

財政司司長曾俊華太平紳士於 2008 年「香港名牌選舉暨香港服務名牌選舉」頒獎典禮之致辭（2009 年 1 月 20 日）

尹（德勝）會長、陳（淑玲）主席、倪（錦輝）[副]主席、各位嘉賓、各位朋友：
大家好！

「香港名牌選舉暨香港服務名牌選舉」頒獎典禮是香港業界一年一度的盛事，亦是企業在經過一年努力之後，期待取得一張滿意成績表的大日子。

今年已經是「香港名牌選舉」的十周年，我很榮幸獲邀出席這個別有意義的頒獎典禮。我藉此機會衷心感謝香港中華廠商聯合會和香港品牌發展局，多年來為表揚香港優秀企業及推廣香港品牌發展作出的貢獻。

品牌是一個協助消費者挑選產品或服務的工具。「名牌」代表產品或服務的品質已經得到大部分顧客的驗證和認同，所以消費者即使從未親身試用，但基於「名牌」的地位，他們都會願意購買。正因如此，有遠見的企業家必定希望將自己的品牌打造成行業中的「名牌」。

在過去十年，香港的品牌發展經歷了不少變化。十年前，大部分企業仍然把重點放在增加知名度之上，而採用的手法，大多是透過大量的廣告，盡力將產品的名字印在消費者的腦海中。

在這十年，香港的媒體及大眾傳播的渠道在互聯網的急速發展下發生了重大的變化，企業在建立品牌的策略上亦要作出相應的改變。例如不少企業開始僱用代言人，特別是知名人士去推廣產品，近年更流行以冠名的方式去贊助電視和電台節目等。

香港人可能是世界上最精明的消費者之一，我們對名牌的要求不斷提高。企業要得到香港人的認同，單憑廣告宣傳並不足夠。除了著重品牌的知名度及品質之外，香港的消費者對產品以至品牌的形象、創意、環保意識以及社會責任亦越來越重視。例如，我們開始關注產品採用的物料及生產過程是否符合環保的要求，產品的設計有否尊重知識產權，企業有沒有善待員工及履行社會責任等等。我知道這些亦是「香港名牌選舉」和「香港服務名牌選舉」的部分評審標準。

「名牌」是需要時間建立的。一件產品要得到大部分消費者的信心、認同、以至成為忠實的支持者，都必須經過漫長的道路。因此，企業如果決定要將品牌打造成「名牌」，必定要有長期作戰的準備和決心，亦要付出極大的努力把品質維持在最高的水平，因為一次的失誤，可能會令辛苦經營和得來不易的聲譽化為烏有。

由此可見，要成為「名牌」及保持「名牌」這個美譽，是一件何等艱巨的任務。我深信今年的得獎者，一如以往，都付出了很大的努力才取得今天的成就。你們獲?都是實至名歸的。

「香港」本身亦是一個名牌。但是如果沒有香港人以及各大小企業的不斷努力和進取拼搏的精神，「香港」這個名牌將無以為繼。我們現正面對一場史無前例的金融風暴，各行各業都受到不少衝擊。但香港人往往能夠在困境中發揮驚人的韌力，憑着堅強的意志，逆境求存。因此我很有信心，香港人必定能夠再次以堅毅不屈的精神渡過這個難關，為延續「香港」這個名牌而繼續努力。

最後，我藉此機會向大家拜個早年，祝大家牛年順景，事事稱心。多謝各位。