

二零一四年品牌選舉頒獎典禮暨品牌局十周年誌慶晚宴 —
財政司司長曾俊華 GBM 太平紳士致辭

我感到非常榮幸出席「2014年品牌選舉頒獎典禮」。適逢香港品牌發展局（品牌局）十周年誌慶，我很高興能夠跟大家一同見證品牌局這十年來為推動香港品牌發展所累積的成就。

過去十年，品牌局不遺餘力地為香港品牌的推廣而作出努力。不論在品牌評審、培育、推廣、研究、教育以及跨境合作等各方面，品牌局都做了大量的工作。例如「香港名牌標識計劃」的「TOP嘍」標誌，就是為了表彰在發展原創品牌和提升本地品牌形象方面，有出色表現的本地企業。

社會責任近年成為消費者其中一個考慮元素。品牌局在這方面緊貼市場脈搏，將履行社會責任作為各個獎項評審標準之一，協助消費者分辨良心品牌，同時亦有助企業明白建立完善品牌應該注意的地方。

隨着互聯網快速發展，內地消費者對本地品牌的認識亦迅速增加。我知道品牌局從過往對內地消費者所作的調查之中，發現互聯網和社交媒體已經成為內地消費者了解香港品牌的主要資訊渠道。

網上購物亦已經不再是年青人的專利。調查報告顯示，五十歲以上內地中產階層的消費習慣和購買產品的行為已經深受社會媒介、互聯網和移動平台的影響，反映出本地品牌必須配合科技發展，善用社交媒體，建立網絡上的口碑，整合線上線下的品牌推廣活動策略，讓消費者對品牌的喜愛和信任度轉化為購買力。

事實上，香港擁有完善的數據網絡，為本地品牌創造拓展電子商務的優質環境。不少本地品牌近年已經轉變經營策略，利用離線商務模式（亦即O2O）這種新興商務模式，把具潛力的線上消費者吸引到旗下的店舖消費。

政府自2012年6月底推出總值10億元的「發展品牌、升級轉型和拓展內銷市場的專項基金」（簡稱「BUD專項基金」）協助本地企業打入內地市場。廠商會和品牌局一直善用這個「BUD專項基金」，在內地不同城市舉辦「香港品牌節」系列活動。去年「重慶香港品牌節」和「哈爾濱香港品牌節」更以婚嫁喜慶為主題，突顯本地品牌如何配合社會變遷，兼且與時並進的靈活性。

政府會繼續透過各項支援措施，幫助業界提升競爭力，例如中小企融資擔保計劃、小營業額保單計劃、中小企業市場推廣基金和中小企業發展支援基金等。我鼓勵業界善用這些資源。

我感謝廠商會和品牌局多年來為推動香港品牌發展作出的努力。最後，我衷心祝賀今晚的得獎企業，在品牌發展上精益求精，為了成為未來國際出色品牌作好準備，另外並祝香港品牌發展局會務更上一層樓。