北京
香港品牌节

品牌。成就。非凡香港

形象廊



香港品牌发展局

非凡品牌。非凡香港

香港开埠以来，历经风云变幻，渡过了多个不同的发展时期；由传统的本土行业起步，到工业腾飞，随后蜕变成为服务业巨擘，如今昂然迈向以创新为本的新经济时代。百年峥嵘岁月稠，香江代有品牌出！时势造英雄，抑或是英雄造时势；业界在不断创造经济传奇的同时，亦为香港赢得了“品牌荟萃之都”的盛名。

回顾一页页品牌发展史，如同是对香港经济演变历程的一次检阅。展现眼前的，不单有令人拍案称绝的营商智慧、融贯中西文化的大都会神采，更有着浓得化不开的港式风情，以及那股“狮子山下”的拼搏精神和韧劲。

“品牌 • 成就 • 非凡香港”形象廊汇集20个诞生于香港经济发展不同历史阶段的代表性品牌，细数他们的成功故事和骄人风采；带领观众穿越时空，一览香港品牌发展的历史传承和最新风貌，为香港的非凡经济成就“点赞”。



经典 • 不老的传说 …… 1-2

李锦记 …… 3-4

位元堂 …… 5-6

中华商务 …… 7-8

奇华饼家 …… 9-10

创造 • 品牌是永恒 …… 11-12

红A …… 13-14

鳄鱼恤 …… 15-16

伟易达 …… 17-18

力劲 …… 19-20

蜕变 • 多元焕精彩 …… 21-22

中原地产 …… 23-24

德国宝 …… 25-26

鸿福堂 …… 27-28

六福珠宝 …… 29-30

成长 • 在紫荆旗下 ····· 31–32

八达通 ····· 33–34

亲子王国 ····· 35–36

B.Duck ····· 37–38

香港航空 ····· 39–40

梦想 • 与城市齐飞 ····· 41–42

WowWee ····· 43–44

malimarihome ····· 45–46

万希泉 ····· 47–48

敏儿安 ····· 49–50

香港品牌节 • 北京 ····· 51

香港品牌发展局 ····· 52

经典。

不老的传说



香港能够晋身世界级的“品牌之都”，正是源于本地业界有着打造品牌的深厚传承；品牌就是香港商业和经济活动与生俱来的“DNA”。香港开埠之初，就有零星的品牌开始萌芽，并随着本土经济日渐蓬勃而崭露头角，他们分散于与庶民生活相关的行业，例如中药、食品、金饰、餐饮、交通等。而作为一个移民城市和东西文化的交汇点，香港的品牌发展一早就呈现出国际化和本土元素兼收并蓄的特色；除了本地品牌、英资品牌之外，也有不少从内地和东南亚迁入的品牌。任凭斗转星移、沧海桑田，许多品牌先驱依旧薪火相传，陪伴几代香港人一起成长，缔造了不老的经典传奇。

中华酱料老字号
李锦记登陆太空





蚝油细腻醇厚、回味绵长的鲜味，须经过复杂的采蚝、清洗、烹煮、熬制和提炼才能调配而出。1888年创立的“李锦记”，历经四代人的拼搏，成为全球知名的华人民族品牌。近年，“李锦记”更获委任为“中国航天事业战略合作伙伴”，只要人类足迹踏及之处，都有“李锦记”的踪影。

“李锦记”以蚝油和虾酱起家，经过近130年的发展，产品种类已增至220款，销往世界各地，成为华人美食生活中不可或缺的一部分。品牌近年引入全球最大的圆盘制曲生产设备，更成为全国首家启用光伏项目的调味品企业。集团也积极开拓中草健康产品市场，创立了新品牌“无限极”。

“李锦记”奉行“100-1=0”的理念，对食品事故“零容忍”。2012年品牌通过高规格的品质、安全检测及口味的要求，成功入选为“神舟九号”食品，其后多款酱料更伴随“神舟十号”和“神舟十一号”翱翔太空。

李錦記
LEE KUM KEE





位元堂

传承中药智慧
位元堂以诚意创信誉

“位元堂养阴丸，好似太阳咁温暖！”50年前的一首电视广告金曲把“位元堂”唱得街知巷闻。具有逾120年历史的“位元堂”一直秉承“以诚意用心造药，凭信誉继往开来”的宗旨，弘扬中医药智慧，研发切合大众需要的保健产品。今时今日，除家喻户晓的“养阴丸”外，“猴枣除痰散”等主打产品也广受市场欢迎，更连续数年为香港销量冠军。







