



新加坡金字品牌奖
Singapore Prestige Brand Award 11
Celebrating 10 years of Brand Excellence

新加坡金字品牌奖
Singapore Prestige Brand Award

Official Launch
5 July 2011

CO-ORGANISER BY
ASMME

联合
LAMB EXHIBIT

SUPPORTED BY
e3

OSG

SPRING



黎文深（左起）、王彼得、曾宗敏、郑希振和李美仪，和与会者分享打造品牌的重要性。（陈来福摄）

新加坡金字品牌奖10年来 千余公司参选25%得奖

新加坡金字品牌奖筹委会主席曾宗敏说，另一个趋势是，更多品牌在获奖之后，继续多次参选，在过去的三年，有40%的参选品牌是以往的品牌奖得主。

胡渊文 报道

新加坡金字品牌奖（SPBA）十年前诞生以来，至今共有1000多个本地品牌报名参选，其中25%成功赢得这个奖项。

新加坡金字品牌奖筹委会主席曾宗敏，昨天在“2011年新加坡金字品牌奖”说明会上指出这点。

他解释说：“更让人感到欣慰的是，参选的高质量品牌来自B2C和B2B的各个行业。”

B2B (business-to-business) 指企业对企业的交易，而B2C (Business-to-consumer) 则是指企业对顾客的交易。

曾宗敏说，另一个趋势是，更多品牌在获奖之后，继续多次参选，在过去三年，有40%的参选品牌是以往的品牌奖得主。



中小型企业家商会和《联合早报》联办的“新加坡金字品牌奖”，今年步入了第十个年头，已开始接受企业报名参加。

联合早报执行副总编辑吴新迪说：“过去很多人认为，本地中小企业缺乏品牌意识，但从每年报名参加新加坡金字品牌奖的企业都在增加的事实看来，本地中小企业的品牌意识已经大大提高。更重要的是，不仅参加这个奖项的数量逐年增加了，品牌的素质也令人鼓舞。”

吴新迪指出，要在众品牌中脱颖而出，最重要的是品牌策略要不断地检讨、改善，而金字品牌奖就提供了一个很好的平台，让参选的品牌可以和其他不同品牌一起评比、交流，在这个过程中有机会不断检讨和改善品牌素质。他也表示，金字品牌奖捧红了許多中小企

业。新加坡中小型企业家会执行总裁郑希振在回答与会者提问时指出，和B2C企业一样，B2B公司也可以在金字品牌奖取得佳绩。

他举例说，两年前速印 (Xpress) 获得最佳成名品牌奖就说明，只要B2B公司努力打造品牌，同样有机会获奖。

去年荣誉金字品牌奖荣誉榜 (Hall of Fame) 的豆乐 (Jolibeau) 是第三次荣获成名品牌奖，也赢得该组别的最佳品牌

奖。豆乐执行董事李美仪昨天分享她的经验时说，通过参选金字品牌奖，公司重新审视并改善品牌策略。

她说，金字品牌奖的认可以使得公司的合作伙伴对公司更有信心，也提高了豆乐品牌在消费者当中的知名度。

新加坡金字品牌奖2011年筹委会联合主席、《联合早报》助理总编辑王彼得指出，本地市场太小，公司需要拓展海外市场，获得金字品牌奖有助于提高公司在海外的成功率。

本地传统早餐面包店亚坤 (Ya Kun Kaya Toast) 就是把品牌成功带到海外市场的金字品牌奖得主。亚坤执行主席黎文深说，品牌的打造要全公司的人参与，如今亚坤共在五个亚洲市场开店。

8月12日截止报名

新加坡金字品牌奖五个主要奖项包括：潜质品牌奖、成名品牌奖、悠久品牌奖、区域品牌奖以及特别表扬奖。除特别表扬奖外，其他四个组别各评选出一个最佳品牌奖。

“2011年新加坡金字品牌奖”已开始接受报名，截止日期是8月12日（星期五）中午12时，有兴趣的企业可通过电话：6513 0335 / 0361 / 0375向秘书处了解更多详情。
✉ yuanwen@sph.com.sg