



昆山老字號精品展暨O2O商貿交易會盛大開幕，陳雲林（右3）、江丙坤（右2）蒞臨剪綵。

2015 昆山老字號精品展暨O2O商貿交易會

兩岸企業齊聚昆山 搭建全新商貿平台

為了替企業在電商趨勢下尋找成長的新動能，台北市進出口公會延續2014年成功舉辦的「昆山兩岸國際老字號精品展」，於今年再融合O2O概念，辦理「2015 昆山老字號精品展暨O2O商貿交易會」，為兩岸老字號與中小企業找到發展O2O的方法，並開啟中國大陸廣大的市場契機。

◎撰文／劉麗惠 攝影／邱如仁

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2015年7月17日至20日與江蘇省昆山市政府聯合舉辦的「2015 昆山老字號精品展暨O2O商貿交易會」，於昆山花橋國際

商務城博覽中心B展廳，展開為期4天的展覽。兩岸的企業與國際品牌公司參與踴躍，吸引廣大參觀者前來，為兩岸老字號與中小企業融合O2O科技浪潮，揭開精采的序章。

本屆展覽以「存粹精華、物聯你我」為主題，邀請到三三企業交流會會長江丙坤、海峽兩岸關係協會顧問陳雲林、海峽兩岸經貿交流協會副會長王暉、蘇州市副市長暨昆山市委書記徐惠



民、昆山市市委常委暨花橋經濟開發區管委會主任楊軍、昆山台協會長李邦欣等重量級人士前來共襄盛舉；展會規模空前盛大，總計有國內外300多家企業參與，為兩岸首創O2O展與亞洲規模最大的老字號展，展現出台北市進出口公會打造老字號精品O2O經貿平台的展望目標。

老字號融合O2O 找到企業新動能

台北市進出口公會理事長黃呈琮在開幕典禮致詞時指出，台北市進出口公會成立於1947年，至今已超過一甲子的歷史，是名副其實的商業老字號，過去68年來，公會隨著全球貿易型態的不斷改變，採取追求創新的策略思維，協助台商因應瞬息萬變的挑戰，征戰中國大陸與全球市場。

黃呈琮進一步指出，「2015 昆山老字號精品展暨O2O商貿交易會」便是公會因應網際網路與電子商務趨勢，以「老字號」與「O2O」為兩大主軸，協助兩岸企業因應全球電商發展趨勢的具體作為。公會希望，這次展會可以讓老字號淬煉出新的感動，並促成更多台灣中小企業與老字號品牌透過兩岸電商平台，把感動變成精華，源遠流傳下去。

楊軍接著指出，昆山台商接近5,000家，總投資已達到600億美元、註冊資本達300億美元、

占全昆山市財政收入的50%、生產總值的60%以上、工業產值的70%以上、外貿進出口的80%以上，足見台商對昆山經貿發展的貢獻良多。

楊軍進一步強調，2015年上半年，台商在昆山的經營動能持續成長，並積極追求轉型升級，而隨著昆山成為深化兩岸合作試驗區的重點城市，昆山老字號企業台商應該站在「物聯網+」的浪頭上，以跨境電商、O2O等新商務模式，推動企業以線上應用與線下通路的深入融合，邁向升級轉型與創新發展，並且持續深化兩岸經貿合作交流。

江丙坤則表示，中國大陸經濟在經過二十多年發展之後，經濟快速成長之餘，亦帶來工資上漲、勞力短缺等諸多問題，加上科技的進步、商務的發展、拓銷

型態的轉變等，台商正面臨轉型升級的重要時刻。而2015年上半年，中國大陸經濟成長7%，台灣2015年上半年出口卻衰退7%，對中國大陸出口衰退達8%左右，顯示出中國大陸台商必須進行更大力度的升級轉型，才能扭轉形勢。於此之際，台北市進出口公會率先來到台商聚集最多的昆山，辦理與時俱進的「2015 昆山老字號精品展暨O2O商貿交易會」，相信可為台商的轉型升級、帶動台灣產品出口及兩岸經貿成長，帶來具體貢獻。

