

卓越品牌是永續經營的載體

卓越的品牌是企業永續經營的載體。亞洲週刊「亞洲卓越品牌」展示企業競爭力。一瓶水被包裝成商品擺上貨架，有不同的品質，價格差別很大，其中品牌效應在發揮作用；而香港本身也成為一個「信心認證」的品牌。

· 張子楠

(香港)有限公司、余仁生(香港)有限公司、海逸國際酒店集團、港龍航空有限公司、康泰旅行社、HTC、景福珠寶集團、觀瀾湖休閒旅遊度假區、港鐵公司、舊街場白咖啡、華聯企業有限公司、柏發食品有限公司—茉莉、通城

鐘錶有限公司—精工表。亞洲週刊總編輯邱立本致辭時說，本年度得獎企業來自香港、台灣、中國大陸、日本及東南亞等地區，亞洲週刊希望通過亞洲卓越品牌等一系列評選，找到可量化的標準，來檢驗全球華人企業。他強調品

牌價值對於企業的重要性，提出希望華人企業乘辛亥百年之勢，銳意突破創新，打造擁有高聲譽的品牌。梁振英作為主禮嘉賓在頒獎典禮上發表演講，強調卓越的品牌是企業寶貴的財富。他以水這種無色無味的液體作例



■ 梁振英：香港這城市的品牌發揮巨大的價值力量



■ 寶珀鐘錶陳可瑩(左起)、趙善思、陳瑞瑤



■ 司儀曾潔漪：鳳凰衛視主播



■ 世界華文媒體集團行政總裁張崇昌(左六)與集團管理層和亞洲卓越品牌得獎者：榮耀



■ 觀瀾湖高爾夫球會執行董事董小可



■ 康泰旅行社董事總經理黃進達



■ 星展銀行(香港)有限公司高級副總裁鍾少權



■ 柏發食品有限公司董事總經理史進福



■ 通城集團董事及行政總裁劉德杯



■ 舊街場白咖啡董事經理李兆興



■ 寶珀香港及澳門區總裁趙善思



■ 長江實業地產投資有限公司董事郭子威



■ 中國建設銀行股份有限公司代表許思雅



■ 港龍航空企業傳訊主管李從美



■ 華聯企業有限公司代表李國輝



■ 港鐵公司商務總監楊美珍



■ 余仁生(香港)有限公司高級經理鄭陳佩華



■ 雅居樂地產控股香港副總監楊靜雲



■ 海逸國際酒店集團董事高寶珍



■ 景福集團有限公司總經理王嘉琪

2011 亞洲卓越品牌

- 雅居樂地產控股有限公司
 - 寶珀鐘錶
 - 長江實業(集團)有限公司
 - 中國建設銀行股份有限公司
 - 星展銀行(香港)有限公司
 - 余仁生(香港)有限公司
 - 海逸國際酒店集團
 - 港龍航空有限公司
 - 康泰旅行社
 - HTC
 - 景福珠寶集團
 - 觀瀾湖休閒旅遊度假區
 - 港鐵公司
 - 舊街場白咖啡
 - 華聯企業有限公司
 - 柏發食品有限公司—茉莉
 - 通城鐘錶有限公司—精工表
- (排名不分先後)

品牌，是企業的願景，企業無不希望打造獲消費

者認同的品牌，以永續經營。亞洲週刊二零一一年「亞洲卓越品牌」大獎評選結果揭曉，來自各地的十七家企業得獎。總編輯邱立本希望通過評選，量化檢驗全球企業競爭力，因為卓越品牌是永續經營的載體，讓企業生命超越個人生命的限制。主禮嘉賓梁振英強調卓越的品牌是企業的財富，認為香港本身已成為一個品牌。

十月十一日，十七家企業獲頒亞洲週刊二零一一年「亞洲卓越品牌」大獎，產品和

業務包括衣食住行各個方面，這些企業的品牌競爭力及優良聲譽得到表彰。頒獎典禮在海逸君綽酒店舉行，前行政會議召集人、正備選特首的梁振英作為主禮嘉賓出席，總編輯邱立本致開幕詞。得獎企業代表及商界精英齊聚，氣氛熱烈。亞洲週刊透過讀者與商界，推選出最具影響力的國際和本土品牌。今年得獎的企業包括：雅居樂地產控股有限公司、寶珀鐘錶、長江實業(集團)有限公司、中國建設銀行股份有限公司、星展銀行





■ 時代週刊主編譚崇翰 (Zohar Abdoolcarim) (左) 和珠海學院新聞系主任皇甫河旺



■ 通城集團劉德杯 (左) 和許健偉



■ 柏發食品董事經理史進福 (左二) 伉儷及公司同仁



■ 亞洲卓越品牌大獎頒獎典禮盛況



■ 香港大學學者關文珊



■ 政治學者關信基



■ 城市大學高級主任譚世英



■ 香江文化交流基金會江素惠



■ 景福珠寶黎穎賢 (左起)、王嘉琪和唐嘉碧



■ 日本駐港領事大嶋英一 (左) 和西淳也



■ 南方石油董事長鄧應渝



■ 亞洲週刊業務總監甘煥騰



■ 萬華媒體董事陳福成 (左) 和世華媒體翁昌文



■ 雅居樂林勁立 (左起)、楊靜雲與林耀弘



■ 星展銀行(香港)李麗文(左起)、鍾少權、廖紫青(右一)與亞洲週刊業務總監翁敏芝(右二)



■ 天地圖書副總編輯孫立川



■ 項目推廣執行董事何偉斌



■ 九龍酒店總經理陳覺盛 (左) 與海逸國際酒店集團總監胡盈濤

業交流的平台。■ 顯領軍品牌的平台，也成為一個企業交流的平台。

「亞洲卓越品牌」得主均派出代表出席酒會及頒獎，對企業的理念及實踐獲得肯定表示高興，並承諾不斷提升產品、服務質量和競爭力。至頒獎典禮結束，不少各行業的人士也在會場相互取經，頒獎典禮現場不僅是一個表彰名優、突

業帶來良好的效益。梁振英還深深體會到，在各界的長期努力下，不僅造就了一批名優企業，也令香港本身成為一個「信心認證」品牌。梁振英常回想起一個親身經歷，令他印象深刻的小故事。在一次琴行活動中，他偶遇一對母女，特地從海南趕來參加香港的鋼琴考試，只因為相信香港的證書「沒有假的」。就連一張證書都因「香港品牌」的支撐更被認可，足可見從一般消費產品到各項服務，無不依靠品牌的價值力量。

子，提出當水被包裝成商品擺上貨架，也有不同的品質和許許多多的牌子，相互間價格也會有很大的差別，這其中就有品牌效應在發揮作用，卓越的品牌可以為企



■ 亞洲卓越品牌大獎酒會現場



■ 寶珀名錶：卓越品牌