坊烤鴨集團 傳承飲食文化

◎圖片提供／便宜坊烤鴨集團

北京便宜坊烤鴨集團為中國大陸國有控股餐飲集團，旗下擁有多家數百年歷史的老字號餐廳，享譽盛名的包括設立於明朝永樂年間（1416年）、以烟爐烤鴨技術獨樹一格的「便宜坊烤鴨店」；成立於清乾隆3年（1738年），還有乾隆皇帝欽賜匾額的「都一處燒麥館」（在中國大陸，燒賣又稱燒麥）；建於清乾隆50年（1785年），清光緒皇帝曾御駕光臨的「壹條龍飯莊」；有北京八大樓之一的稱號、於清道光23年（1843年）開張的「正陽樓飯莊」等。

另外，於民國後成立的餐館包括以經營佛家淨素菜餚為主的「功德林素菜飯莊」、經營北京小吃著稱的「錦芳小吃店」、以經營老北京炒肝包子著稱的「天興居」，以及「力力豆花莊」與「御膳飯莊」等中華老字號品牌企業。

歷史悠久 美味遠近馳名

由於旗下品牌皆擁有悠久的歷史，自2002年正

式組成北京便宜坊烤鴨集團以來，已獲得中國大陸馳名商標、中國大陸餐飲500強、北京人最喜愛的烤鴨店、北京市商業服務名牌企業、中華老字號品牌企業一百強單位等殊榮肯定。其中歷史最悠久的「便宜坊烤鴨店」，以經營「烟爐烤鴨」舉世聞名，此技藝於2008年列入中國大陸國家級非物質文化遺產。

另一家同樣遠近馳名的老字號餐館為「都一處燒麥館」，店名取為「都一處」，相傳是乾隆皇帝某次微服出巡至該店用餐，因酒醇菜香龍心大悅，當聽掌櫃說此店沒有店名時，乾隆皇帝感慨地說：「這個時候，京都只有你一家營業，就叫『都一處』吧！」回宮後並御筆親書「都一處」賜匾，因而聲名大噪。

在數百年經營下，都一處孕育了精湛的燒賣製作手藝，從和麵到蒸熟共16道工序，蒸熟的燒賣用筷子夾起來垂似懸膽，香氣四溢，深受消費者喜愛，2008年中國大陸國務院更批准「都一處燒麥製作技藝」入選國家級非物質文化遺產名錄。此外，北京便宜坊烤鴨集團旗下多項飲食技藝也列名非物質文化遺產，包括「壹條龍清真涮肉技藝」、「錦馨豆汁技藝」進入北京市級非物質文化遺產，「天興居炒肝技藝」、「正陽樓蟹宴技藝」成為崇文區級非物質文化遺產。■



北京便宜坊烤鴨店以「烟爐烤鴨」舉世聞名，已於2008年列入中國大陸國家級非物質文化遺產。

北京便宜坊烤鴨集團小檔案

創立年份：1416年

主要業務：經營烟爐烤鴨、燒賣、佛家淨素菜餚、北京小吃以及老北京炒肝包子等特色料理餐館。

品牌精神：振興中華老字號，創造精品便宜坊。

重要紀事：1416年 成立便宜坊烤鴨店。

1738年 開設都一處燒麥館。

1785年 成立壹條龍飯莊。

1843年 正陽樓飯莊開張。

1922年 功德林素菜飯莊落成。

1926年 成立錦芳小吃店。

2002年 正式設立北京便宜坊烤鴨集團。

推廣工藝扇文化 躍上國際舞台

北京桃花塢 發揚中華工藝之美

◎圖片提供／北京桃花塢工藝扇文化發展公司

扇子自古便是文人雅士必備的配件，在豐富多元的中華文化裡，代表著豐厚的人文素養，但隨著歷史變遷，扇子已甚少出現在現代生活中，為了保存扇子文化，成立於2006年的「北京市桃花塢工藝扇文化發展公司」因而誕生，以弘揚中國傳統文化與中國民間工藝美術為志業。