www.wyt.com.hk



“位元堂”致力传承中药传统，实力备受香港业界和大众认可；2003年开始进军中国内地市场，建立遍及每个省市的中药业务，现时内地的店铺已超过100间。

“位元堂”拥有全港最强大的中医中药网络，其中40多家门市设有专业中医团队及门诊服务。“位元堂”坚持在香港自设独立的现代化生产设施，确保出品都符合国际最高标准。














MERRY CHRISTMAS

C & C

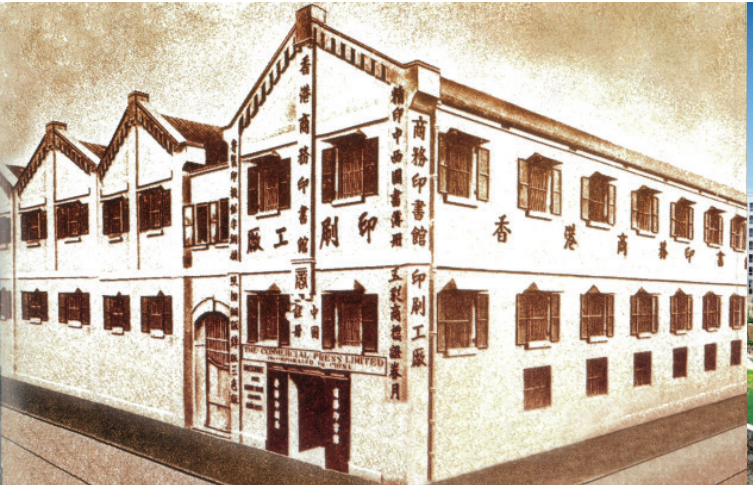
传承与深耕
中华商务藉印艺传播文化

“中华商务”由创立于上世纪初的商务印书馆和中华书局等的香港印刷厂合并而成，糅合百年印艺的传承和孜孜不倦的创新，为香港以至大中华区的文化传播深耕密耘。至今，品牌在香港、深圳、北京和上海设有生产基地，更建立内地规模最大的商业轮转印刷中心，为中外客户提供跨地域、覆盖广、多元化的印刷服务。

深信印刷业肩负传播文化种子的使命，“中华商务”秉承“团结协作、不断改进、追求一流”的企业文化，不断推陈出新；在其芸芸出版物中，不少是令人眼前一亮的典藏和高技艺精品。例如，开创先河的《中国弹起》立体书，配件均由人手装嵌，赢得众多奖项。

“中华商务”近年将跨媒体的“增强现实技术”与传统纸质图书结合；并致力发展安全印刷和RFID无线射频识别技术业务，运用互联网和智能技术，为客户创造价值，实现“互联共融、汇智经营”。

www.candcprinting.com





手信首选
奇华饼家烘出香港味道

若问起香港有什么著名手信，相信不少人会回答“奇华饼家”。从1930年代油麻地上海街的一家小型糖果杂货店，发展成为如今驰名中外的饼食企业，“奇华饼家”所传承的，不仅是一种原汁原味的中式味道，更是一份香港情怀。





奇華餅家
kee wah bakery

早在成立初期，“奇华”便凭着“货真价实，如不对办，原银奉还”的经营宗旨，赢得远近顾客的赞赏。后有感香港缺少代表本地特色的手信，“奇华”遂推出“香港奇礼”系列，并邀请家喻户晓的画家阿虫（严以敬）为包装设计手绘图案，一改中式饼食的传统印象，“华丽转身”成为香港手信的代表。

时至今日，“奇华”的分店不但遍及中港澳台，更远至海外。难得的是，品牌一直不忘初心，坚持百分百香港制造。下次到香港旅行，记得到“奇华”湾仔旗舰店坐一会儿，在“古早”的历史建筑物和浓浓的饼香之中，细细品味旧香港的前尘往事。









创造。

品牌是永恒



战之后，全球掀起新一轮产业结构调整的浪潮；香港把握历史机遇，大力发展纺织、服装、钟表、玩具、电子、机械等劳动密集型产业，并实施出口导向型发展战略，成功跻身亚洲新兴工业化地区。在这段时期，香港制造业振翅起飞，许多轻工产品的出口更名列世界前茅，也孕育了一批蜚声海内外的工业品牌。






“制水”成机遇
红A塑胶赢尽大众心

以生产塑胶制品为主的“红A”，早在1960年代因“香港制水”而打响名堂。当时淡水限量供应，家家户户为储水备用，使用轻巧坚固、价廉物美的“红A”水桶；品牌曾于短时间内生产10万个胶桶应急，成为一时佳话。

“红A”以“香港人品牌，香港制造”为宗旨；不但在厂内自设“无尘房”以确保产品符合卫生标准，也规定所有供应商须出示证书，证明原材料符合美国食品及药品安全管理局（FDA）的标准。除家居用品外，“红A”积极研发新产品，涵盖家庭用品、餐饮业用品、医疗用品及工业容器等逾千种；在2014年推出以新潮创意为卖点的“crea”及“A-ware”两个副线家品品牌，在本土及国际市场上深受年轻一代的欢迎。

