

「2014年昆山國際老字號精品展」首次登陸

集結全球老字號 建立聯合行銷平台

為了精彩呈現來自兩岸與全球的經典老字號，台北市進出口公會延續2013年台北國際老字號精品展的盛況，2014年移師中國大陸昆山舉辦展覽，更全面為全球品牌與老字號企業，創造最佳交流與互動經貿平台，同時帶動兩岸產業商機。

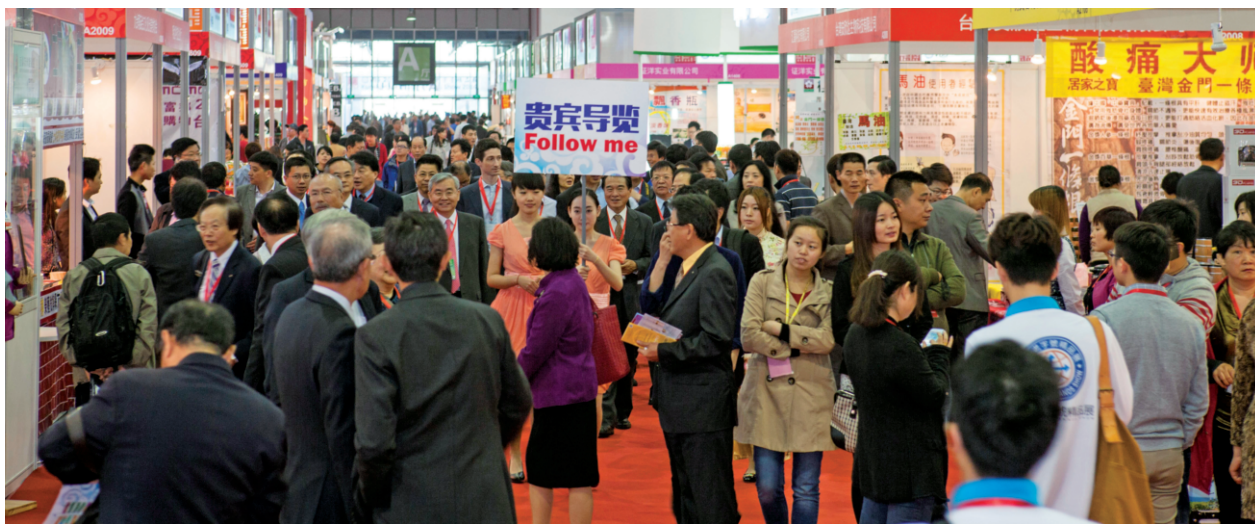
◎撰文／劉麗惠 攝影／邱如仁

今年4月24~27日期間，台北市進出口商業同業公會（以下簡稱台北市進出口公會）在中國大陸江蘇省昆山市花橋國際商務城博覽中心A展廳舉辦的「2014年昆山國際老字號精品展」，為期4天的展覽在老字號企業與經典品牌業者踴躍參展，以及廣大參觀者的熱烈響應下，圓滿落幕。

台北市進出口公會指出，本屆展覽以「歲月淬

煉、前瞻未來」為主題，吸引來自國內外共計270家企業參與，產業範圍涵蓋精品、文創、醫美、地方特色產品、食品等領域，展況空前盛大，是亞洲規模最大的老字號精品展，徹底展現台北市進出口公會打造老字號精品經貿平台的雄厚實力。

為了提高「2014年昆山國際老字號精品展」的曝光度，台北市進出口公會先於3月19日在台北舉辦



亞洲規模最大「2014年昆山國際老字號精品展」由昆山市政府領導高層與台北市進出口公會理事長黃呈琮，共同導覽展場。



1. 台北市進出口公會理事長黃呈琮（前者）希望能將老字號精品與品牌結合，為廠商搭建老字號精品平台。

2. 「2014年昆山國際老字號精品展」由主辦單位及昆山市政府領導共同啟動開幕儀式。



展前記者會，與4月15日在昆山市的新聞發布會，正式對中國大陸廣大民眾發布訊息，為「2014年昆山國際老字號精品展」揭開序幕。

兩岸老字號對接 拓展市場

台北市進出口公會理事長黃呈琮在展前記者會中表示，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。以中國大陸中華老字號超過人民幣1兆元的品牌價值，以及全球精品高達2,170億美元的銷售額來看，「2014年昆山國際老字號精品展」將可協助台商與對岸及國際企業的商機對接，拓展中國大陸及國際市場，為國內品牌及商品創造最大經濟效益。

