

首屆

**iMONEY** BRAND AWARDS

智富品牌大獎2020

現已 **接受報名**



智富品牌 花落誰家

**iMONEY** 智富

**hket**  
香港經濟日報



▲誠品以「人文、藝術、創意、生活」為核心價值，致力在「書與非書之間」複合創新，形成品牌獨有的魅力。圖為台灣誠品書店創辦人吳清友。

### 品牌之道系列： 融入生活

品牌若要深植人心，先要建立消費者對品牌的歸屬感，讓他們打從內心喜歡、認同品牌的文化價值。就如誠品售賣的不止是書，更是售賣品牌推廣的生活態度。

誠品從傳統書店發展至現時的體驗式消費，店內的書籍、文具精品，以至相關餐飲服務都圍繞着誠品的文化來構建，並透過書和生活並存的商業形態，與消費者共同實踐美好的生活，由此令品牌有效地與消費者建立起情感連結，營造用戶的文化認同感，提高忠誠度。

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。

www.imbrandawards.com.hk