2016年，“红A”的塑胶产品获入选香港西九文化区M+视觉文化博物馆的设计藏品展，凸显其作为香港制造业起飞的见证者以及港人集体回忆的特殊地位。











鳄鱼恤扬威
衬衫专家多元化

从1950年代窝心的“包换领换袖”服务，到1960年代“鳄鱼小姐”亲自为客人量度衣领，以及1980年代从男装恤衫扩充至女装、童装及更多元化服装配饰，“鳄鱼恤”与香港一同成长。1952年创立的“鳄鱼恤”，寓意产品如鳄鱼皮般坚韧名贵，成立初期更由南洋运来鳄鱼于“工展会”上作宣传，经典场面至今仍令人津津乐道。

“鳄鱼恤”的业务立足香港，更拓展至内地，中港两地销售点早在2009年已突破1,000个。今时今日，中港澳三地的顾客均能方便地选购“鳄鱼恤”，更可透过官网，足不出户地享受网购带来的便捷。

作为逾半世纪的“恤衫专家”，“鳄鱼恤”秉承“真诚实干，坚毅不屈”的理念，从采购、设计、生产到质检，确保每件产品都紧守优质、高贵、耐用及舒适的品牌传统。品味，是“鳄鱼恤”坚持的至高标准，也是对客户始终不渝的承诺。

CROCODILE





www.crocodile.com.hk

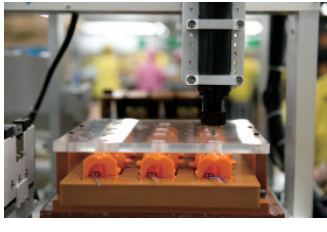

wacom











vtech

自我研发迈向国际
伟易达打造电子王国

“伟易达”创立于代工生产(OEM)盛行的1970年代；不过，集团并没有跟着市场大势而随波逐流，反而强调产品研发和自主生产，并以自家品牌主攻电子产品领域，闯出一片更广阔的天空。

“伟易达”初期主力制造成年人电子游戏机；1980年代看准儿童市场的丰厚潜力，推出集团首部儿童电子学习产品“Lesson One”，成功打开了欧美市场。于2004年问世的“V.Smile”电视学习系统，更在美国获得“全年最佳玩具奖”。时至今日，“伟易达”稳踞全球婴幼儿及学前电子学习产品生产商的龙头地位。

1990年代初，“伟易达”把握机遇，研发出全球第一部全数码900兆赫室内无线电话，如今已晋身为全球最大的无线电话生产商；近年还进军商用电话及其他电讯产品市场，深获客户拥戴。现在，“伟易达”每年推出过百款崭新产品，在全球90多个国家畅销。

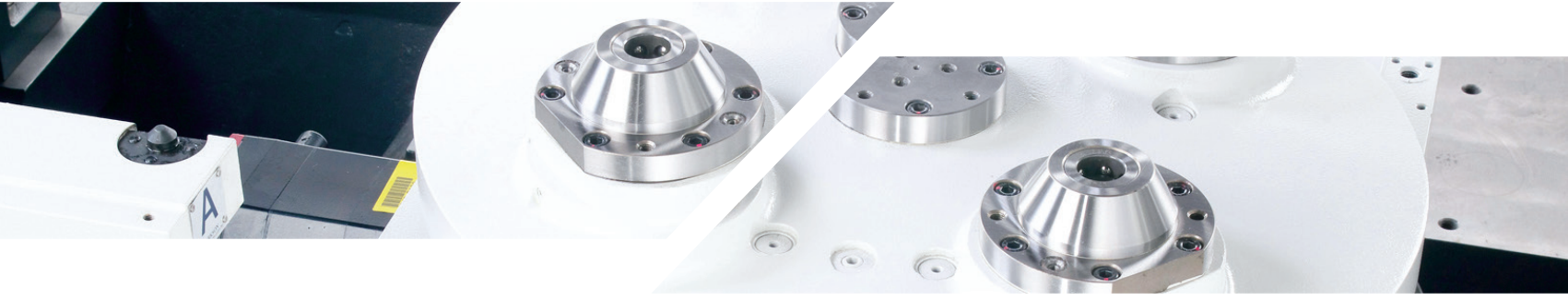
www.vtech.com





中国制造变创造
力劲领军机械业北上

要成为行业龙头从来不易；若要做到在机械市场上每销售10台压铸机便有一半是旗下产品，更是难上加难！但“力劲”就做到了。



品牌。成就。非凡香港

“力劲”的创办人于38年前已洞悉压铸机制造业的发展潜力，凭着对机械研究的热诚和干劲，开发、生产及销售压铸机、注塑机等产品，更为客户提供与产品相关的解决方案。在1980年代末，不少制造业厂商因为土地和人力资源成本高昂而往外地迁移，“力劲”基于民族情怀而决定北上。“力劲”不但是首批进军内地的机械业港商，更带动业界把“中国制造”转化为“中国创造”，令产品形象和科技水平提升至更高档次。