昆山為台商發展 跨境交易首選城市

台北市進出口公會之所以連續兩年在昆山市舉辦老字號展會，除了因為昆山是台商聚集最多的城市之外，亦是中國大陸重



本次展會不僅擴大規模與電子商務連結，更邀請到三三企業交流會會長江丙坤（左）、海峽兩岸關係協會顧問陳雲林（中）與會致詞。

點發展電子商務的城市之一。江丙坤指出，昆山是兩岸經貿開放之後，台灣電子產業前往中國大陸發展的第一站，也是台商投資最多的中國大陸城市之一，長期以來受到各界台商的廣泛重視。

楊軍則表示，昆山市已經成為中國大陸電商發展的重要城市之一，電商交易額名列全部城市的第八名，許多著名電商公司如阿里巴巴等，都已在昆山設立區域總部，實現線上線下的交易，是以昆山已有發展電商很好的條件，也是台商發展O2O的良好選擇之一。

黃呈琮強調，在昆山海峽兩岸電子商務示範區政策批文通過之後，未來台灣人只要持台胞證，即可以申請線上商店。這對於台商在中國大陸市場發展電子

商務或布局跨境電商，有很大的助益。台北市進出口公會希望在兩岸跨境電商的浪潮下，「2015 昆山老字號精品展暨O2O商貿交易會」平台可以加深台商在昆山發展O2O商貿的契機，並以全新商業模式，開拓中國大陸廣袤的市場。

「電子商務發展勢不可擋，不容忽視。」江丙坤進一步強調，台灣傳統外貿方式已逐漸被電子商務取代，並且深刻影響傳統貿易與製造商的市場經營，因此台商在中國大陸市場的布局，除了積極朝自動化發展之外，也須加深對電子商務的安排。

展會4大特色 精采完整呈現

具體觀察「2015 昆山老字號

精品展暨O2O商貿交易會」展覽內容，可以發現4大特色，分別為：涵蓋實體與電商參展廠商，達到融合O2O的目標；以O2O為主題的精采論壇，提升展會深度；整體展會規劃也走O2O，讓參觀者以O2O的方式與展會或廠商進行互動；搭配世界樂高大賽，培育具備創新能力的創客人才。

特色1》 融合實體與電商企業

「2015 昆山老字號精品展暨O2O商貿交易會」總共有來自台灣、中國大陸、美國、英國、法國、丹麥、韓國、日本等國家，近300多家企業參展，共設有508個展位，較2014年成長20%，展出廠商類型包含文創、美食、伴手禮、農特產品、觀光旅遊、醫美保健、電子商務、老字號精品等八大類近萬件優質商品。

黃呈琮強調，為精采呈現本展，本次展會共設有「老字號企業專區」、「電子商務專區」、「台灣品牌企業專區」、「中國大陸台商專區」、「國際品牌企業專區」以及「大陸品牌企業專區」六大專區，兼具實體與虛擬的展出形式，讓企業更容易找到O2O發展的可能性與合作對象，加速參展廠商邁向O2O的腳步。

特色2》 舉辦O2O論壇 提供新經營思維

為使展會更具深度，主辦單位特別迎合最新商貿發展趨勢



本次展會相當重視電子商務與平台間的互動，現場有參觀民眾可互動的擺設，吸引許多民眾參與。

面對市場競爭，你有無處尋找優秀貿易人才的苦惱嗎？

面對人才儲備，你有不知如何培訓貿易人才的擔憂嗎？

從現在起，
只要進入「國際貿易人才庫」

就能免費、輕鬆搜尋到通過「國際貿易大會考」
認證考試的國際貿易與國際企業經營專才

「國際貿易大會考」認證考試，係為區辨具備國際貿易相關技能之人才，以利貿易廠商遴聘，節省招募時間與培訓成本。並由四大進出口商業同業公會配套建設「國際貿易人才庫」，作為廠商求才與貿易證照合格應考人求職媒合平臺，有意徵才之貿易廠商可免費上網 www.ieatpe.org.tw/jobbank 登錄職缺及查詢人才資料。



國際貿易人才庫



www.ieatpe.org.tw/jobbank

「國際貿易人才庫」管理單位：

台北市進出口商業同業公會
Importers and Exporters Association of Taipei

台灣省進出口商業同業公會聯合會
Taiwan Importers & Exporters Chamber of Commerce

高雄市進出口商業同業公會
Kaohsiung Importers and Exporters Chamber of Commerce

新北市進出口商業同業公會
New Taipei City Importers and Exporters Chamber of Commerce, Taiwan

廠商委刊求才資訊，請電洽：02-25239720（林專員） 傳真：(02)2563-7682
地址：台北市松江路350號，我們將竭誠為您服務！ 辦公時間：週一～週五8:00~17:00

