

工商機構支援基金

核准項目總結報告

獲資助機構	:	香港品牌發展局有限公司			
執行機構（如適用）	:	香港中華廠商聯合會展覽服務有限公司			
項目編號	:	T19 003 007			
項目名稱	:	舉辦「香港・進・品牌大灣區」系列活動以提升香港品牌的集體形象			
本報告匯報期	:	由	2020/5/1	至	2023/4/30
（整個項目推行期）			（年／月／日）		（年／月／日）

1. 項目詳情

項目摘要（約150字）

項目緊扣「香港・進」和「品牌大灣區」的主題概念，圍繞著促進香港品牌「走進」大灣區和推動品牌升級「進步」兩個主軸，舉辦一系列品牌推廣及研究活動，包括建立「香港品牌『名』冊」登記制度，舉辦品牌展示、互動體驗營、舞台節目，於大灣區城市進行企業範例研究、消費者問卷調查及商務考察，以及組織培訓工作坊及經驗分享會等，協助香港品牌進軍大灣區市場，提升香港品牌的集體形象。

項目目的（約50字）

舉辦一系列面向大灣區的品牌推廣與市場探知活動，協助香港企業把握區域消費文化的發展趨勢，提升香港品牌的集體形象和市場影響力，強化大灣區消費者對香港品牌優勢的認同感。

合作機構（如適用）

香港中華廠商聯合會

執行項目的主要人員

	姓名	機構名稱及職位
項目統籌人	顏紅曉先生	香港品牌發展局有限公司總經理
副項目統籌人	彭嘉皓女士	香港中華廠商聯合會展覽服務有限公司運作部主管

項目推行期

	<u>開展日期</u> (年／月／日)	<u>完成日期</u> (年／月／日)	<u>推行項目所需時間</u> (共多少個月)
項目協議所訂日期	2020/5/1	2021/8/31	16個月
修訂（如適用）	2020/5/1	2023/4/30	36個月

2. 項目成效總結

監督

請說明項目下設立的督導委員會（或其他委員會）的成員組成。

A. 品牌展示督導委員會擔當品牌展示活動參與公司的遴選工作，並就展示區的設計、建造及其他相關事宜提供指導亦就企業範例研究的選題方案提供業界意見，成員包括：

1. 第四十一屆香港中華廠商聯合會會長吳宏斌博士 SBS BBS MH (主席評判)

2. 香港品牌發展局主席(2015-2021年度)黃家和 BBS 太平紳士

3. 第十三屆香港中小型企業總商會會長巢國明先生

4. 香港設計文化協會秘書長冼子光先生

5. 香港理工大學企業發展院時任暫任院長王家達先生

6. 香港生產力促進局智能製造部總經理孫國偉先生

7. 香港貿易發展局製造業拓展高級經理張慧姬女士

B. 香港品牌發展局技術顧問委員會主要就「香港品牌名冊」的認定標準、程序、特殊個案與爭議的處理以及其他技術性細節提供專業意見，成員包括：

1. 香港中華廠商聯合會副會長兼香港品牌發展局副主席盧金榮博士太平紳士 (主席)