傳統製扇技藝 聲名遠播

北京桃花塢總經理劉軍鑽研扇子領域已近20年，先後從蘇州、杭州聘請知名製扇大師擔任生產總監與技術顧問，研發不同材質的扇骨，以創新思維設計各種形式的扇面，讓桃花塢擁有極佳的中國傳統製扇技藝。

目前北京桃花塢運用紫檀、花梨、雞翅、烏木、象牙、獸骨、玳瑁等材料，發展出鑲嵌金銀絲、手工雕刻扇骨、名家手繪扇面；強調高雅端莊的白紙扇、雋秀精美的細絹扇、氣度非凡的掛扇；以及仕女團扇、宮廷扇、緬香扇、竹扇等商品，韓國劇組更曾專程訂製宮廷仕女道具扇，供電視劇拍攝。

值得一提的是，北京桃花塢除了在北京知名紅橋市場設立總店外，更積極發展電子商務，讓產品得以行銷至俄羅斯、羅馬尼亞、保加利亞、匈牙利、法國、德國、埃及等多個國家。

在中國大陸經濟快速發展過程中，北京桃花塢一直在尋找將工藝扇文化，推向國際舞台的機會，如在2008年受到北京奧運主辦單位邀請，在奧運期間設立特色店，推廣製扇表演活動，讓更多外國觀光客能感受扇子文化之美，除此之外，北京桃花塢在天壇



北京桃花塢運用不同材質製作各式扇款，結合當地特色的設計概念，發展為獨特的伴手禮。

公園、香山公園、陶然亭公園等旅遊景點，設計結合當地特色的扇子產品，成為觀光客喜愛的伴手禮。

北京桃花塢目前正研究將扇子結合新科技，以低碳環保與健康養生為概念，推出電子遙控發音扇，與負離子養生保健扇系列等新型扇子，希望讓中國的工藝扇文化不僅能保存下來，更能藉由高科技的加持，創造出新生命。■

北京桃花塢小檔案

創立年份：2006年

主要業務：白紙扇、細絹扇、掛扇，及仕女團扇、宮廷扇、緬香扇、竹扇。

品牌精神：弘揚中國傳統文化與中國民間工藝美術。

重要紀事：2008年 受北京奧運主辦單位之邀，在奧運期間開立特色店，推廣製扇表演。

2009年 加入中國扇子藝術學會。

2012年 獲頒中國製扇名家企業。

發揚700年歷史的丹溪酒文化

丹溪酒業 推廣紅麴不遺餘力

◎圖片提供／義烏市丹溪酒業有限公司

紅麴含有多種對人體有益的重要物質，近幾年在台灣變成熱門食品，更被製成如餅乾、葡萄酒、化粧品等多樣化的產品。其實，在中國文化中很早就出現紅麴，元朝醫聖朱丹溪就曾在《本草衍義補遺》一書中，記載傳統紅麴的製造和紅麴酒的釀造技藝，在中國大陸也有食用紅麴的習慣，但受限於文化差異，則以「紅曲」命名。

中國大陸生產紅麴酒最著名的企業，莫過於前身為義烏丹溪酒廠，目前改制為「義烏市丹溪酒業有限公司」，從1979年營運至今，創辦人正是朱丹溪的第21代世孫——朱蘭琴。

丹溪紅麴酒 獨具風味

義烏市丹溪酒業總部位於紅麴酒的故鄉——丹溪鄉，擁有700多年的釀酒歷史，當地民眾喜歡運用紅麴酒烹飪菜餚，民間喜慶、婚宴、佳節、訪友等重



浙江義烏市丹溪鄉所釀造的紅麴酒，具有濃厚地方特色，形成風格獨特的「丹溪酒文化」。

要時刻，皆以丹溪紅麴酒做為最佳賀禮。由於釀造技術與水質的關係，丹溪鄉釀造的紅麴酒，具有濃厚的地方特色，也形成一種內涵豐富、風格獨特的「丹溪酒文化」。

義烏市丹溪酒業則以丹溪品牌，推出紅麴米、紅麴酒、紅麴醋、紅麴高粱酒等商品，目前在全國擁有十幾個銷售據點，包括北京、上海、杭州、海南等大城市，並有部分商品銷往世界各地，如日本、泰國、馬來西亞等國家。

