



「2014年昆山國際老字號精品展」即將登場

迎向全世界 拓展台灣品牌知名度

「2013年台北國際老字號精品」吸引來自全球各地逾170家老字號及精品企業參與，獲得好評。今年，在眾多期盼下，此展將移師中國大陸江蘇省昆山市，預期又一次的老字號與精品大會師將引發更多迴響。

◎撰文／陳于風 攝影／邱如仁 圖片提供／台北市進出口公會、達志影像、王大夫一條根、施美玉名香本舖有限公司

品牌是一種標誌、一種象徵、一種文化價值的延伸，也是一種無形的資產，更是一家企業綜合實力的展現。在全球經濟快速發展下，市場充斥著各種強勢品牌，品牌消費的全球趨勢益發明顯，市場競爭追根究柢就是品牌競爭。

在這樣的情勢下，老字號品牌有其無可動搖的優勢及價值，因為老字號的「老」字，代表的是悠久的歷史傳承及長久累積的好口碑。同時「老」並不同於故步自封，從去年參加「2013年台北國際老字號精品展」的眾多企業身上，我們觀察到的是這些老字號並未倚老賣老，相反的，正因他們勇於創新及引進現代思維，才能讓品牌愈磨愈亮，甚至臻於經典。

以價值來看，根據中國大陸品牌研究院最新發布的《中華老字號品牌價值百強榜》報告顯示，中國大陸中華老字號前一百強的品牌價值已經超過兆元人民幣，品牌行業涵蓋所有生活層面，諸如醫藥、餐飲、工藝、眼鏡、食品等類別，與人們生活息息相關。不僅兩岸，全世界的老字號企業一直以來都在全球經貿市場占據舉足輕重的地位，例如在日本，百年企業超過2萬家、德國的百年企業也有1萬家，荷蘭與法國各至少有200家百年企業。因此，為了讓更

多人知道「老字號」的珍貴之處，以及台灣優良商品朝品牌發展的成果，台北市進出口商業同業公會（以下簡稱「台北市進出口公會」）在去年10月舉辦「2013年台北國際老字號精品展」，為各地老字號及精品企業搭建聯合行銷平台，讓企業得以展現品牌魅力與價值。

台北老字號展口碑佳 吸引各界參與

「2013年台北國際老字號精品展」的展出面積達2,000餘平方公尺，並吸引近2萬人次觀眾前來領略老字號經典風華，從參展國家來看，有來自美國、英國、法國、奧地利、匈牙利、日本、韓國、印度、馬來西亞、南非、巴西、土耳其等13個國家參與，而中國大陸方面則有北京、上海、浙江、廣西、昆山、福州、廈門及寧波等8個省市組團，海內外總計有近200家代表性廠商共襄盛舉。

這些將近200家企業中不乏知名業者，例如中國大陸擁有600年歷史的老字號「北京便宜坊烤鴨」；百年老店創新品牌價值的中藥業者「六安堂」；銷售珍貴珊瑚、珍珠、鑽石、紅藍寶石、琥珀、水晶等各種飾品的「大東山希望天地」；中國大陸首家海水珍



1. 「2014年昆山國際老字號精品展」的規模將擴大，參展攤位增加到400多個，更透過昆山市龍頭企業——好孩子集團特賣會的精心規畫下，預計吸引逾7萬人次的觀展民眾。
2. 「2013年台北國際老字號精品展」規畫各種精彩活動，包括「太極茶道」精湛的茶道技藝表演，充分帶動展場人氣及熱絡氣氛，同時也提升展場買氣。

珠品牌、秉持千年傳承結合現代的「南珠宮」；年產值10億元人民幣，建立良好口碑並不斷拓展通路的「昆山市巴城陽澄湖鵬澄大閘蟹」。其他知名品牌業者，還包括舉世聞名五大長壽鄉之一的廣西巴馬長壽村水源「巴瑪麗朗礦泉水」；來自北海道上川町所採集的水製成的清涼飲料「雪之水」；與10多個國家、30個知名酒廠合作、引進1,200種酒款的「法蘭絲酒坊」，以及榮獲韓國環保標章的「韓國鉅鵬集團」家用廚餘機等。

