

香港品牌

简介

「香港品牌」重点推广香港为「亚洲国际都会」。

品牌定位

香港定位为「亚洲国际都会」，建基于根基稳固的竞争优势。香港位处亚洲枢纽，紧密连系全球。无穷创意和进取精神，与自由安稳、活力澎湃的环境相互交融；多元包容的社群，追求卓越，崇尚优质生活。

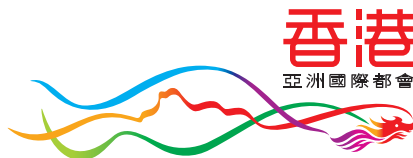
核心价值 and 特质

品牌的精神源于其核心价值。这些核心价值包括自由开放、积极进取、追求卓越、勇于创新 and 优质生活，反映香港人对这城市的观感和期望。

每个世界级城市皆有独特鲜明、令人印象深刻的个性特质。人所共知的香港特质是：国际都会、活力澎湃、安定平稳、多元共融和连接全球。

形象标志

「香港品牌」的形象标志是设计独特的飞龙。飞龙既富传奇色彩和充满力量，亦把香港的历史背景，以及无穷活力和时代气息融合为一。由飞龙图案延伸的缤纷彩带代表香港人应变灵活，城市活力多姿。蓝、绿彩带分别代表蓝天和可持续发展；红色彩带勾画出香港地标狮子山的山脊线，象徵香港人「我做到」的拼搏精神。



香港品牌诞生

创建「香港品牌」的意念，始于一九九七年。当时，香港回归祖国备受国际关注，正是理想时机，为这城市塑造富于前瞻性的独特身份。

策略发展委员会向行政长官提供意见，成员包括公私营机构多名资深代表。委员会于二零零零年建议：「……香港应在国际间广泛宣传，树立其独特形象，让更多人认识这个朝气蓬勃的亚洲国际都会。如果宣传奏效，对香港实现经济、社会和文化的的目标必定大有帮助。」

简单来说，香港必须拥有能代表这个城市的独特品牌。为展开「香港品牌」计划，香港特别行政区政府聘请了经验丰富的品牌专家，探究香港的核心价值和特质，并发展香港的定位策略。

历时一年向香港和海外舆论领袖的广泛咨询和调查发现，「亚洲国际都会」最能反映香港的特质——香港不单是往来中国当然的、重要的和多元文化的大门，也是通往亚洲其他地区及全球的大门。

调查并显示最易令人联想起香港的首五个核心价值是：文明进步、自由

开放、安定平稳、机遇处处、追求卓越；而最获认同的特质则是：大胆创新、都会名城、积极进取、卓越领先及完善网络。

为了设计独一无二而又能反映这些核心价值和特质的形象标志，众多国际和本地设计师提交了多项建议。经筛选后的设计于香港和海外进行严格测试。

调查显示，结合了「香港」的英文缩写 HK 及两个中文字的飞龙设计，别具形态、意念清晰，广为香港及国际调查对象接受。这个标志代表了香港的历史背景和与传统文化的连系。飞龙标志兼具现代感和传统内涵，反映香港东西文化荟萃的特色。



二零零一年五月，「香港品牌」藉着国际人士云集香港出席全球财富论坛时隆重推出。自此，「香港品牌」成为向全球推介香港的国际宣传平台。

香港品牌演进

香港是充满活力的现代城市，多元化而且不断蜕变演进。犹如所代表的城市，「香港品牌」亦需与时俱进，因此，「香港品牌」在二零零九至一零年进行了深入的检讨，其中一个主要目标是要为香港市民缔造共同愿景。

因此，除了调查有关世界各地对香港的印象外，检讨过程亦十分着重香港公众的参与，以了解社会的印象和期望。

为期超过一年的咨询和调查显示，「香港品牌」的核心价值和特质基本不变，但本地社会对优质生活和可持续发展有更高的期望；而创新和创意亦对香港维持亚洲国际都会的竞争力愈趋重要。

检讨亦清楚显示，应保留品牌的飞龙形象和多年来卓有成效的品牌定位。

这两方面均已获广泛接受，尤其是大多数人认为香港较千禧年代初更具「亚洲国际都会」的地位。

按检讨结果，「香港品牌」调整了核心价值 and 特质，并略作修改形象标志，加入更显活力澎湃的元素。

崭新面貌的「香港品牌」于二零一零年三月在香港推出，并在二零一零年上海世博会介绍给世界各地和内地的群众。

软硬资产

有关世界各地对香港印象的调查还有一项重要结果：虽然香港以硬资产如高楼大厦、基建和运输网络驰名于世，很少人认识香港的软资产。

境外人士未必知道香港拥有无数令人向往的地方，例如：景色怡人的郊野、富有特色的地貌、别具吸引力的小岛、丰富的文娱生活及国际体坛盛事。优质的大学、传媒和民间组织，以及无形的特质如法治、表达和结社自由、信息自由流通、社会开放和多元化发展，

以及受过良好教育和工作勤奋的人口等，均是香港宝贵的软资产。

为了加强国际人士对香港的认识和印象，政府于二零一零年推出名为「见面 • 见香港」的综合推广计划，令香港形象更添温馨。藉着印刷品、电子媒体和网上平台，这个计划细说在本港生活人士的真实故事，展现「亚洲国际都会」的不同面貌。这项计划一直维持至二零一五年年中。

二零一五年六月，政府推出名为「见 • 识香港」的新一轮「香港品牌」计划，围绕「香港品牌」的核心价值和特质，加强推广香港的主要优势和软实力。

品牌管理

政府新闻处香港品牌管理组负责落实在本港和世界各地举办的推广活动，支持香港作为「亚洲国际都会」的定位。

香港品牌管理组透过宣传、印制刊物、制作纪念品和在香港所举行的盛事推广「香港品牌」，并支持香港特区政府世界各地办事处，尤其是经济贸易办事处的宣传及推广工作，又与传媒机构、创意产业、青年团体、大学和非政府组织携手合作。

在国际推广香港的政府部门、半官方机构及非政府组织均与「香港品牌」紧密联系，包括投资推广署、香港旅游发展局、贸易发展局，以及积极对外宣传香港的非政府组织。

「香港品牌」积极参与香港举办的国际主要活动，包括由盛事基金赞助的项目、「M」品牌体育活动及其他体育盛事、文化及商业活动，例如：香港马拉松、香港龙舟嘉年华、七人橄榄球赛、电动方程式赛车锦标赛、亚洲金融论坛、花卉展览、香港影视娱乐博览及香港国际电影节等，不一而足。

近年在海外以「香港品牌」名义举办的盛事包括：伦敦金融城市长就职花车巡游、在欧洲、北美洲和亚洲各地举行的香港电影节和龙舟节，以及各外地城市举行的农历新年庆祝活动。

香港品牌管理组与众多公私营机构紧密合作，确保能有效和正确使用「香港品牌」。

「香港品牌」的形象标志受版权保护，如要申请使用，可经电邮 brandhk@isd.gov.hk 联络香港品牌管理组。

想了解更多信息，请浏览：
www.brandhk.gov.hk