



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。香港位处亚洲要冲，紧密连系全球，并具有无穷创意和积极进取精神，与自由安稳、活力澎湃的环境相互交融；多元包容的社群，追求卓越及崇尚优质生活。

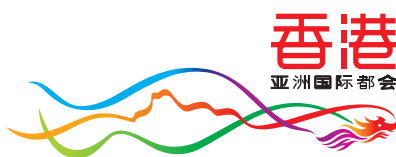
核心价值 and 特质

品牌的精神源于本身的核心价值，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。

与其他世界级城市一样，香港别具独特鲜明的个性特质，包括国际都会、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，象征香港人「我做得到」的拼搏精神。



香港品牌诞生

创建「香港品牌」的意念始于1997年。当时香港回归祖国备受国际关注，正是合适时机，为这城市塑造富于前瞻性的独特身份。

2000年，由公私营机构多名资深代表组成的策略发展委员会向行政长官建议：「... 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自己的独特品牌。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，并为发展香港构思定位策略。

历时一年，藉着香港和海外舆论领袖的广泛谘询和调查后发现，「亚洲国际都会」最能反映香港的特质——香港不单是往来中国内地的当然、重要和多元文化大门，也是通往亚洲其他地区，以至全球各地的大门。

调查同时显示，最易令人联想起香港的首五个核心价值，分别是文明进步、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分别是大胆创新、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香港核心价值和特质的形象标志，众多国际和本地知名设计师提交了多项建议。经筛选后的设计需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。「飞龙」标志代表了香港的历史背景，以及与文化传统的连系，并兼具

现代感和传统内涵，反映香港东西文化荟萃的特色。



2001年5月，「香港品牌」藉着国际政经翘楚云集香港，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。为此，「香港品牌」于2009至10年进行详细检讨，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，以了解市民的印象和期望。

为期超过一年的谘询和调查显示，「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。

检讨亦清楚指出，「香港品牌」应保留飞龙形象和多年来卓有成效的定位。这两方面均已获市民广泛接受，尤其是大多数人认为现今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」调整了核心价值和特质，并将形象标志稍作修改，加入更显活力澎湃的元素。

崭新面貌的「香港品牌」于2010年3月在香港推出，并于2010年在上海举行的世界博览会向世界各地和内地群众介绍。

「香港品牌」于 2018 年与主要持份者就香港的海外推广工作进行另一次检讨，并确认品牌定位、价值和特质维持不变，但应更加清晰表达香港作为全球商业、通讯、运输及文化的联系纽带的价值主张。因此，「香港品牌」把新的品牌宣传主题「连系全球 超越界限」加进形象标志内。

「香港品牌」宣传活动与时俱进。2021 年年底，环球经济逐步迈向疫后复苏之际，「香港品牌」推出「香港一机遇处处，助你成就未来」宣传活动，呈现香港不仅有安全且具活力的营商环境，更具备国际化的生活模式，并与中国内地市场紧密联系。宣传推广香港是亚洲最理想的宜居、宜业、宜投资的城市，作为国际金融中心，香港连接 21 世纪最具规模的市场，不仅是粤港澳大湾区的核心引擎，更是世界级创新科技研究中心，以及文化及盛事之都。

软硬资产

世界各地对香港印象的调查还有一项重要指标，就是香港虽以硬资产，例如高楼大厦、基建和运输网络驰名于世，但却只有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。此外，优质的大学、传媒和民间组织，以及无形的特质，包括法治、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。

为了加强全球各地人士对香港的认识和印象，政府于 2010 年至 2015 年年中推出名为「见面 • 见香港」的综合推广计划，为香港形象添上温馨感觉。其后藉着印刷品、电子媒体和网上平台，细说本港生活人士的真实故事，展现「亚洲国际都会」的不同面貌。

2015 年 6 月，政府推出新一轮名为「见 • 识香港」的「香港品牌」计划，围绕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。

「香港品牌」于 2018 年年底推出崭新的品牌宣传主题「连系全球 超越界限」，

彰显香港联通全球，并与中国内地紧密连系，有助各地人才发挥所长，以及促进商贸发展。香港是治安良好的大都会，更是商贸及金融枢纽，交通及信息发达，世界级人才和专家汇聚，与中国内地及东盟联系无间，并能迅速连接全球各地的合作夥伴及市场体系，有助把握商机。

2021 年年底，环球经济逐步迈向疫后复苏之际，「香港品牌」推出「香港一机遇处处，助你成就未来」宣传活动，呈现香港不仅有安全且具活力的营商环境，更具备国际化的生活模式，并与中国内地市场紧密联系。宣传推广香港是亚洲最理想的宜居、宜业、宜投资的城市，作为国际金融中心，香港连接 21 世纪最具规模的市场，不仅是粤港澳大湾区的核心引擎，更是世界级创新科技研究中心，以及文化及盛事之都。

品牌管理

政府新闻处香港品牌管理组负责推广在本港和世界各地举办的活动，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，以及在香港举行盛事期间推广「香港品牌」，并支持香港特区政府驻世界各地办事处，尤其是经济贸易办事处的宣传和推广工作，又与传媒机构、创意产业、青年团体、大专院校和非政府组织携手合作，让「香港品牌」发光发热。

在全球各地推广香港的各个政府部门和半官方机构，包括投资推广署、香港旅游发展局、香港贸易发展局、香港金融管理局、香港交易所、数码港、香港科学园和香港国际仲裁中心等，均是「香港品牌」的合作夥伴。

「香港品牌」积极参与在香港举办的国际盛事，包括「M」品牌体育活动及其他大型体育、文化和商业活动，例如香港马拉松、香港龙舟嘉年华、香港国际七人榄球赛、香港高尔夫球公开赛、香港网球公开赛、电动方程式赛车锦标赛、亚洲金融论坛、香港影视娱乐博览及香港国际电影节等。

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。

香港品牌管理组与全港多间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。

如要取得更多资料，请浏览：
www.brandhk.gov.hk