丹溪鄉擁有得天獨厚的地理位置，義烏市丹溪酒業，可以使用國家一級保護的柏峰水庫水源，其中主要生產原料之一的稻米，來自土壤、灌溉水和環境空氣等檢測標準的產區，加上引進標準化管理及生產，讓丹溪酒品牌獲得極高評價。

為了奠定公司長久發展的基礎，義烏市丹溪酒業很早便開始與中科院微生物研究所、浙江大學、浙江省農科院、北京聯合大學營養保健食品研究所、台灣酒類試驗所等進行技術交流，研發出「丹溪1號」、「丹溪2號」、「丹溪3號」等獨特菌種，讓消費者在飲用紅麴酒時，還能兼顧健康。另外，看到台灣紅麴商品呈現多元化發展後，義烏市丹溪酒業也積極與台灣食品加工廠洽談合作，希望推出更多以紅麴為主的商品。■

義烏市丹溪酒業小檔案

創立年份：1976年

主要業務：生產紅麴相關產品。

品牌精神：融合時尚與傳統，集技術與藝術為一體，匯文化與商業為一身，創造黃酒的頂級產品，成為獨特的「中國紅麴酒」有機食品品牌。

重要紀事：1998年正式更名為「義烏市丹溪酒業」。

1998年獲得中國大陸全國市長年會「金質獎」。

2010年獲得中國大陸浙江省「優質企業獎」。

2007年丹溪降脂紅麴醋，通過浙江省科技廳專家組鑑定。



酒後不開車

安全有保障

優質絲綢產品 滿足時尚需求

喜得寶 深耕多元化絲綢品

◎圖片提供／喜得寶絲綢產業集團

「上有天堂、下有蘇杭」是古人用來形容江南的繁華與蘇州、杭州的美麗，而江南有絲綢故鄉的美譽，杭州更被稱為絲綢之府，足見其工藝自古以來便受肯定。從杭州發跡的「喜得寶絲綢產業集團」，由泰豐、老九等34家染坊於1949年合併成立，絲綢製作的歷史可回溯到1830年。

行銷全球多國 成為知名絲綢品牌

目前，喜得寶的絲綢產品除了在中國大陸各大城市販售之外，甚至外銷到歐洲、美國、日本等21個國家和地區，並在13個國家註冊商標，堪稱是國際知名的絲綢品牌。

絲綢是以蠶絲為原料，具有天然光澤、輕盈柔軟的質感，但生產絲綢的過程非常繁複，後續的編織難度也頗高，不少廠商受限於技術能力有限，能夠販售的商品種類寥寥可數。相較之下，喜得寶耕耘

絲綢領域多年，近來專注於印染技藝的創新，從絲綢精練、染色、印花及後整理等部分，產品種類多元，包括真絲染色綢、印花綢、絲綢女裝系列、睡衣（袍）、工藝品、寢具用品等範圍，幾乎涵蓋日常生活範疇。

以優質、多彩的絲綢產品，滿足消費者對時尚生活的需求，是喜得寶一直追求的目標，尤其要將產品行銷到國外，若沒有優異的品質背書，恐無法在國際市場立足。

因此，喜得寶持續改善生產流程，喜得寶在2002年通過ISO 9000：2000認證，讓生產流程符合國際標準，其真絲印染綢、絲綢服裝，獲得浙江省名牌產品的肯定，成為首批獲准使用中國大陸高檔絲綢標誌的絲綢企業之一。

除此之外，為了迎合各地消費者需求，喜得寶打造了200人的技術團隊，每年開發超過10種新材料，服裝設計團隊每年設計200款服裝，讓絲綢與流行結合，成為時尚不可或缺的元素。■



