



# SPHERE

12



## 三劍合璧

# 目 錄

第十二期 二〇〇四年八月號

**2**

集團消息

**簡訊**和記黃埔集團  
最新動態。**10**

社會公益

**投向大自然**赫斯基能源致力保護  
加拿大的自然環境，  
任重道遠。**16**

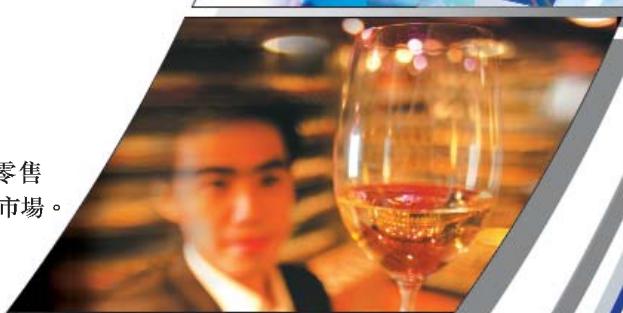
電訊科技

**3G 佈天網**意大利警方採用以3網絡  
為基礎的監察系統，  
協助維持治安。**18**

封面故事

**三劍合璧**合併後的和記環球電訊提供  
傲視同儕的通訊網絡方案。**26**

零售專題

**劉伶之選**屈臣氏酒窖計劃將它的零售  
概念，推廣至香港以外的市場。**出版：**

和記黃埔有限公司 香港中區夏慤道10號  
和記大廈22樓 網址：[hutchison-whampoa.com](http://hutchison-whampoa.com) 集團編輯委員會：  
張景如、楊明珠、劉偉清、尹靜儀、  
陸詠琴 編務：Mark Caldwell –  
Great Pacific Marketing Services Ltd 設計及製作：  
屈攸妃、李正平、  
方焯傑、石寶瑩、張珮珊、張婉儀 –  
splash))) Asia City Publishing Group 屬下 電話：2850 5500 分色  
及印刷：[bigboXX.com](http://bigboXX.com) Limited。  
©2004 和記黃埔有限公司擁有版權，不得  
得翻印。未經和記黃埔有限公司書面授  
權，不得轉載。本刊文章內容純屬作者之  
意見，並不代表和記黃埔有限公司立場。  
所有貨幣的兌換率只是約數。



# 簡訊

集團

## 出售寶潔—和記獲利二十億美元

和記黃浦（中國）有限公司（「和黃中國」）向寶潔集團（「寶潔」）出售和黃中國所持內地合資企業寶潔一和記有限公司（「寶潔一和記」）餘下的兩成權益，作價現金二十億美元（約港幣一百五十六億元）。交易已於二〇〇四年六月完成，和黃中國錄得港幣一百三十七億元盈利。

和黃中國與寶潔於一九八八年在內地成立這家合資企業，合力創辦了一項十分成功的業務。和黃中國根據於一

九九七年達成的協議，把寶潔一和記約百分之十權益售予寶潔一家附屬公司，並與寶潔達成協議，給予寶潔於二〇〇七年至二〇一七年期間購入和黃

所持餘下兩成權益的認購權。和黃中國只是提前把所持的餘下股份售予寶潔，套現非核心資產的價值。

和黃中國董事總經理杜志強先生說：「和黃中國繼續為寶潔提供進口貨物分銷、物流與其他服務。」和黃集團董事總經理霍建寧先生補充道：「和黃透過這項交易，變現了非核心資產的價值，而我們也很高興能繼與寶潔緊密合作。」



## 策略性投資

和黃於六月九日宣布與韓國現代商船簽署協議，購入現代商船百分之十二股權，作價約港幣六億零六百萬元（約七千七百七十萬美元）。

現代商船於一九九三年首次靠泊和黃集團的貨櫃碼頭，自此展開了與和黃的業務關係。

和黃於二〇〇一年向現代商船購入南韓釜山子城臺碼頭，並與現代商船和韓進海運組成財團，在光陽港經營貨櫃碼頭。和黃目前透過和記黃浦港口有限公司，在釜山港與光陽港經營貨櫃碼頭業務。

## 實至名歸

和記黃浦有限公司首度名列《財富》雜誌二〇〇三年全球五百大企業。

## 零售及製造

### 運動之能源

為體現奧運精神，屈臣氏蒸餾水今年將以「運動」作為推廣主題，首先於四月與香港城市理工大學和香港理工大學合辦屈臣氏蒸餾水標籤設計比賽。比賽要求學生發揮想像力，表達水與運動的密切關係，共有九十位大專設計系學生參賽。

此外，屈臣氏集團正連續第二年贊助

傑出青少年運動員選舉。



得勝傑作：冠軍作品表現出運動的力量，反映出屈臣氏蒸餾水是日常生活的一部分。

## 零售及製造

**屈臣氏擴展全球業務**

為配合擴展歐亞業務的策略，屈臣氏集團（「屈臣氏」）於六月宣布收購波羅的海國家其中一家最著名的保健與美



容產品連鎖Drogas。Drogas是拉脫維亞和立陶宛具領導地位的保健與美容產品零售連鎖集團。被譽為「波羅的海三虎」的拉脫維亞、立陶宛和愛沙尼亞是歐洲聯盟最新的成員，共有七百三十萬人口。

另外，馬來西亞屈臣氏於七月十二日宣布計劃向 Apex Healthcare Bhd（「AHB」）收購旗下西藥連鎖店Apex Pharmacy Sdn Bhd（「Apex」），作價一千四百萬馬來西亞幣（約三百七十萬美元）。AHB是馬來西亞證券交易所主板的上市公司。

馬來西亞屈臣氏並要求AHB授予在馬來西亞採用「Apex Pharmacy」商號的專利權，以緊握Apex的強大品牌價值與其廣大顧客群所帶來的商機。目前，

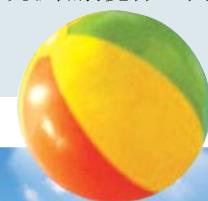


馬來西亞全國設有二十四間 Apex Pharmacy西藥房。

**實至名歸**

在Raven Fox Awards「傑出旅遊零售商」亞太區頒獎禮中，Nuance-Watson (HK) 在下列五個組別獲得高度評價：最佳香水和化妝品旅遊零售商、最佳時裝、皮具和配件旅遊零售商、最佳糖果及食品旅遊零售商、最佳禮品旅遊零售商，以及亞太區機場最佳新店。

頒獎禮已於五月二十日在新加坡免稅品展覽會上舉行。

**Priceline公布業績**

美國電子零售商Priceline.com（和黃為主要股東之一）於五月三日公布，第一季旅遊訂位總數字較去年上升百分之四十六至三億六千零二十萬美元。收入為二億二千四百一十萬美元，較二〇〇三年第一季上升百分之十二。毛利由一年前的三千三百萬美元增至四千三百四十萬美元，升幅為百分之三十一。

Priceline.com宣布已購入Travelweb.com百分之七十一點四股權，持股量增至百分之八十五點七。

Travelweb與它的系統內超過一萬一千家參與酒店簽訂供應協議，其中包括

希爾頓、凱悅、洲際酒店、萬豪和喜達屋等創辦成員酒店，另與Orbitz.com等旅遊網站也簽訂了分銷協議。

Priceline已訂立協議，可於日後購入洲際酒店集團持有的餘下百分之十四點三股權。



# 簡訊

## 港口

### 鹽田國際籌資發展三期工程

深圳鹽田國際集裝箱碼頭（「鹽田國際」）於四月與中國銀行、中國工商銀行、中國建設銀行、中國農業銀行和國家開發銀行（合稱「銀團」）簽訂總額達港幣三十三億元（約四億二千三百萬美元）的五年期貸款協議。根據貸款協議，銀團將向鹽田國際提供合計港幣三十

三億元的港元、美元和人民幣貸款，作為鹽田國際三期工程的發展資金。是項融資計劃獲超額四倍認購。

鹽田國際三期工程的投資額達港幣六十六億元，包括興建四個泊位和相關的配套設施，可容納運載量逾九千個標準櫃的貨櫃輪。首兩個泊



位已分別於二〇〇三年十月和十一月投入服務，餘下兩個泊位將於二〇〇四年內建成。整項工程將於二〇〇五年內完工。

## 刷新紀錄

香港國際貨櫃碼頭（「國際貨櫃」）於六月十日自 YM March 號卸下貨櫃時，創出了處理第八千萬個貨櫃的紀錄。

### 和記港口培育領導人才

和記港口集團於今年四月舉辦第二屆環球領袖發展計劃，發掘與培育管理人才。

集團在全球各地的旗下港口挑選逾三十名經理級人員，參加此項在三個不同國家進行的培訓計劃，為期六個

月。課程包括在大學上課，並在世界各地港口實習。



## 能源及基建

### 赫斯基首季業績

赫斯基能源公布二〇〇四年第一季純利為二億六千三百萬加元，每股攤薄後盈利為零點六加元，而二〇〇三年同期數字為四億零八百萬加元，或每股攤薄後一點零一加元。營運現金流量為五億八千三百萬加元（即每股攤薄後一點三六加元），而上年度同期則為七億四千七百萬加元（即每股攤薄後一點七六加元）。扣除特許權費後，二〇〇四年第一季的銷售及營運收入為二十一億加元，而二〇〇三年同期則為二十二億加元。