2. 香港表廠商會名譽會長劉健華博士太平紳士

3. 香港零售管理協會主席謝邱安儀女士

4. 第十三屆香港中小型企業總商會會長巢國明先生

5. 香港設計師協會時任會長葉小卡先生

6. 香港品質學會理事會前會長及理事曾慶才博士

7. 法國里昂商學院陸定光教授

8. 香港大學商學院客席助理教授張天秀先生

9. 香港品牌發展局義務法律顧問周紹榮先生

10. 喬立本廖依敏律師行合夥人湯達熙律師

11. 廠商會檢定中心首席營運總監林俊康先生

項目成果

請按照核准項目建議書列出在項目推行期內完成的項目成果，並提供每個項目成果的實際成效詳情。

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
1. 品牌形象推廣—品牌展示			
分別在廣州番禺萬達廣場以及「香港工展會·澳門」中設立「香港·進·品牌大灣區」品牌展示區，展出香港原創品牌及其產品/服務。 主題： 創科、活力及優質生活 i) 品牌展示區一（「香港·進·品牌大灣區(廣東站)」）	目標次數： 2次（設立「廣東站」及「澳門站」，各1次） i) 品牌展示區一（「香港·進·品牌大灣區(廣東站)」） - 展覽日數：3日 - 展品數量： 共不少於100件展品，來自50間香港企業	實際次數： 1次（設立（澳門站）」） i) 品牌展示區一（「香港·進·品牌大灣區(廣東站)」）因疫情關係而取消；惟已完成部分前期籌備工作，包括： - 展區設計、搭建、佈置及展品運輸： 已完成報價收集及落實承建商	品牌展示區一（「香港·進·品牌大灣區(廣東站)」）因疫情關係取消在廣州番禺萬達廣場進行品牌展示；有關安排已於2023年4月25日獲工業貿易署批准。未能完成之「廣東站」活動(包括品牌展示、互動體驗營、舞台節目、商務考察、開幕儀式及相關宣傳)將計劃向

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
- 地點： 廣州番禺萬達廣場 - 展館面積： 約300平方米 ii) 品牌展示區二(「香港·進·品牌大灣區(澳門站)」) - 地點： 澳門漁人碼頭會議展覽中心 - 展館面積： 約140平方米 - 舉辦日期： 2023年4月4日至7日(在「第5屆香港工展會·澳門」(澳門工展會)內舉行)	ii) 品牌展示區二(「香港·進·品牌大灣區(澳門站)」) - 展覽日數：4日 - 展品數量： 共不少於50件展品，來自20間香港企業	- 品牌招募 - 品牌遴選 已進行的工作內容： - 展區設計、搭建、佈置及展品運輸：修訂設計方案 ii) 品牌展示區二(「香港·進·品牌大灣區(澳門站)」) - 已完成為期4天的品牌展示，展出共20間香港企業的品牌，包括6個創科、4個活力及10個優質生活品牌，合共51件展品	TSF 基金作出新項目申請。
2. 品牌形象推廣—互動體驗營			
由互動式體驗攤位組成，錯落有致地穿插於品牌展示區內，特選的香港品牌於現場舉辦消費者體驗活動。 i) 「品牌大灣區·廣東站」 ii) 「品牌大灣區·澳門站」	目標活動數目： 5個活動攤位(「廣東站」(3個)及「澳門站」(2個)) 目標活動時間： 每次45分鐘	實際活動數目： 2個活動攤位(「澳門站」) i) 「廣東站」 - 互動體驗營與品牌展示的籌備工作同步進行 ii) 「澳門站」 - 已完成為期4天的2個互動體驗營 1. 「AYYYA香味活動教學」(由金朗科研有限公司舉辦) 2. 「Jokez 'n' Prankz 整蠱專家」(由銘誠塑膠五金廠有限公司舉辦)	同上
3. 品牌形象推廣—舞台節目			
於「品牌大灣區·廣東站」推行期間，在廣州番禺萬達廣場中設立舞台並舉辦多場具香港特色的節目。	目標數目： 9次(3個舞台節目，每個節目重覆3次) 目標活動時間： 每次45分鐘	實際數目： 未能完成(因疫情關係而取消) 已進行的工作內容： i) 制訂舞台節目時間表 ii) 致函邀請合適的香港品牌參與舞台節目的表演	同上
4. 「香港品牌『名』冊」(電子版本(網頁版及手機應用程式版))			
釐訂一套香港品牌身份的認定標準，建立一個香港品牌的登記/註冊和網上公示系統，即「香港品牌『名』冊」(Hong Kong Brand i-Directory)。 - 語言：	目標數目： 為150個產品/服務品牌進行登記	實際數目： 已為204個品牌進行資格審核及登記，並已將這些品牌的資料上載於公示系統(包括138個產品品牌及66個服務品牌) - 已於2020年9月公開招募	不適用

