

# 「世界品牌日」落戶香港 發布宣言展示三大願景

## 李家超：發揮優勢建設世界品牌中心

第二屆世界品牌大會暨「世界品牌日」落戶香港盛典昨日在港舉行並發布「世界品牌日」香港宣言，三大願景包括以香港為新起點，重塑全球品牌評價「通用語言」；打造全球品牌要素的「配置中樞」；以香港為新紐帶，促進東西方的「文明互鑒」。香港特區行政長官李家超透過視像致辭時表示，昨日適逢是國家第十個「中國品牌日」，此次「世界品牌日」落戶香港、支持香港建設世界品牌中心別具意義。國家「十五五」規劃提出要強化品牌引領、標準升級、新技術應用，促進消費品更新換代。李家超指出，「一國兩制」下的香港擁有「背靠祖國、聯通世界」的獨特優勢，是國家企業和品牌走向全球的重要平台，特區政府會持續優化商標註冊制度，保障品牌聲譽和消費者信心。

●香港文匯報記者 康敬

### 世界品牌日香港宣言三大願景

- 1 以香港為新起點，重塑全球品牌評價「通用語言」。依託ISO 20671、即國際標準化組織發布的全球首個品牌評價領域的基礎性國際標準，聯手中外權威性專業機構，發布「香港國際品牌指數」，構建一個兼顧發達國家市場與新興市場、平衡商業價值與社會責任的評價新體系。
- 2 打造全球品牌要素的「配置中樞」。將在香港主辦「世界品牌與知識產權交易會」，讓香港不僅是貨物的轉口港，更是品牌價值的高地。歡迎全球的品牌所有者、創新技術、文化創意在此匯聚，讓知識產權在陽光下高效流轉，實現全球資源的優化配置。
- 3 以香港為新紐帶，促進東西方的「文明互鑒」。致力推動「一帶一路」RCEP區域的品牌對話，依託香港這一「超級聯繫人」和「超級增值人」，幫助全球品牌跨越地域與文化的鴻溝，互利共贏，深度合作。

資料來源：第二屆世界品牌大會

整理：香港文匯報記者 康敬

李家超表示，國家堅定強化質量監督和品牌建设，支持企業提供更優質、更具特色的產品，全力發展新質生產力，建設「品牌強國」。知識產權是保護創意和創新意念的資產，隨着全球經濟迅速邁向以創意、科技、創新為核心的發展模式，保障知識產權已成為企業競爭力和經濟增長的重點，「品牌，象徵企業形象和市場信譽，更與企業的商標、設計、版權等重要知識產權相輔相成，是企業最具價值的無形資產之一。」

### 加強為品牌提供全面保障

他指出，香港的知識產權制度廣受認同，為品牌的創立、管理、授權和商品化提供全面保障，特區政府會持續優化商標註冊制度，積極打擊侵權行為，同時向公眾推廣尊重知識產權的文化。

他強調，在穩健而透明的制度環境下，香港品牌可以安心創新、拓展市場、提升價值，進一步在區域和國際舞台上發光發亮。特區政府亦積極支持內地企業和品牌走向世界，通過香港的國際化平台到外地拓展業務，為內地不同企業提供高水平的展覽和盛事平台，將優秀的內地品牌推廣到更多的海外市場，服務國家經濟高質量發展。特區政府亦透過資助計劃，全方位支援香港的本地企業打造自主品牌、升級轉型、拓展內銷市場，開拓更多元化市場，提升品牌競爭力。

### 公正多元助建合作新格局

全國政協常委、國際品牌科學院董事會主席

蔡冠深在致辭中強調，「世界品牌日」落戶香港，是榮耀更是使命。香港作為享譽全球的國際金融、貿易與航運中心，憑藉「一國兩制」的獨特優勢、健全的法治環境、強大的專業服務能力以及連通中外的超級樞紐地位，承載世界級品牌盛會，不僅是對香港這個全球最自由經濟體營商環境的高度認可，更為中國的品牌強國戰略注入強勁新動能。對世界而言，亦標誌着一個更加公正、多元、開放的全球品牌評價與交流新平台正在崛起，必將深刻推動世界品牌合作新格局的形成。

ISO/TC289 品牌評價技術委員會候任主席、歐洲品牌研究院主席格哈德·赫雷比塞克 (Gerhard Hrebicek) 代表大會宣讀「世界品牌日」香港宣言。宣言強調，「世界品牌日」在香港落戶，因為香港是一座真正的世界之城。東西方文明交匯並存，世界各族和睦相處，「一國兩制」下的香港擁有世界一流的法治環境、自由的貿易體系、與倫敦和紐約鼎足而立的國際金融中心、深厚的專業服務底蘊，以及得天獨厚的地理優勢，是全球資本、資訊、人才和品牌的超級交匯點。他亦逐一分享香港宣言中的三大願景 (見表)。