由於參與廠商多半擁有高知名度，再加以相關精彩活動，例如記者會、產品展示會、開幕典禮、參展商產品發表舞台秀，以及參觀民眾摸彩等活動，充分帶動展場人氣，因此展場氣氛相當熱絡，買氣也水漲船高。此外，為了協助品牌業者拓展更多合作商機，台北市進出口公會更與尼加拉瓜生產及出口協會簽訂合作備忘錄。

值得一提的是，台北市進出口公會除了提供機會讓消費者得以一次瀏覽眾多老字號品牌並買得夢幻逸品外，並費心盛大舉辦兩場論壇活動，其中，「兩岸經典品牌時空論壇」邀請各領域的成功企業人士，分享打造經典品牌的歷程；「兩岸品牌合作與發展研

討會」旨在探討如何透過兩岸的合作，擬定共同發展世界經典品牌的策略並打造可行的途徑。論壇的舉辦為品牌業者提供業界交流機會，不少業者都表示，希望能藉由兩岸力量的串聯，將華人品牌進一步推向世界品牌的地位。透過這些活動的舉辦，也讓相關人士得以一窺這些品牌的經營堂奧，了解為何品牌能在經歷歲月洗禮後仍能屹立不搖，甚至與時俱進，讓品牌光彩愈發奪目。

移師江蘇昆山 促進兩岸企業交流

「2013年台北國際老字號精品展」成功集結了國際各地老字號及精品企業，為業界提供一個全方位的專業行銷平台，由於成效卓著，因此在各界的熱烈迴響下，台北市進出口公會與中國大陸昆山市人民政府將再接再厲，於今年擴大辦理國際老字號精品展系列展會。

在思考會展舉地點的過程中，中國大陸為老字號品牌薈萃之地，自然而然成為老字號精品展移師海外市場的首選地區，而在幅員廣大的中國大陸，又以昆山為台商最多的城市之一，因此舉辦地點拍案底定，台北市進出口公會將與昆山市人民政府合作辦理

「2014年昆山國際老字號精品展」。昆山緊鄰上海市，有京滬鐵路及地鐵橫貫，交通便利，同時是知名的IT產業聚落，且為中國大陸第1個人均國民生產總值突破4萬美元的縣級城市。近年來中國大陸積極推動會展產業，在昆山市政府的輔助下，成為中國展會產業的發展重鎮，一年之內所舉辦的展覽不計其數，包括電子、汽車、機械，生活用品、品牌精品、甚至是電玩等產業，吸引很多企業進駐。

「2014年昆山國際老字號精品展」將於4月24日~27日舉行，地點為江蘇省昆山市花橋國際商務城博覽中心。相較於「2013年台北國際老字號精品展」，昆山老字號精品展規模將進一步擴大，攤位數量將增加至400多個，且在搭配昆山市龍頭企業一好孩子集團特賣會的精心規畫下，預計吸引7萬人次以上的觀展民眾，也將是前次展覽的3~4倍之多。同樣的，昆山國際老字號精品展亦將廣邀海峽兩岸及國際知名老字號和精品企業聯合展出，讓外界能更了解這些企業的品牌價值與創新經營實力，並有效增進業界交流。再者，由於此次展覽是於中國大陸舉行，因此更有助參展企業迅速掌握中國大陸廣大內需產業，進一步布局當地市場。

現今新科技、新產品發展迅速，產業結構劇烈改變，導致相關的技術、標準及資源的競爭更為激烈，而兩岸雖然有各自知名的品牌，但卻都缺乏國際知名度，因此，共同打造世界級品牌已是兩岸企業的

共識，也是兩岸經濟發展的需求。也就是說，兩岸資源的整合及優勢的互補，必能打造出一流的世界經典品牌，共同提升兩岸在全球產業鏈及市場上的位階及競爭力。

百年老字號 共襄盛舉

「2014年昆山國際老字號精品展」的展品類別相當多元，包括食品、工藝品、中醫藥品、酒品、美容產品、文創產品、綠能科技產品、保健生技用品、地方特色產品等；就區域別來看，則是分為台灣、國際及中國大陸三大區塊；另外，根據參展企業屬性的不同，此次展覽並劃分為「老字號展區」及「精品品牌展區」兩大區塊，同時設立台灣老字號形象專區、地方特色展區等。此次展覽並獲得許多相關單位的共襄盛舉，因此特別設立公協會參展團區，例如台灣精品品牌協會、中小企業總會、珠寶公會等各產業公會預期都將設有展覽專區，讓展出更為精彩及多元。

