

新鴻基地產連續四年獲選信譽品牌白金獎

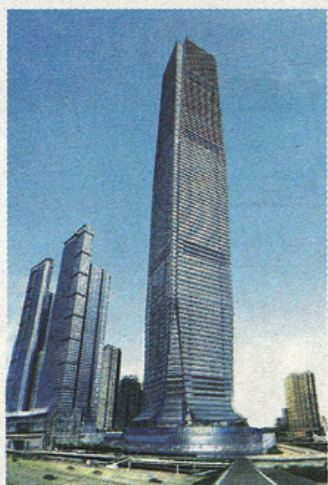
新 鴻基地產一直堅持「以心建家」信念，努力發展優質物業，提供卓越周全的顧客服務，同時履行企業公民責任，優質品牌深入人心。集團最近在一個接獲 40 萬名消費者投票的《讀者文摘》亞洲品牌調查中，勇奪「信譽品牌白金獎」最高殊榮，是連續 4 年以超出第二名逾 3 倍分數，獲消費者一人一票推選為香港地產界中最具信譽的品牌。

連續四年 高踞榜首

《讀者文摘》亞洲品牌調查已連續舉辦逾 10 年，主辦單位於去年 10 月委託獨立機構 AC Nielsen，在亞洲多個國家和地區訪問多達 40 萬名消費者，他們在不經提示下選出心目中最具信譽的公司品牌，並根據品牌的「可靠及可信程度」、「品質」、「價值」、「了解消費者需要」、「創新」及「社會責任」6 大標準評分，評選過程一絲不苟。白金獎的評選更為嚴格，獲此殊榮的公司得分必須較第二名高出 3 倍或以上。新鴻基地產為少數衛冕成功的公司，足證集團在市民心目中的地位，實力非凡。

世紀建築 聳立維港

集團悉力建設香港，以力臻完美的精神創造地標物業，旗下籌建逾 10 年的九龍站綜合發展項目，集國際級設計及建築師的創意，匯聚商業文化精髓，成為劃時代的新世紀地標建築，為集團近期優質建築的典範。



▲九龍站環球貿易廣場為新地近期優質建築典範

該項目聳立維多利亞港，由環球貿易廣場 (ICC)、極致豪宅天璽、服務式套房酒店港景匯、國際型格香港 W 酒店、豪華酒店 Ritz Carlton 及時尚商場圓方組成，整個項目將於 2010 年全部落成，加上集團旗下矚目豪宅凱旋門和西九龍文娛藝術區的發展，勢必成香港未來經濟及文化核心據點。

推動教育 回饋社會

除了致力發展優質項目，集團多年來透過多元化教育、慈善及義務工作，將關愛傳送到社會不同角落，為締造和諧美好社會盡一分力。

新地積極推展教育，成立「新地開心閱讀」，推廣閱讀風氣，多次邀請名人與學者主持講座分享閱讀，並

於去年香港書展資助 700 名基層兒童參與書展及購書、創辦免費刊物《讀書好》，以及兩度推出「年輕作家創作比賽」培育文壇生力軍。集團自 2004 年起並與香港中文大學合辦「諾貝爾獎得獎學人傑出講座」，過去 5 年共邀請 24 位諾貝爾獎得主和知名學者訪港，分享真知灼見。



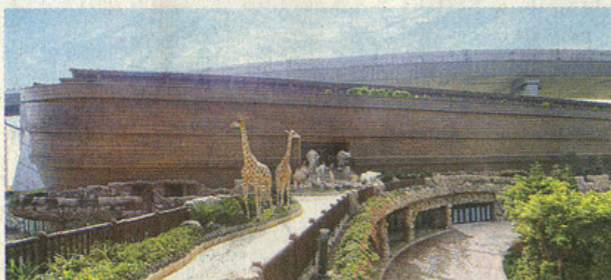
▲新地過去 5 年邀請了多位諾貝爾獎得主來港演講



▲新地兩度舉辦「年輕作家創作比賽」，培育文壇生力軍。

挪亞方舟 建和諧社會

新地全力興建的馬灣公園也體現出集團對社會的承擔，宣揚關愛與和諧。其中全球唯一根據遠古記載原大體積而建的挪亞方舟，更象徵「愛」與「生命」，特別



▲挪亞方舟是根據遠古記載原大體積而建，象徵愛與生命。

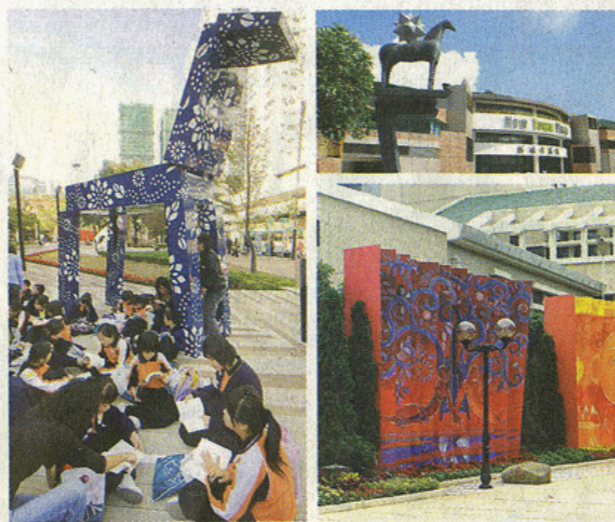


▲新地執行董事黃奕鑑 (左) 接受由名設計師 Henry Steiner 頒發的《讀者文摘》信譽品牌白金獎

邀請 6,000 多名基層市民參觀與分享對生命的熱誠。結合大自然風貌及教育與娛樂的馬灣公園，設有多套可再生能源的系統，向下一代灌輸愛護地球的訊息。

城市藝坊 提高藝術水平

多年來集團努力推動藝術融入社區，旗下新鴻基地產慈善基金去年投入近 1 億元，與政府攜手合作在沙田



▲新地「城市藝坊」讓市民近距離接觸藝術作品

創建大型廣場「城市藝坊」，展出 19 件海外、內地及本地藝術家的作品，美化公共空間之餘，更讓市民近距離接觸名家傑作，為城市注入濃厚的文化藝術氣息，樹立文化旅遊新地標。

綠色建設 樹立典範

集團積極支持可持續發展，將環保元素融入物業發展各環節，並經常運用節能科技及創新意念設計物業。新地旗下多項物業均達至國際環評標準，不少寫字樓及住宅均獲「建築環境評估法」(BEAM) 評級，如環球貿易廣場落實多項環保技術，並榮獲香港環保建築協會前期認證「白金」評級。



▲馬灣公園以宣揚愛與和諧，以及推動環保教育為規劃概念。

(資料由客戶提供)