



香港品牌

2008年12月

概况

香港品牌在二零零一年推出，是一个推动香港成为「亚洲国际都会」的策略性计划。

香港作为「亚洲国际都会」的定位，是基于香港是一处融合机遇、创意和进取精神的地方，而且是一个奉行法治、自由和具备都会特色的社会。香港动力澎湃，朝气蓬勃，各种文化荟萃一堂，所提供的基础设施达到世界一流水平——占有亚洲最优越的策略性位置，因而是国际人才汇聚，成就耀目的城市。

香港品牌的主要元素是香港的定位、核心价值、特质和形象标志。香港品牌的核心价值是：文明进步、自由开放、安定平稳、机遇处处、追求卓越。而香港的特质是：大胆创新、都会名城、积极进取、卓越领先、完善网络。

香港品牌的诞生

设立香港品牌的意念，源自一九九七年。当时，香港回归中国受到广泛注目，一些人关注香港回归后会否自国际舞台上消失。

为香港在国际上树立独特的形象，香港特别行政区政府考虑了多项策略，最终在二零零零年决定为香港建立品牌。这时，世界刚进入新千禧年，香港在国家主权下展开了新一页，正是为香港打造新形象的最佳时机。

为展开香港品牌计划，政府聘请了国际专家，在全球展开研究，包括向香港和海外各阶层的舆论领袖进行了历时一年的广泛咨询和调查，以确定香港的核心价值和特质，并发展策略为香港定位。调查发现，虽然香港已在国际上享负盛名，但有些人仍未认识香港的急剧发展，已令香港成为世界最现代化、最富动力的城市之一。显然，香港有必要让世界明白这个事实，明白香港已成为一个位于亚洲的「国际都会」。

经过进一步咨询，不同国家的调查对象均认为，「亚洲国际都会」是最能反映香港特质的品牌主题句。大部分人士亦认同香港是亚洲的国际都会——香港不单是进入中国当然的、不可缺少的多元文化大门，也是进入亚洲及亚洲以外的大门。

调查并显示，虽然不同人对香港有不同的观感，但首五个最易令人联想起香港的核心价值是：文明进步、自由开放、安定平稳、机遇处处、追求卓越。而香港最获认同的特质是：大胆创新、都会名城、积极进取、卓越领先及完善网络。

飞龙诞生

为了设计出一个能够反映香港的核心价值和特质而又独一无二的形象标志，多个国际和香港设计家参与了这项极具挑战的工作，并提交了众多不同的设计方案予政府考虑。

经初步筛选选出的方案其后分别在香港、北美洲、澳洲和欧洲进行严格的测试。得到的明确结果是，最后选出的形象标志设计——一款经现代化演绎、结合了香港的英文缩写HK



以及「香港」两个中文字



的飞龙设计，意念清晰，极受香港及国际调查对象欢迎。

香港品牌形象标志的设计，突显了香港的历史背景和文化传统。飞龙的线条有中国书法味道，构成中英文字体，有现代感，有传统意义，反映出香港东西方文化汇聚的特色。

此外，飞龙的流线型姿态予人前进感和速度感，体现香港不断的蜕变。飞龙充满动感和现代气息的艺术形象，象征着香港敢于创新、不屈不挠，为生活带来具有远见的意念。

向全世界亮相

二零零一年，「全球财富论坛」在香港举行，香港品牌借此时机向全世界公布和亮相。自此，香港特区政府，特别是香港经济贸易办事处、投资推广署，公营机构如香港旅游发展局和贸易发展局，以及不同的私营机构，都把香港品牌蕴含的信息，传送到海外和内地的政经和公众人士当中。不管在香港内外，香港品牌如今已成为代表香港的标志。

香港品牌的管理

香港品牌的管理由政府新闻处（新闻处）负责统筹，主要目标是为公营和私营机构提供一个统一的品牌平台，以宣扬香港作为「亚洲国际都会」的地位。在香港品牌的驱动下，政府、非政府组织和私营机构可开创和组织展现香港品牌价值的活动。

现时，不少本地和国际推广活动都有借助香港品牌以加强宣传效应。香港品牌标志在香港随处可见，从机场到维港的天际线，从香港影视娱乐博览到北京2008年奥运马术比赛。

同时，政府与公私营机构在多方面合作，以确保香港品牌的使用可以有效地向世界推广香港，并巩固香港的「亚洲国际都会」地位。

香港品牌的形象标志是受到版权保护。如要申请使用该形象标志或知悉有关香港品牌的详情，请浏览 www.brandhk.gov.hk 或联络：

政府新闻处

香港品牌管理组

香港中环花园道

美利大厦406室

传真号码：(852) 2598 7482

电邮：brandhk@isd.gov.hk