

本地有许多行业是伴随国家一起成长的，经过数十年的悠悠岁月，有些人认为它们“过时”了。一些业者并不甘于被时代的洪流所吞噬，年轻一代继承先辈的生意后，致力于多元化发展。本系列通过裁缝、制糖、珠宝、杂货四个传统行业，窥探老行业如何通过新思维，开拓新出路，迸发新火花。

SME 中小企业
本专版每逢星期四刊登。欢迎商团提供资讯，请传真到63198125或电邮到zbcj@sph.com.sg

第三代改革创新延续“糖”朝

老行业·新火花 系列

韩宝镇 报道
hanpt@sph.com.sg

成立已近70年，目前由第三代掌舵的钟友兴糖果厂（Cheng Yew Heng Candy Factory），通过制定妥善流程、自动化、采纳国际标准，以及跟其他机构和本地悠久企业合作，转型成为一家现代化企业。

该公司是新加坡历史最悠久和仅存的冰糖厂，也是本地最大的制糖商。董事钟程龙（34岁）接受《联合早报》访问时说，数十年来，公司的客户都是企业和商店，但近期开始进军消费者市场。



钟友兴糖果厂是本地冰糖、黑糖和红糖的主要生产商，董事钟程龙是第三代传人。（档案照片）

在过去，本地不同品牌之间鲜少合作。身为商界新血，这是新模式，协助彼此塑造品牌、成长和取得成功。

——钟友兴糖果厂董事钟程龙

“钟友兴”有特别含意

钟程龙说，可能有人以为“钟友兴”是创办人名字。其实，“钟”是家族姓氏，“友”代表公司把员工、供应商和客户等当成朋友，而“兴”意味着公司连同大伙儿一起“兴旺”。

钟友兴糖果厂于1947年由钟程龙的祖父创立，起初售卖山楂、酸梅等零食。当时，公司有五名员工，在实龙岗路上一间小店铺运作。50年代，第二代接手后，就开始制造白糖、红糖和棕糖等产品。80年代，公司把运作转移至裕廊振美通道，面积3万平方英尺的工厂。

现在的钟友兴糖果厂已不是糖果厂，但仍然保留原名。公司目前有三项业务，即国际大宗商品贸易、物流（入口和供应面粉和糖），以及在本地生产糖。该公司也是英国精制糖协会（The Refined Sugar Association-RSA）的会员。

用事实证明能力

钟程龙虽然从小接触父亲的生意，但对制糖却一窍不通。但从他踏入公司第一天开始，就一心想将公司发展成现代化企业。

刚加入家族企业，对当年20多岁的他来说充满挑战，要说服员工接受新作风。不过，当他争取到新局津贴，顺利助公司提升能力后，员工也了解改变所带

难忘父亲激励：“读不了书就敲冰糖”

2009年，父亲健康情况每况愈下，钟程龙辞去做了一年的银行工作，加入家族企业。父亲在隔年离世，享年74岁。

钟程龙在言语间流露出对父亲和公司的深厚感情。

他记得，小时候每逢学校的假期就会到糖厂帮忙。陪同父亲到各处收账，晚上回到店内一起“数钞票”的经历，成为他美好的回忆。

父亲为人随和，每一次拿到成绩单，他不敢给母亲看，只敢给父亲看。父亲总说，成绩差不用担心，长大后还可以

到制糖厂“敲冰糖”。

敲冰糖是劳力工作，钟程龙认为自己很幸运，由于排行最小，自小没有做过这份苦差，而年龄和他相差10岁的哥哥就有敲过。

“读不了书就敲冰糖”的想法，却让钟程龙下定决心发愤图强，最终考上新加坡管理大学，顺利毕业。

公司过去五年的营收不断增长，期间糖交易量也增加，达到50万公吨。贸易业务也越做越大，去年的糖交易量高达17万公吨，比前年的10万吨来

得高。

夕阳行业要改善现有特点

谈到公司接下来的计划，他表示公司将探索主要国际市场的机会和走向国际化，并且将在未来一两年增加产能和扩大出口市场。

对于其他被视为“夕阳行业”的企业，希望能寻求改变和转型的企业，钟程龙的忠告是：“探讨现有的是什么，如何从中改善，将它献给消费者。探索新市场，并找出自己的特点。”

来的种种好处。

钟程龙说：“他们知道我并不是虚有其表的‘富二代’，而是有办事能力的人。”

传统企业往往欠缺基本的商业流程。他引入妥善的流程，其中一样就是让员工通过系统处理事情，改变过去的做法，如不必亲自向老板请假或拿病假。

他尝试改变人们对冰糖的既定观念，并力求创新，推出新产品，进入消费者市场。因为掌握了冰糖的特性，让他能对传统的冰糖，赋予新生命。

公司把冰糖制作成充当搅匙的冰糖棒，定位为生活时尚产品，为喝咖啡、茶和气泡水带来新体验，称它为“珠宝体验”。

与不同老字号合作 打造“新加坡制造”

本身属于悠久品牌的钟友兴糖果厂，也跟其他多家悠久品牌合作。其中，该公司就跟创立已有144年的本地著名茶叶供应商1872 Clipper Tea Co合作，推出冰糖棒和锡兰茶的礼品套装。

产品的包装，交由另一家历

史悠久的家族企业负责。钟程龙自豪地表示，公司产品可说是不折不扣的“新加坡制造”。

钟程龙说：“在过去，本地不同品牌之间鲜少合作。身为商界新血，这是新模式，协助彼此塑造品牌、成长和取得成功。”

此外，该公司也通过新加坡食品厂商联合会（SFMA）在天猫的电商平台销售产品，让消费者也能认识到这个新加坡品牌。该公司的产品是该平台点击率第三高的本地品牌。