“力劲”属业内唯一曾被中国国家质检总局授予“中国名牌”称号的企业，同时膺获“广东省名牌”、“上海名牌”等荣誉；集团现已成为全球最大的压铸机制造商以及中国五大注塑机制造商和最具解决方案的加工中心制造商之一。

www.lktechnology.com


力勤DCC400

蜕变。

多元焕精彩



随着经济快速发展和居民收入水平上升，香港于1970年代开始推行经济多元化发展战略，金融、房地产、贸易及旅游业等服务行业崭露头角。1980年代随着国家改革开放的深化，香港制造业逐步向“珠三角”等内地省市转移，并加紧提升品质、效率、成本控制以及供应链管理等方面的竞争优势。与此同时，香港迅速实现了从制造业为主向服务型经济的转型；各行各业的服务品牌如雨后春笋般涌现，为香港跻身国际商贸中心和国际金融中心奠下稳固根基。


STATELYHOME
豪宅
豪宅 STATELYHOME
中原地產
中原豪宅：WWW.StatelyHome.com



中原地產 CENTALINE PROPERTY

公正形象赢信任
中原地产领先华人房产代理

由最初在报章介绍自让盘，到1978年创立品牌开展地产代理业务，至今更涉足物业管理、测量估价、按揭代理、资产管理等全方位业务，“中原地产”一直是大中华区地产代理业的先行者。“中原地产”奠定1990年代地产代理市场的新型态，其“不炒价、不食价”只赚取佣金的理念，为行业树立了专业道德基准。

“中原地产”早于1992年就进军内地市场，目前在全国39个城市设立分公司，开设分店逾2,000间，聘用员工近60,000人；2011年更延伸至台湾及新加坡，建立亚太网络；并创立了“中原豪宅STATELYHOME”及“中原(工商铺)”两个副品牌，以迎合不同客户群的需要。

为提供全面的楼盘资讯，“中原地产”于2000年首创反映香港私人物业价格走势的“中原城市指数”，近年更推出多个手机应用程式；“BIG爆楼盘资料裤”的广告正是“中原”海量房源数据库的最佳写照。

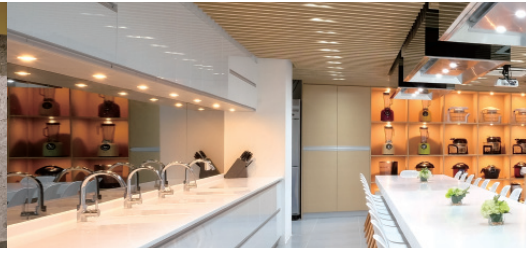


hk.centanet.com

德国宝创家电宝库
缔造优质健康生活

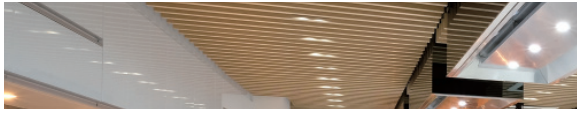
“德国宝”始创于1982年，当年凭着优质的德国产即热式电热水器而打响名堂。如今，“德国宝”已晋身为香港家电业的龙头，以“家有德国宝，生活无烦恼”为宗旨，让健康生活垂手可得。





“德国宝”秉承“创新时尚、健康养生、节能环保、优质安全、贴心简单”的核心价值，至今自主开发逾300款家电，从热水器、空调、煮食用电器，到家居生活小电器和个人护理产品，一应俱全；以创新技术研制的光波炉以及具健康生活概念的养生机、低温慢煮机、蒸焗炉等尤其深受市场欢迎。随着业务日渐成熟，品牌近年积极横向发展，进军厨柜行业。

凭着卓越的品质、多元化的产品以及良好的服务和客户体验，“德国宝”产品风行香港和内地，更远销至美加、德国、新加坡及马来西亚等地，得到消费者甚至地产发展商的认同，成为国内外多个楼盘首选的家电及厨柜品牌。



www.germanpool.com









鴻福堂®
HUNG FOOK TONG

无添加草本饮料
鸿福堂真心制造家的味道

中国人爱以草本饮料来调理身体；扎根香港30多年的“鸿福堂”，首创将凉茶装瓶，带起传统凉茶便利化及年轻化的潮流，于2014年成为香港第一家上市的本地凉茶企业。

“鸿福堂”坚守“真心制造，自然流露”的宗旨，发扬传统的草本智慧，以创新方式呈现健康滋味。近年更转型为现代健康概念的饮食品牌，提供凉茶、龟苓膏、草本饮品、中式汤、饭面小食、节日及喜庆食品等数百款产品；在照顾都市人健康的同时，为他们带来暖暖的“家的味道”。



为配合现代人忙碌的生活节奏，“鸿福堂”将分店进驻香港的铁路车站，让顾客可以随时随地享用全天然的保健食疗产品。现时，“鸿福堂”在香港及中国内地设有超过100间分店；集团积极在内地建立销售渠道，其瓶装饮料透过庞大的分销网络已覆盖内地17个省50多个城市。



















