

上海桌球大師賽共有13位中國球員參戰，當中6人晉級16強。趙心童與吳宜澤首輪輪空直接晉級，丁俊暉、肖國棟、周躍龍及斯佳輝，則在首輪擊敗各自對手晉級。在本屆賽事表現一直強勢、世界排名11的肖國棟，昨天面對排名第2的前世界冠軍羅拔臣更打出一桿147滿分，只可惜在領先5:2的大好形勢下後勁不繼，被羅拔臣連追4局，最終以5:6飲恨，無緣八強。

■肖國棟表現出色並轟出滿分，可惜後勁不繼落敗。

火箭無緣上海大師賽八強

肖國棟轟滿分 遭反勝出局

在前晚比賽，世界排名22的周躍龍表現帶來驚喜，以6:5反勝4屆世錦賽冠軍沙比，晉身16強，將於今午遭遇世界排名第6的梅菲。至於首天反勝同胞徐嘉銳的肖國棟，昨天面對頂級名將羅拔臣有亮麗開局，除在第3局轟出本屆賽事首桿、個人第4桿147滿分，此外亦造出單桿74、133、95及94重break，在11局6勝的比賽曾先後領先3:1及5:2，眼看晉級在望，羅拔臣才發揮頂級球手後勁，連贏4局奇跡反勝。

昨晨首圈比賽，另一位失利的中國球手是排名19的張安達，面對排名17的利素禾斯基開局諸般不順，竟然以0:5大比數落後。到了出局邊緣才打出狀態，一口氣連追4局至4:5，只恨發力太遲，利素禾斯基在第10局完成終結比賽任務。排名16的斯佳輝則與同屬中國球手龐俊旭展開內戰，最終以6:4勝出，成為最後一位晉身16強球手。

丁俊暉今夜大戰趙心童

下午16強戰展開，與肖國棟同時上演的是世界排名第8的老將威廉斯，與第13位的華基連展開激戰，最終打至決勝局以6:5險勝，與羅拔臣攜手晉身八強。至於昨晚上演的重頭戲，排名降至14位的「火箭」奧蘇利雲，大戰排名第7的2024年世錦賽冠軍加蘭韋爾遜，火箭開賽入局較慢，先後落後0:2及1:3，不過休息過後重新展現強者風采，接連打出3桿過百分，以4:3反超前，但加蘭韋爾遜亦隨即以單桿90分追成平手，更憑後勁以6:4挫奧蘇利雲。此外，世界排名第一的卓林

普贏鶴健士6:4。

至於今天比賽，16強戰將上演兩場「中國打吡」，同於晚上7時30分上演，新任世界冠軍吳宜澤出戰斯佳輝；老大哥丁俊暉則遭遇去年世界冠軍趙心童。

■狀態欠佳的奧蘇利雲，於16強止步。

■加蘭韋爾遜擊落火箭。

黃澤林闖墨西哥網賽16強

香港網球「一哥」黃澤林（Coleman）昨晨於墨西哥出戰洛斯卡沃斯網球賽男單32強，以直落兩盤6:3、6:4擊敗美國球手布蘭治，輕鬆晉級16強。

每年7月在墨西哥舉行的洛斯卡沃斯網球賽，面對世界排名第266位、18歲的美國小將布蘭治，世界排名107位的黃澤林表現輕鬆，Coleman首盤第1發球得分率高達

94%，並在第4局打破對手發球局，順利以6:3拿下首盤。全場開出7個Ace球的黃澤林次盤首8局跟對手各自保發，戰至第9局破發領先5:4叫胡，第10局順利保發下再取一盤6:4，僅花69分鐘後直落兩盤擊敗對手。

周四香港時間凌晨1點，黃澤林將會與頭號種子、世界排名第12位的捷克球手歷赫加，爭奪八強席位。



■Coleman在墨西哥網賽表現出色。

祖傑為愛駒奪冠激動落淚



■祖傑被調愛賽馬多於愛籃球。

丹佛金塊球星祖傑，似乎喜愛賽馬更勝籃球，名下愛駒在塞爾維亞頂級賽馬賽事奪冠後，激動落淚。

根據《Arena Sport TV》報道，祖傑（Nikola Jokic）的愛駒Demon Dell'Est，日前參加在塞爾維亞蘇保迪卡舉辦的賽馬賽事Duzijanac 2025；當見愛駒率先衝過終點時，影片見到這名NBA球星雙手掩面，隨後將手放下時雙眼通紅，越過圍欄走入場內，

與馬匹及車手擁抱慶祝。

即使3年前助金塊奪得NBA總冠軍，也沒有見祖傑如此激動。不過，了解他本人的話，應該知這名中鋒從小便熱愛賽馬，年輕時更曾因投入賽馬而暫停過籃球生涯長達6個月，現時亦擁有自己的賽馬團隊Dream Catcher。

過去在籃球場，祖傑也曾指打籃球就如打工一樣，因此看完上述他為愛駒激動落淚的影片後，有網民調侃說：「看來他在NBA賺錢，就是為了養馬。」

品牌如何發揮效應

品牌，為實戰的沉澱，久經時代洗煉，大浪淘沙見真章！

品牌是用以區分一家企業的產品與競爭者提供的同類產品不同之處的無形元素，包括名字、符號及其視覺上的特徵。學者明斯基及車華（Minsky & Geva）在2020年界定品牌的定義為「消費者、潛在客戶及其他持份者如何想到、感覺和提及品牌涵蓋的產品、服務、人員及機構。」品牌的建立並非易事，要有一個過程，並經得起時光流轉考驗。

品牌一詞，源自北歐古詞，意指「火」或「劍」，這是中世紀的行會以可辨認的符號，作為手工藝品商標。現時，消費者往往用品牌及其內涵概念來作出購物決定。例如，當人們考慮購買皮革製品「路易威登」（LV），便會想到「耐用」、「美觀」及「時尚」等特徵；當人們考慮購買「比亞迪」電動車，便會想到「安全」、「節能」及「可靠」等特徵；當人們考慮購買「華為」手機，便會想到「創造性」及「多用途」等特徵。

品牌可為產品增值，稱為「品牌權益」，指一個品牌在消費者心中建立的知名度、聯想到及情感，因而願意付出更高價格來購買其偏好的品牌。品牌權益主要由四大核心元素組成：品牌知名度、品質、品牌聯想及品牌忠誠度。

倘若一個品牌沒有理念，就無法稱為品牌。就算設計了標誌（Logo），離真正的品牌水平還有一大段路，因此必須一步一腳印，慢慢營造出品牌的堅實基礎。市場上的名牌賣點為設計、質料、做工及品味，均需要長期下真功夫，一絲不苟。

南窗集

羅文華

銀行專業學會士、審計委員會委員、香港