盈利淨額、現金流量和收入出現波動，是由於加元兌美元匯價下跌，加上與稅項有關的變動所致。赫斯基整



體的天然氣產量較二〇〇三年同期上升百分之四。

有關業績詳情，請瀏覽：[www.huskyenergy.ca/investors/](http://www.huskyenergy.ca/investors/)。

### SeaRose號泊岸

赫斯基浮動生產儲存卸油船 SeaRose 號從南韓出發，完成一萬四千海哩的處女航後，於四月六日靠泊加拿大東岸 Marystowm。

### 公開發行

赫斯基能源於六月十六日宣布在美國公開發行總值三億美元的十五年期票據，票面息率為六釐一五，於二〇一九年六月十五日到期。新票據將在各方面享有與赫斯基其他無抵押債務同等的權益，並將大大延長赫斯基債務的平均還款期。公開發行已於二〇〇四年六月十八日完成。

是項票據發行由花旗集團牽頭，CIBC World Markets 和匯豐擔任聯席配售經辦人，並獲超額認購，所得收入淨額將用以償還現有的銀行債項。

## 能 源 及 基 建

### 長江基建投資隧道

長江基建進一步增加在澳洲的投資，以二億三千九百萬澳元（約一億七千萬美元）購入Lane Cove Tunnel Company Pty Ltd的四成股權。Lane Cove於二〇〇三年十二月獲批為期三十年的特許權，興建和經營長達三點四公里的隧道。



屆時將成為悉尼市中心與西北部的交通要道。

此隧道耗資十七億澳元興建，現已動工，預計於二〇〇七年中落成，

### 實至名歸

香港電燈在太平洋盆地經濟理事會環保獎評選中榮獲銀獎，成為該獎項設立六年以來，第一家獲此殊榮的亞太區電力公司。

## 地 產 及 酒 店

### 農家樂

上海梅龍鎮廣場於五一黃金周期間，搖身一變成為一條傳統的中國農村，並舉行多項充滿傳統特色的競技比賽，包括踏水車、推石磨、爬竹桿、挑扁擔和徒手捉泥鰌等。



### 兩周年誌慶

都會海逸酒店於六月二十八日慶祝開業兩周年。兩年來，該酒店憑藉出色服務、一流美食、大都會形象，以及俯覽維港美景的寧靜地點，成為旅客首選的商務與度假酒店。

集團屢獲殊榮的旗艦酒店香港海逸酒店也於七月慶祝開業九周年。



### 星 級 之 選

國際巨星在香港表演完畢後，會選擇在哪裏下榻休息呢？

曾經擔綱演出一九九二年票房猛片《護花傾情》的著名國際女歌星雲妮曉士頓(Whitney Houston)，於七月二十八日來港表演一場，並下榻香港海逸酒店全新裝修的總統套房。

複式總統套房格調非凡，坐擁壯麗的維港景色，當中有附桑拿室的雲石主人浴室、寬敞的主人睡房、置有Steinway大鋼琴的客廳，以及書房、廚房和相連客房。



### 實至名歸

北京東方君悅大酒店榮獲《二十一世紀經濟報道》評選為中國最佳商務酒店。

### 實至名歸

重慶海逸酒店榮獲瑞典大使館選為五月十八至十九日舉辦的「瑞典日」活動指定酒店。

# 簡訊

電訊

## DoCoMo購入HTIL股權

環球

和記黃埔有限公司（「和黃」）與 NTT DoCoMo 於五月簽訂協議，據此 DoCoMo 同意以所持的兩成 Hutchison 3G UK Holdings Limited（「H3G UK」）權益，交換和黃附屬公司 Hutchison Telecommunications International

Limited（「HTIL」）的股權，作價共一億二千萬英鎊。代價將分三期以 HTIL 股份支付，但須視乎 HTIL 是否獲准在香港聯合交易所上市而定。然而，和黃也可酌情選擇以現金支付代價。最後一期代價預計於二〇〇六年十二月支付。

根據另一項協議，DoCoMo 於二〇〇三年五月向 H3G UK 提供的二億英鎊股東貸款，已按成本轉讓予和黃附屬公司 Hutchison 3G Europe Investments。



### 高速數據卡

3 與朗訊科技和 Novatel Wireless 合作，為澳洲、丹麥、意大利、瑞典和香港的 3 用戶推出 UMTS 無線數據卡。他們於四月簽署的協議也適用於其他地區的 3 市場。



### 大製作、小銀幕

澳洲

澳洲 3 已成為 Network Ten 劇集 Big Brother 的主要贊助商，並憑着嶄新的 3G 科技，讓 3 視像流動電話用戶可收看這個實況電視劇的直播片段。

U8120。兩款手機同樣具備多項革新功能，方便用戶盡享 3 視像流動網絡的優越服務。

這兩款對摺式手機的體積只有九十五點七毫米乘四十九點五毫米乘二十三點一毫米，僅重一百二十六克，是 3 系列中最小巧的手機，攜帶方便、使用稱心。

上述手機是根據 LG 電子與和記黃埔的



一項環球協議而推出。根據該協議，LG 電子將於二〇〇四年付運三百萬具手機予 3 集團在世界各地的公司。

### 上客倍增

在全球各地，3 於二〇〇四年第二季平均每周錄得七萬七千名新用戶，比今年首三個月的平均上客數字三萬七千八百名高出一倍。

Merlin U530 數據卡適用於 3 的 3G 網絡，下載速度高達每秒 384kb，使用戶可於完全流動的環境下，享有高速接駁互聯網和公司內聯網的種種優點。朗訊科技與 Novatel 並將供應系統軟件與服務。



### 3 Reload 預繳卡面世

瑞典

今年四月，3 在瑞典市場推出 3 Reload 預繳卡，用戶毋須支付固定月費，也可享用 3 的精彩服務。



## 電訊

**Hutch 將合併印度業務****印度**

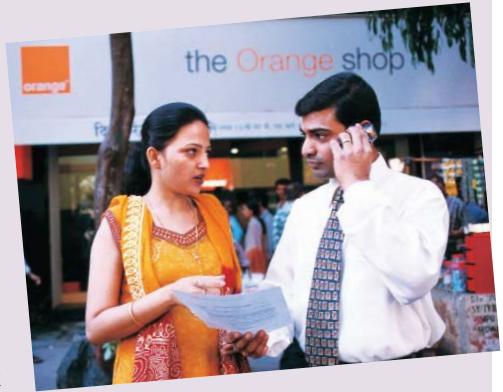
Hutchison Max Telecom (HMTL)

於六月十四日向印度外國投資推廣委員會提出申請，計劃把Hutchison Essar Telecom集團在印度的多項電訊業務，納入同一家公司旗下。

若申請獲准，Hutchison Essar Telecom (德里)、Fascel (古吉拉特邦)、Hutchison Telecom East (加爾各答)、Hutchison Essar South (安

得拉邦、卡納塔克邦、清奈、旁遮普邦、北方邦西部、西孟加拉)和Aircel Digilink India (北方邦東部、拉賈斯坦邦、哈里亞納邦)的股東可把他們的股份轉為HMTL的股份，成為HMTL的股東。

是項合併將締造全印度其中一項最大的流動業務。截至五月底，和記電訊在當地的流動電話用戶總數達五百

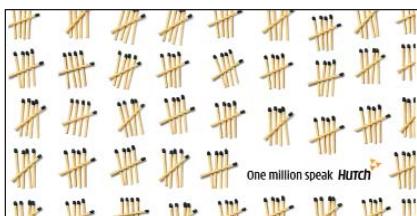


六十萬，網絡覆蓋全國約百分之五十六人口和約四分三的消費市場。

**上客百萬創紀錄**

Hutch於五月二十四日宣布古吉拉特邦的用戶人數突破一百萬。Hutch的用戶人數於一年內激增一倍，成為省內第一家創下百萬紀錄的流動通訊服務商。

古吉拉特邦是繼新德里和孟買後，Hutch第三個突破上客百萬大關的營業地區。



One million speak Hutch

**Hutch 進軍旁遮普邦**

Hutch於七月十三日在旁遮普邦推出連串最新的多媒體流動通訊服務，包括push2talk、流動電話遊戲和Click&Print多媒體短訊等通用分組無線系統(GPRS)服務，還有遍佈全省的客戶服務支援。在印度各省之中，以旁遮普邦的流動電話市場滲透率最高。

**Hutch收購Aircel**

Hutchison Essar於六月向Sterling Infotech Limited購入Aircel Limited和Aircel Cellular Limited(合稱Aircel)全部股權。這項交易現正等待審批。

Aircel在清奈和泰米爾納德邦經營GSM 900流動通訊服務，截至二〇〇四年五月三十一日止，已有超過一百一十萬名用戶。Hutchison Essar現於清奈經營GSM 1800流動電訊業務。