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
中文(繁體、簡體)和英文 - 內容： 品牌目錄；名冊查閱系統；名冊註冊/登載之申請指引；名冊使用守則及說明等 - 目標讀者： 業界人士、市民及各地消費者 - 派發渠道： 於香港品牌發展局官方網站設立名冊的專頁以及子域名，於網上進行長期公示，亦會製作手機應用程式版，讓使用者隨時隨地免費查閱；項目網站內將設立介紹「香港品牌『名』冊」的專頁和網絡連結		參加品牌。在完成第一階段的招募及審批工作之後於2021年6月2日推出網上公示平台，而手機應用程式亦已於2021年8月11日供市民下載 - 由品牌局維持運作，持續為香港品牌提供登記及資料公示服務	
5. 企業培訓工作坊			
於香港舉辦為期一天的工作坊，邀請富經驗的專家及業內人士向香港業界講解大灣區市場環境及消費文化的變化趨勢，並教授品牌建立及推廣的實務技巧。 - 目標參加者： 香港各行各業的管理或行政人員 - 形式： 授課，問題解答 - 工作坊舉辦日期： 2020年12月23日 - 工作坊舉辦時間： 上午9時30分至中午12時30分，以及下午2時至5時	目標次數： 1次 - 參加者數目： 30位香港品牌企業代表(包括現場出席及觀看線上直播的參加者) - 活動時間： 1天(約6小時) - 講者數目： 3名香港講者	實際次數： 1次 - 參加者數目： 250位香港品牌企業代表(包括5位現場出席者及245位觀看線上直播的參加者) - 活動時間： 1天(6小時) - 講者數目及題目： 6名講者(4名香港及2名大灣區市場營銷專家) i) 大灣區消費者對生活品牌及全渠道營銷的呼喚 (講者：法國里昂商學院市場營銷學教授陸定光教授) ii) 借助大灣區商場推廣香港品牌 (講者：四象文化(中國)有限公司總經理陳偉明先生) iii) 粵港澳大灣區經濟發展前景及市場機遇 (講者：香港珠海學院一帶一路研究所所長陳文鴻教授) iv) 強化品牌戰略執行力提升品牌體驗	不適用

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
		(講者：香港管理專業協會客座教授余富強博士) v) 善用傳統電商渠道 打造香港品牌：「澳至尊」的經驗 (講者：澳至尊集團主席及創辦人蔡志輝先生) vi) 借力社交電商成就品牌：「世家」 (SAGA)的涅槃之路 (講者：東莞得利鐘錶有限公司首席運營官劉仁先生)	
6. 企業範例研究			
以公司探訪、深度訪談、文案研究等形式，對4家香港品牌企業及1家大灣區品牌企業在大灣區的營銷和品牌建設經驗進行深入的調研。 企業範例研究已於2021年4月20日完成，並於2022年1月發表市場研究報告第二部份「大灣區品牌制勝謀略－企業案例研究報告」	目標數目： 5家品牌企業進行調研(包括4家香港企業及1家大灣區品牌企業)	實際數目： 6家品牌企業進行調研(包括4家香港企業及2家大灣區企業)： i) 「卓悅」(Bonjour) 化妝品零售品牌； 卓悅控股有限公司 ii) 「誠信行」(Lexington) 日用品品牌； 誠信行貿易有限公司 iii) 「祝奇餅」(Blesscuit) 餅乾品牌； 祝奇餅集團國際有限公司 iv) 「百果園」 水果品牌； 深圳百果園實業(集團)股份有限公司 v) 「世家」(SAGA) 鐘錶品牌； 得利鐘錶集團 vi) 「Urban Revivo」 服裝連鎖零售品牌； UR Limited	不適用
7. 消費者問卷調查			
方法： 以街頭訪問、面對面問卷的形式訪問10個大灣區城市的消費者 訪問日期： i) 2020年7月17日至19日(深圳) ii) 2020年7月25日至26日(惠州) iii) 2020年7月25日至28日(廣州)	目標數量： 於10個大灣區城市合共收集1,600份問卷 i) 200(深圳) ii) 200(惠州) iii) 200(廣州) iv) 120(佛山) v) 200(肇慶) vi) 120(江門) vii) 120(珠海) viii) 120(中山)	實際數量： 於10個大灣區城市合共收集1,706份問卷 i) 217(深圳) ii) 260(惠州) iii) 200(廣州) iv) 121(佛山) v) 200(肇慶) vi) 127(江門) vii) 127(珠海) viii) 127(中山)	不適用