喜得寶的絲綢服飾與流行時尚結合，深受消費者的喜愛。

喜得寶絲綢產業集團小檔案

創立年份：1949年

主要業務：生產與銷售絲綢商品。

品牌精神：以優質、多彩的絲綢產品，滿足消費者對時尚生活的需求。

重要紀事：1949年泰豐、老九等34家染坊合併，取名為「杭州市絲綢練染工業聯合工廠」。

1957年改名為「杭州絲綢印染廠」。

2001年改制為「杭州喜得寶集團有限公司」。

2002年取得ISO 9000：2000認證。

品味國茶香

雲南滇紅集團 朝有機茶品邁進

◎圖片提供／雲南滇紅集團

人類飲茶文化已有數千年歷史，隨著不同地理環境，發展出來的飲茶文化也不相同，紅茶文化由東方傳到西方，目前產區依然以亞洲國家為主，雲南受惠於得天獨厚的氣候，因此生產的滇紅茶在全球市場頗具知名度，其中又以滇紅集團的規模最大。

滇紅茶品牌 鳳牌、王子冠受歡迎

創立於1939年的雲南滇紅集團，一直是中國大陸出口紅茶的主要企業，集種植、生產、加工、科研、銷售於一體的系統，其研發的「滇紅特級工夫茶」在1958年，被中國大陸國家外交部指定為接待外賓的外事禮茶。目前除了紅茶之外，產品包括綠茶、普洱茶、花茶、袋泡茶、杯茶、紅碎茶、有機茶、緊壓茶、特型茶等。

儘管擁有得天獨厚的製茶環境，但滇紅集團了解要將茶葉銷售到國際，勢必面臨其他國家的競爭，除積極拓展茶園面積，降低生產成本外，更在1977年設立「雲南滇紅茶葉科學研究院」，研究不同栽培技術，確保滇紅茶品質於不墜。



雲南滇紅集團的茶品獲得中國大陸「中國馳名商標」的肯定。

目前，滇紅集團的茶園規模已達30,700畝，其中20,000畝通過瑞士IMO國際有機茶認證，並擁有85個初製所、4條紅碎茶生產線，每年可生產10,000噸的茶葉，產品更高達百種以上。

為了讓剛接觸飲茶文化的年輕人，方便選購適合的茶葉品種，滇紅集團自創多個茶葉品牌，其中以「鳳牌」、「王子冠」最受歡迎。鳳牌滇紅茶曾榮獲國家品質金質獎、中國名茶、國家外事禮茶等殊榮，至於王子冠牌綠茶，連續3年獲雲南省消費者喜愛商品肯定。目前，滇紅集團茶品已出口至日本、俄羅斯、歐美、韓國、香港等國家，另外，積極與知名飲料廠商合作，提供各種茶飲原料，包含立頓、統一、娃哈哈等知名大廠，都是合作多年的夥伴。

在提高茶葉品質的前提下，滇紅集團正推動基地茶園標準化改造專案工程，希望讓剩餘的10,700畝茶園，在5年內通過瑞士IMO國際有機茶認證，更增加有機茶園的規模，達成有機茶園面積達10萬畝、有機茶產量達8,000噸的目標，讓滇紅茶化身為有機茶的代名詞。■

雲南滇紅集團小檔案

創立年份：1939年

主要業務：滇紅茶種植、生產、加工、科研、銷售。

品牌精神：為人類創造美好、健康生活。

重要紀事：1958年 滇紅特級工夫茶，被中國大陸國家外交部指定為接待外賓的外事禮茶。

1977年 設立「雲南滇紅茶葉科學研究院」。

2012年 鳳牌商標獲得中國大陸國家工商行政管理總局正式認定為「中國馳名商標」。

首開中藥工業化生產之先河 蘭州佛慈製藥 進軍國際市場

◎圖片提供／蘭州佛慈製藥

成立超過80年的中國大陸蘭州佛慈製藥股份有限公司，前身為蘭州佛慈製藥廠（1929年創立於上海），秉持「我佛慈悲，藥物普救眾生」的理念，並基於「科學提煉，改良國藥」的企業宗旨，以獨創中藥濃縮丸塑製法技術，生產具備品質與療效的中藥濃縮丸，深獲海內外消費者肯定，成為中國大陸中藥工業化生產先河。