截至目前為止，已有許多知名業者陸續加入昆山老字號精品展的展出陣容，例如台灣的漢方草本知名老字號「王大夫一條根」便是代表性廠商之一，該品牌自1855年傳承至今已有一百六十年的歷史，在兩岸三地頗受消費者好評。

此外，包括創立至今已66年、生產各式保健食品及醫療器材的台灣生技產業「信東生技」，以及成立於清乾隆39年的「施美玉名香本舖」也是此次的



「2014年昆山國際老字號精品展」將於昆山市花橋國際商務城博覽中心盛大舉辦。

「2014年昆山國際老字號精品展」

展覽期間：2014年4月24日~27日

展覽地點：昆山市花橋國際商務城博覽中心

最新訊息請上報名網站查閱：goo.gl/7YnIYW

歡迎成立30年以上企業或品牌廠商報名參展，額滿為止

洽詢電話：(02)2581-3521 分機406江孟儒、409 李柏勳



1. 台灣的漢方草本老字號「王大夫一條根」，頗受兩岸三地消費者的喜愛。
2. 擁有200多年歷史的「施美玉名香本舖」也將參與此次展覽，將傳統製香技術及優質產品發揚到中國大陸市場。



參展廠商之一。「施美玉名香本舖」已走過200多年的製香歷史，所生產的各類檀香、沉香品質不凡。除了台灣業者外，另有眾多國際、中國大陸老字號及精品企業同台展出。

宣傳鋪天蓋地 提高曝光度

由於「2013年老字號精品展」的口碑及效益良好，再加上此次「2014年昆山國際老字號精品展」的訴求頗具吸引力，因此參展商家及單位仍在陸續增加中。為了讓更多面向的參展廠商及買主，深入了解此展覽進而共襄盛舉，將透過電視及網路新聞媒體、平面報章雜誌及路燈旗幟等各種宣傳管道，讓廠商及民眾能於展前隨時接觸此次展覽資訊。

另外，主辦單位並將舉行昆山展前新聞發布會，透過上海、昆山當地平面、電子、網路等媒體的強力放送兩岸老字號、精品品牌傳奇及商品特色，增加看展熱點。展會期間預計舉辦多項配套活動，包括開展當天舉辦開幕典禮，以此拉開本屆活動序幕，還有品牌論壇、貿易對接會、產品發表會等活動，俾利參展廠商宣傳企業品牌，提升各參展商曝光度，4天展會預計規畫產品發表會20至30場。

為了吸引民眾參與，另將舉辦抽獎活動，並辦

理展前網路行銷，由民眾於網路投票選出「心中最愛老字號商品」，凡上網投票民眾就有機會到展覽會場抽中大獎，獎品以台灣好禮為主軸。台北市進出口公會表示，上述活動訊息將不定期發布，任何活動詳情皆可上報名網站 (goo.gl/7YnlYW) 查詢。

打造行銷平台 走向全球各地

從「2013年台北國際老字號精品展」到「2014年昆山國際老字號精品展」，台北市進出口公會矢志推動的就是讓大眾了解台灣優良產品的好，尤其是「老」一字所承載的「信任」，絕對值得更多人深入了解。因此，台北市進出口公會投入龐大資源，致力於「老字號精品品牌」經貿平台的打造，希望能藉此傳承老字號品牌價值，開創兩岸廠商、專業買家對接媒合平台，並藉由全球老字號精品的集結，進而開創兩岸企業商機。

展望未來，老字號精品展將從台灣出發走向中國大陸，再從兩岸跨向全球。今年的昆山展是國際化的第一步，未來台北市進出口公會並將與中國大陸威海、南寧等各地評估舉辦一系列老字號精品展，甚至延伸至東南亞國家，以進一步協助台灣優良品牌走上世界舞台，打造出享譽全球的經典品牌。■