



香港品牌

香港品牌推廣計劃是一個推廣香港發展為「亞洲國際都會」的方案。

計劃的重點是為香港塑造一個形象標誌，作為在國際舞台上廣泛宣傳香港之用。香港的形象標誌為一條設計新穎的飛龍，設計巧妙地把「香港」二字和香港的英文縮寫「HK」融入圖案中，象徵香港是東西文化薈萃的地方。

這形象標誌並附有「亞洲國際都會」的主題字眼。

香港品牌推廣計劃的基礎理念是：「香港是一處融合機遇、創意和進取精神的地方，動力澎湃，朝氣勃勃。所提供的基礎設施達到世界一流水平，既是運輸樞紐，也是文化匯聚之都。香港位處亞洲最優越的策略性位置，世界各地人才匯聚，成就耀目，能助你實現目標，達到理想。」

香港品牌推廣所表現的核心價值是：「文明進步」、「自由開放」、「安定平穩」、「機遇處處」及「追求卓越」；從這些核心價值反映出香港所具備的特質是：「大膽創新」、「都會名城」、「積極進取」、「卓越領導」及「完善網絡」。

香港品牌背景資料：香港品牌推廣計劃於2001年5月推出，以落實行政長官轄下的策略發展委員會在2000年2月提出有關對外推廣的建議。委員會的建議指出：「...香港應在國際間作廣泛宣傳，樹立其獨特形象，讓更多人認識這個朝氣蓬勃的亞洲國際都會。如果宣傳奏效，對香港實現經濟、社會和文化的重要目標必定大有幫助。」

政府新聞處因應委員會的建議，構思創作香港品牌的意念，並以招標方式聘請國際公關顧問協助研究和制訂宣傳方案。

一個政府跨部門工作小組經過歷時整年的工作，籌備好這項活動。工作包括在本港及世界各地進行意見調查、衡量香港品牌優越之處，以及由經驗豐富的品牌專家和幾個創作小組在本港和世界各地為香港品牌進行研究工作。

亞洲國際都會：香港是通往中國內地的門戶，也是亞太區的商業樞紐。憑這些優越條件，香港建立了亞洲國際都會的地位。香港能夠一直保持這地位，因為我們的社會重視自由，締造發展機會，鼓勵創新意念，並且不斷發揮積極進取的精神。香港是首要國際都會之一，我們必須不斷提升香港在經濟、社會和文化方面的價值，以切合香港、

內地，以至國際間的需要。今後香港能否繼續取得輝煌成就，我們在這方面所作的努力至為重要。

競爭優勢定位：香港得以定位為亞洲國際都會，是建基於以下各項優越條件：

- * 香港在管理和統籌全球經濟活動方面擔當重要的角色；
- * 世界一流的服務供應者匯聚香港，我們更擁有生產力強大的工作人口；
- * 擁有現代化的「硬件」與「軟件」基礎設施；
- * 本港教育及其他機構以創造知識為本，致力提高香港生活質素；
- * 我們堅決維護法治，保障發表和結社自由，確保資訊自由流通，保持社會開放和促進多元化發展；及
- * 香港與鄰近腹地，特別是全球發展最急速地區之一的珠江三角洲，建立了緊密的聯繫。

全球調查得出的建議：香港的定位是取建於香港及全球的商界及政府領袖的意見調查。在進行廣泛而質量兼備的意見調查後，訂出香港定位計劃，並且利用一個專有品牌形象資料庫系統在全球測試香港品牌。調查顯示香港雖然在國際上享負盛名，但並非所有人都清楚認識到香港曾經歷重大的演變，現已成為全球最現代化的活力都市之一。而香港本身亦不乏天然美景。

我們對其他國際城市和國家的宣傳及品牌形象活動作出研究，從中學習最佳的「城市定位」模式。結果顯示，有些地方擁有強而有力的整體品牌形象，其中品牌形象的建立多數是由旅遊業帶動，並由管理責任意識明確的政府推動。這些成功的宣傳運動全都是長年累月經營，並運用多媒體發放一致的信息。其品質監管相當嚴格，而管理及統籌工作亦十分優良。所有研究都是由一組經驗豐富的發展品牌形象專家及創作總監負責分析。他們隨後向政府提交多個品牌創作台階方案，以供考慮。香港品牌形象標誌的設計及主題是根據這些品牌創作台階而訂立，以配合香港定位計劃。

香港品牌的形象標誌和主題：香港品牌形象標誌的創作由香港及國際性的設計公司參與。特區政府的代表經過初步篩選，在逾百份設計方案中選出五個最後設計，然後分別

在香港、北美洲、澳洲和歐洲經由專責小組進行嚴格的測試。結果證明最後選出的形象標誌設計——一條經現代化演繹、蘊含香港英文縮寫「HK」和中文名稱的飛龍，意念清晰，極受香港及國際調查對象歡迎。

香港品牌形象標誌的設計突顯香港的歷史背景和文化傳統。飛龍的線條以中國書法表達，這正好反映香港東西方文化匯聚的特色。它的流線型姿態予人前進感和速度感，象徵香港不斷蛻變演進。這個富有動感、充滿時代氣息的圖案設計，代表香港人勇於冒險創新、積極進取的精神，以及不達目標絕不放棄的堅毅意志。

國際專責小組在現有的主題詞句及由香港和國際撰稿小組提交的多個主題方案中篩選，再向國際調查對象測試評核。獲選的主題「亞洲國際都會」不但在本港家傳戶曉，更被香港及國際調查對象視為能反映香港在亞洲及全世界的獨特地位。雖然部分人士認為成為國際都會是香港的願望，但大多數人都認同香港已是亞洲的國際都會，

是通往充滿新經濟機會的中國內地及亞洲其他地區的大門。

全球性揭幕活動：香港定位計劃選擇在全球財富論壇於2001年5月在香港舉行時揭幕，因為與會人士的重要身分，正好反映香港經濟環境所具備的全球性特質。香港定位的宣傳影片在論壇上首播，簡要地點出香港所扮演的國際門戶的角色。其後，11個香港駐外經濟貿易辦事處在其所駐的國際城市展開大規模的香港定位計劃，進一步向商界主要人士及政府要員宣傳香港。

香港品牌管理：香港品牌的管理由政府新聞處負責統籌。該處與公營及私營機構緊密合作，確保有效地運用香港品牌，向全球各地宣傳香港。這是特區政府一項長期的工作。

市民如欲獲得更多有關資料，歡迎瀏覽香港品牌網頁(<http://www.brandhk.gov.hk>)，或以電郵方式聯絡香港品牌管理組(電郵地址：brandhk@isd.gov.hk)。