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
iv) 2020年7月26日至28日(佛山) v) 2020年8月1日至3日(肇慶) vi) 2020年8月4日至16日(江門) vii) 2020年8月4日至17日(珠海) viii) 2020年8月15日及22日(中山) ix) 2020年9月1日至12日(澳門) x) 2020年10月1日及4日(東莞) 已於2021年6月發表市場研究報告第一部份「粵港澳大灣區消費者對香港品牌的態度及購買行為調查報告」	ix) 120(澳門) x) 200(東莞)	ix) 127(澳門) x) 200(東莞)	
8. 商務考察活動			
組織為期一天的商務考察團赴廣州市番禺區，考察當地的商圈並與政府或業界進行交流。 - 場地： 番禺萬達廣場或商業設施、當地政府部門及/或行業協會代表及/或一家當地企業或機構	目標次數： 1次 - 參加者數目： 10名香港業界代表 - 活動時間： 1天	實際次數： 未能完成 已進行的工作內容： - 草擬商務考察活動行程表 - 草擬拜訪機構名單、參加邀請函及確認函	同第1項(品牌形象推廣—品牌展示)
9. 市場研究報告			
市場研究報告會以文檔化及綜合分析的方式反映企業範例研究及消費者問卷調查的結果(因疫情關係而取消撰寫有關商務考察活動的部份) - 語言： 繁體 - 目標讀者： 有意進軍大灣區市場的香港企業 - 派發渠道： 於經驗分享會發表及派發，並上載於項目及/或主辦機構網站內	目標數量： 發布電子版及150份印刷版	實際數量： 發布電子版及300份印刷版 - 因疫情關係，為了盡快分享研究成果，品牌局已分別於2021年6月發表市場研究報告第一部份「粵港澳大灣區消費者對香港品牌的態度及購買行為調查報告」電子版本及於2022年1月發表市場研究報告第二部份「大灣區品牌制勝謀略—企業案例研究報告」電子版本 - 為免重新排版，因此印刷版已分為第一部份及第二部份分別印刷釘裝，各150份，並於2023年4月25日之經驗	有關「一書兩冊」的印刷安排已於2023年4月25日獲工業貿易署批准。

