

策劃：蘇添平、郝雨凡、王海濤、李自松
 主辦：香港文匯報、澳門蓮花衛視
 支持：澳門特區政府經濟局、澳門消費者委員會、澳門大學
 贊助：工商業發展基金
 主編：王海濤
 採寫：王禹 攝影：uste

特刊 責任編輯：何全益 版面設計：歐鳳仙

俗語說，「禮輕情意重」。華人社會由於農業社會的悠久歷史使得人情味濃厚，凡出外或是回鄉，為表關懷與禮數，都會攜帶隨手的小禮物送給親友。這些伴手的禮品往往並非價值不菲的名貴物品，而是藉此以表達人與人之間情感的聯繫。澳門這座小城，自古以來有着濃厚的手信文化，如今，澳門的手信已走出澳門，走向更為廣闊的市場。

品牌宣言

以人為本、安全為先、品質為基、持續發展。

品牌之光

「十月初五」取得了 HACCP、ISO 22000 等多項國內外產品質量認證，達至國際先進水準。公司總店位於澳門十月初五日街，而研發中心和生產基地設於廣東省江門市；目前，「十月初五」在內地已擁有近9000個銷售點，是澳門手信業在內地規模最大的品牌。

2012香港《鏡報》第一屆企業社會責任大使

廣東省著名商標 (2011年)

2008江門僑鄉美食購物節之「最受市民喜愛的參展單位」

廣東出入境檢驗檢疫局「出口食品衛生註冊企業」認證

中國商品學會之「中國優質產品」、「重點推廣產品」證書 (2006年)

廣東江門新會經濟開發區管理委員會「名牌產品企業」證書 (2008年)

江門市衛生局「食品衛生等級A級單位」認證

新會區人民政府「2008年度標兵文明單位」榮譽稱號 (2009年)

廣東省食品行業協會「廣東省食品安全排頭兵 (2010年)」榮譽稱號

2011「環球旅遊美皇后中國·江門賽區」指定手信禮品

2011僑鄉品牌月餅

十月初五餅家



「十月初五」董事長劉藝良

品牌標識



十月初五餅家標誌

十月初五日街是澳門的一條逾百年歷史老街，又名泗水街，與內港碼頭相鄰。昔日的十月初五日街繁華興盛、車水馬龍，那裡店舖櫛比、茶樓林立、餅味飄香，承載着一代又一代澳門人成長的記憶。「十月初五」品牌即誕生於此，力求傳承澳門古法製餅工藝，並配合現代技術，精心烘焙地道澳門餅食，與全世界分享獨特澳門美味。

十月初五品牌來自澳門，品牌標識猶如品嚐中的餅食，看似盈月又刻意或缺，讓人聯想起月亮的循環，寓意團圓的美好時光，滿載對故鄉的思念情懷。

▼在「十月初五」江門生產基地，工人們正緊張地忙碌着。



▲「十月初五」生產的中秋月餅每年都會受歡迎

品牌傳奇

澳門品牌 內地揚名

澳門的十月初五日街是老字號的集中地，街上林立的商店大多開業逾半個世紀。然而，就在這條街上，卻有一家也叫做「十月初五」的年輕面孔。這就是在內地市場赫赫有名的澳門手信品牌「十月初五」餅家。

2004年，澳門的手信業已日趨成熟，幾家老牌手信品牌在澳門已經擁有很大的規模。恰在此時，「十月初五」品牌於澳門正式創立。

當時，澳門眾多手信品牌的定位主要是立足澳門做遊客生意，此時，與其涉足本地遊客市場，同別家品牌競爭，倒不如去開拓無人涉足的海外市場和內地市場。於是，澳門品牌「十月初五」創立之初，便在僑鄉廣東省江門市新會區投資設立生產基地，力求傳承澳門古法製餅工藝並配合現代技術，精心烘焙地道澳門餅食，向海內外推介獨特的澳門美味。

董事長劉藝良回憶說，「十月初五」創立之初的定位，一個是出口市場，一個是內銷市場。當時覺得開拓內地市場難度較大，所以決定先從出口做起，再慢慢鋪開內銷市場。

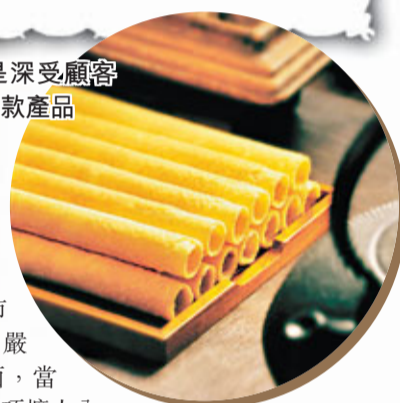
品質為先 蓬勃發展

2012年，已發展了8個年頭的「十月初五」，品牌總店暨澳門旗艦店於11月18日在澳門隆重開幕，店址就設在十月初五日街。劉藝良解釋說，旗艦店開張之日選的是農曆十月初五，但陽曆來說是11月18日，儘管時間相差有些遠，但更多的是象徵意義，也代表了中西文化的交融。

如今，十月初五日街的這家旗艦店，更多的也是一種象徵意義，象徵了「十月初五」的澳門根、澳門情。而品牌目前主要的銷售市場還是在內地。十月初五餅家營運經理謝嘉倫表示，目前公司在內地主要有兩種銷售模式，一種是由公司直接管理的直營店，主要集中在江門地區，另一種是通過代理商和經銷商，在各地超市、機場、商場上架銷售。