此外，延續展前記者會小規模呈現展覽的精彩內容，4月24日於中國大陸昆山市正式開幕的「2014年昆山國際老字號精品展」，徹底展現兩岸與全球老字號企業的經典非凡。展覽開幕前，昆山市委書記管愛國、昆山市常委會主任沈黎明、昆山市管委會副主任暨花橋經濟開發區黨工委副書記沈華飛等中國大陸領導高層，與台北市進出口公會理事長黃呈琮、台灣精品品牌協會理事長張永昌等，共同導覽展場。

眾人來到台灣精品品牌形象館前時，由張永昌

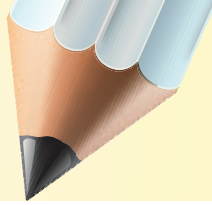
逐一向管愛國介紹來自台灣的11家品牌企業與產品，無論是舊振南的精緻糕點、大東山珠寶的美、歐萊德獨樹一格的環保清潔用品，或是寶熊漁具與麗嬰房等台灣老字號廠商，皆高度吸引眾人目光。

當張永昌介紹到台灣嬰幼兒品牌麗嬰房之際，管愛國表示，位於昆山市的好孩子（Goodboy）集團，近年來已成為國際知名嬰幼兒品牌，未來或可透過與麗嬰房的合作，共同思考拓展全球市場的可能性。另外，管愛國更強調，近年來昆山試驗區政策開啟了台灣產品進入中國大陸市場的新管道，希望台商能利用此管道，以昆山為據點，拓展中國大陸市場。

創造華人老字號品牌形象

在兩岸主辦、協辦單位巡展結束之後，「2014年昆山國際老字號精品展」開幕典禮在一曲電音版《站在高崗上》的表演中展開。黃呈琮理事長在開幕典禮致詞時指出，老字號是華人熟悉的名稱，因此，台北市進出口公會希望能以「老字號」一詞，創造屬於華人專有的品牌形象，這也正是公會自2009年開始，即積極投入舉辦老字號展的原因。

黃呈琮理事長強調，台北市進出口公會首次創辦的「2009年中華老字號台北精品展」，當時即成



功為兩岸三地的老字號及精品打造交流平台，2013年更進一步於台北舉辦「2013年台北國際老字號精品展暨海峽兩岸老字號精品展」，展會規模較2009年成長兩倍，2014年在昆山市政府支持下，老字號展得以移師中國大陸，希望可以進一步將老字號與精品、品牌等形象結合，為台灣、中國大陸與國際老字號廠商，建立老字號精品平台。

此外，黃呈琮表示，透過籌辦老字號精品展的經驗累積，台北市進出口公會已逐漸建立起全球老字號的交流與合作平台，並計畫將老字號品牌推廣到其他華人市場，希望廠商都可藉由老字號展，尋找到適合的合作夥伴，開拓更大的市場與商機。

中國大陸江蘇省昆山市常委、副市長陳榮凱接著致詞表示，昆山市是中國大陸台商最活躍的地區，也是兩岸經貿文化交流最密切之地，尤其2013年2月國務院通過設立昆山深化兩岸產業合作試驗區（以下簡稱昆山試驗區）以來，進一步深化兩岸特色產業的深度對接、服務業的深度融合、金融業的創新合作等，帶動台灣與昆山兩地更緊密的往來，此外也打造昆山市成為台商企業布局長江三角地區與中國大陸市場的重要基地。

陳榮凱進一步表示，在政策推動之下，「2014年昆山國際老字號精品展」可望藉由昆山試驗區的平台優勢，整合兩岸老字號資源、推動兩岸會展與商貿的深度合作。相信在經濟全球化的趨勢之下，根植於中華文化的兩岸老字號，可藉由老字號展，走向更廣大的全球市場，激發企業的發展活力，也讓企業歷久彌新，邁向國際舞台。

陳榮凱更強調，台北市進出口公會至今共舉辦3次老字號精品展，目前老字號精品展仍是一個新生的展會，相信未來在台北市進出口公會的持續努力下，將成為擁有長遠歷史的展覽品牌。

3大特色 展現經典價值

具體觀察「2014年昆山國際老字號精品展」的

內容，大抵上可歸納出3大特色，分別為：全球老字號廠商匯聚、台灣品牌與精品企業參與者眾多、同時重視B2B與B2C的商機拓展，多樣特色促使展會更加精彩且吸睛。

特色1》兩岸與國際老字號精彩匯聚

在台灣百年暨一甲子老店聯誼會、上海中華老字號企業協會與浙江省老字號企業協會的號召下，「2014年昆山國際老字號精品展」中，有來自兩岸的多家百年老字號企業參與。

台灣部分有創立於西元1774年、擁有兩百多年歷史的施美玉名香本舖；已成立百年的鹿港知名糕餅品牌玉珍齋；台灣10大百年老店之一的郭元益食品公司；成立於1895年的台南度小月；走過120年頭的寶泉食品；傳承百年的茶香世家曉陽茶行；行醫百年並且在兩岸三地都有零售代理商的「王大夫一條根」等，徹底展現台灣百年品牌歷久彌新的經典。