1931年起，佛慈製藥產品開始外銷日本及東南亞等地，當時便以「選材道地、療效確切、服用方便以及工藝精良」等名聲，廣獲海外華人青睞。為協助中國大陸大西北地區的建設，於1956年遷往擁有中藥天然寶庫美譽的甘肅省蘭州市發展，現有1,500多名員工，其中藥學、醫學、化學、生物學、經濟學等高、中級工程師以及藥師等各類專業人員近400人，占員工總數26%，並設有來自海內外的新穎精密檢測儀器和生產設備。

發揚佛陀精神 為世人造好藥

目前佛慈製藥開發的濃縮丸劑、片劑、膏劑、顆粒劑、膠囊劑等10餘種劑型生產線，均已通過中國大陸GMP認證，生產水準、技術設備以及人員素質亦已



佛慈製藥目前擁有濃縮丸劑、膠囊等10餘種劑型的生產線，皆已通過中國大陸GMP認證。

達到中藥生產企業先進水準，先後通過澳洲TGA組織GMP認證以及多次複驗，產品在PIC協約國也獲得認可，躋身中國大陸中藥工業生產企業50強。

產品線方面，重點發展抗生素、治療胃腸系統疾病、婦科、兒科疾病以及益補類藥品等領域，其中佛慈岷山牌濃縮丸系列中成藥，被譽為中國大陸中藥名品，出口至全球27個國家和地區，多年來名列中國大陸中成藥出口企業10強。

展望未來，進軍國際市場與技術創新，成為佛慈製藥首要成長之路。如協辦「2011中藥歐盟註冊高層應對研討會」，以促成中藥於歐盟註冊為目標。另外，2013年，佛慈與斯德哥爾摩大學合作成立「中瑞天然植物藥和保健品研究中心」，期藉由研究中心掌握核心關鍵技術與完整產業鏈，跨越製藥業升級瓶頸，也代表著技術創新進入嶄新的里程碑。■

蘭州佛慈製藥小檔案

創立年份：1929年

主要業務：抗生素、治療胃腸系統疾病、婦科、兒科疾病以及益補類藥品。

品牌精神：以市場行銷為龍頭，以濃縮產品為重點，以科學研究開發為動力，以管理創新為基礎，以資本運營為後盾，以慈和文化為核心。

重要紀事：1931年 產品開始銷往日本、東南亞一帶。

1956年 支援大西北建設，進駐甘肅省蘭州市。

1962年 蘭州市城關區健民製藥廠併入佛慈。

1978年 佛慈製藥廠名列中國大陸重點中藥廠。

1985年 佛慈當歸丸獲國家優質產品獎。

2006年 成為中國大陸商務部首批認定的「中華老字號」企業。

清涼油享東方魔藥美譽

上海中華藥業 百年屹立不搖

◎圖片提供／上海中華藥業

中醫是研究人類健康與疾病轉化及預防、診斷、治療和保健的綜合性科學，在現代醫學中更時常強調中、西醫合作觀念。

在中國大陸有許多知名的百年藥廠，以上海中華藥業為例，擁有102年歷史，自創「天壇牌」和「龍虎牌」兩大品牌，其中，天壇牌的清涼油系列行銷全球80多個國家，享有「東方魔藥」之稱，是中國大陸出口量最大的藥物製劑之一。