「十月初五」今時今日的蓬勃發展之勢，與當年金融海嘯環境下的迎難而上有着緊密的關係。劉藝良說，金融海嘯席捲之時，營運團隊卻決定擴建江門廠房。面對宏觀金融環境的惡化，營運團隊在「要不要擴建」這個問題上產生了不同意見。最終，劉藝良決

蛋卷是深受顧客喜愛的一款產品



然而世事難料。「十月初五」投產後三年，一場席捲全球的金融海嘯襲來，歐美市場不可避免地受到嚴重影響。另一方面，當時中央政府出多項擴大內需政策，並投入大量資金給予支持，於是，劉藝良和他的團隊當機立斷，迅速將重點轉向內銷市場。

從海外市場轉向內銷市場時，內地食品安全問題正備受關注，老百姓對食品安全要求很高卻又信心不足。此時，「十月初五」將「食品安全第一、質量保證第一」的理念貫徹到整個營運團隊，主打澳門品牌，讓客戶樹立信心。劉藝良至今還記得，當時，從市區的食品安全檢查小組，到廣東省食品安全檢查小組及各市主管食品安全的主管領導視察團，再到中央食品安全檢查小組，一個月內連續有多個食品安全檢查小組到「十月初五」江門生產基地進行檢查。「對我們來說是個壓力」，他說，「但同時也是動力，要求我們做到最好。」

定，既然大家都對現狀不滿足，且對未來充滿信心，那就趁外部環境低迷時擴大規模。事實證明，這個決定是明智的。「最差的环境就是最好的時機，所有的成本都是最低的。」劉藝良說，「2010年，新廠房基本上建好投產，如果當初放棄擴建，等到2010年再建設的話，不但廠房不夠用，成本也會高很多。」

八年間，「十月初五」在內地市場不斷發展壯大，到了今天，全國範圍內已有近9000個銷售點。但隨之而來的，是遭遇山寨侵權的困擾。劉藝良回憶說，在遇到過最嚴重的一場侵權案中，不法分子利用「十月初五」散裝團購的優惠，整車購買後，再假冒品牌印刷包裝並進行生產。當得知有人假冒品牌之名進行生產後，劉藝良決定，對食品安全、消費者健康有影響的，就一定要追究到底。最終，配合公安機關成功將這個跨區域的製假售假團夥人贓並獲，並提起刑事訴訟令當事人獲刑。

「維護股東利益最大化、員工利益最大化、客戶利益最大化、社會利益最大化的有機平衡」是「十月初五」的經營理念。劉藝良說，食品安全永遠是品牌堅持的宗旨，只要加強管理，守法自律，擁有高度的社會責任感，企業就能長久生存下去。

品牌秘笈

責任在肩 品質承諾

「十月初五」自創立以來，始終視品質及食品安全為第一道防線。從國際標準的現代化廠房到嚴謹的國際質量管理體系、從尖端的質量檢測設備到專業的技術人才配備，每一個細節都是品牌關注的所在。

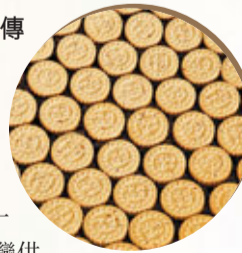
除了擁有 HACCP、ISO 22000 等質量安全衛生控制體系認證外，「十月初五」還建立了嚴格的產品召回制度。一旦發現產品質量未如理想或是不能兌現對顧客的承諾，都將不惜成本將產品召回，堅持以客戶健康為首要的宗旨。

這些年來，在堅持食品安全及品質的過程中，

杏仁餅採用澳門傳統造餅工藝炮製

「十月初五」遇到了很多驚險的時刻，至今想來都讓人為之捏一把汗。

當年塑化劑事件曝光，「十月初五」立即檢查自己的台灣供應商名字是否在官方公佈的企業名單中，當發現供應商名字赫然在列，儘管沒有接到投訴，也不清楚提供給「十月初五」的原料是否就是出問題的那批，但公司還是第一時間自行封鎖倉庫，將與名錄有關的產品全部封存。與此同時，一方面通知政府質監部門前來檢驗，另一方面自行把產品樣本送去深圳化驗以求萬無一失。公司規定，在化驗結果出來之前，全部有關產品都不得



▲澳門首家旗艦店設在十月初五日街

出倉庫。劉藝良說，等待結果的那段時間，他忐忑不安，不知道會出現怎樣的結果，整晚都睡不着。幸而最後的檢驗結果顯示，這批次的產品沒有問題，才得以鬆了一口氣。也正是因為有了這種對食品安全和品質負責的態度，「十月初五」才能在短短八年間迅速成長。

傳統工藝 現代思維

傳統造餅工藝，並延續百年古風炮製餅食，保證口味一脈相承，力求原汁原味。在堅持傳統工藝的同時，「十月初五」時刻根據市場的變化，依靠優秀的烘焙食品生產管理和專業研發團隊，開發研製更多新產品。

劉藝良說，公司強調產品研發和品質提升。一方面，公司建立研發中心，聘請專業技術人才研發現代化設備。另一方面，公司與大專院校合作，產、學、研支持協作，達到共贏。

「十月初五」將生產基地設在廣東省江門市



廣東省著名商標