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
		分享會上派發	
10. 經驗分享會			
於香港舉辦一個2小時的研討會，作為業界交流意見及分享經驗的平台，分享大灣區市場拓展及品牌宣傳的經驗，並發表大灣區市場研究的報告。 - 目標參加者：香港各行各業的管理或營運人員 - 形式：演講、經驗/資訊分享、互動問答 - 研討會舉辦日期：2023年4月25日 - 研討會舉辦時間：下午2時30分至5時	目標次數： 1次 - 參加者數目：50名業界代表(包括現場出席及觀看線上直播的參加者) - 活動時間：約2小時 - 講者數目：3名本地講者	實際次數： 1次 - 參加者數目：125名業界代表(包括40名現場出席及85名觀看線上直播的參加者) - 活動時間：逾2小時 - 講者數目及詳情：4名講者(3名本地講者及1名大灣區企業代表) i) 謀定而速動：以品牌策略駕馭大灣區市場新態勢(講者：法國里昂商學院市場營銷學教授陸定光教授) ii) 品牌進灣區：打造「金茶王」的金漆潮牌(講者：金百加集團主席黃家和BBS太平紳士) iii) 從搜索營銷到ChatGPT：開啟品牌管理智能化新紀元(講者：You Find Limited董事及創辦人朱俊昌先生) iv) 品牌進灣區：「東甲糧倉」的陳皮新故事(講者：江門市新會區東甲糧倉健康產業有限公司董事長梁欽樂先生)	不適用
11. 「香港·進·品牌大灣區」網站			
製作項目官方網站，將項目的活動資料適時更新於「香港·進·品牌大灣區」網站及/或主辦機構官方網站。 - 內容：上載「香港·進·品牌大灣區」最新活動、參加品牌的資料以及各項研究的成果。 - 網址：	目標數目： 1個	實際數目： 1個	不適用

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
https://www.brandgrea-terbay.org - 推出日期： 2020年12月31日			
12. 品牌形象推廣—品牌展示開幕儀式			
在「廣東站」及「澳門站」品牌展示舉辦開幕儀式，為兩地的品牌推廣系列活動揭開序幕。 - 目標參加者： 當地及香港政府部門及/或行業協會及/或業界代表 - 形式： 開幕儀式	目標次數： 2次(「廣東站」(因疫情關係而取消在廣州番禺萬達廣場舉辦品牌展示開幕儀式)及「澳門站」，各1次) - 每次品牌展示開幕儀式的參加者數目： 20人 - 開幕儀式時間： 每次20分鐘	實際次數： 1次(只維持「澳門站」) - 參加者數目： 逾30人(包括17名主禮嘉賓及約20名行業協會或業界代表) - 舉辦日期： 2023年4月7日 - 舉辦時間： 上午10時55分至11時15分 - 開幕儀式時間： 20分鐘	同第1項(品牌形象推廣—品牌展示)
13. 宣傳推廣活動			
(澳門宣傳) 小冊子	目標設計款式： 1款(「澳門站」，2,000份)	實際設計款式： 1款(「澳門站」，2,000份)	不適用
(香港宣傳) 報章名稱： 香港經濟日報 刊登日期： 2020年6月16日	目標總頁數(印刷廣告)： 1次半版彩色廣告	實際總頁數(印刷廣告)： 1次半版彩色廣告	不適用
(香港宣傳) 行業雜誌名稱： 企業雄才(香港中華廠商聯合會雙月刊) 刊登日期： 2023年3月至4月	目標總頁數(印刷廣告)： 1次1頁全版彩色內頁廣告，為期2個月	實際總頁數(印刷廣告)： 1次1頁全版彩色內頁廣告，為期2個月	不適用
(內地宣傳) 在微信朋友圈上投放廣告 刊登日期： 2023年4月28日至30日	目標曝光次數： 360,000次	實際曝光次數： 360,000次	不適用
(澳門宣傳) 媒體採訪及報導	目標次數： 1次(「澳門站」)	實際次數： 1次(「澳門站」) 採訪及報導媒體包括： 澳門有線電視、蓮花衛視、力報、澳聞報、澳門商報、今日頭條、澳門經濟網、大眾報、澳門日報、濠江日報、華僑報、澳門週報、新華澳報、市民日報及澳門會展經濟報	不適用
(香港宣傳) 數碼營銷推廣宣傳工具名稱： i) 搜尋網站(Google)搜	(香港宣傳) i) 搜尋網站(Google)搜尋引擎廣告目標刊登共2次，為期各7天	(香港宣傳) i) 搜尋網站(Google)搜尋引擎廣告實際刊登2次，為期7天	不適用

