

新加坡金字品牌奖特辑



2023年新加坡金字品牌奖的主题是“果敢创新，自信自强”，彰显本地品牌的创意和坚韧不拔的精神。(档案照片)



2023年新加坡金字品牌奖筹委会主席周丽青：获奖企业采纳可持续发展理念，许多业者注重资源回收和减少废弃物，通过科技和可再生资源来降低碳足迹。(档案照片)



2023年新加坡金字品牌奖筹委会联合主席、《联合早报》副总编辑吴新慧：今年首次出现人工智能科技领域企业，意味着本地一些新增长领域的企业近年已取得成果。(档案照片)

2023年新加坡金字品牌奖 24品牌首参加便获肯定

文 | 周岳翔
yushchau@sph.com.sg

今年共有29个本地品牌获得的由中小企业商会 (ASME) 和《联合早报》联办的新加坡金字品牌奖 (SPBA)，其中24个品牌首次参加便获奖肯定。

2023年新加坡金字品牌奖的颁奖典礼及晚宴于今晚 (10月25日) 在丽思卡尔顿美年酒店 (The Ritz-Carlton) 举行，主宾是贸工部长颜金勇。届时将揭晓各组别的总冠军和最受欢迎品牌。

今年的金字品牌奖主题是“果敢创新，自信自强” (Celebrating Creativity, Courage & Confidence)，彰显本地品牌的创意和坚韧不拔的精神。29个获奖品牌之中，24个首次参加便崭露头角，获奖肯定。这些获奖品牌来自各行各业，除了美容保健、医疗、房地产、餐饮和建筑业，更首次迎来人工智能科技领域企业。

今年迈入第21个年头的金字品牌奖共有五个组别，分别是潜质品牌奖 (在新加坡成立三年至八年)、成名品牌奖 (在新加坡成立超过五

年)、悠久品牌奖 (在新加坡成立超过25年)、区域品牌奖 (在新加坡成立至少三年，进驻至少三个外地市场)，以及特别表扬奖。

除了特别表扬奖外，各组别将选出一个总冠军，并让公众投票最受欢迎品牌。其中成名品牌奖的竞争最激烈，共有14个本地品牌角逐总冠军及最受欢迎品牌。

2023年新加坡金字品牌奖筹委会主席周丽青说，她注意到获奖企业经历了三年疫情的洗礼后更加壮大，它们也采纳可持续发展理念，许多业者注重资源回收和减少废弃物，通过科技和可再生资源来降低碳足迹，并落实可持续采购。

她说，不少再度参加金字品牌奖的企业，认为参选经历和评审给予的意见让他们获益良多，对他们的品牌发展有帮助。“他们希望获得更多这样的体验，有些获奖企业甚至要求打造一个奖杯以放在海外办事处，然而奖杯就只有一座。这说明企业对金字品牌奖的重视及获奖能给公司业务带来积极影响。”

2023年新加坡金字品牌奖筹委会联合主席、《联合早报》副总编辑吴新慧说，每个品牌都有它们的故事，新加坡一些品牌跟新加坡人一样，不太会表达，就是默默地做生意。

她说：“互联网科技和数字经济到来，促使许多本地中小企业必须用更多渠道说它们的故事，体现它们的品牌价值和信念。而这些故事必须对外要有说到做到的诚意、对内要有突破局限的耐力和创意，才能在众多品牌中脱颖而出。”令她感到高兴的是，今年得奖品牌来自不同领域，首次出现人工智能科技领域企业，意味着本地一些新增长领域的企业近年来已取得一些成果，可以自信参加金字品牌奖，并且获奖。

吴新慧指出，餐饮和建筑业等比较传统领域，也须要转型和利用现代科技与管理方法来因应新经济的生财之道、满足现代消费者对环境与包容价值观的重视，这都体现了本届主题“果敢创新，自信自强”所要传达的价值。

