

凝心聚力 一路同行

厦门台商亲历改革开放40年

借助“台资板”，台青成就自我

握紧资本市场 提升知名度，传播音乐梦

说明会上,在了解了“台资板”相关信息后,来自彰化的音乐老师黄楷云第一时间签下了意向书。“这对于想在大陆扎根发展的台青来说,很有帮助”。

2016年,黄楷云在龙山文创园台湾青年创业基地开设了“云音乐学院”,开展音乐培训课程等,将台湾音乐教育理念带到厦门,用游戏和故事去导入乐理,这种教学模式受到了不少孩子及家

长的认可和欢迎。

“台湾有不少从事音乐教育的青年都看好大陆市场,这其中也包括我。这边的孩子多,父母也越来越重视孩子的音乐启蒙。”黄楷云介绍说,她在龙山文创园的教学点运营十分稳定,并且在外图厦门书城开启了新的教学点。她还计划着日后以厦门为据点,布局更多音乐教学点,让特色的音乐教学模式常态化,并编写

相关两岸特色的音乐教学书籍进行推广。

“我觉得透过‘台资板’有助于提升我们的知名度。更重要的是,对我们融资或市场推广有很大的帮助。”黄楷云也希望有更多台青能来尝试。“我也与不少台青朋友分享了这个消息,大家都很积极地了解相关信息,我觉得好的政策会鼓励更多台青更安心地在厦门创业经营。”

黄楷云



张秀祯

意欲借助挂牌 循自然农法,种绿色作物

改革开放以来,人民生活水平不断提高,乡村也变成了人们休闲度假的重要场所,许多台青看中了这点,纷纷来大陆开设农场、休闲农庄。张秀祯就是其中一个,她在厦门同安汀溪筹建一个“遵循自然”的农场。

张秀祯是台东人。在台湾,她的家族经营农场,并且有一套自己的种植方式——“循环立体农法”。张秀祯介绍说,用这种方法生产出来的作物都是绿色食品,很想把这套农法带到大陆来。

2004年,张秀祯来到大陆考察,经过了10多年的挑选,最终落地厦门。

“我们通过农业布局、农场规划等方式,将合适的动物、植物放在适合他们的位置上,然后加上生物防治、生物补充等手段,让他们形成一个自然循环的系统。”张秀祯解释说。

在农场的规划过程中,张秀祯还考察农场及周边的原生植物,准备就地取材建设一个科普基地,进行环境教育。科普基地里

有植物地图和植物社会,反映植物之间的相互关系。“前年暑假的时候,已经有两批亲子团队到我们的农场里参观了。”张秀祯说,她希望通过这样的方式,让人们多多了解大自然。

对于“台资板”,张秀祯也十分感兴趣,“我们正在评估未来几年内,公司是否需要挂牌进入‘台资板’。”张秀祯解释说,“台资板”能够为小微企业提供融资帮助,但要根据企业自身的需求来选择。 S8C07017

不久前,厦门两岸股权交易中心在厦门启达青创基地举办了一场“台资板”说明会,帮助更多中小型台企进入大陆的资本市场,不少台青前来了解。厦门两岸股权交易中心成立的“台资板”,是专注于打造两岸中小微企业与资本对接的综合金融服务平台,聚焦政策、行业、资本等资源,为台湾企业提供挂牌展示、股份制改革等各类金融服务,这些对于台湾创业青年来说,是一大利好。

晨报记者 潘薇 陈翠仙

台青“拿手菜”成创业亮点

晨报记者 潘薇 陈翠仙

如今,随着改革开放的深化,大陆第三产业进入快速发展阶段,吸引着一批台湾年轻人来创业。有别于传统台商,他们往往“轻装上阵”,带着自己的所长来经营,甚至带来拿手的台湾美食,开辟一片天地。也有二代台青传承“老味道”,让台式品牌不断扎根大陆餐饮市场。

二代女传承爸爸“老味道”

对厦门人而言,“豪佳香”这一牛排品牌并不陌生。2003年,台商张茂豪创办了“豪佳香”,在厦发展十多年,“豪佳香”已经有10多家门店,泉州、漳州等地都有它的身影。目前,“豪佳香”主要由张茂豪的一双儿女管理,一个负责中央厨房,一个管账和营销,两个年轻人勇于创新。这几年来“豪佳香”也有了不小变化。

张茂豪的女儿张孟如参与豪佳香餐饮有限公司的管理,主要负责公司财务和营销。张孟如告

诉记者,早在20世纪90年代初,她的父亲张茂豪就来大陆寻找商机。张孟如说,她的父亲见证了改革开放以来,大陆经济的腾飞,对于市场十分敏感的张茂豪进军牛排市场,并于2003年开创“豪佳香”。

父亲一手打造的牛排品牌,成为了一代厦门人的味觉记忆。因此,张孟如与哥哥一起从父亲手中接过“豪佳香”的“接力棒”,她想将这种“味道”和企业精神传承下去。

“十几年前,我们的牛排馆十分流行,让市民有一个可以坐下来舒服小憩、喝咖啡吃牛排的地方。”张孟如意识到,时代在变化,企业也必须转型发展,不断贴近消费者。

除了财务管理与营销,张孟如也为“豪佳香”的转型创新绞尽脑汁。“我发现我们的食客主要以家庭为主。”如何进一步吸引年轻群体是张孟如一直在思考的问题。

在追求年轻化的过程中,“豪

佳香”推出了餐厅动漫形象“牛小生”。生动活泼的“吉祥物”令人耳目一新。张孟如认为,对于晦涩难懂的传统logo,应该做“减法”,让年轻人更直观地理解它的内涵。

张孟如也盯上了庞大的外卖市场。“因为牛排对保温的要求比较高,所以有好的便当盒非常重要,我们希望消费者拿到手里是热的。所以目前还在研究怎么把它做到最好。”张孟如说,她希望“豪佳香”能够跟着时代共同进步,但是会坚守厦门人记忆中的“老味道”。

高雄姐妹花带来绵绵冰

在沙坡尾的一家台式绵绵冰门店,来自高雄的姐妹花黄心怡与黄怡婷正在为客人制作绵绵冰,香甜软绵的口感及热情的服务获得了不少好评。“我本身很喜欢餐饮业,读书的时候也选修相关专业,台湾服务业还是有许多可圈可点之处,所以希望能把这些服务理念 and 美食带来厦门。”黄



张孟如

黄心怡(右)与姐姐制作美食。
记者 潘薇 摄
P18C064898

心怡说。

从去年开始,黄心怡便随着父亲一起来厦门考察市场,来到沙坡尾便决定要落地于此。“这里文创氛围浓厚,有不少台青来这里开店,平时我们也会互相交流。”只有22岁的黄心怡对于日后在厦门的发展思路十分清晰。

黄心怡表示,自己常跟着父亲拜访客户,逐渐了解市场。“大陆市场体量很大,相比台湾机会

更多,我觉得这是吸引台青来创业的关键要素。”

如今,看中大陆的互联网热潮,除了线下销售绵绵冰、烧仙草等,黄心怡还在计划通过直播、抖音、微信公众号等吸引人气,推广自己的品牌。

黄心怡说,台湾的推广模式往往靠着回头客,“酒香不怕巷子深”,但在大陆需要转变传统模式才能获得更多人气。 S8C07018