至於中國大陸的老字號企業也積極參展，不管是金華壽生酒業公司700年歷史的壽生酒、中國10大餐飲品牌企業且長達150年歷史的天津狗不理包子，或是創立於1862年的「寧波市鄞州趙大有食品行」，以及被列入「非物質文化遺產」名錄的「上海大陸釀造」白酒等，都讓展覽更具特色。

在國際老字號方面，不僅可以見到全世界歷史最悠久的醫療器材廠「英國世道」，還有全球知名積木遊戲品牌「樂高」，另外，韓國「YOU & I CORPORATION」的高麗紅參與太極參等來自各國的老字號品牌，也豐富了展覽陣容。

特色2》台灣精品展現品牌實力

除了百年老字號企業外，「2014年昆山國際老字號精品展」來自台灣各領域的精品與品牌企業，也為整個展覽增添精彩度。尤其由台灣精品品牌協會（TEBA）打造的「TEBA形象館」，來自各行業的11家台灣品牌企業，其中有6家為上市公司，顯示出台灣精品品牌的堅強實力。

「與老字號展一樣，台灣精品品牌協會的會員



企業涵蓋各個產業，因此，台灣精品品牌協會積極與台北市進出口公會進行深度資源整合，相互合作帶領台灣更多品牌企業成為經典老字號。」台灣精品品牌協會理事長張永昌指出，基於這樣的理念，台灣精品品牌協會大力支持，組團參加本次展覽，並以形象館形態呈現各廠商的特色與品牌文化，希望能為展會帶來加分效果。

「TEBA形象館」之外，現場也可見台灣的精品、醫美、文創、美食、伴手禮等企業，例如百年府城漢方「十靈本鋪」、超過200項專利的掌上封口機「摩肯MODCON」、金車伯朗咖啡、金門高粱酒、台灣啤酒……等，都在展覽中精彩演出。

特色3》融合B2B、B2C商機

除了展區精彩的內容呈現，值得一提的是，為了創造更多B2B商機與媒合機會，展覽期間主辦單位同時舉辦1對1的貿易對接會，與度小月合作推出老鍋紅灶系列食品的黑饅時尚執行長李俊良指出，黑饅

時尚食品正評估布局中國大陸市場的可能性，因此這次前來參展希望可以透過貿易對接會，接觸未來可能合作的廠商。另外，為協助精品與老字號企業順利布局中國大陸市場，主辦單位也以「品牌經營與大陸內銷通路布建」為主題，舉辦品牌論壇，現場特別邀請好孩子國際執行總裁高以成、樂高教育中國總代理西覓亞集團總經理都中秋、台灣舊振南食品董事長李雄慶，與現場與會者暢談品牌經營與中國大陸內銷通路布局的策略。

全球經典老字號品牌眾多，已經屬於經典老字號的企業，應善加利用與老字號相關的專業經貿平台，推廣品牌形象；至於正積極將自己打造品牌形象的企業，更應藉由老字號精品展，建立品牌經典形象；而台北市進出口公會作為協助企業成長茁壯的單位，未來也將更積極舉辦一系列老字號精品展，讓更多台灣優良產品及企業走向世界舞台，打造出享譽全球的經典品牌。■



「2014昆山國際老字號精品展」晚宴 參展廠商交流熱絡

台北市進出口公會於「2014年昆山國際老字號精品展」第1天晚間7點舉辦晚宴，包括昆山市政府多位領導人，台北市進出口公會理事長黃呈琮、副理事長涂如肯以及來自海峽兩岸與國際的參展廠商代表，數百人共同在昆山花橋逸林希爾頓酒店，一同進餐並於晚宴期間交流互動。

黃呈琮理事長在晚宴開幕典禮中，感謝參展廠商的熱情參與，並強調未來將持續為國際老字號展而努力，讓國際老字號展可以精益求精，為廠商帶來更多的效益。用餐期間，更可見廠商彼此之間熱絡交談與連繫，也有一些台商討論起共同布局中國大陸市場的可能性與契機，讓晚宴的交流也增添許多隱藏商機。