**隨時充電**

Hutch推出增值服務，在機場、火車站和巴士站等策略性據點設置約一百個電池充電站，全部配備為不同手機而設的插頭，即使是競爭對手的客戶也可享用。

**Push2talk**

Hutch於五月二十七日推出push2talk服務，以對講機功能結合即時訊息、短訊、多媒體訊息和話音留言。此項服務由Hutch與Fastmobile合作提供，開創全國同類服務的先河。

**流動電郵**

Hutch於五月五日推出與微軟合作開發的獨特企業方案Microsoft Outlook on Hutch，方便Hutch用戶透過流動電話查閱公司電郵。

**賓至名歸**

Hutchison India與奧美廣告以無比的創意，囊括二〇〇四年Abby Awards的多個廣告獎項，包括四金、三銀和三個優異獎。

# 簡訊

電訊



和記電訊旗下的流動通訊服務統一以3為品牌。

## 3 岌只是3G

香港

香港和記電訊有限公司（「和記電訊」）旗下3G、GSM雙頻和CDMA網絡已統一以3品牌經營，使服務組合更加強大，提升服務價值。

香港的客戶現可在遍佈全港的逾一百五十家3門市，選用2G或3G服務。和記電訊以往建立的Orange品牌2G服務十分成功。

## 新機添新趣

為配合新款3G手機LG U8120於六月面市，香港3推出多款以青少年與心境年輕人士為對象的全新功能，包括兩項嶄新的定位服務。「我的附近」提供超過一萬五千個娛樂熱點的資料，而「跟着我」



「跟着你」則讓用戶清楚對方的行蹤。香港3並推出占卜服務、韓國音樂錄

像與下載網站，以及卡通頻道，並將「交通實況」頻道升級，新增一個熱門沙灘的交通情況報道。

## 3 推出地產網站

香港3與美聯物業於七月九日攜手推出全港首個以視像手機接收多媒體地產資訊的網站—「美聯物業網站」，讓3客戶隨時隨地獲得最緊貼市場的地產資訊。透過新網站，地產代理也可使用3視像手機，隨時為客戶送上第一手樓盤資料。

## 3 手機電視直播

意大利

3 與意大利語全球數碼財經電視台Cfn/Cnbc合作，讓特約記者使用3視像電話作現場報道。

透過全球流動通訊系統網絡與電視台的連線，記者可傳送董事會議、新聞發佈會和其他財經盛事的現場視像片段。

## 刷新紀錄

意大利3推出服務十六個月後，於七月十五日宣布錄得第一百萬名用戶，而其中過半數是在過去四個月取得的。

## 電訊

**Hutch推出預繳卡**

泰國

泰國Hutchison CAT  
Wireless MultiMedia

推出全新預繳服務HutchSay Prepay，電話用戶可選擇替預繳卡增值或延長它的使用期，方便靈活。

有了這項新服務，客戶可充分善用Hutch電話服務，以滿足高、低用量的

不同求，毋須改變他們選擇的推廣優惠計劃。

**流動熱潮：**一輛偉士牌大蓬車吸引了不少人到來參加在曼谷暹羅廣場(Siam Square)舉行的The Real Adventure by Hutch比賽。

**再3循環**

英國

英國3夥拍Fonebak，於六月七日推出手機回收計劃，希望透過回收舊手機為兩家慈善機構籌募四萬英鎊善款。這兩家機構是3經內部投票選出的，其中Brainwave專門照顧有特別需要的兒童，另一家是世界級的環境再生慈善機構Groundwork。

Fonebak的回收計劃曾獲殊榮。在這計劃下，3邀請公眾人士將舊手機放進英國各地一百六十家3商店的Fonebak回收箱。回收

**Empty your drawers.**

Give us your old handset,  
raise money for charity  
and you can also win  
a driving day



For details and terms and conditions, see 3 website

的手機會被拆開，電池送往專門的電池回收商，金屬部分取出再用，而塑膠則會循環再造或焚燒，產生能源供暖氣系統使用。

**賓至名歸**

今年六月，3以創新的VideoTalk 750月費計劃在英國「流動通訊零售商大獎」中獲得「消費者後繳收費計劃」第一名。評判在超過一千五百萬名流動電話用戶使用的月費計劃中，選出最物超所值的收費。

打破傳統的VideoTalk 750月費計劃於去年六月在英國推出，讓用戶可以三十五英鎊的月費，享有七百五十分鐘的通話時間，並可隨時隨地致電任何網絡的用戶，不受限制。

其中一位評判表示：「3這項月費計劃，革新了英國話音服務的收費模式。」

3的預繳收費計劃ThreePay則贏得預繳組別的亞軍。

**遊戲資訊**

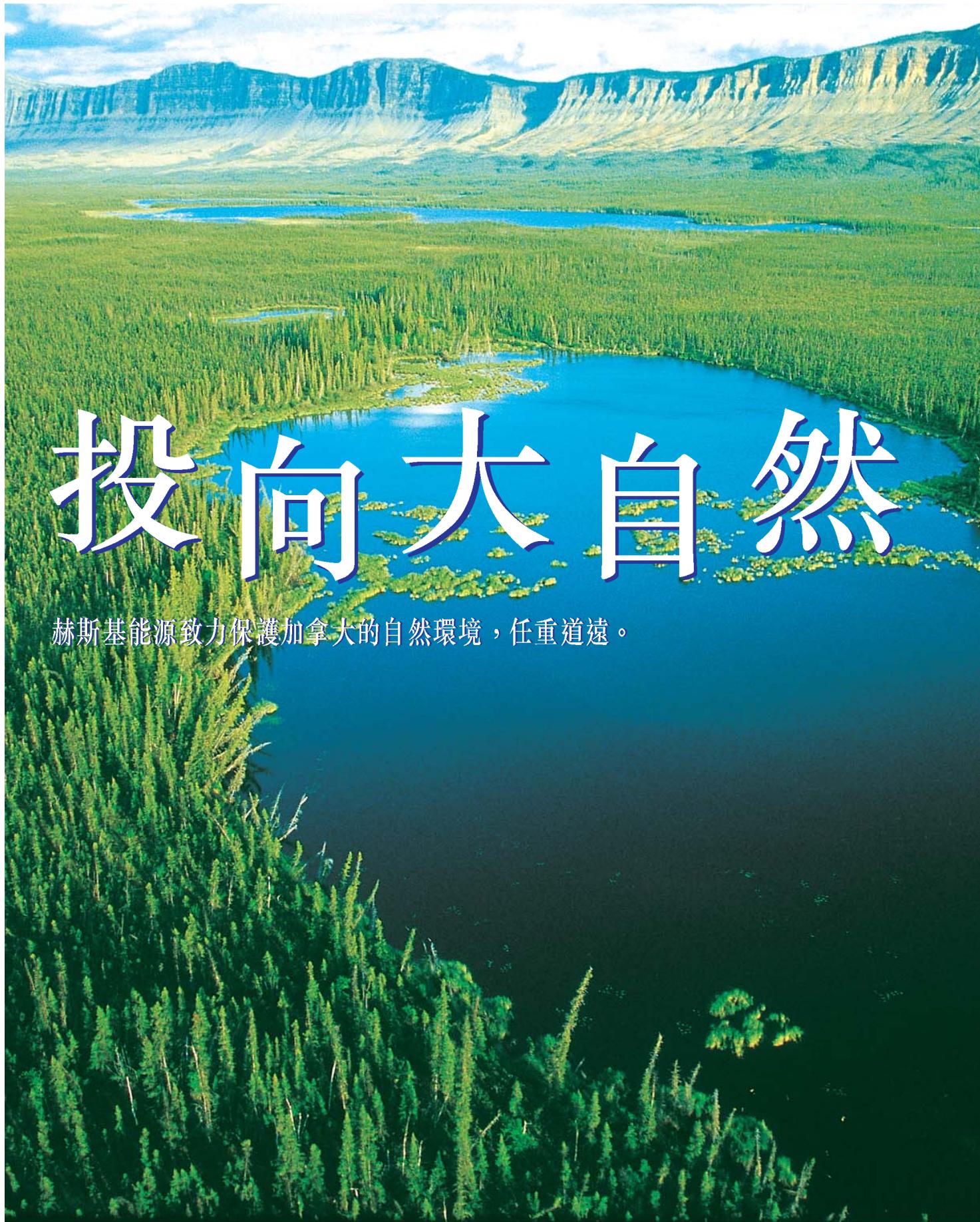
英國3於六月與Gamer.tv推出流動內容服務，提供有關最新電腦與電視遊戲軟件的評論。有關視像片段可透過Today on 3收看。

**體壇快訊**

英國3與天空體育於六月簽訂合作協議，讓3用戶透過視像流動電話收看天空體育的視像新聞和賽事轉播。

在此之前，3已開始轉播英格蘭超級足球聯賽。天空體育將為3用戶提供最新的體育消息、英超聯足球新聞、歐洲高爾夫球巡迴賽報道，以及天空體育的每周足球電視節目。





# 投向大自然

赫斯基能源致力保護加拿大的自然環境，任重道遠。



## 毛

茸茸、軟綿綿的溫哥華島土撥鼠樣子趣緻，就像玩具店裡的小熊般討人喜愛。這種可愛的小動物有機會成為二〇一〇年溫哥華冬季奧運會的吉祥物，但冬季奧運來不及開幕，牠們已可能在地球上消失了。