六福珠寶
LUKFOOK JEWELLERY

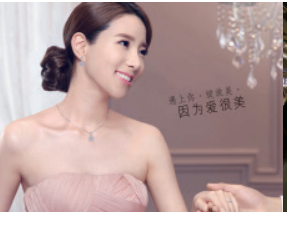
延续高贵传奇
六福打造百亿珠宝王国

今天在全球多个国家和地区拥有超过1,500间零售店的“六福珠宝”，最为大众所津津乐道的，除了它是著名的珠宝品牌之外，还有每年均慷慨赞助“香港小姐”选举以及“环球小姐（中国区）”后冠的显赫气派。又有谁会想到，这个市值逾百亿港元的珠宝王国，原来是由一间小小的玉器店起家？

自上世纪60年代的小型玉器店到1991年第一家“六福珠宝”问世，品牌一直凭着优质产品和卓越服务，赢取顾客信任。其中，免费为顾客提供刻字服务及采用电脑出单，更开创了行业的先河。

凭着崭新的经营手法，“六福珠宝”先后获选为“香港名牌”、“香港服务名牌”及“香港名牌十年成就奖”。品牌业务逐步由香港扩展至中国内地、新加坡、美国及加拿大等地，近年更在澳门及国内开设旗舰店，并将零售版图伸延至南半球，真正实践“香港名牌，国际演绎”的企业愿景。












成长。

在紫荆旗下



1990年代中期以来，配合内外经济环境的变迁，愈来愈多的厂商加紧从代工生产转向原创品牌业务，藉以在急遽转变的国际市场中重塑竞争力；而伴随着香港迈向知识型经济，香港品牌更加注重技术、创新、设计、文化等高增值元素。香港回归祖国，两地的经贸关系更形紧密；适逢国际经济的重心加速“东移”，加上内地消费市场的发展一日千里，以及特区政府的重视和支持，香港的品牌发展迎来了动力澎湃、千舟竞发的大时代。



一卡通行
八达通融合两地生活圈

作为全球最早发展并成功得到广泛应用的电子货币，“八达通”于1997年9月在香港正式推出，现时于香港市面上流通的“八达通卡”已逾3,300万张。











八達通 OCTOPUS

在应用上，“八达通”由最初的公共交通工具逐步扩展至便利店、超级市场等大型连锁店，以至覆盖汽车咪表泊位、电话亭等公共设施，全面实践“令生活更轻松”的口号，让公众一卡在手，即可通畅地应付一切日常生活所需。

“八达通”于2012年更与“深圳通”合作，推出深港两地专用的“互通行”智能卡；并紧贴电子商务的热潮，于2013年与网络供应商联合发布融合手机SIM卡与“八达通”的“八达通流动电话卡”，方便消费者于网上购物。“八达通”在2014年与淘宝网和支付宝合作，推出“八达通网上付款服务”方案；透过“近场通讯技术”(NFC)，让持有“八达通”的香港网民能够“一拍即付”，尽享购物的便利和乐趣。

www.octopus.com.hk





人性化服务
亲子王国缔互动大家庭



在香港，只要提起以育儿为主题的资讯网站，很多人都会立刻想到“亲子王国”。这个拥有86万名会员的大型网站，早于2002年由两名熟悉IT并觑准亲子市场的年轻人联手创立，锐意打造出服务人性化的互动亲子平台。

网站不但为准父母及家长们带来婴儿用品、防疫与保健、学校报名、怀孕须知、产前产后和儿童心理等全方位实用资讯，也设有各类型讨论区及亲子活动，供家长会员互相交流；同时提供网购服务，全方位照顾家长与儿童的需要。

随着2008年深圳分公司（“深圳亲子王国”）成立并首设“GUGU BABY网站”，“亲子王国”正式进驻内地。此网站同样提供方方面面的育儿资讯、讨论区和线下活动，以提高大众的亲子关系为目标，为内地家长们辟建一个温馨的网络大家庭。













www.baby-kingdom.com

小黄鸭B.Duck“北漂”以欢乐成就商机

一只小黄鸭可以变出庞大商机？香港设计师许夏林就将这个梦想化为现实！小黄鸭“B.Duck”原本是他送给儿子的礼物，后来见之深受欢迎，便设计出家居、浴室、厨房、文具等各种各样的特色产品。小黄鸭足迹已遍布中、港、亚洲及欧洲等市场，勇夺大人小孩的欢心。

别小觑“B.Duck”一双闪烁的眼睛和大大的肚子，它象征着一种“Be Playful”（爱玩又会玩）的理念，凭着创新、时尚的设计，把欢乐带给人们。近年，“B.Duck”看准内需的优势，锐意打入内地市场，“脚印”密密麻麻地踏上了广州、武汉、南京、郑州、上海、北京等地。