龍虎人丹、天壇清涼油馳名

回顧上海中華藥業的成立背景，恰逢西方醫學萌芽時期，加上歐美國家邁入工業化後，有不少西方藥品進入中國大陸市場，以開設藥房起家的創辦人黃楚九，為與西藥一爭高下，借鏡工業生產制度和營運模式的優點，在1911年成立「龍虎公司」，以源自諸葛亮的諸葛行軍散為配方，推出首款藥品——龍虎人丹，有舒緩中暑、昏暈和腹痛等情形。

龍虎公司在1915年更名為「中華藥業」之後，

於1955年推出新商品——清涼油，為了因應出口需求，以具有中華民族風格的北京古建築——天壇為商標，之後便以龍虎人丹與天壇清涼油享譽國際市場。隨著銷售量愈來愈大，中華藥業先在1961年將龍虎人丹導入自動化生產，從製丸、烘乾、篩揀丸、內包裝、封袋等步驟，採用一條龍的生產方式量產；至於天壇牌清涼油也於1980年導入自動化生產，1980、1985、1990年連續3屆榮獲中國大陸國家質量銀質獎章的肯定。天壇牌清涼油具備舒緩與消毒的特性，所以除了受到亞洲消費者的喜愛外，在歐洲、非洲及美國也有不錯的知名度。

擁有百年歷史的上海中華藥業，為了替百年品牌注入新的生命力，選擇在2010年推出專門針對都市年輕時尚客群的新品牌「龍虎舒醒」，該品牌調整了中華藥業傳統產品的結構、創新產品功能，訴求提神醒腦、舒緩壓力的產品功效，正式進軍非藥領域，堪稱是龍虎品牌形象與時俱進的新突破，也是龍虎品牌百年純正品質的延續。■

上海中華藥業小檔案

創立年份：1911年

主要業務：生產清涼類外用產品為主，有「天壇牌」和「龍虎牌」兩大品牌。

品牌精神：持之以恆，致力於提升民眾的健康生活品質。

重要紀事：1911年推出「龍虎人丹」。

1915年更名為「中華藥業」。

1955年推出「天壇清涼油」系列產品。

1961年龍虎人丹導入自動化生產。

1980年天壇清涼油導入自動化生產。

2010年推出「龍虎舒醒」品牌。



中華藥業自創的「天壇牌」及「龍虎牌」藥品，是目前中國大陸出口量最大的藥物製劑之一。

「到昆山，不能不吃奧灶麵」 昆山奧灶館 堅持傳統好味道

◎圖片提供／昆山奧灶館

中華美食博大精深，即便在小巷弄中，也能找到結合當地特色食材與創意的美食，江蘇昆山是中國大陸台商最密集的城市，當地有一句流傳諺語「到昆山，不能不吃奧灶麵」，相傳是乾隆皇帝下江南時，無意間品嚐到當地的紅油爆魚麵後，念念不忘，因此取名為「奧灶麵」。

昆山當地獨特的紅油爆魚麵，強調五熟一體，即麵熟、湯料熱、麵碗熱、餃子熱、紅油熱的特色，湯頭獨家秘製而成，強調味鮮可口，營養豐富，爆魚更是一律以青魚製作。

堅持古法製麵 傳承歷史美味

隨著奧灶麵成為昆山的代表食物，有不少餐館開始推出紅油爆魚麵，不過在昆山吃奧灶麵最正宗的地方是位於昆山玉山鎮亭林路上，一間占地千餘平方米，擁有雕樑畫棟、飛簷翹角的外觀，充滿古色古香的「奧灶館」。奧灶館是昆山最負盛名的傳統麵館，創始於清咸豐三年（西元1853年），為滬寧一帶最知名的百年老店，因烹調技藝獨特，店內招牌菜包括正宗傳統的紅油爆魚麵、白湯滷鴨麵以及蘇幫菜，每天上門的客人絡繹不絕，成為昆山著名餐廳之一。