在加拿大西岸的溫哥華島，大片野生林木已被砍伐殆盡，令島上的珍貴動物瀕臨絕境。幸而，透過赫斯基能源所參與贊助的保育活動，例如大力資助卡爾加里動物園的瀕危物种研究計劃，動物學家得以制訂挽救土撥鼠的策略，讓牠們絕處逢生。

卡爾加里動物園保育研究中心主管 Axel Moehrenschlager 博士負責這項計劃，他的主要工作是集中研究加拿大的瀕臨絕種動物和提出相應的挽救措施。

赫斯基能源的總部設於卡爾加里，

公司在加拿大和南中國海擁有龐大的石油和天然氣業務，也是和記黃埔集團成員。赫斯基能源過去二十年為保育計劃作出了龐大投資，協助改善溫哥華島土撥鼠等瀕危動物所面對迫切困境，好讓我們的下一代不會只在禮物店或博物館，才可看見這些動物的模樣。

赫斯基能源認為企業界應制訂保護環境和生態的策略，以抵銷工業化對環境的影響，它贊助的保育活動在彰顯了這種環保理念。除了上述瀕危品種研究計劃外，赫斯基能源還贊助其他各類有關活動，充分反映公司對倡導環保和保護生態的重視。





## 致力保育

Moehrenschlager 博士認為，保育活動與急症室醫生的工作有異曲同工之妙。

「我們一方面是科學家，必須像所有優秀的科學家一樣經得起嚴格的反覆驗證；另一方面，在資料不足的情況下，

我們需要憑手頭僅有的資料來決定下一步的行動，就像病人入院時，醫生最初並不知道問題所

在，但到了某一階段總要嘗試去救人。因此，保育活動可說是一種結合理性與激情的工作。」

Ducks Unlimited Canada (DUC) 阿爾伯達省發展經理 Spencer Shepherd 對環保同樣不遺餘力，希望保護濕地和在濕地棲息的水鳥。

他說：「DUC 是加拿大最大的非牟利環保組織，我們對它絕對有信心，相信它必定能保護生態環境成功。」

濕地是加拿大西部生態系統之中非常重要的一環，為阿省八成動植物，包括魚類和禽鳥提供清潔的水源和棲息地。

赫斯基能源與 DUC 的合作，證明商業和非牟利機構可以一起努力，達致互惠互利的目標。

赫斯基能源擁有加拿大西部主要的石油和天然氣開採權。為了在區內開採，公司必須向地主或擁有土地買賣權的人士取得地面開採或土地進入權。透過與 DUC 等機構的合作，赫斯基能源希望一方面可以增加在自然保護區的石油與天然氣的產量，另方面減少對環境造成的衝擊，並提高當地社區的環保意識和對環保的支持。

只要離開市區，無論是去到水鳥多得驚人的南部濕地，還是北美馴鹿聚集的

北部茂密林區，便不難讓我們聯想起四週的遼闊天地。

對石油與天然氣公司來說，這也能令它們警覺自己對偏遠地區有多大的影響力。

北美馴鹿曾經在阿省的大草原成群出沒，但自二十世紀以來牠們的數目逐步下降，加拿大瀕危野生動物委員會便在一九八四年把牠們列為受保護動物。

目前阿省只剩下約六千七百頭北美馴鹿，假如數目持續下降，北美馴鹿在我們有生之年或會絕種。北美馴鹿減少的原因眾多，其中最大的威脅，竟然是由人類與野狼合力造成的。

人類在阿省北部荒野開墾大片土地，進行耕作、伐木或石油與氣體勘探等活動，這為野狼大開方便之門，讓牠們可輕易獵食馴鹿充飢。

## 義不容辭

赫斯基能源找出問題的成因後，便聯同其他公司共商對策，結果創辦了北美馴鹿場修建計劃，得到八家包括赫斯基能源在內的石油和天然氣公司參與，並由加拿大政府贊助部分經費。

該項計劃的目的是減少一些有損北





美馴鹿生存機會的因素，包括恢復造林堵截野狼出入的通道，並重建天然排水系統，讓北美馴鹿的數字回復健康水平。

赫斯基能源的生物學家 Carol Engstrom 也是該計劃的管理人員，她認為赫斯基能源「可與其他石油與天然氣公司合作，也可進行實地研究，以判斷甚麼方法能最有效地改善北美馴鹿傳統棲息地的生態環境，讓牠們重獲新生。」

當被問及石油與天然氣公司為何參與這方面的工作，Engstrom 解釋道：「如果我們在瀕危動物的棲息地經營業務，便有責任確保這些動物能繼續生存下去，這是義不容辭的。」

赫斯基能源也在 Kananaskis Country 的穆斯山脈一帶推行環保，該地距離卡爾加里以西一小時車程，是洛磯山脈東面一個熱門的野外旅遊勝地。由於 Kananaskis 深受旅客歡迎，而且山區生態異常珍貴，因此赫斯基能源竭盡所能，減低當地自然環境所受的人為因素衝擊。在興建新油管以及挖掘油井和天然氣井之前，赫斯基能源會先進行有關野生生物、魚類、農作物和奇花異卉的研究；這些研究工作遠遠超越批准

工程項目的最低法例要求。

在財力有限的情況下，要實現遠大的保育目標可說是困難重重。由於預算緊繙、人手不足、行政費用高昂，資源往往很快便會耗盡，因此私人機構的資助自然深受歡迎。

### 努力的成果

財政資助，特別是商界的巨額捐款，往往可以在保護生態環境的工作上取得很大的成果。同樣，志願工作者的貢獻也提高了資金的運用效益。他們全情投入，只是為了實踐自己的信念，致力挽救瀕危動物。

Ducks Unlimited 的 Shepherd 說：「我們只是在有限資源下，盡一己的力量。我們肯定不是為了金錢而工作，但卻享有十分理想的回報。這與我的職業或主要職責無關，一切皆出於自願，我甚至到兒子就讀的學校講授有關的課程。這不是一份工作，而是一種生活態度。」

要維持保育工作，資金是不可缺少的。赫斯基能源深明這個道理，因此為許多其他項目提供資助。

加拿大東部山坡灰熊計劃於一九九四年設立，當時社區人士關注到灰熊大量

死亡，但又沒有足夠的相關科學資訊，令人感到束手無策。該計劃的目的是研究阿省山麓和哥倫比亞河谷的灰熊，結果令人更加了解人與熊的緊密關係。研究人員發現，雄性灰熊和雌性灰熊的死亡個案中，分別有百分之八十六和百分之七十五是由人類造成的。

研究也發現，雖然灰熊數目正逐漸增加，但偏低的繁殖率仍然令人憂慮。

該計劃的督導委員會主席兼研究主管 Steve Herrero 說：「雖然灰熊數目已達均衡，但狀態仍然十分不穩定，所以我們每個人都需要繼續參與有關的保育工作。」

在作出一切努力後，大家可能還有一個問題：赫斯基能源等企業在加拿大贊助的保育活動，究竟能否實現目標？答案是肯定的，縱使保育工作十分艱巨，但我們肯定可以取得最後勝利！



**財政小統計**

- 赫斯基能源瀕危物種再生研究計劃  
—二十萬加元(二〇〇三年)
- Ducks Unlimited Canada  
—三十二萬加元(一九九九年至二〇〇三年)
- 北美馴鹿場修建項目  
—五萬五千加元(二〇〇二至二〇〇三年)
- 東部山坡灰熊項目  
—二十一萬加元(一九九九年至二〇〇三年)
- 中部洛磯山脈野狼項目  
—二萬四千加元(二〇〇一年至二〇〇三年)
- 阿爾伯達省研究所本土植物計劃  
—三萬加元(二〇〇〇年至二〇〇二年)

**絕處逢生****赫**

斯基能源對於能冠名贊助赫斯基能源瀕危物種再生研究

計劃，感到十分榮幸。這項計劃於二〇〇三年五月設立，旨在挽救加拿大面臨最大威脅的野生生物。

赫斯基能源向卡爾加里動物園的保育研究中心捐助了二十萬加元(折合約十四萬六千美元)。有一位善長更匿名捐出等額善款，以示響應。

**保育研究中⼼主管 A x e l**

Moehrenschlager 博士主要研究加拿大一些最受威脅的瀕危動物，包括美洲伶狐、美洲鶴、北部豹紋蛙和溫哥華島土撥鼠。除土撥鼠外，這些動物的天然棲息地均毗鄰卡爾加里動物園，因此研究人員可以一面研究動物生態，一面協助牠們重返野外環境。

