

## 4家在厦台企喜获“厦门老字号”认定 台企“老字号”在厦新发展

### 新春将至 太祖备货忙

日前,厦门市商务局等5部门向金门酒厂(厦门)贸易有限公司、厦门正新橡胶工业有限公司、厦门太祖食品有限公司、郑福星(厦门)茶业进出口有限公司4家在厦台资企业授予“厦门老字号”的牌匾、证书和标识使用权,其注册商标和牌字分别为“金门高粱酒”“正新”“太祖”“郑福星”。这是厦门首次将品牌始创于港澳及台湾地区、在厦门发展的港澳台资企业纳入厦门老字号的申报范围。

作为台胞台企登陆第一家园的“第一站”,厦门自成立特区以来,就以开放包容的胸襟,热情拥抱来厦创业、就业的台商、台胞。如今,不少在厦台企深耕大陆市场几十年,早已深入本土,成为家喻户晓的老品牌。将在厦港澳台资企业纳入老字号申报范围在厦门乃至全国都属首次,也是厦门市探索两岸融合、深化经贸合作的一项具体实践。

厦门市商务局副局长喻皓表示,此次对在厦台企进行老字号认定,将有利于帮助港澳台资企业获得更多的发展机遇和更广阔的发展空间,也将极大推动在厦台企特色消费品牌和服务的培育。接下来,还将继续推动更多在厦台企申报“中华老字号”和“福建老字号”。

晨报记者  
陈翠仙 潘薇



厦门太祖食品有限公司总经理蔡锦裕。记者潘薇摄

春节临近,位于翔安的厦门太祖食品有限公司呈现出一派繁忙的景象,一箱箱牛轧糖、贡糖等糕点在这里生产、装箱,这些产品将作为年货,走进不少人的家中。来厦发展近20年,“太祖”这个在金门家喻户晓的品牌也在厦门打响了名号,不仅成为市民年节送礼的佳品,也是不少来厦游客的优选伴手礼。

早在20世纪70年代,“太祖”创办者叶锦湖的父亲丁督便走街串巷,贩卖自制的糕点。金门开放观光旅游后,叶锦湖抓住这一机会,带着弟弟蔡锦裕、蔡锦德一起传承创新贡糖技艺,在1990年10月10日开办了自己第一家贡糖品牌

门店——太祖贡糖店。凭借着推陈出新的口味以及好品质,太祖贡糖很快在金门赢得了好口碑,高峰时期,市场占有率达到了七八成。

在金门做大做强后,叶锦湖把目光放在了大陆,寻求更大的市场。2002年,他带领着团队来到厦门考察。厦门广阔的市场给他巨大的信心。事实证明,叶锦湖并没有看错。2006年,叶锦湖带着兄弟俩在环岛路旁创立厦门太祖食品有限公司的“厂店合一”观光工厂。这种模式让太祖食品迅速在厦门旅游市场打开知名度,收获了大批粉丝。2014年,太祖食品在厦门的事业翻开新篇章,在翔安新圩开设了占地约

30亩的工厂。有了工厂的加持,太祖的产品销路越来越广,除了面向市民游客零售,也为各大商超流通、网络渠道供货。

对于获评“厦门老字号”这一称号,厦门太祖食品有限公司总经理蔡锦裕感到十分开心。在此之前,太祖也曾想申报老字号的认定,但那时台企还未被纳入申报范围。此次新规,不仅将台资企业纳入申请范围,还将品牌在台湾发展的年限纳入考核标准。这一惠台举措,打通了太祖的申报之路。“这不仅是政府层面对我们品牌的认可、支持,也能为太祖这一品牌开拓市场加分、赋能。”蔡锦裕说。

### 匠心传承 老酒深耕大陆市场

入围2023年第一批“厦门老字号”企业的还有金门酒厂(厦门)贸易有限公司。说起金门高粱酒,不少两岸民众都十分熟悉。该公司董事长谢世杰表示,福建晋江通水到金门,这对于金门高粱酒增产更有把握。目前金门高粱酒销售量,在大陆占三成左右。该品牌纳入“厦门老字号”,将会助力金门酒厂进一步深耕大陆市场。他说:“厦门、金门都属于福建省,在这里我们可以感受到两岸一家亲的氛围,

同时也推动厦金同城生活圈逐渐形成。我们也希望把金门高粱酒推广到江西、安徽、浙江、江苏等地。”

据悉,金门酒厂于1952年在金门创设,开始生产高粱酒,至今72载,其采用金门特产旱地高粱为原料,引用当地水质甘甜的宝月神泉,酿造出清香独特、口感香醇甘冽的金门高粱酒。2004年正式进驻大陆,在厦门成立全资子公司金门酒厂(厦门)贸易有限公司,负责金门高粱酒在大陆的

市场营销与品牌运营。谢世杰表示,70余年的匠心传承,金门高粱酒不断革新突破,在各类国际权威比赛中屡获殊荣。也希望让更多大陆乡亲品尝到金门的好酒。

他说:“入围我们老字号,可以让更多消费者、更多旅游者知道金门高粱酒,特别是每年到厦门的旅游人数达三四千万以上,通过旅游观光的宣传,这样的行销力度对我们是有帮助的。”

### 背靠祖国“大树” 发展更加扎实

“大陆的一个订单,在台湾可以做1个月!”这是“郑福星”品牌第三代传承人郑钧元对于大陆广阔市场最直观的感受。他也相信,获得厦门老字号将助力他们的品牌更上一层楼,“这是政府对在大陆发展代表性老茶企的高度认可,能够进一步推动品牌在地化,背靠祖国‘大树’,未来发展会更加扎实。”郑钧元说。

台湾郑福星茶业迄今已历四代传承,主营台湾陈年老茶及台湾乌龙茶。第一代掌门人黄清良在台湾创立“福初号”,留下“阿公藏茶·子孙卖”的藏茶理念;1969年,其女婿郑福星将“福初号”迁移至台湾台南府城并将商号升级为“福初

号-福星茶庄”,专营台湾传统乌龙茶及陈年老茶。延续至今已有台湾老茶存量超10万公斤。2002年,郑福星长子郑钧元将商号升级为郑福星老茶庄。

2008年,“郑福星”抓住机遇,登鹭发展,很快凭借着优质的产品以及系统化的品牌管理崭露头角。“以前,我们在台湾的公司叫总部,厦门公司叫大陆运营中心;后来,大陆公司叫总部,台湾只是采购中心。”说起这些年取得的成就,郑钧元颇为自豪,他告诉记者将总部放在大陆后,成本降低50%,截至2023年底营业额增长20倍,几乎都是大陆订单。深耕10多年,“郑福星”的事业版图不断扩大,目前,台湾郑福星茶业

已在大陆150多座城市发展出700多家线下门店及渠道商。

作为“郑福星”茶品牌第四代传人,郑成功也来到厦门发展,与父亲郑钧元共同打理茶叶生意。郑成功认为,大陆市场为年轻人提供了一个“无限可能”的平台,可以创造更多的空间和价值,“在这里发展是个很好的机会。”

郑钧元也不吝将大陆广阔的市场推荐给更多台湾企业,他认为,此次台企获评“厦门老字号”,让更多台湾企业了解大陆政策层面对台资企业的支持,相信会有越来越多台湾老字号品牌来大陆开拓市场,为两岸经贸合作交流增添新的亮点。



谢世杰介绍大陆主推产品。记者潘薇摄



郑福星茶业第三代传承人郑钧元