在眾多賣奧灶麵的餐廳中，奧灶館深知光以百年招牌吸引客人，無法維持長久營運，加上愈來愈多慕名而來的觀光客，讓原本狹小的店面更顯擁擠。因此決定在1988年重新整修，在古色古香的建築物中，提供明亮、舒適的用餐環境，強調堅持採用傳統作法，呈現奧灶麵的美味。一般餐館為了應付大量觀光客，往往簡化奧灶麵的製作方式，也就是捨棄傳統



奧灶館是昆山最知名的百年傳統麵館，許多遊客都慕名而來，品嚐具有歷史美味的「奧灶麵」。

小料沖湯，以大鍋熬湯取而代之。但奧灶館認為，只有現點現作的方式，才能呈現出百年美食的味道，因而與其他餐館區隔，即使顧客需要花上較長的等待時間，但卻可品嚐到傳統奧灶麵的美味，而非一碗徒具虛名、毫無內涵的湯麵。

隨著中國大陸觀光政策趨於鬆綁，有不少來自歐美旅客，也想品嚐流傳百年的奧灶麵，但卻因飲食習慣不同，無法接受製麵過程中，因加入大量蒜葉末子產生的蒜味。為此，奧灶館也因應時代潮流，在堅持傳統奧灶麵作法中，提供無蒜味奧灶麵的創新服務，讓更多人能夠品嚐到歷史美味。■

昆山奧灶館小檔案

- 創立年份：1853年
- 主要業務：紅油爆魚麵、白湯滷鴨麵及蘇幫菜。
- 品牌精神：堅持傳統奧灶麵作法。
- 重要紀事：1956年原名「天香館」更名為「奧灶館」。
- 1987年 原地重建「奧灶館」。
- 1988年 重新營業。
- 2007年 獲江蘇省政府列為知名品牌。
- 2009年 獲江蘇省政府列為非物質文化遺產。
- 2010年 獲中國大陸商務部列為「中華老字號」。

中國大陸日用陶瓷銷售龍頭

廣西三環 陶瓷精品邁向全球

◎圖片提供／廣西三環企業集團

創立於1987年的廣西三環企業集團，初期為一家國營小工廠，經過20多年的發展，逐漸轉型為股份企業，擴大至今已成為結合科技、工藝與貿易於一身的大型民營企業集團，資本額從不足人民幣60萬元一舉擴大到7,179.2萬元（以下皆為人民幣），旗下並擁有22家子公司，年銷售日用陶瓷逾2億件、收入16.47億元，逐步擴展為中國大陸規模最大的日用陶瓷業者。

多元產品線 深獲海內外肯定

廣西三環企業集團一直以來秉持誠信經營、堅持創新以及精益求精的精神，強化自家日用陶瓷產品的品質、技術與配套能力，如今已擁有廣西唯一的日用陶瓷工程技術研究中心，該技術中心更獲得ISO 9001國際品質體系認證，致力為消費者打造具新穎獨特、時尚經典以及綠色安全等特性的高品質陶瓷產

品，產品線包括日用細瓷、炻瓷、細瓷色釉3大類、9大系列等2萬多項產品。

從2001年至今，廣西三環企業集團日用陶瓷產品不論在產量、營收或是出口量，均為中國大陸同業的第一位。技術方面，廣西三環企業集團在奈米應用、除塵脫硫技術、梭式窯全自動控制等多項日用瓷尖端核心技術上，在中國大陸均領先同業，並獲得中國大陸各級專利225項以及歐盟專利33項。

廣西三環企業集團推出的日用陶瓷產品不僅造型新穎、時尚且質地細膩，也具備耐腐、抗磨、環保以及具奢華感等優勢，目前出口市場已經遍及歐洲、北美、南美、亞太、東南亞、中東、中亞、西亞、南亞以及大洋洲等地區。

由於產品品質與知名度深獲肯定，廣西三環集團的日用陶瓷產品也進一步躍上國際外交舞台，成為中國大陸政府對外饋贈的禮品之一，成為中國大陸——東協博覽會指定「國禮」供應商、中國大陸駐外使館專用餐具供應商，以及英國威廉王子婚禮用瓷器供應商等。■