O2O，於展覽第一天以「互聯網+時代，老字號O2O突圍」為主題舉辦高峰論壇，論壇由國家電子商務基地（杭州）主任傅陽主持，楊軍及台北市進出口公會理事長特助黃俊國致詞，並邀請到中國工程院院士譚建榮、阿里巴巴集團《天下網軍》新媒體總監劉向暉、浙江老字號協會秘書長丁惠敏、昆山市花橋經濟開發區金融辦公室主任顧志榮、台灣精品品牌協會理事長張永昌等海峽兩岸知名專家學者，從宏觀、微觀等不同角度以及案例分享的形式，深入解析老字號如何在O2O浪潮之下，創新商業模式，開拓新商機。

為讓參展廠商掌握中國大陸跨境O2O發展趨勢，主辦單位更於展會第二天上午與昆山電子行業協會、兩岸和商網共同舉辦「2015昆山海峽兩岸跨境電商研討會」，邀請中國大陸知名電子商務軟體與服務提供商，深入探索兩岸老字號在電商趨勢下所面臨的機遇與挑戰，同樣為參展廠商帶來許多兩岸跨境交易與O2O的最新知識。

特色3》 展會規劃與觀展者緊密互動

本次展會主辦單位為了聚生氣、添人氣，在展會前舉辦一系列展前預熱活動，除了於2015年7月初在昆山舉辦展前記者會外；為吸引民眾前往觀展，主辦

單位亦於昆山市區舉辦「為老字號點讚」、「老故事 新感受」、邀請民眾至現場拍攝全家福等活動，現場特別搭配展會的O2O主題，讓消費者以二維條碼掃描領取免費參觀券，更於展覽期間的廠商舞台表演之中，讓參觀者以二維條碼進行大會抽獎。

特色4》 搭配樂高大賽 續紛展會內容

本次展覽特別配合參展廠商丹麥樂高集團舉辦的「Junior FIRST LEGO全國邀請賽」與「世界奧林匹克機器人競賽（WRO）」華東區選拔賽，在展會中設置樂高賽區，訴求把科學教育帶給小孩，以培育未來具備新科技與資訊技術能力的創客人才，為參展觀眾打造一場特別的盛會。

從「2015昆山老字號精品展暨O2O商貿交易會」的整體規劃與展出活動來看，隨著資訊科技所帶動的商務經貿不斷移轉，不管是老字號品牌或一般中小企業，都必須持續迎合科技帶來的嶄新浪潮，與時俱進的創新商業模式；而台北市進出口公會也將秉持著協助台商成長茁壯、開拓海外市場的理念，舉辦符合時局的展會，讓更多台商以創新商業模式走向中國大陸或世界舞台，進而開拓更大的海外市場，成為帶動我國出口成長的老字號經典品牌。■

答謝午宴 參展廠商緊密交流



為了讓參展廠商可以互動交流，搭起後續合作的橋樑，主辦單位特別在展會開幕典禮之後舉辦答謝午宴，包括三三企業交流會會長江丙坤、海峽兩岸關係協會顧問陳雲林、昆山市政府多位領導人、台北市進出口公會理事長黃呈琮（立者），以及來自海峽兩岸與國際的參展廠商代表，共同前往昆山花橋逸林希爾頓酒店一同餐敘。

黃呈琮理事長在午宴致詞時指出，品牌創造非一蹴可幾，必須透過長久的努力，因此過去幾年公會積極為兩岸老字號企業創造一個平台，目的就是讓兩岸中小企業，可以透過平台相互交流，尋找創新與開拓市場的契機，創造足以放眼全球的華人老字號品牌，進而成為世界知名品牌。

來自國際與兩岸的企業高層，包括樂高教育中國總代理商西貢亞集團總經理都中秋、和椿科技董事長張永昌、舊振南食品董事長李雄慶、信東生技執行副總經理柯彥輝、大潤發飛牛網總經理柯佳伶等交流熱絡，並希望透過本展會來建立人脈關係，以合作的方式共同開拓中國大陸市場。