是次活動由國際品牌科學院聯同粵港澳大灣區企業家聯盟、國際品牌網攜手舉辦，應邀出席見證的主禮嘉賓還有外交部駐港副特派員李永勝、中央政府駐港聯絡辦經濟部部長徐衛剛，以及多名國際知名的品牌標準及評價體系專家。多個國家的駐港總領事或副領事，港區全國人大代表、全國政協委員、香港立法會議員、中外企業家、商會代表等逾400人出席活動。

## 全球榜單發布 見證中國品牌「出海」成長

香港文匯報訊 (記者 康敬) 在第二屆世界品牌大會上，國際品牌科學院正式發布「中國品牌全球競爭力100強」及「中國品牌全球單項領航50強」兩份榜單。多家上榜企業代表及知名品牌創始人即場分享「品牌出海」的實戰經驗，既展現了中國品牌歷久彌新的強大競爭力與全球化發展韌性，亦凸顯了香港作為「價值放大器」的重要角色。

### 三一：踐行品質改變世界

上榜「中國品牌全球競爭力100強」的三一集團，其董事彭松指出，企業出海需具備三個關鍵要素：過硬的品質、持續的創新，以及與上下游產業共生共贏的生態圈。

他介紹，三一集團是一家全球先進裝備製造商，業務覆蓋逾180個國家及地區，旗下擁有三家上市公司。去年10月，三一重工成功在香港H股上市。

集團用40年時間踐行「品質改變世界」的理念，目前三一在全球設有逾2,000個服務網點，公開承諾「一刻鐘響應、一天到達現場、兩天解決一般故障、七天完成重大故障修復」，一旦超時即向客戶賠付「真金白銀」。

創新是三一的核心基因。彭松提到，三一重工早在2002年已於香港國際金融中心創下單泵垂直泵送混凝土406米的世界紀錄；如今集團正參與建設全球在建第一高樓——規劃高度1,008米的吉達塔，再次刷新世界紀錄。三一的混凝土設備因此被譽為「世界泵王」，目前全球超過500米的高樓均由三一的設備泵送完成。

全國工商聯紡織服裝業商會理事長、波司登

創始人高德康亦於會上展示中國品牌的成長力量。他回顧波司登從登陸江南鄉村的11位農村手藝人、8台縫紉機起步，憑藉「一群人、一輩子、做一件事」的執著堅守，逐步成長為全球羽絨服裝領域的領軍企業。

### 香港成品牌「價值放大器」

他指出，波司登羽絨服已連續31年在中國市場銷量領先，並成功入選中國企業500強與世界品牌500強。在全球化征程中，波司登實現了從「產品出海」到「品牌出海」的躍升，業務布局全球68個國家和地區，推動品牌價值走向世界。

他特別強調，品牌出海已進入「價值出海」的新階段，而香港正是中國品牌的「價值放大器」。他期待未來能與更多優秀的中國品牌及全球夥伴，在研發設計、供應鏈渠道及可持續發展等領域開展更深度的協同，依託香港鏈接全球資源。

作為協助眾多內地企業走向海外的重要金融機構，中銀香港環球企業金融部總經理劉超分享，中銀香港自1917年起扎根香港，並依託母行長期與中國企業共拓市場。在協助中資企業全球布局的過程中，中銀香港不僅協助企業在香港上市，還積極支持企業拓展東南亞市場及全球其他區域。

為是次榜單提供專業支持的龍睿國際品牌諮詢CEO姚承綱在活動上解讀榜單時透露，在「中國品牌全球競爭力100強」中，45個品牌在香港交易所上市；「單項領航50強」上則有11個在港交所上市，另有一個正在申請上市。他強調，香港擁有全球頂尖的證券交易所，完全有能力成為中國出海品牌最大的孵化器。



●眾嘉賓一同啟動「世界品牌日落戶香港盛典」儀式。

香港文匯報記者黃艾力 攝



●李家超以視像在第二屆世界品牌大會暨世界品牌日落戶香港盛典致辭。

香港文匯報記者黃艾力 攝



●國際品牌科學院董事會主席蔡冠深在第二屆世界品牌大會暨世界品牌日落戶香港盛典上發言。

香港文匯報記者黃艾力 攝

## 專家籲多元合作 增中國品牌競爭力

香港文匯報訊 (記者 康敬) 在第二屆世界品牌大會上，國際標準化組織品牌評價技術委員會 (ISO/TC289) 候任主席、歐洲品牌研究院主席格哈德·赫雷比塞克 (Gerhard Hrebicek) 宣布將於10月20日在維也納舉辦品牌峰會，並特設「中國日」活動，搭建中歐品牌雙向展示與務實合作的橋樑。ISO/TC289 註冊專家李鐵男強調香港作為中國品牌出海的重要支點，未來將開展多元合作，助力中國品牌進一步構建全球競爭力。