廣西三環企業集團小檔案

創立年份：1987年

主要業務：日用陶瓷、陶瓷機械、耐火材料、包裝製品、農產品深加工、罐頭食品、農副土特產品、花紙、房地產、物流以及特種陶瓷。

品牌精神：弘揚陶瓷文化，振興民族經濟。

重要紀事：1997年 正式改制為股份制企業、建立ISO 9000質量管理體系。

2004年 幽蘭精品茶具獲選為2004中國大陸——東協博覽會國家政要指定禮品。

2010年 獲選為英國威廉王子婚禮與禮品瓷器供應商。

2010~2011年 獲得「中國大陸守合同重信用企業」殊榮。



廣西三環企業集團致力打造高品質陶瓷產品，成為中國大陸政府饋贈外賓的指定禮品。

海水養殖珍珠的先驅者

廣西南珠宮 開創珍珠品牌魅力

◎圖片提供／廣西南珠宮

中國大陸廣西省北海市擁有流傳千年的南珠文化，地處熱帶氣候，四季水暖如春，水流潔淨，而且擁有豐富的浮游生物，非常適合珍珠母貝的生長，在此得天獨厚條件下，北海市合浦縣擁有3,000年的珍珠採捕歷史，而合浦南珠也成為全球歷史最悠久的天然海水珍珠之一。

1958年，在中國大陸政府指示下，北海市成立「合浦專區珍珠養殖試驗場」（「南珠宮」的前身）。成立不久，便自行培育出中國大陸第一顆海水養殖珍珠，告別過去中國大陸血腥的野生天然海水珍珠採捕歷史，邁向新的珍珠採捕時代。這顆海水養殖珍珠的誕生，成為南珠宮品牌創始的源頭，並於2003年成立中國大陸首家海水珍珠品牌「南珠宮」，藉由北海市悠久珍珠採捕歷史經驗與文化，結合現代的藝術審美觀，孕育出南珠宮珍珠品牌濃厚的海洋文化氣息，以及深厚的歷史文化底蘊。

持續創新 別具時尚魅力

南珠宮在成立數十載後，持續散發出珍珠品牌的魅力，藉由創新與結合歷史傳承的經驗與時代潮流，設計與開發出更多適合各種年齡層的珍珠首飾。

時至今日，南珠宮仍懷著先人投入珍珠採捕與設計的熱情，將一般消費者認定屬於老一輩的配件首飾，透過新穎的設計理念，精心打造為時下女性流行配件，推出不同種類、價位以及款式的珍珠首飾，豐富都會女子的時尚選擇。

南珠宮打破原有純粹珍珠款式的單一設計風格，將珍珠與鑽石、鎢石以及白金等不同材質進行搭



廣西南珠宮王世全董事長致力發展南珠產業，並與香港設計加工合作，未來計劃在美國、加拿大等地開拓國際市場。

配與鑲嵌，加上豐富多彩的色調搭配與獨具匠心的設計理念，推出具備時尚魅力的首飾配件。

展望未來，南珠宮將堅持創新精神，設計與研發具備卓越品質的珍珠首飾，讓每一世代的女性都能盡情閃耀多采的珍珠光芒。■

廣西南珠宮小檔案

創立年份：1958年

主要業務：海水珍珠養殖、加工以及珍珠首飾、化妝品與保健品等銷售業務。

品牌精神：南珠宮秉持千年南珠傳承，融合傳統精神與現代創新哲學，追求卓越品質、精工製作，詮釋現代女性的動人魅力。

重要紀事：1966年 與南海研究所合作，取得馬氏珠母貝人工育苗成功。

2006年 獲首家中華人民共和國合浦南珠地理標誌保護產品。

2010年 參展上海世博會。

2011年 世界客屬總會第24屆懇親大會指定珍珠禮品供應商、國家海水珍珠標準樣品研製單位。

2011~2013年中國大陸 — 東協博覽會指定珍珠禮品供應商。

2013年 入駐廣西北海海洋產業科技園區。