除了不断增加周边产品的种类，例如服装、礼品、日用品等与生活息息相关的项目外，品牌也积极开设门市，摆脱只依赖出口的被动角色，全方位争取营销主导权。目前，“B.Duck”在内地已有逾150家专门店，当中包括实体店和天猫等电商平台，力求让小黄鸭化身为内地消费者的宠儿。







www.b-duck.com

HONGKONG AIRLINES
香 港 航 空

翱翔新力量
香港航空融港式文化

在短短10年内，“香港航空”已由一间新晋的本土航空公司，发展成为国际知名的全服务航空公司；并凭着无微不至的优质服务，由2011年起连续荣获行业内备受尊崇的“Skytrax四星级”评级。









“香港航空”以香港为基地，航线网络广泛覆盖亚太地区超过30个主要城市，包括澳洲黄金海岸、奥克兰、北京、上海、台北、东京、大阪、札幌、首尔、曼谷、巴厘岛和冲绳等。

“很年轻，好香港”是“香港航空”的品牌理念。“香港航空”拥有全球最年轻的空中机队之一，目前平均机龄只有约4.9年；并透过朝气勃勃的机组配备先进的设施，为乘客带来更舒适和丰富的飞行体验。同时，“香港航空”积极将香港文化融入各项服务细节，包括在贵宾室的设计装潢中引入香港原创设计元素以及于航班上供应地道的香港风味美馔，务求给乘客缔造一趟与众不同的飞行旅程。

www.hkairlines.com



梦想。

与城市齐飞



凭着不懈的努力与积累，香港已华丽转身为星光熠熠的“品牌港”，不但是区内首屈一指的品牌创建、管理与支援中心，更担当国际品牌进军亚洲特别是内地市场的“桥头堡”；历经岁月的洗练，“香港品牌”已升华为优质、时尚、信誉、物有所值和上佳服务的象征。

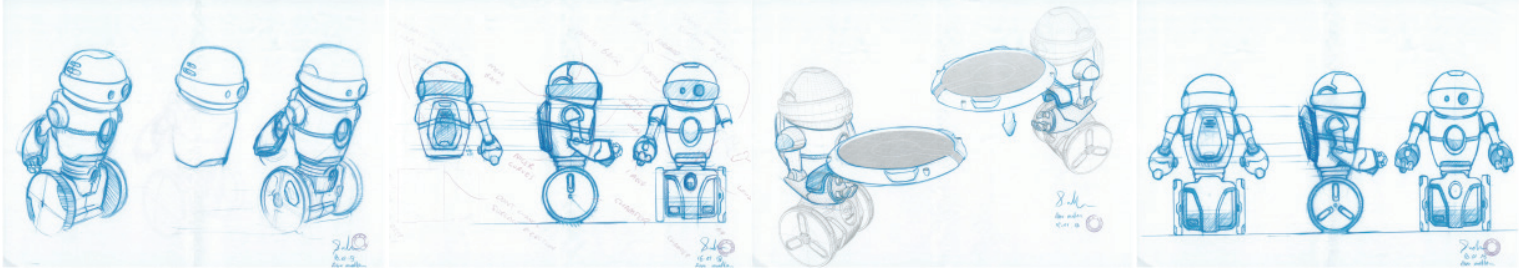
挟著历史与时代赋予的优势和“狮子山下”的雄心，无论是在品牌年轻化、业务国际化，还是在品牌创业、缔造“互联网+品牌”新范式的不同征途上，香港品牌鼓勇前行，必定飞得更高、更远。

WowWee互动机器人
开启智能玩具新境界



谁会想到，20多年前由一对加拿大兄弟在香港创办的设计公司，竟能开创科技玩具的新纪元，近年更一跃成为畅销全球的智能互动机器人品牌。从平衡机器人“MiP”、智能型机器狗“ChiP”，到智能恐龙“Miposaur”，“WowWee”的创新“玩意儿”层出不穷；其突破性技术改写了人们与机器玩伴之间的互动关系，以令人“脑洞大开”的启发性和难以抗拒的好玩趣味性，令儿童们乃至成年人爱不释手。

为保持在产品研发和创新领域的领先地位，“WowWee”与顶尖科研机构美国拉莫斯国家实验室和加州大学圣地牙哥分校机器人实验室长期保持紧密合作；更不吝分享自己的软件开发工具包，推动构建开放性的创新氛围。










“WowWee”荣获众多国际奖项，包括玩具界最高荣誉的“奥本海姆玩具精选白金奖”等；产品更多次登上亚马逊等电商平台畅销榜榜首。“WowWee”已登陆中国内地，为家长们和孩子们带来益智玩具的新选择和新体验。

www.wowwee.com

malimarihome
婴童服装满情怀

“malimarihome”不单是小孩们常说的魔法戏言，也是香港原创婴童服装品牌的名称！这个品牌发展时没有施展魔法，反以创意突围，成功拓展香港和内地市场，深受家长们热捧。





