



新聞稿

Sony 發佈首個統一品牌訊息 “make.believe” 展示 Sony 創新精神，讓夢想成就未來

香港・2009年10月2日 – 索尼香港今天發佈最新業務品牌訊息 “make.believe” (讀：make dot believe)，銳意結合並統一 Sony 旗下電子產品、遊戲、電影、音樂、流動電話及網絡服務。全新發佈的“make.believe”象徵 Sony 的創造力及革新精神，亦是 Sony 首次統一涵蓋娛樂及電子業務的品牌訊息。



索尼香港董事長日下部雅彥先生於「Sony Festival 感謝祭 09」開幕禮上表示：「Sony 正不斷銳意革新，故在此刻推出全新品牌訊息絕對是最佳時機。“make.believe”標誌着全新的 Sony，同時亦統一了品牌旗下業務的訊息，包括電子產品、電影、音樂、遊戲及流動通訊服務。這個品牌訊息將我們的品牌、產品及服務內容聯合，讓顧客首次看到一個真正統一的 Sony。」

索尼公司主席兼行政總裁霍華德斯金格 (Sir Howard Stringer)於2009年9月2日(當地時間)假德國柏林舉行的 IFA (國際消費電子展)上表示：「Sony 正步上革新之路，我們將結合最好的電子產品、娛樂及科技，並將之帶進顧客的家中，因此於這刻推出一個能夠涵蓋及統一品牌形象的業務訊息比起任何時候都更為重要。」

「此外，除了燃起我們員工對產品不斷創新的熱情外，“make.believe”更有助我們從一眾競爭對手中脫穎而出，同時亦驅使全球顧客去認識及擁有 Sony 的一切。」

“Believe (相信)”代表 Sony 的信念及理想 – 思考力、想像和夢想 – 而 “make (創造)”則意味著公司將這些理念變成真實的獨有能力。至於 “. (dot)”則是靈感及創意的交匯點，亦是創意與現實的共融處，象徵 Sony 將意念轉化成真實的角色。“make.believe”名副其實代表著 Sony 透過突破傳統的產品、改變遊戲規則的新科技、令人讚嘆的新內容以及新的網絡服務，帶來無可比擬的用戶體驗。

make.believe

行動
做
建設
設計

精神
想
想像
夢想



“(dot)”

Sony是將“make”和“believe”結合起來的角色

由今天的「Sony Festival 感謝祭 09」開始，“make.believe”將於未來數月內，陸續於 Sony 的廣告、宣傳物品、體育贊助、產品包裝、零售網絡、網絡內容及全球的展覽中亮相。

今天，索尼香港亦發表將“make.believe”這品牌訊息結合產品與服務的具體例子，包括於 2010 年全面推出的 3D 立體家庭影院。

Sony 多元化的業務從電子硬件，包括專業及消費性電子產品，拓展至娛樂事業如電影、音樂、電子遊戲，以及網絡服務如 PlayStation®Network 等。Sony 將會努力整合對外的溝通，傳遞一致的訊息予消費者。此外，Sony 亦會致力於世界各地及不同文化中，加強並提升品牌的力量，同時透過其覆蓋全面的產品及服務，繼續改變大眾的生活體驗。

###