红日牌 照顾客户利益 建立良好口碑



文 | 黄秀惠
xhwee@sph.com.sg
受访者提供照片

面对成本上涨的挑战，不少企业将额外成本转嫁给顾客。然而，本地保健品品牌——红日牌 (Red Sun) 选择自行承担成本涨幅，通过开源节流来应对，为的就是留住忠实顾客，从而建立良好口碑。

家喻户晓的红日牌于1994年成立，是健康产品和保健品的制造商和分销商。公司业务20多年来稳步增长，制造商网络也在扩大，目前与来自日本超过七个县的制造商合作。

公司产品 多年没起价

红日牌创办人兼董事经理林汉池接受《联合早报》访问时说，把顾客放在优先位置，照顾他们的利益，是公司打造良好品牌的其中一个要素。

他指出，消费税从3%上涨到现在的8%，公司都没有调高产品价格，但公司利润却没有受到影响，原因是公司小心运作，在开源节流方面精打细算。

“我们不会因为公司产品很多，就拼命增加营销和聘请员工，因为生意好的时候请人容易，生意不好的时候裁员是很难的。虽然公司规模不大，但运作和营销都在我们的控制



林汉池：把顾客放在优先位置，照顾他们的利益，是公司打造良好品牌的其中一个要素。

范围内。”他的经营理念是只要公司能保持一定的利润，绝对不会把成本算在消费者身上，以留住忠实顾客，从而建立良好的口碑。消费者的口碑比打广告更有效。

消费者的口碑传出去的时候没有带任何利益，是发自内心的分享产品真正的好处，而不是像销售员为了赚取佣金而夸大产品的效果，所以潜在顾客就会很容易对产品产生信心。

他认为，一家公司要有后备金，有些公司有多少就投资多少，资金不够还去借贷。“不能不管三七二十一、草率决定，小心行事不代表你怕输，而是有输得起的能力。”

进入后疫情和数码化时代，公司依旧步步为营。林汉池说，公司在各

社交媒体平台进行宣传，这些都是公司的预算之内。不过，顾客在社交媒体平台的选择太多，还须加强顾客待遇、送货服务、如何应对顾客投诉等细节，才能吸引顾客群。

展望未来计划，林汉池表示会把更多资源投入网购业务。虽然购买公司保健品的年轻顾客不多，但有年轻子女会替父母网购保健品。

公司也想要尽早接触这些潜在年轻顾客，因为他们到了一定的年龄时，可能就需要保健品。

目前，网购占公司业务的四成，其余是实体零售业务。

红日牌获得今年新加坡金字品牌奖一悠久品牌。林汉池说，得奖对公司来说是一个肯定，对建立公司的良好形象有帮助。



创建温馨家园 营造共享社区

Coliwoo成立于2019年，致力于为本地及外籍人士，打造温馨互助的社区精神。荣幸获颁新加坡金字品牌奖-潜质品牌，该荣誉为我们重要里程碑之一，激励我们再接再厉，持续创新，达至更卓越的标准。





一起探索Coliwoo 绝佳共享生活体验



- 黄金地段
- 全装家具
- 灵活租期



- 丰富社群活动
- 多样共享区域
- 专享福利

联系方式

☎ (65) 9790 8585   @coliwoo

 coliwoo.com





您可靠的 存储解决方案提供商

我们疼爱您的物品，就像您一样

提供各种不同大小的储存单元和增值服务，Work+Store 无缝满足各类企业和个人的储存需求。荣获新加坡金字品牌奖(成名品牌奖)，证明了我们致力于提供安全、灵活和可靠的储存解决方案的承诺。



基本储存

受欢迎于计划整理空间或进行家/店面装修的人群。



商业储存

适用于电商或企业家，同时解决存放和邮寄商品的服务。



代客储存

适合临时储存，提供上门取件和回送服务。

存储仓协会的成员:





workstore.com.sg

   8722 8000  space@workstore.com.sg