美洲鶴的保育工作反映出動物園的確能

對挽救瀕危動物作出貢獻，但這種工作並不保證一定能取得成果。

Moehrenschlager 說：「一九四一年，野外的美洲鶴只有大約十五隻，現已增至三百一十三隻。要把長期圈養的動物送回大自然，是十分艱巨的工作。在自然環境中，牠們仍然非常脆弱，假如棲息地發生火警或沼澤地水位下降，美洲鶴的數目便可能再次下降。」

Moehrenschlager 與其他工作人員正在努力研究野生動物的特性，幫助牠們從人類的懷抱中回歸大自然。

據估計，地球上接近一半的動植物可能於本世紀結束之前絕種，由此可見保育工作的重要。

Moehrenschlager 解釋道：「我們的理念，是研究各種能解決環境問題的科學方法，然後在現實世界中實踐。」

有關計劃詳情，請瀏覽網址：  
[http://www.Calgaryzoo.org/AboutTheZoo/ConservationResearch/husky\\_energy\\_2.htm](http://www.Calgaryzoo.org/AboutTheZoo/ConservationResearch/husky_energy_2.htm)





#### 北部豹紋蛙

在阿爾伯達省，北部豹紋蛙 (*Rana pipiens*) 已被列為「受威脅」動物。為此，阿省可持續資源發展（魚類與野生生物部）和阿省保育協會聯手於一九九九年推行一項重投大自然計劃。而赫斯基能源瀕危物种再生研究計劃正研究放生地的選址，並探討擴大工作範圍。



#### 溫哥華島土撥鼠

溫哥華島土撥鼠 (*Marmota vancouverensis*) 是北美洲面臨最大生存危機的哺乳類動物，牠們能否繼續生存，主要視乎人工繁殖和重投大自然計劃的成果。保育研究中心正在努力研究土撥鼠的行為，希望盡量提升日後重投大自然計劃的成功率。



#### 美洲伶狐

美洲伶狐 (*Vulpes velox*) 已於一九三八年在加拿大絕跡。一九八三年推出了一個人工繁殖和再生計劃，到一九九七年已將大約二百八十頭美洲伶狐送回大自然，並為方便研究工作而暫停放生。目前，保育研究中心正在研究美洲伶狐的棲息需要、評估疾病風險，並判斷牠們能否自行繁衍，生生不息。



#### 美洲鶴

早在九〇年代初，自然界已僅餘十五隻美洲鶴 (*Grus americana*)。不過，卡爾加里動物園於一九九六年開始人工飼養美洲鶴，然後協助牠們重投大自然。他們著眼改善美洲鶴的孵化過程，並增加雛鳥數量，令更多美洲鶴能重返大自然，直至野生美洲鶴的數目達致穩定為止。





# 3G 佈天網

意大利警方採用以3 網絡為基礎的監察系統，協助維持治安。



**風**光如畫的意大利城鎮貝洛 (Pero)，最近採用先進的新型監察系統視像巡邏 (VideoPatrol)，讓在街上巡邏的警員能透過串流影像來監視犯罪黑點的現場情況，這對流氓惡棍、暴徒竊賊、交通違例者等不法分子來說，無疑極具阻嚇作用。

這個市區保安系統由 3 Italy 與 AP Systems (簡稱APS) 合作設計，是全球流動通訊系統 (3G) 科技應用的又一新猷。

貝洛位於意大利米蘭省，一向很少罪案發生。當地市民奉公守法，每三千名居民只有一位警察。然而，當地警方既

要派人駐守警察總部，又需調配人手在街上巡邏，難免顧此失彼。

鑑於警察總部的視像監察中心時刻需要有人駐守監察，這等於是把寶貴的人手「扣押」起來，貝洛警方聯絡系統整合商APS，希望解決人手緊絀的難題。於是，視像巡邏監察系統便在今年四月應運而生。

APS明白流動通訊是舒緩貝洛市警力不足的關鍵所在，因此向3 Italy求助，希望設計一個可以在流動環境下提供實時影像資料的系統。

在此之前，APS已是3 Italy的合作夥伴，曾經參與它的 3 for Business 計劃，為經常在外活動的專業人士提供創新的

流動通訊方案。

APS行政總裁 Renzo Bassetto 說：「我們早於一九八六年已開始與公營服務機構合作，客戶經常要求我們提供這類服務，但我們卻找不到能切合他們需要的科技。然而，全球流動通訊系統面世後，我們終於享有真正的高速流動通訊服務。3 Italy 幫助我們發展這項服務，又提供客戶所需的產品。」

貝洛的警務人員以往透過無線電與總部保持聯絡，但現在憑着視像巡邏系統，他們的巡邏車便可化身成小型總部，方便他們取得資訊，猶如置身總部一樣。

貝洛的警務主管 Renato Forte 說：

「本市有三萬人口，但只有十位警員，以這微小的警力維持全市治安，確實有點困難。貝洛更會在二〇〇五年主辦米蘭展覽會，這是歐洲最大型的展銷會，所以我們極需要提高運作效率。我們安裝視像巡邏系統後，已不再需要派員留守辦公室，讓每位警察都可出外執勤。」

這套方案的硬件包括一台性能良好、裝有視窗2000的個人電腦，連接一個輕觸式屏幕，並由高速流動通訊卡 (Pcmcia) 驅動運作。

這些設備可以安裝在巡邏車前座乘客

此外，透過車上的鍵盤和打印機，這個綜合系統還能登入當地的資料庫並執行多種功能，例如查核建築許可證和外

相繼仿效。假以時日，視像巡邏監察系統料會成為意大利和其他國家執法部門的標準裝備。

視像巡邏監察系統不但是警方對付罪犯的法寶，對APS和3 Italy來說更是象徵着無限的商機，大有可能成為一個重要的收入來源。意大利有數以千計的巡邏警車，APS保證到二〇〇五年最少可售出五千套視像巡邏監察系統。

3 Italy銷售業務總監Ezio Peri說：「視像巡邏監察系統展示了3G網絡在商業應用上的深厚潛力。這項服務增加了

## 引進視像巡邏系統前，警員需要在總部的視像監察中心駐守，這等於是把寶貴的人手「扣押」起來

來人士的居留身份、取閱數據庫裡的所有資料等。

不法之徒莫以為可以摸黑犯案，因為那肯定難以得逞。視像巡邏監察系統的



座位前的儀錶板，透過3 Italy的全球流動通訊系統網絡與總部連接。

每輛巡邏車均有兩位警員，其中一位負責駕駛，另一位則負責監視屏幕。

警員只需輕觸屏幕，電腦便會啟動，數秒後畫面會顯示出由攝錄機拍攝到的實時影像。這些攝錄機安裝在全市的犯罪黑點，例如繁忙的道路交匯處、行人專區、公園和學校等，並接駁與視像巡邏監察系統連接的串流伺服器。該系統啟動後，警員可選擇收看不同攝錄機的畫面，並可調校接收的影像，例如近鏡特寫、控制攝錄機上下左右的移動、改善影像質素、畫面定格，甚至在車內列印等。

每當察覺到異常情況，巡邏車上的警員可以當機立斷，迅速趕往現場處理事故。

攝錄機運用最初由軍方開發的先進技術，即使在晚上也能把景物顯示得一清二楚。

為保障系統免受電腦駭客入侵，客戶最好是採用「InAzienda」保密數據虛擬私人網絡方案 (Cisco Ipsec) 來建立視像巡邏監察系統，避免被人非法截取資料。

貝洛是意大利第一個採用視像巡邏監察系統的城市，預計其他城市也會迅即

3G網絡在夜間的使用率，並帶來很高的客戶平均每月消費。此外，視像巡邏監察系統更在網絡鋪設上幫了我們一把，例如多爾加利 (Dorgali) 市當局本來拒絕讓我們裝設無線電發射站來進一步提高服務水平，但他們發現視像巡邏監察系統的優點後，便要求我們安裝這個系統，更連帶批准我們裝設新的無線電基站。由此可見，除了不法之徒以外，人人都歡迎視像巡邏！」





# 三劍合璧

和記環球電訊與中聯系統和電聯網絡攜手，提供其他公司難以匹敵的端對端通訊網絡方案。



台 灣商人陳志輝在廣州設廠時，有幾個技術問題需要解決。他需要接駁高速寬頻網絡，方便香港辦公室與華南和台灣的聯屬公司聯絡，又要裝置一系列電腦和專門軟件，使業務運作更靈活快捷，也需要工程師把這些設備連成一氣，確保通訊網絡運作無間。其實，他最需要的，是一家可迅速滿足他所有通訊需求的公司。換言之，除了商場上的關係外，他更需要時刻與人保持密切聯繫。

結果，他作了一個明智決定——他請和記環球電訊控股 (HGCH) 代為籌謀。不少商人

都像陳先生一樣，感到網絡系統、電腦和軟件多得令人眼花撩亂。這些產品分別來自不同的供應商，但很少供

應商能為顧客提供真正的整合服務。可是，HGCH 却與別不同。HGCH 不但擁有全世界其中一個最先進的光纖網絡，更為每位顧客提供度身訂造的整合資訊科技方案。

在過去一年，該公司積極進取，努力開發全面服務，現已可提供名副其實的一站式服務。

今年三月，和記環球電訊與中聯系統和電聯網絡合併，更加鞏固了一站式通訊服務的發展。同時，和黃集團的數據中心營運機構 Hutchison GlobalCentre 也成為了新公司的一分子。