Gerhard Hrebicek 圍繞品牌價值與中歐合作發表演講時強調，品牌是這個時代最具影響力的資產。他引用數據指出，一個地區的品牌價值與其人本地生產總值的相關性高達92%，「品牌價值愈高，經濟繁榮程度也愈高。」他將中國品牌的發展劃分為從「中國製造」以產量與價格取勝，到創新與品牌意識覺醒，再到湧現阿里巴巴等全球知名品牌三個階段；而當前正邁入第四個階段——成為「值得信賴的夥伴」。

### 10月品牌峰會特設「中國日」

他認為，信任無法通過廣告購買，只能靠持續履行承諾、優質產品與財務標準逐步積累。歐洲品牌研究院已與國際品牌科學院簽署合作協議，依託ISO 20671等國際標準，提供品牌估值、認證、人才培訓及知識產權保護策略，並指香港在知識產權布局方面具備優勢。他宣布將於10月20日在維也納舉辦品牌峰會，並特設「中國日」活動，搭建中歐品牌雙向展示與務實合作的橋樑。

他呼籲中國品牌以長期主義共建科學統一的國際品牌評價體系，憑藉信任與實力登上全球舞台。

### 品牌建設不止標識與宣傳

ISO/TC289 註冊專家李鐵男在演講中表示，中國經濟已從質量經濟邁向品牌經濟，企業必須以標準引領、管理築基推動高質量發展。他指出，品牌建設不能只停留在標識與宣傳，更要聚焦「冰山之下」的技術創新、品質服務與管理體系，依託ISO 20671 品牌五要素理論，以質量、服務、創新夯實根基，積累無形資產，全面提升品牌強度與全球影響力。

他續說，品牌出海需重視國際市場准入與綠色、碳足跡等權威認證，助力企業暢通全球渠道。中方機構已與歐洲品牌研究院、國際品牌科學院達成戰略合作，整合中外資源，提供品牌評價、認證、諮詢與傳播一體化服務，立足香港國際樞紐優勢，助力更多中國品牌合規出海、穩健升級，共同推動中國品牌邁向世界一流。



●歐洲品牌科學院主席格哈德·赫雷比塞克宣布將於10月在維也納舉辦品牌峰會。

香港文匯報記者黃艾力 攝

## 投資署赴南非助當地企業拓亞太市場

香港文匯報訊 香港特區政府投資推廣署助理署長李淑菁昨日啟程前往南非約翰內斯堡及盧旺達基加利，展開為期8天的訪問，旨在透過策略互動，與非洲經濟體建立更緊密聯繫，並向當地推廣香港作為非洲企業開拓內地及亞太地區市場的首選跳板。

李淑菁表示，在環球經濟充滿不確定性的時代，非洲作為「全球南方」的核心力量，已成為驅動全球增長的重要引擎，當中互聯互通正是釋放潛力的關鍵。香港在聯繫非洲、內地與國際市場之間的資本、人才及創新科技方面一直發揮戰略作用，有效推動多方面的高質量增長。投資署作為特區政府負責吸引外來投資及協助內地企業「走出去」的部門，致力透過專業市場洞察、廣泛的全球網絡、精準推廣及政策協調，促進環球雙向投資。

### 將出席「非洲首席執行官論壇」

李淑菁由昨日起至本月13日到訪約翰內斯堡，與

當地商會、金融機構、銀行、金融科技、商務及專業服務代表會面。隨後，她會轉往盧旺達基加利，代表投資署出席「非洲首席執行官論壇」，與非洲領先跨國企業的高層管理人員進行深度交流。

非洲企業落戶香港可受惠於廣受國際認可的普通法制度，以及亞洲最具競爭力的稅制。最近，香港進一步提升競爭優勢，宣布將合資格貨物商品交易商的利得稅率由標準的16.5%減半至8.25%。配合香港作為全球首要離岸人民幣中心的地位，為非洲大宗商品出口商提供通往亞洲市場的高流動性且高效門戶。

隨着中非經貿關係邁向高價值貿易和投資，香港憑藉其獨特的優勢，能有效加速雙向資本流動，引領金融、航運、創新科技等領域的增長。李淑菁特別提到，南非國家橄欖球隊早前於香港國際七人欖球賽勇奪首冠，「這種充滿活力的人文交流不單別具象徵意義，更是促進雙邊經濟聯繫、實現共贏發展的深厚基石。」