为增加消费者的亲切感，品牌特别设计卡通主角小兔“Mali”和小猪“Mari”作为品牌灵魂人物；两个卡通人物分别代表不同个性和天赋的小孩，藉以鼓励成年人尊重和欣赏孩子！“malimarihome”主打香港原创设计，更凭着优良品质和超卓的性价比，迅速成为孩子们的“亲亲小伙伴”。

近年“malimarihome”更拓展特许经营业务，加上受惠于内地经济畅旺，品牌人气急升，无论是店铺数量或单店销售额都录得大幅增长。至今，“malimarihome”已有超过160个零售点；除进驻上海和北京外，也遍布内地主要城市，包括大连、重庆、武汉、厦门等，为无数对婴童服饰有高要求的内地家长，带来设计与品质俱优的选择。











www.malimarihome.com

MEMORIGIN
萬希泉



中西合璧
万希泉创港式陀飞轮

陀飞轮是机械表三大复杂技术之一。作为首个港产陀飞轮腕表品牌，“万希泉”以集团旗下拥有亚洲少有之陀飞轮制造工艺的厂房作为后盾，配合“中西合璧”的品牌定位，在短短6年便踏足国际市场，以“香港制造”突破瑞士表雄踞高档表市场的局面。





“万希泉”制定“由内而外再到内”的市场策略，以“香港品牌”作为宣传重点，并与众多海外知名公司开展跨界合作，让铁甲奇侠、美国队长等超级英雄，与“万希泉”的限量珍藏机械表合二为一；更独创机芯刻字技术，为用家刻缕真情字句，令腕表变成独一无二的恒久纪念。





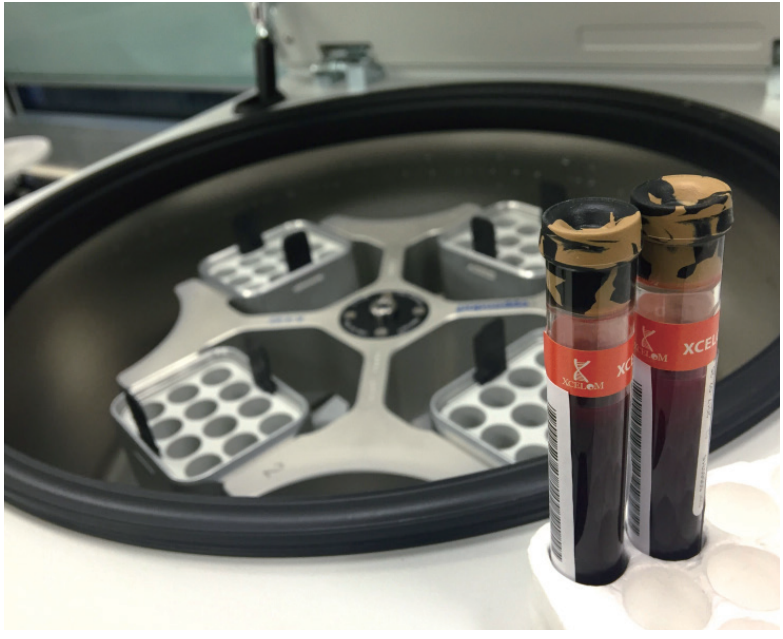


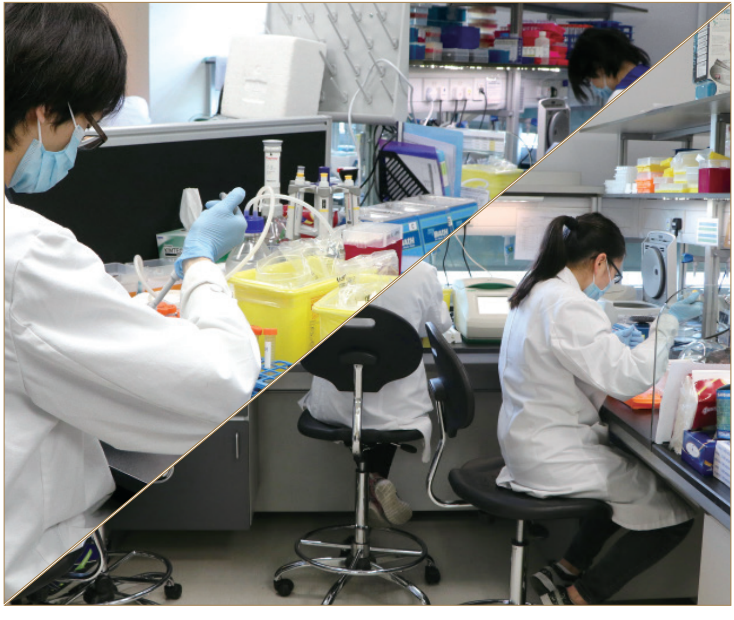






“万希泉”又广邀桌球好手傅家俊、设计大师靳埭强等设计具个人风格与地道特色的陀飞轮腕表，宣扬香港精神；同时也为香港创意文化注入活力。





敏兒安 safe T21 express

无创产检尖端科技
敏儿安守护准妈妈

传统产前诊断方法有可能造成流产风险，而超声波检查的可靠度又不足够；这些曾让无数准父母忐忑不安的“最痛”，终于随着革命性科技的出现而烟消云散了。“敏儿安”运用顶尖基因技术，提供无创性产前检查服务，透过妈妈的血液样本，便可精准地对胎儿进行多种染色体疾病的检测，为母亲及宝宝带来安心和保障。

