



「亞洲卓越品牌大獎」

亞洲區購買力豐厚 民眾渴求卓越品牌



「亞洲卓越品牌」頒獎典禮2010一眾得獎者與亞洲週刊總編輯邱立本先生及大會主禮嘉賓行政會議非官守議員召集人梁振英先生合照。

這是一個品牌認同的年代，企業與產品的成功，與品牌密不可分，名牌背後，均有其獨特的價值觀與企業文化。隨著中國經濟飛躍發展，帶動亞洲地區快速增長，民眾消費力不斷提高，全球品牌莫不努力拓展亞洲市場，亞洲地區本土品牌亦乘勢而起，有見及此，《亞洲週刊》特推出「亞洲卓越品牌」評選，透過讀者與商界，推選出最具影響力的國際或本土品牌，表彰名優品牌的理念及實踐、突顯品牌領軍人物；提升民眾品味、激發創新意識。

「2011亞洲卓越品牌大獎」即將於9月下旬舉行，現正接受提名。

2010得獎名單

(排名不分先後)

賓利中國
寶珀
國泰航空有限公司
長江實業(集團)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
HTC
捷旅集團
觀瀾湖高爾夫球會
港鐵公司
通城鐘錶有限公司 - 精工表

評選基於客觀數據

《亞洲週刊》總編輯邱立本指出，卓越品牌的背後，總有一些艱苦奮鬥、重大的努力過程，且不為人知的辛酸，因此，「亞洲卓越品牌」評選活動就是要基於客觀的數據，兼生活的採訪，以了解品牌企業的理念，及其背後的努力、獨特的價值觀和文化，具體地選出卓越品牌，加以表揚，讓消費民眾抉擇有據。

邱立本認為，能夠晉身卓越品牌行列，必有其兩大成功因素：創意與競爭力。

創意無限 競爭力強

他解釋，當今社會不斷在變化，任何品牌若沒有創意，甚或創意不足，皆不易面對這樣的環境，更難言屹立不倒。

至於競爭力，邱立本說對企業而言無疑是一項挑戰，蓋歷史上有眾多的例子顯示，因為缺乏持久的競爭力，今天縱是卓越品牌，明天便會遭人遺忘，未幾且煙消雲散，不復存在。

全球品牌力拓亞洲市場

基於此，《亞洲週刊》着力主辦「亞洲卓越品牌」評選，希望隨著中國經濟飛躍發展，帶動亞洲地區經濟快速增長，民眾消費力持續提高，品牌概念愈來愈受重視之際，鼓勵企業用心打造卓越品牌。

事實上，歐美國家債務沉重，消費疲弱，亞洲地區的經濟發展卻方興未艾，全球品牌莫不全力拓展亞洲市場，區內本土品牌亦乘勢而起，「亞洲卓越品牌」評選活動，正好為亞洲經濟體及消費民眾作出貢獻。

反思成就 歷久不衰

邱立本直言，「亞洲卓越品牌」大獎不應只是錦上添花，整個活動也該帶來反思，就是企業和品牌領軍者，必須明白永遠保持創意及競爭力，才能令卓越品牌歷久不衰，免受時代淘汰的厄運。



亞洲週刊總編輯邱立本認為，卓越品牌必須具備兩大成功因素，就是創意與競爭力。



「亞洲卓越品牌」評選活動酒會上，一眾嘉賓把酒言歡。

更多「亞洲卓越品牌大獎」資訊及
下載2011提名表格，請登入：
www.yzzk.com/ExcellenceBrand.htm

亞洲週刊
YAZHOU ZHOUKAN