

商匯館 — 龍天燒臘



“龍天燒臘”為本會“誠信店認可計劃”的認可商號，同時，其商品進駐了澳門貿易投資促進局“商匯館”作商品展示及推廣。“商匯館”以對外宣傳“澳門製造”、“澳門品牌”、“澳門設計”的商品為目標，而本會的“誠信店認可計劃”則能助力商號提升商品品質及服務水平。今期《澳門消費》轉載“商匯館”企業故事的專訪內容。

飛粵濠江的“臘味專家” — 龍天燒臘

正宗的粵菜館，菜單上必有燒味及臘味的一席之地。澳門就有一家燒臘店，以“臘味專家”的名號享譽粵港澳，出品的燒臘深受各路食客的歡迎。

龍天燒臘由創始人莫桂波於1964年在澳門高士德紅街市開業至今，紮根逾半世紀。由最初的鮮豬肉批發零售，再逐步擴展經營燒臘店及茶餐廳，現已發展至三間門店。自九十年代初，龍天燒臘開始向各大酒樓食肆及酒店供應燒味、臘味以及新鮮豬肉，旺季時每天臘味產量可達兩至三噸。

“臘味專家”的驕傲 “澳門製造”的堅守

為了確保食材的質量，作為鮮豬肉批發商的龍天，從選料上已從源頭把關，採用新鮮豬肉製作臘腸；製作臘腸工藝複雜，首先要肥肉瘦肉比例、味道調配、腸衣刺孔、炭火溫度及風乾濕度等細節的調控均環環相扣，嚴格把關。

“鮮鴨肝腸在廣東省我們差不多算是獨家經營。”龍天第二代接班人莫兆基對龍天處理鮮鴨肝腸的執着及經驗感到自信。堅持對工藝的嚴謹不但讓龍天馳名廣東省，更是令其能在臘味領域佔領一席位的原因之一。在傳統的基礎上，龍天亦根據市場的需求創作新的菜色，“我們不斷研究新食譜，最近就研發了龍天風味的老娘叉燒，並特意拍攝了短視頻向客戶推廣烹煮方式，反應不俗。”

龍天的臘味工場設置在澳門，堅持百分百“澳門製造”，廠房已取得ISO22000認證，積極規範企業管理及生產流程，爭取獲得更多國際質量及管理認證。

善用線上傳播力 獲發展新動能

莫兆基認為目前龍天在澳門市場已算是家傳戶曉的

品牌，但要如何進一步在粵港澳大灣區取得更多客戶的注視，尤其提升年輕一代對品牌的認識，則成為企業拓展市場的下一個關口。故此，龍天於2021年建立微信公眾號，客戶不但能線上預訂用餐及下單燒臘產品，也能透過關注公眾號，接收企業發佈的新食譜資訊及宣傳視頻，以豐富的美食內容綁住食客的忠誠。其次，為重塑品牌形象，亦籌備參與品牌包裝設計比賽，藉由文創界人士的創意，以新包裝為老字號品牌帶出新感覺。

龍天燒臘經常參與貿促局組織的展會，莫兆基認為參展有助中小企拓展市場。2020年龍天在貿促局商匯館的推薦下，在三展^註上進行了產品直播後，收到不少內地買家來電諮詢產品詳情，深深體會到內地新媒體的威力。“如今網絡營銷大行其道，中小企對很多內地的宣傳新渠道未必熟知。希望未來我們也能在貿促局的協助下，加強電商方面的發展，以及助力企業能更好地融入大灣區市場。”



註：“第二十五屆澳門國際貿易投資展覽會”（第25屆MIF）、“澳門國際品牌連鎖加盟展2020”（2020MFE）及“2020年葡語國家產品及服務展（澳門）”（2020PLPEX）