“敏儿安”运用由香港中文大学专业团队首创的DNA筛检专利技术，只需抽取母亲的静脉血液，过程简单兼无入侵性，不会涉及流产风险；而且数个工作天内便可得知结果。检测范围包括唐氏综合症(T21)、爱德华氏综合症(T18)、巴陶氏症(T13)等，准确率高达99.9%。

秉承“准确、快速、安全、创新”的宗旨，“敏儿安”紧贴国际最新技术的发展，严格遵照质量管理体系的要求；其无创性产前检查服务范围已拓展至中国内地及亚太地区，守护准妈妈和宝宝们的健康，更将香港的科研成果广为弘扬。







香港品牌节 • 北京

www.hkbrandfest.org

配合香港特别行政区成立二十周年的特殊时点，香港品牌发展局与香港中华厂商联合会携手呈献“香港品牌节 • 北京”系列活动。

本项目获香港特区政府“发展品牌、升级转型及拓展内销市场的专项基金”资助；围绕“**喜 • 爱香港**品牌聚京城”的主题，透过品牌展示、形象廊、联乘推广行动、舞台表演节目、品牌故事电子书、商务交流座谈会及论坛，推广香港品牌的集体形象，并借此为香港的经济成就“点赞”，传递香港工商界“同心爱港，喜庆回归”的信息。

“品牌节”重点活动包括：

- “**爱 • 香港**品牌送**京**喜”联乘推广行动
- “品牌 • 成就 • 非凡香港”形象廊及电子书
- “**喜 • 爱香港**品牌巡礼”大型品牌展示
- “喜 • 爱香港”舞台表演节目
- “香港品牌@北京”商务交流座谈会
- 香港品牌发展论坛

主办机构

香港品牌发展局

合办机构

香港中华厂商联合会

执行机构

香港中华厂商联合会
展览服务有限公司

资助机构

由香港特别行政区政府
「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」（機構支援計劃）撥款資助
Funded by the Dedicated Fund on Branding, Upgrading and Domestic Sales (Organisation Support Programme) of the Government of the Hong Kong Special Administrative Region

全力支持

香港名牌标识 (TOP唛) 计划

香港制造标识 (HK唛) 计划

“举办‘香港品牌节 • 北京’系列活动以提升香港品牌的集体形象”项目由香港品牌发展局主办，香港中华厂商联合会合办；香港中华厂商联合会展览服务有限公司担任执行机构，并获香港特别行政区政府“发展品牌、升级转型及拓展内销市场的专项基金(机构支援计划) ”拨款资助。在此刊物上/活动内(或项目小组成员)表达的任何意见、研究成果、结论或建议，并不代表香港特别行政区政府、工业贸易署或中小企业发展支援基金及发展品牌、升级转型及拓展内销市场的专项基金(机构支援计划)评审委员会的观点。

香港品牌发展局

香港品牌发展局创立于2005年，是由香港中华厂商联合会牵头成立的非牟利机构，旨在集合社会各方面的力量，共同推动香港品牌的发展。品牌局致力于提高香港品牌的知名度、弘扬原创精神、构筑有利于品牌发展的社会环境以及促进品牌方面的交流和合作。

品牌局积极协助政府政策的制定和执行，更活跃于品牌评审、培育、推广、研究、交流和国际合作等各个领域，以多元化的服务为香港品牌构筑“一站式”的支援平台。

品牌局标志性的项目包括：

- 香港名牌选举、香港服务名牌选举
- 香港新星品牌选举暨香港新星服务品牌选举
- 香港名牌标识(TOP唛)计划
- 香港制造标识(Made in Hong Kong唛)计划
- 中小企品牌群策营
- 《香港名牌巡礼》刊物
- 品牌策略管理文凭课程
- “香港品牌节”系列推广活动



中華人民共和國香港特別行政區
Hong Kong Special Administrative Region of the People's Republic of China
20th 周年紀念 ANNIVERSARY

香港，非一般的城市造就“飞”一般的品牌；
香港品牌，非凡的品牌成就了非凡的香港。

香港品牌发展局

地　址：香港中环干诺道中64号厂商会大厦3楼
电　话：(852) 2542 8634 / 2542 8600
传　真：(852) 3421 1092 / 2815 4836
网　址：www.hkbrand.org
电　邮：info@hkbrand.org