



智富品牌大獎 BRAND AWARDS

現已接受報名



▲股神巴菲特是可口可樂的超級「粉絲」，還將它列為「永久持有股票」之一，足見該品牌的價值。

品牌之道系列：創造價值

可口可樂（Coca-Cola）創辦人兒子羅伯特·伍德魯夫（Robert Woodruff）說過，即使整個可口可樂公司一夜之間化為灰燼，憑可口可樂這品牌就能在很短時間內東山再起，可見可口可樂的品牌價值高於其企業的有形資產，究竟可口可樂如何歷經百年卻歷久不衰，反隨時間升值？

可口可樂在2018年內於全球被選購多達59億次，原因是可口可樂鎖定了品牌的目標消費者，創造了他們對品牌的歸屬感，產生消費者對品牌購買偏好的影響力，因而創造出超額利潤及品牌的價值。

iMoney智富品牌大獎設有公眾投票活動，大家可從一眾經典品牌中，投選你心目中最喜愛的智富品牌！

詳情請瀏覽iMoney智富品牌大獎網站。

