

今年新加坡金字品牌奖 悠久品牌得主多两倍达12个

陈紫筠 报道

ziyun@sph.com.sg

本地老字号品牌勇于突破，今年新加坡金字品牌奖（SPBA）的悠久品牌奖得主数目比上一届多出两倍。

第20届新加坡金字品牌奖昨天公布得奖名单。获得悠久品牌奖的品牌多达12个，数目比上一届的四个多两倍。这个奖项的对象是在新加坡成立超过25年的品牌。

这些品牌中有不少是家族事业，其中一些由新一代接班人参与管理，为老字号注入新气息。

悠久品牌奖得主之一的优联能源（Union Energy）创立40多年，集团第二代张宇扬现为业务发展董事，由他负责制定集团的发展策略。

张宇扬在三年前加入集团，他昨天接受《联合早报》访问时指出，冠病疫情促使人们更接纳数码化，例如到购物中心时都必须扫描QR码，这让集团看到机遇去改变销售管道。

他说：“我们在每个煤气桶上贴QR码，客户用完煤气时只要扫描这个QR码就可以登入网站，直接订购和付款，过后在半个小时内收到一桶新的煤气。”

为了鼓励客户使用新的销售管道，集团在推介时为使用者提供折扣，获得不错的反响。从这个新销售渠道接到的订单，目前占了销售额的15%。

优联能源的关联公司优联燃气（Union Gas）也在另一个组别——潜质品牌奖中得奖。这个奖项表扬的是成立三年至八年的品牌。

创立于1994年的清洁公司CSP Maintenance是另一个勇于创新的家族企业。身为第二代的董



四家金字品牌奖的得奖企业为老字号注入新气息，获得悠久品牌奖。左起为优联能源业务发展董事张宇扬、CSP Maintenance董事经理谢男骏、四星床褥首席执行长林法成，以及金池业务发展经理黄玲芝。（蔡家增摄）

事经理谢男骏认为，清洁业不能像以往那样单靠价格来竞争，必须提升专业水平，从中建立品牌。他指出，塑造良好的品牌有助于吸引人才加入，并且让客户在选择承包商时更有信心。

拥有46年历史的肉干品牌金池（Kim Tee）也是不畏时代变迁的老字号。

作为家族第三代的业务发展经理，黄玲芝指出，肉干是季节性的产品，在推广时面对的挑战

是如何全年与顾客保持互动。此外，疫情暴发后，人潮大量减少，迫使商家转向线上营销。

黄玲芝说：“我们抱着危中寻机的精神，在网上展开更积极的营销活动，分享我们的历史、独特肉干制作方式和对传统的坚持，并与更广泛的消费者互动，建立起他们对品牌的信任。”

家喻户晓的品牌四星床褥（Four Star）意识到市场在改变，五年前开始转型。公司首席

执行长林法成说，这家公司有不少老员工，在转型时会有一些理念上的差异，必须慢慢沟通，让他们了解到不是为了改变而改变。

四星床褥在这五年推动了一系列转型，包括扩大产品定位，除了大众化产品，也针对收入属于中上层的客户群。它也让形象更年轻化，以便吸引新婚夫妇。林法成透露，这几年的转变策略已渐渐看到一些成效。