



刀嘜再獲信譽品牌金獎

美國《讀者文摘》在亞洲七個國家和地區舉辦了2005年度《信譽品牌Trusted Brand》評選，來自香港的食用油品牌刀嘜，勇奪新加坡區白金獎、香港區及馬來西亞地區金獎兩項「信譽品牌」大獎。這是刀嘜繼連續六年獲得「亞洲超級品牌」稱號之後，再次在大陸以外獲得消費者評選出的品牌大獎。此次一同獲獎的還包括友邦保險、國泰航空等國際知名企業。

大打親情牌 贏得媽媽心

三笑從業內資深人士方面獲悉，刀嘜成功的最大原因就在於其在品牌推廣上，打出了感性營銷牌，通過親情互動來獲得消費者的深度認可。

縱觀食用油行業，有的走概念營銷路線，有的打原料牌，但刀嘜則獨闢蹊徑，他們認為食



■刀嘜食油在內地市場有很高的知名度。

用油市場的目標受眾主要是相對比較感性家庭婦女群體，她們對過於技術的產品理念會比較抗拒，在選擇食用油時更多是受情感因素影響。換言之，誰要俘獲了媽媽們的心，誰就等於抓住了市場。

此次評選標準包括：信賴度、產品形象可信性、質量、價值、了解客戶需求的程度及品牌的創新能力共六項標準作出評分。