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
尋引擎 刊登日期： 1. 2020年7月14日至20日 2. 2023年4月18日至24日 ii) 香港經濟日報手機應用程式 刊登日期： 1. 2020年7月16日至20日 2. 2023年4月18日至24日 iii) 頭條日報手機應用程式 刊登日期： 2020年12月7日至13日 iv) AM730手機應用程式 刊登日期： 2021年10月4日至10日 (澳門宣傳) 數碼營銷推廣宣傳工具名稱： i) 搜尋網站(Google)投放搜尋引擎廣告 刊登日期： 2023年4月2日至8日 ii) 「香港工展會·澳門」網站刊登1個小型橫幅廣告 刊登日期： 2023年3月27日至4月10日 iii) 澳門日報手機應用程式廣告 刊登日期： 2023年4月2日至8日	ii) 香港經濟日報手機應用程式廣告目標刊登共2次，為期各5天 iii) 頭條日報手機應用程式廣告目標刊登1次，為期7天 iv) AM730手機應用程式廣告目標刊登1次，為期7天 (澳門宣傳) i) 搜尋網站如Google搜尋引擎廣告目標投放1次，為期7天 ii) 「香港工展會·澳門」網站小型橫幅廣告目標刊登1個，為期4天 iii) 澳門日報手機應用程式廣告目標刊登1次，為期7天	ii) 香港經濟日報手機應用程式廣告實際刊登2次，分別為期5天及7天 iii) 頭條日報手機應用程式廣告實際刊登1次，為期7天 iv) AM730手機應用程式廣告實際刊登1次，為期7天 (澳門宣傳) i) 搜尋網站(Google)搜尋引擎廣告實際投放1次，為期7天 ii) 「香港工展會·澳門」網站小型橫幅廣告實際刊登1個，為期15天 iii) 澳門日報手機應用程式廣告實際刊登1次，為期7天	
(香港宣傳) 社交媒體宣傳工具名稱： i) Facebook動態贊助 刊登日期： 1. 2020年7月13日至19日 2. 2021年10月4日至10日 ii) AM730 Facebook帳號 發文日期： 2020年12月9日	(香港宣傳) i) Facebook動態贊助廣告目標刊登共2次，為期各7天 ii) AM730 Facebook帳號目標發文1次 (澳門宣傳) i) Facebook動態贊助廣告目標刊登共2次 ii) 「香港工展會」Facebook帳號目標發文共2次	(香港宣傳) i) Facebook動態贊助廣告實際刊登2次，為期各7天 ii) AM730 Facebook帳號實際發文1次 (澳門宣傳) i) 實際刊登Facebook動態贊助廣告2次 ii) 「香港工展會」Facebook帳號實際發文2次	不適用

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
(澳門宣傳) 社交媒體宣傳工具名稱： i) Facebook動態贊助 刊登日期： 1. 2023年4月4日至6日 2. 2023年4月7日至9日 ii) 「香港工展會」 Facebook帳號 刊登日期： 1. 2023年4月4日 2. 2023年4月7日 iii) 「香港工展會」 Instagram帳號 1. 2023年4月4日 2. 2023年4月7日	iii) 「香港工展會」 Instagram帳號目標發文共2次	iii) 「香港工展會」 Instagram帳號實際發文2次	
於主辦機構網站 (www.hkbrand.org)及執行機構網站 (www.cmaesl.com.hk) 刊登橫幅廣告 刊登日期： 2020年6月22日開始，直至2023年4月30日	目標： 於主辦機構網站及執行機構網站刊登橫幅廣告	實際： 於主辦機構網站及執行機構網站刊登橫幅廣告	不適用
電郵通告： 透過主辦機構、合作機構及執行機構的資料庫向旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告 發出日期： i) 2020年6月1日(向主辦機構及執行機構資料庫的旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告) ii) 2020年6月2日(向合作機構資料庫的旗下會員發出電郵通告) iii) 2020年6月17日(向合作機構資料庫的旗下會員發出電郵通告) iv) 2020年9月22日(向主辦機構資料庫的旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告) v) 2020年11月20日(向主辦機構及合作機構資料庫的旗下會員或客戶或聯繫企	目標： 透過主辦機構、合作機構及執行機構的資料庫向旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告	實際： 透過主辦機構、合作機構及執行機構的資料庫向旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告	不適用

