

**奖项——孙中山精神奖 – 企业典范与合作荣誉奖****获奖单位——PENSONIC SALES & SERVICE SDN BHD****企业格言——坚守诚信、信赖共生、勇于担当、敢于创新。**观看视频
扫描二维码**PENSONIC®**
Your Enjoyment

1965 年，创办人周荣吉在檳城浮罗山背开设的第一家店铺。



位于大山脚武吉敏惹的 PENSONIC 全球运营与创新中心。



陈列室也展示了集团发展历程与心路见证。

坚毅开拓勇于突破

从小店到国民品牌 坚守诚信敢于创新

“坚守诚信、信赖共生、勇于担当、敢于创新”的企业精神，让 PENSONIC 不仅成为值得信赖的家用电器品牌，更承载着领导层希望其成为“马来西亚国民品牌”的使命。

PENSONIC 是一家成长于马来西亚的电器制造商与分销商。1965 年，它的起点只是一家电器小店；1982 年，创立自有品牌；1984 年正式注册后，业务逐步扩展至东南亚、中东市场，并成功上市。

集团首席执行官拿督周俊仁表示，正是“诚信、信赖、担当、创新”的原则，支撑了公司一路走来；在事务上保持诚实与坚韧，勇于对行动负责，不惧失败，始终敢于尝试新思路。这种精神，让 PENSONIC 从卑微起点，成长为马来西亚家电领域的信赖品牌。#



创新中心内设有陈列室，展示品牌发展与产品特色。



创办人拿督斯里周荣吉荣获“品牌传奇 60 年”奖。

打响品牌走向全球 多元业务拓展市场

“PENSONIC 希望成为马来西亚国民品牌的领导者。”

拿督周俊仁强调，“我们心中一直有个愿望，希望东南亚、甚至全世界，都能看见马来西亚企业的能力与实力。”他指出，公司目前业务模式多元，除了自有品牌，也同时承担原始设备制造（OEM）与原始设计制造商（ODM）的业务。未来战略重点，是把 PENSONIC 打造为东南亚知名品牌，同时在国际市场上继续拓展 OEM 与 ODM 的合作。

“我希望马来西亚公司能获得国际社会的认同。若能把马来西亚品牌与企业能力推广到全球，就能激发更多本土企业勇敢踏上国际舞台。”#

家族创业初心不改 檳城之声品牌崛起

家喻户晓的 PENSONIC 集团由拿督周俊仁的父亲——拿督斯里周荣吉创办。初衷很简单：为马来西亚人提供价格合理且优质的家电产品，让日常生活更轻松。

早年，周氏家族代理过多家国际品牌。建立分销网络与市场后，品牌公司往往会在本地设厂并收回代理权。“犹如替别人养孩子，孩子长大却回到亲生父母身边。”拿督周俊仁笑言。

这种经历催生了一个关键念头：“为何不打造属于我们自己的品牌？”于是 1982 年，PENSONIC 诞生，并于 1984 年正式注册。

品牌名寓意深远：PEN 代表檳城，SONIC 代表声音——“檳城之声”。**这不仅呼应了企业根源，也象征着其要在家电行业发出马来西亚骄傲之声的愿景。

创业初期，公司从檳城一间小店面起步。拿督周俊仁回忆：“每一笔交易都让我们倍感珍惜。我亲自送货、承担售后服务，这些经历塑造了我们贴近顾客、真正理解他们需求的文化。”

他指出，凭借认真对待售后、边学边做的精神，PENSONIC 逐渐累积口碑，赢得诚信。尽管消费者普遍更信赖国际品牌，但创办人坚持诚信经营，让经销商对产品与企业充满信心，协助品牌推广。#

迎战强敌直面竞争 经济风浪逆势突围

拿督周俊仁坦言，PENSONIC 成长路上遇过两大挑战：

1. 竞争——每天都要面对国际品牌，甚至是国内品牌的激烈竞争；

2. 经济危机——几乎每十年就会遇上一次大环境冲击。

然而，正因团队在各方面的充分准备，PENSONIC 总能“有惊无险”度过考验。

“每一次挑战，都迫使我们更了解顾客、建立更稳固的零售与分销网络，同时不断创新。”拿督周俊仁说。

在亚洲金融危机时，许多企业陷入困境，但 PENSONIC 的合作伙伴依旧选择支持，公司员工也主动承担更多责任维持运作。“这种团结与坚毅的精神，是我们渡过艰难时刻的关键。”#

核心价值持续发展 回馈社会关怀生活

“我们能持续发展的根基，在于四个核心价值观：关爱、诚信、创新、领导力。”拿督周俊仁总结。

这种价值观不仅体现在日常协作中，也在危机时刻得到验证。冠病疫情期间，员工几乎全天候工作，不仅协助公司迅速转型线上，还拍摄推广视频，甚至策划公益活动。“团队的奉献精神、创造力和凝聚力，证明了集体的力量远超个人。”

在企业社会责任方面，公司秉持“取之于社会，用之于社会”的理念，长期支持本地社区、培养年轻人才，同时不断研发贴近家庭生活需求的创新产品，让品牌不仅是企业，更是关心生活方式的伙伴。#

消费转型数字驱动 海外扩展双线并进

消费者的生活方式快速变化：他们希望家电产品更便利、高效、可靠；同时，购物也正加速向线上转移。

为此，PENSONIC 专注开发实用、贴近日常的产品，并强化服务与数字化体验。未来三到五年，公司战略目标是：

- 扩大海外市场份额——将目前 20% 的国外市场逐步提升至 50% 以上；
- 双线并进——在强化自有品牌的同时，扩大 OEM 与 ODM 业务，尤其是应对国际贸易政策变化；
- 拓展产品组合——推出新产品线，兼顾年轻世代的设计感与实用性。

“我们要让 PENSONIC 成为不仅在马来西亚家喻户晓，也能在区域和国际舞台代表大马的品牌。”#



陈列室内陈放的各类奖杯，见证 PENSONIC 屡获殊荣的历程。



奖项无数，充分肯定了 PENSONIC 的品牌价值。



PENSONIC 持续推出新产品，以满足多元消费者需求。



全系列家电新品齐聚陈列室，完整呈现产品阵容。

年轻人应勇敢创新 先行历练再闯市场

拿督周俊仁认为，今日的创业并不容易，年轻人应先在企业历练 3 至 5 年，理解商业环境，具备资金与能力后再创业。

他鼓励年轻人勇于尝试：“你们有新的思维与想法，创业项目可能与上一代不同。不要惧怕挑战，每个障碍都是学习机会。只要以信任与勤奋为根基，勇敢创新，事业就能拥有持久的韧性。”#