中聯系統本已在香港聯交所上市，合併後的新公司沿用它的股票代號 (0757)，並易名為和記環球電訊控股 (HGCH)。

## 優勢互補

憑着中聯系統和電聯網絡各自的優勢，新公司現可提供全面的資訊與通訊科技方案，包括先進的「最後一哩」接駁。

在亞太區，中聯系統以提供資訊科技系統基建和應用方案享負盛譽，為HGCH的商業用戶帶來重大裨益。客戶與和黃接洽有關寬頻數據和話音服務時，可同時獲得與這些網絡完全配合的資訊科技系統。

HGCH行政總裁黃景輝說：「我們現在可以提供軟件、電腦和網絡連接。對我們來說，這三家公司合而為一，是一個絕佳的配搭。」

對陳先生來說，他只需要知道公司在通訊和營運上的要求，而毋須深究所涉及的技術。此外，假如陳先生需要擴展業務，又或遇到任何技術問題，也只需撥一個電話便可得到支援。

電聯網絡開創了一項革命性的專利技術，用戶通過家用電源插座，便可經供電網絡獲得電訊服務。HGCH因而可推出成本效益甚高的「最後一哩」網絡，為住宅屋苑、酒店和服務式住宅提供寬頻服務，並確保舊式樓宇的用戶也能享用HGCH的光纖寬頻服務。

黃景輝說：「你只需把個人電腦的電線插入任何電源插座，便可使用電訊服務。這對電纜質素欠佳或電纜已達最高容量的樓宇特別有用；香港是少數懂得這樣善用電網技術的地方之一。」

擴大後的新公司現已成為新一代的技術服務供應商，定位獨特，並由於服務全面，網絡覆蓋香港、中國內地和東南亞地區，因此能脫穎而出。

黃景輝說：「這次合併為我們帶來強大的競爭優勢，網絡與電腦服務可以產生重大的協同效益，有利我們為顧客提供全面的解決方案。」

此外，和記環球電訊的龐大客戶基礎更會惠及中聯系統和電聯網絡，進一步提升協同效應。

## 寬頻路遙遙

和記環球電訊的成功，令人想起了龜兔賽跑的故事。

在一片「只爭朝夕」的削價競爭下，不少競爭者紛紛倒下，但和記環球電訊卻默默耕耘，建立起領導同儕的業務，並奠定了環球通訊市場的新典範。

和記環球電訊於一九九五年成立時，通訊環境與今天截然不同。當時互聯網在亞洲才剛剛起步，很少人認同互聯

## 一個都不能少

香

港於二〇〇三年爆發沙士疫症，和記環球電訊當時發揮它的力量，讓最新的通訊科技可在醫院應用。公司二話不說，迅速把網絡接駁到香港瑪嘉烈醫院和黃大仙醫院，也就是沙士病人的主要康復中心。

和記環球電訊的努力，讓隔離病人得以透過寬頻視像電話服務，與親友保持面對面的溝通聯繫。HGCH目前仍繼續提供這項服務。

HGCH希望造福全民的精神，也體現於成功的學校寬頻計劃。公司為本港八成中小學裝置網絡和電腦設備。最新推出的GigaNet校園光纖寬頻服務，讓聯網學校把頻寬由10Mbps提升至100Mbps對稱式寬頻傳輸，配合高頻寬應

用的需求，包括網上電視、視像教育和網絡儲存等。

HGCH也是電子學習活動的先驅，與香港中文大學合作提供連串服務。

HGCH行政總裁黃景輝說：「寬頻技術在教育方面的效益，實在超乎想像，對我們這一代習慣了粉筆黑板、打字機和塗改液的人來說，尤覺不可思議。學校採用高速內聯網後，學生可以互相傳送短片或演奏片段，又可以參加遙距課程。」

為了縮窄中國內地的數碼鴻溝，HGCH正計劃把這種新一代的教育科技推廣至華南地區，這點除了可發揮互聯網通訊不受地域限制的優點外，更證明了HGCH業務的環球化特性。

網所具備的優點。不過，對和記環球電訊來說，這些問題沒有構成障礙，因為公司早已洞悉高速光纖網絡服務的威力。香港的環境也造就了另一個有利條件，因為香港面積細小，高樓大廈林立，正是鋪設網絡的理想環境。

和記環球電訊選擇從零開始建設新網絡，把服務標準提升至前所未見的新水平。當亞洲其他地區還在使用慢如蝸牛的撥號上網服務時，香港人已開始透過寬頻網絡，充分發揮互聯網技術的威力。

重要的是，和記環球電訊採用的並非舊式的銅鑄或同軸電纜，而是全光纖網絡。鋪設光纖電纜需要挖掘路面，耗費大量時間和人力。黃景輝說：「最初開業數年，我們像一家建築公司多於像電訊公司。」

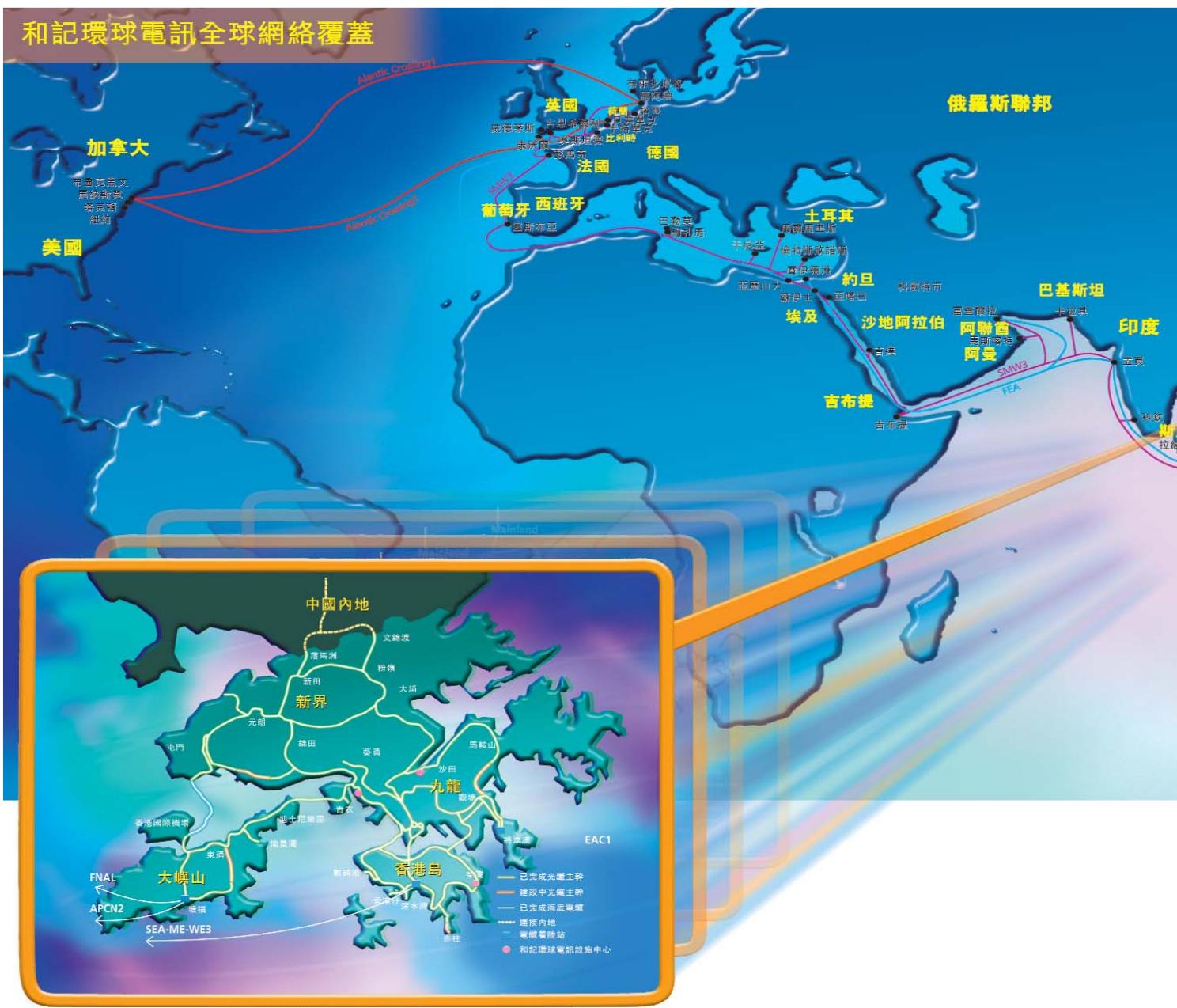
經過短短九年，和記環球電訊證明只要有遠見，加上龐大投資，自能有一番作為。到了二〇〇二年六月，光纖骨幹大功告成。今天，和記環球電訊已鋪設了覆蓋全港的四千公里光纖環路，包括長達七十萬公里的核心光纖電纜。目前，全港已有大約四千幢樓宇直接連接這個網絡。