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
業發出電郵通告) vi) 2020年11月23日(向執行機構資料庫的旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告) vii) 2020年11月25日(向合作機構資料庫的旗下會員發出電郵通告) viii) 2020年11月27日(向執行機構資料庫的旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告) ix) 2020年12月1日(向合作機構資料庫的旗下會員發出電郵通告) x) 2020年12月31日(向主辦機構資料庫的旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告) xi) 2021年2月3日(向執行機構資料庫的旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告) xii) 2021年5月25日(向主辦機構資料庫的旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告) xiii) 2021年6月11日(向合作機構資料庫的旗下會員發出電郵通告) xiv) 2023年3月24日(向合作機構資料庫的旗下會員發出電郵通告) xv) 2023年3月29日(向合作機構資料庫的旗下會員發出電郵通告) xvi) 2023年3月30日、4月3日及4月11日(向主辦機構資料庫的旗下會員或客戶或聯繫企業發出電郵通告) xvii) 2023年4月12日(向			

已完成的項目成果詳情	可量化的目標 (按核准項目建議書所述)	實際成效	未能達成目標的原因(如適用)
合作機構資料庫的旗下會員發出電郵通告)			

請於「情況」一欄說明項目成果是否已按目標完成 (C)、遲於目標完成 (D) 或未完成 (N)。如有關項目成果遲於目標完成或未完成，請說明實際完成日期(如適用)及原因。

項目成果 (核准項目建議書 所開列的所有成果)	原定的 目標完成 日期 ¹	實際 完成日期 (如適用)	情況 (C/D/N)	未能按原定 目標完成 項目成果的原因
(a) 推出項目網站	2020/12/31		C	
(b) 推出「香港品牌名冊」	2020/12/31		D	註 (i)
(c) 舉辦企業培訓工作坊	2020/12/31		C	
(d) 完成企業範例研究	2021/4/30		C	
(e) 完成消費者問卷調查	2021/4/30		C	
籌備舉行廣東站活動 (品牌展示(包括開幕儀式)、互動體驗營及舞台表演)	2022/8/31		N	註 (ii)
(g) 籌備澳門站活動 (品牌展示(包括開幕儀式)及互動體驗營)	2022/8/31		C	
(h) 舉行廣東站活動 (品牌展示(包括開幕儀式)、互動體驗營及舞台表演)	2023/4/30		N	註 (ii)
(i) 組織商務考察活動	2023/4/30		N	註 (ii)
(j) 舉行澳門站活動(品牌展示(包括開幕儀式)及互動體驗營)	2023/4/30		C	
(k) 舉辦經驗分享會	2023/4/30		C	
(l) 發表市場研究報告	2023/4/30		C	

註：

- (i) 「香港品牌『名』冊」已於 2020 年 9 月推出市場，並公開招募參加品牌，惟部分的子成果受疫情影響而延期；主要是由於疫情期間聯繫申請企業提交資料的過程相對困難及需時，而公示平台卻需載有足夠的登記品牌資料才適合向外公佈，於是令網上公示平台於 2021 年 6 月 2 日推出，至於手機應用程式則於 2021 年 8 月 11 日供市民下載。
- (ii) 因疫情關係取消在廣州番禺萬達廣場進行品牌展示，未能完成之「廣東站」工作(包括品牌展示、互動體驗營、舞台節目、商務考察、開幕儀式及相關宣傳)將計劃納入至新項目，再次向工業貿易署「工商機構支援基金」提出新申請；有關安排已於 2023 年 4 月 25 日獲工業貿易署批准。

¹ 按核准項目建議書所述。