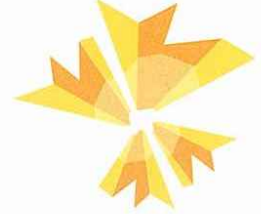




香港特區參與2010年上海世博會節目
A Hong Kong SAR programme for EXPO 2010 Shanghai



THE ASSOCIATION OF ACCREDITED
ADVERTISING AGENCIES OF HONG KONG
香港廣告商會

2010年8月15日

請即發佈

香港廣告商會將於上海世博發表「中國品牌走向全球—現在與未來之成功因素」研究

香港特區參與 2010 年上海世博會節目

香港廣告商會(HK4As)將參與中國今年最盛大的活動——2010年上海世界博覽會，屆時將發表目前全球對「中國品牌走向全球—現在與未來之成功因素」的研究報告。此研究報告的目的是鞏固香港於中國的獨特市場及國際城市地位，並展示香港廣告業作為香港創意產業的支柱所提供的世界級專業服務。

香港廣告商會首次集合全球四大廣告集團包括宏盟集團(Omnicom)，WPP 集團，Interpublic 及陽獅集團(Publicis)的領軍人物發表對中國品牌具建設性的見解，令此研究更具代表性。此研究的範圍遍布全球 29 個國家，包括中東及非洲、北美洲、拉丁美洲、歐洲、東歐、南亞洲，以及北亞洲，共收集了 490 位品牌專家對中國品牌的看法與建議，以為中國品牌的未來發展定立明確的方向和策略。

參與上海世界博覽會為香港廣告商會本年度的重點計劃，並可實踐商會的目標。香港廣告商會主席 Richard Thomas 表示：「我們希望會員機構可多參與商會的活動，以協助商會建立形象及增強其影響力。」在剛過去的會員大會上，Richard Thomas 特別呼籲會員機構支持上海世界博覽會；希望會員為商會打開與其他機構及組織聯繫的大門；他更要求會員有良好的公關意識，積極推動廣告商會的形象，在任何時刻都帶出積極支持廣告業的訊息。香港廣告商會在上海世界博覽會的參與正好符合以上發展的方向。

會員機構在主席 Richard Thomas 的呼籲後一呼百應、反應熱烈，紛紛表示支持此研究，並提出專業而寶貴的意見，以及提供龐大的研究網絡。

香港廣告商會有幸得到全球領先的市場調查及資訊公司 TNS 作為是次研究的合作夥伴。Richard Thomas 指出：「我們十分感激 TNS 在研究上的支持，協助發掘全球業界對中國品牌的印象，並為它們注入創新的見解。」

就此次研究結果，TNS 香港及新加坡研究董事艾拓思認為：「專家們都普遍認同中國品牌在進軍國際市場具有龐大的潛力，絕對有機會媲美，甚至比其他國際競爭對手更優勝。如果中國品牌能繼續利用其具競爭力的價格優勢，並在產品質量和安全性上多作改

善，未來 5 年將會是它們能否成為國際市場領導者的一個關鍵轉捩點，尤其是在科技與汽車的市場上。」

此項有關全球目前對中國品牌看法的研究結果及分析將於 2010 年 9 月 16 日假上海國際會議中心舉行的「創意香港·品牌中國」研討會上公佈，而此研討會是由香港貿易發展局與香港廣告商會聯合舉辦。屆時 TNS 的艾拓思先生將發表研究報告的結果，而香港廣告商會亦很榮幸邀請到兩位品牌專家 — Acer 中國公司主席 Oliver Ahrens 先生以及無添加化妝品有限公司執行董事袁文俊博士，與觀眾分享他們對國際品牌的管理經驗以及對未來中國品牌國際化的看法。

此研討會是香港特區參與 2010 年上海世博會節目。

如有垂詢，請聯絡：

伍靜薇 — 執行總監,香港廣告商會 (電話：852-2882 6828 / 852-9049 1742)

蘇瑞雯 — 活動及公關助理,香港廣告商會 (電話：852-2882 8174 / 852-9881 2388)

電郵：hk4as@aaa.com.hk

香港廣告商會由本港多間主要廣告公司組織，宗旨在制定及維持廣告業專業操守、出任廣告公司的糾紛仲裁人，及為廣告公司和廣告從業員提供交流意見的機會。香港廣告商會現時有 23 個全面會員及 17 個聯系會員。