

## 香港品牌

### 簡介

「香港品牌」重點推廣香港為「亞洲國際都會」。

### 品牌定位

香港定位為「亞洲國際都會」，建基於根基穩固的競爭優勢。香港位處亞洲樞紐，緊密連繫全球。無窮創意和進取精神，與自由安穩、活力澎湃的環境相互交融；多元包容的社群，追求卓越，崇尚優質生活。

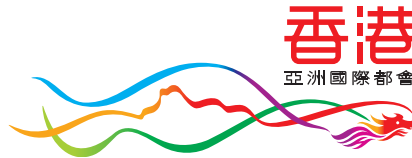
### 核心價值和特質

品牌的精神源於其核心價值。這些核心價值包括自由開放、積極進取、追求卓越、勇於創新和優質生活，反映香港人對這城市的觀感和期望。

每個世界級城市皆有獨特鮮明、令人印象深刻的個性特質。人所共知的香港特質是：國際都會、活力澎湃、安定平穩、多元共融和連接全球。

### 形象標誌

「香港品牌」的形象標誌是設計獨特的飛龍。飛龍既富傳奇色彩和充滿力量，亦把香港的歷史背景，以及無窮活力和時代氣息融合為一。由飛龍圖案延伸的繽紛彩帶代表香港人應變靈活，城市活力多姿。藍、綠彩帶分別代表藍天和可持續發展；紅色彩帶勾畫出香港地標獅子山的山脊線，象徵香港人「我做得好」的拼搏精神。



### 香港品牌誕生

創建「香港品牌」的意念，始於一九九七年。當時，香港回歸祖國備受國際關注，正是理想時機，為這城市塑造富於前瞻性的獨特身份。

策略發展委員會向行政長官提供意見，成員包括公私營機構多名資深代表。委員會於二零零零年建議：「……香港應在國際間廣泛宣傳，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。」

簡單來說，香港必須擁有能代表這個城市的獨特品牌。為展開「香港品牌」計劃，香港特別行政區政府聘請了經驗豐富的品牌專家，探究香港的核心價值和特質，並發展香港的定位策略。

歷時一年向香港和海外輿論領袖的廣泛諮詢和調查發現，「亞洲國際都會」最能反映香港的特質——香港不單是往來中國當然的、重要的和多元文化的大門，也是通往亞洲其他地區及全球的大門。

調查並顯示最易令人聯想起香港的首五個核心價值是：文明進步、自由開放、安定平穩、機遇處處、追求

卓越；而最獲認同的特質則是：大膽創新、都會名城、積極進取、卓越領先及完善網絡。

為了設計獨一無二而又能反映這些核心價值和特質的形象標誌，眾多國際和本地設計師提交了多項建議。經篩選後的設計於香港和海外進行嚴格測試。

調查顯示，結合了「香港」的英文縮寫HK及兩個中文字的飛龍設計，別具形態、意念清晰，廣為香港及國際調查對象接受。這個標誌代表了香港的歷史背景和與文化傳統的連繫。飛龍標誌兼具現代感和傳統內涵，反映香港東西文化薈萃的特色。



二零零一年五月，「香港品牌」藉着國際人士雲集香港出席全球財富論壇時隆重推出。自此，「香港品牌」成為向全球推介香港的國際宣傳平台。

### 香港品牌演進

香港是充滿活力的現代城市，多元化而且不斷蛻變演進。猶如所代表的城市，「香港品牌」亦需與時並進，因此，「香港品牌」在二零零九至一零年進行了深入的檢討，其中一個主要目標是要為香港市民締造共同願景。因此，除了調查有關世界各地對香港的印象外，檢討過程亦十分着重香港公眾的參與，以了解社會的印象和期望。

為期超過一年的諮詢和調查顯示，「香港品牌」的核心價值和特質基本不變，但本地社會對優質生活和可持續發展有更高的期望；而創新和創意亦對香港維持亞洲國際都會的競爭力愈趨重要。

檢討亦清楚顯示，應保留品牌的飛龍形象和多年來卓有成效的品牌定位。

這兩方面均已獲廣泛接受，尤其是大多數人認為香港較千禧年代初更具「亞洲國際都會」的地位。

按檢討結果，「香港品牌」調整了核心價值和特質，並略作修改形象標誌，加入更顯活力澎湃的元素。

嶄新面貌的「香港品牌」於二零一零年三月在香港推出，並在二零一零年上海世博會介紹給世界各地和內地的群眾。

## 軟硬資產

有關世界各地對香港印象的調查還有一項重要結果：雖然香港以硬資產如高樓大廈、基建和運輸網絡馳名於世，很少人認識香港的軟資產。

境外人士未必知道香港擁有無數令人嚮往的地方，例如：景色怡人的郊野、富有特色的地貌、別具吸引力的小島、豐富的文娛生活及國際體壇盛事。優質的大學、傳媒和民間組織，以及無形的特質如法治、表達和結社自由、資訊自由流通、社會開放和多元化發展，以及受過良好教育和工作勤奮的人口等，均是香港寶貴的軟資產。

為了加強國際人士對香港的認識和印象，政府於二零一零年推出名為「見面 • 見香港」的綜合推廣計劃，令香港形象更添溫馨。藉着印刷品、電子媒體和網上平台，這個計劃細說在本港生活人士的真實故事，展現「亞洲國際都會」的不同面貌。這項計劃一直維持至二零一五年年中。

二零一五年六月，政府推出名為「見 • 識香港」的新一輪「香港品牌」計劃，圍繞「香港品牌」的核心價值和特質，加強推廣香港的主要優勢和軟實力。

## 品牌管理

政府新聞處香港品牌管理組負責落實在本港和世界各地舉辦的推廣活動，支持香港作為「亞洲國際都會」的定位。

香港品牌管理組透過宣傳、印製刊物、製作紀念品和在香港所舉行的盛事推廣「香港品牌」，並支持香港特區政府世界各地辦事處，尤其是經濟貿易辦事處的宣傳及推廣工作，又與傳媒機構、創意產業、青年團體、大學和非政府組織攜手合作。

在國際推廣香港的政府部門、半官方機構及非政府組織均與「香港品牌」緊密聯繫，包括投資推廣署、香港旅遊發展局、貿易發展局，以及積極對外宣傳香港的非政府組織。

「香港品牌」積極參與香港舉辦的國際主要活動，包括由盛事基金贊助的項目、「M」品牌體育活動及其他體育盛事、文化及商業活動，例如：香港

馬拉松、香港龍舟嘉年華、七人欖球賽、電動方程式賽車錦標賽、亞洲金融論壇、花卉展覽、香港影視娛樂博覽及香港國際電影節等，不一而足。

近年在海外以「香港品牌」名義舉辦的盛事包括：倫敦金融城市長就職花車巡遊、在歐洲、北美洲和亞洲各地舉行的香港電影節和龍舟節，以及各外地城市舉行的農曆新年慶祝活動。

香港品牌管理組與眾多公私營機構緊密合作，確保能有效和正確使用「香港品牌」。

「香港品牌」的形象標誌受版權保護，如要申請使用，可經電郵 [brandhk@isd.gov.hk](mailto:brandhk@isd.gov.hk) 聯絡香港品牌管理組。

如要取得更多資料，請瀏覽：  
[www.brandhk.gov.hk](http://www.brandhk.gov.hk)