## 營商支柱

今天，本港的互聯網用戶絕大部分採用寬頻服務。和記環球電訊不跟隨租用線路的潮流，反而自資鋪設光纖網絡，確保網絡服務能達致超時代的驚人速度。客戶可透過專門的10Mbps 寬頻服務，輕易享有全球最快的下載和上載速度。

和記環球電訊的另一優勢，是它的光纖網絡服務共有三個比重相若的收入來源。除了為商業和住宅用戶提供本地和國際電訊服務外，和記環球電訊也向本港和海外的電訊





**家居優勢：**和記環球電訊自行在香港鋪設光纖網絡，透過七十多萬公里的光纖電纜，提供先進的電訊接駁服務。

營運商和互聯網供應商出租網絡容量。

和記環球電訊在本地電訊市場建立穩固基礎後，現在繼續擴展國際網絡，銳意成為區內主要的網絡供應商，同時在環球層面為顧客提供無可比擬的支援。該公司在世界各地約有五十家互惠夥伴，並撥出預算來提升技術水平，又在潛力優厚的地區建立電訊設施。和記環球電訊更盡可能與各地的主要夥伴合作，避免投入過多資金。

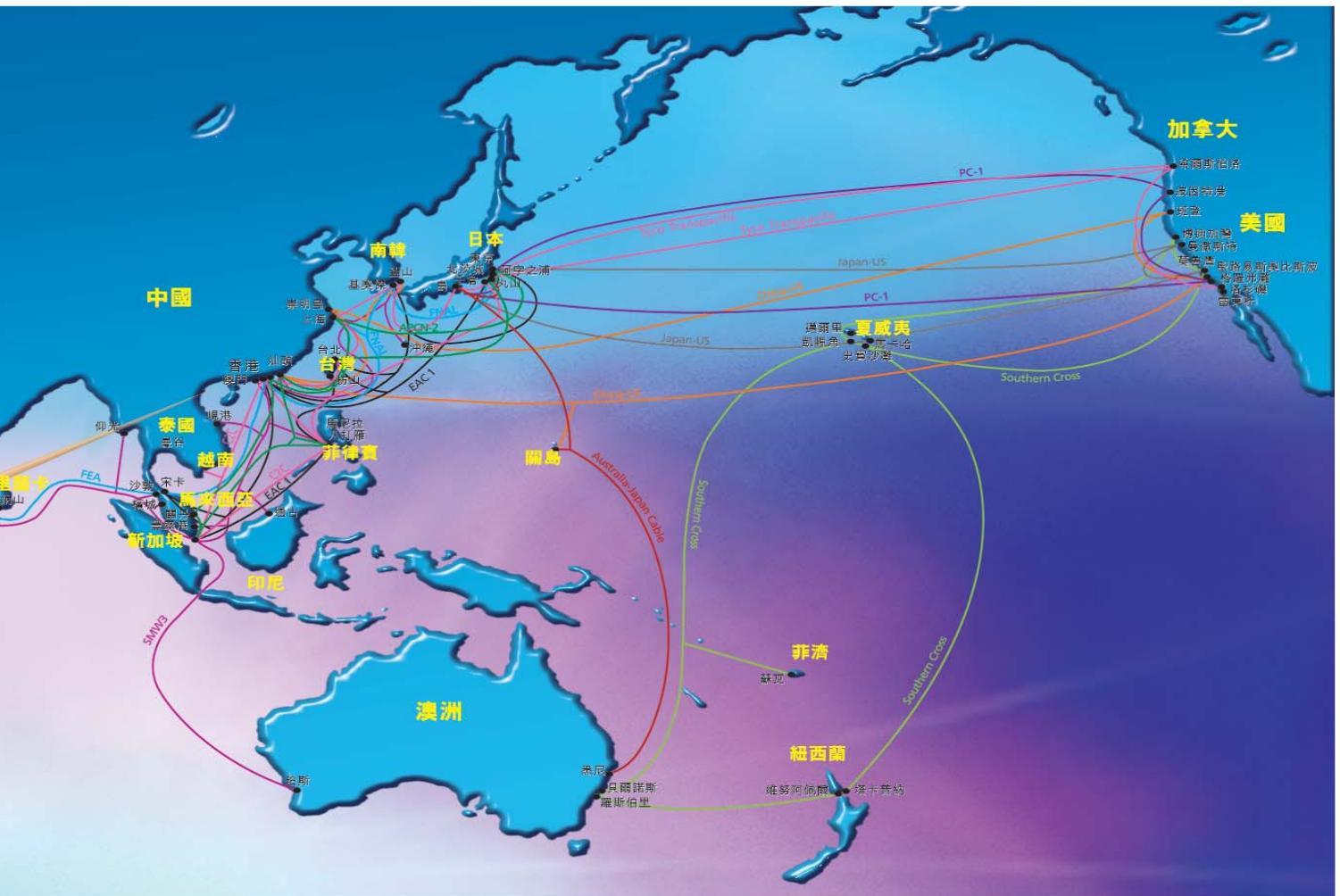
寬頻與資訊科技雙劍合璧，可為企業創造實質的競爭優

勢。寬頻網絡的出現，使電子商貿服務的構思得以實現，不再止於資訊科技經理的想像階段。今天的企業需要能夠支援視像電話和以太網絡功能的頻寬，足以證明和記環球電訊當初決定投資在網絡基建設上，確是獨具慧眼。

黃景輝說：「這是一項領先世界的技術。全憑和記環球電訊的努力，香港現已成為全球網絡服務最發達的城市之一。」

對於住宅用戶，和記環球電訊已開始實踐數碼媒體和互動電視服務的承諾。用戶現可輕鬆地收看串流視像或享受自選視像服務。香港的電腦遊戲迷則可透過先進的高速寬

## 透過和記環球電訊， 客戶享有超時代的高速網絡服務



地球村：和記環球電訊為客戶提供貫通全世界的電訊接駁服務，公司在全球有五十位互惠夥伴，並計劃在有潛力的市場中擴展。

頻服務，與海外的電腦遊戲迷一起參與真正的互動遊戲。

和記環球電訊更於四月與微軟的Xbox Live合作提供極速網上遊戲，在顯示了高速寬頻服務的娛樂功能（詳見第二十五頁另文報道）。

### 全球互聯

HGCH近期致力為客戶提供緊密無間的環球通訊服務，並利用創新技術配合這方面的發展需要。

對和記環球電訊的商業客戶來說，局域網是他們日常運作的神經中樞，讓他們使用高效率的整合電腦系統執行知識管理工作。和記環球電訊提供的城域以太網服務，

讓企業可把辦公室的局域網伸展至全球各地。黃景輝對此項發展自然感到雀躍萬分。

他解釋道：「城域以太網採用以太網技術，把局域網的覆蓋範圍擴展至全港，讓辦公室之間享有高速的通訊聯繫。」

在華南設廠而辦公室設於別處的公司，都對這項技術深感興趣。總辦事處的人員只需輕觸按鈕，便可監控公司廠房的

### 香港現已成為全球網絡服務最發達的城市之一

存貨狀況，甚至與廠長作視像會議，面對面商討。這些服務速度之快，令人以為辦公室只在隔壁而非遠在數百公里以外。

和記環球電訊無可比擬的國際通訊網絡，造就了這種神通廣大的服務。自二〇〇〇年起，該公司的本地網絡

## 發揮電腦威力

在

需要電腦方案時，亞洲的大型企業或政府部門一般會向中聯系統求助。

中聯系統於一九八二年成立，專門提供一站式資訊科技系統基建和應用方案服務。

該公司是最先向內地供應個人電腦的公司之一，業務遍佈中國內地、香港、澳門、新加坡、馬來西亞和菲律賓等地。中聯系統更與環球資訊科技公司緊密合作，因此得以採用一系列應用軟件、數據庫、硬件和開發工具。

中聯系統的尖端技術和方案獲各行各業廣泛採用，包括大型銀行、金融機構、郵電公司、公用事業機構和政府部門，當中約有八成客戶是銀行。中聯系統也是和黃集團的資訊科技方案供應商，並於二〇〇四年三月與電聯網絡及和記環球電訊合併，成為和黃集團成員。

中聯系統屢獲殊榮，最近被萬國商業機器選為「二〇〇四年最佳方案供應商」。

已透過廣州－深圳－香港同步數碼架構環路，直接接駁中國電信的網絡，令數據流可經本港直接傳送，往來中國內地。

黃景輝說：「在華南地區設廠生產的企業眾多，因此對這項服務需求甚殷。在服務該區的電訊公司之中，我們擁有最高的接駁容量。」

同時，和記環球電訊透過它的國際海底電纜系統，不斷擴展國際業務，環球業務網包括多個營業點和辦事處，覆蓋中國內地、馬來西亞、菲律賓、新加坡、台灣、泰國和美國洛杉磯等地。

