

財政司司長曾俊華太平紳士於 2009 年「香港名牌選舉暨香港服務名牌選舉」頒獎典禮之致辭 (2010 年 1 月 26 日)

黃（友嘉）會長、陳（淑玲）主席、尹（德勝）主席、各位嘉賓、各位朋友：

大家好！

我很榮幸再次出席「香港名牌選舉暨香港服務名牌選舉」頒獎典禮。首先，我感謝「香港中華廠商聯合會」和「香港品牌發展局」在過去十年，為推動本地品牌發展所作出的貢獻。這個選舉一向深受業界的重視，主辦機構所付出的努力，實在功不可抹。

發展品牌已經成為企業發展的大趨勢。很多企業都希望能夠建立自己的品牌，而已經建立品牌的企業則希望將品牌做得更好，並且衝出香港。這一方面是業界推動的成果，另一方面則可能是大家受到成功品牌的激勵，希望透過建立和推廣品牌，為企業發展創出新的局面。

受惠於國家的政策，香港相比其他地方能夠從金融風暴中較快恢復過來。為減低金融風暴對經濟的影響及保持經濟穩定增長，中央政府推出了一系列的政策和設施。這些政策都為頭腦靈活的香港企業家提供新的商機。內地的消費者向來認為「香港製造」是質素的保證，企業應該把握這個優勢積極開拓內地的市場。

一位我十分尊敬的前輩——蒙民偉先生——他如何把日本出產的電飯煲成功引入香港的故事，可能對大家如何開拓市場有一些啟發。

在六十年代初，大部分香港人仍然使用火水爐或炭爐煮食。使用電飯煲煮食對一般市民來說是聞所未聞。為了推銷電飯煲，蒙先生自備臘腸和糯米，四處示範如何使用電飯煲。此外，由於香港人喜歡在飯面上蒸餸，但蒸餸要待飯裏的水快乾才可放進去，因此他向日本生產商反映，建議把電飯煲蓋改為透明的設計，結果令產品大受歡迎。經過多番努力，他不但成功開拓本地電飯煲市場，更把電飯煲推銷至其他華人及以米飯為主食的地方。他的公司亦從一間由三人組成的小型公司，發展成為今天業務廣泛的大企業。

蒙先生的成功正好說明兩點。第一，要成功推銷產品，必須要明白顧客的需要。同樣，本地品牌要成功進入內地市場，除了要做好產品和服務的質素之外，更要研究內地不同地區消費者的喜好，選擇合適的城市作為試點。這些都是重要的準備功夫。

第二，我們可以善用香港的優勢，包括我們成熟的金融及法律制度，優秀的管理人才、完善的交通、物流及通訊網絡等，發展成為一個專門協助國內品牌開拓國際市場的一個品牌發展中心。

能夠在今天的頒獎禮中脫穎而出的得獎品牌，都是在不同領域中有突出表現的成功企業。它們獨到的心得和經驗，很值得其他企業參考和借鏡。我衷心祝賀所有得獎者，希望藉着你們的成就，鼓勵其他企業踏出創建品牌的第一步，延續「香港」這個國際名牌的美譽。多謝大家！