這項業務的發展動力非常簡單：就是無論遠近，公司都能為客戶提供同等優質的服務。

和記環球電訊憑藉這些海外業務和配套設施，已具備條件成為區內主要的電訊服務商之一。

### 聯繫無間

黃景輝對HGCH的長遠前景充滿信心，尤其因為HGCH網絡容量和速度均很容易提升，提供了必需的靈活性。

他說：「我們的技術和網絡提供更高的速度，能夠配合與日俱增的市場需求。」

科技不斷進步，促使HGCH在網絡服務上推陳出新，迎合現代社會日趨網絡化的要求。HGCH與和黃集團其他業



務機構保持密切關係，並能發揮協同效益，包括推動和黃第三代流動電話環球業務3的融合，以及為香港和記電訊第二代流動電話網絡提供超卓的功能。

自開業以來，HGCH最近第一次錄得盈利，而它的百億港元投資項目也即將得到回報。

黃景輝預言：「我們將不斷發展，實力日增。」

對陳先生等台灣商人來說，中國人講求的「關係」並非營商唯一的關鍵條件，寬頻網絡聯繫其實也同樣重要。陳先生認為，HGCH所以與眾不同，完全在於它能洞悉先機，充分迎合客戶的需要。



## 遊戲之王

○○四年三月，和記環球電訊以一場南韓對香港的視像足球友誼賽，展開了它與南韓合作的全球第一項國際以太網互連服務。

HGCH行政總裁黃景輝憶述當時的賽情時說：「比賽異常精彩逼真，令電腦遊戲迷十分興奮。」

這場友誼賽最終打成平手，標誌着寬頻技術環球發展的一個重要里程碑。

這是全世界第一次有兩個市場打破地域隔閡，建立直接的城市以太網聯繫，令兩地用戶可以同樣的高速度投入互動遊戲，猶如置身同一遊戲室內。這個自主網絡系統互連的國際以太網網絡，採用虛擬私人局域網服務，是全球首創的同類服務。

對電腦遊戲迷來說，這種服務的優點顯而易見。網絡遊戲高度依賴HGCH提供的極速寬頻服務，讓用戶可於不同的終端機下載圖像、動畫和音效等，感受完美的遊戲體驗。

和記環球電訊並與微軟合作，確保住宅寬頻服務可與Xbox Live兼容，讓Xbox用戶可使用和記環球電訊的寬頻服務，與環球Xbox Live社區內近七十五萬名電腦遊戲迷聊天和比賽。

對於讓青少年花時間玩電腦遊戲的「好處」，老一輩的人或許嗤之以鼻，但其實網上遊戲正迅速發展成年輕一代接觸世界的起步點。他們快將投身現實社會，待他們晉身決策階層時，說不定會發現來自和記環球電訊寬頻服務的應用知識，令他們受用不盡。





# 鑒伶之選



屈臣氏酒窖為香港的餐酒零售市場灌注新動力，現在更著眼把它的經營概念推而廣之。



你知道莎當妮 (Chardonnay) 和賽蜜蓉 (Semillon) 的差別嗎？拉斐特 (Lafite) 和勒圖 (Latour) 兩大酒莊又有甚麼分別呢？一九九三年與一九八三年的佳釀究竟有何不同？

有沒有察覺黑皮諾 (Pinot Noirs) 帶有櫻桃或少許橡木香味？你至愛的蘇維翁白酒 (Sauvignon Blanc) 散發的是柑橘味還是香草味呢？

分不清楚了，對吧？

像大部分人一樣，你大概會因為對餐酒自認外行而感到尷尬。

沒關係，像你一樣的門外漢其實大有人在：他們只愛品嚐美酒，但不會刻意尋根究底，了解有關餐酒的點點滴滴。

就像你在餐廳點一客牛排時，難道你會先查問那頭牛的祖父的資料、來自哪個牧場，或出生於哪個年份嗎？我們會討論哪些年份出產的咖啡是最好的嗎？當然不會。

我們選購餐酒時不是只注意兩點嗎：

餐酒的價格是否符合我的預算？餐酒能否配合我在晚餐享用的菜式？

事實上，選購餐酒的客戶可分為兩大類：一類是對酒有深入研究的酒迷、侍酒師、餐酒鑑賞家和釀酒專家；另一類是對酒沒有研究的門外漢，而大部分人都屬於後者。

## 簡單直接

向門外漢灌輸餐酒知識，是屈臣氏酒窖的一個挑戰。屈臣氏酒窖是香港規模最

大、最受歡迎的餐酒零售商，現正針對現代餐酒文化的需要，不斷鑽研、制訂和調整零售策略，在全球市場積極擴展業務。

屈臣氏洋酒董事及總經理羅敬仁 (Christian Nothhaft) 說：「餐酒充滿了神秘色彩，令許多人望而卻步，羞於求教，因為一開口便等於承認，自己對愛酒之人視為理所當然的常識，其實一無所知。不過，大家可別忘記，餐酒鑒賞家只是社會上極少數的一群。」

香港屈臣氏酒窖總經理利華爾 (Paul Liversedge) 贊同這個意見：「香港不少消費者對高級餐酒認識很深，他們一般屬於高收入階層。然而，絕大多數人

對餐酒所知甚少，所以我們正嘗試推廣有關的知識，也為頂級酒店、食府和會所等供應餐酒，希望普羅大眾也能了解餐酒。」

界各地的大型餐酒展，並品嚐本身酒園的出品。試酒是非常重要的，我們一定會嚐過再買。我們不斷搜羅最新出品的資料，並與我們現有存貨比較。如果有

些獲高度評價的餐酒我們沒有購貨，我們也會設法搜購。」

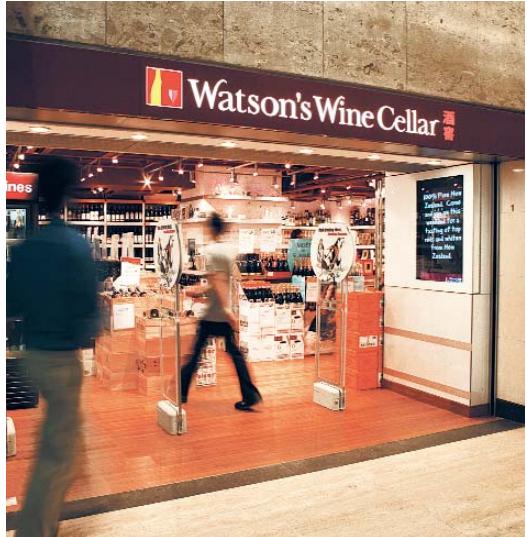
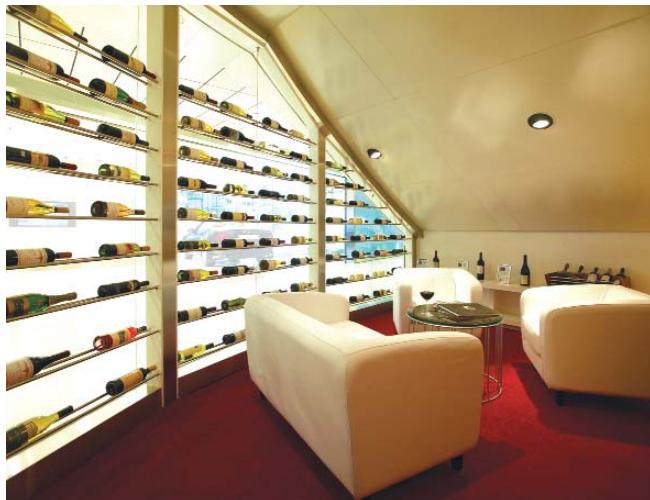
### 創新與傳統

屈臣氏酒窖洞悉餐酒市場尚待開發的優厚潛力，於是致力推廣專業的餐酒知識，使餐酒更趨普及化。

隨着公司著手擴展香港業務，傳統酒窖那種一排排酒櫃配上昏暗燈光的形象正逐漸淡出。

取而代之的是清新明亮的全新形象和別樹一幟的經營理念。新設計最初見於

## 屈臣氏酒窖致力推廣餐酒知識，使餐酒不再是小眾高消費人士的專利。



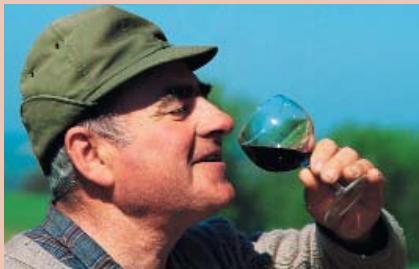
# 傑

佛遜 (Thomas Jefferson) 於一七八九年從歐洲返回美國時，攜帶了多瓶法國佳釀。由於路途遙遠，為免他人以劣質餐酒偷龍轉鳳，當時還沒當選美國總統的他，便親筆在每瓶酒上面簽名作記。

時至今天，傑佛遜簽名的其中兩個一七八四年和一七八七年佳釀的瓶子，已成為Badaracco歷史最悠久的收藏品。

Badaracco總經理Stefan Graf說：「這些藏品可說是有市無價，但公司並不打算割愛。」

Badaracco於一八七九年於瑞士與意



中環和銅鑼灣的新門市，但最終會成為全線屈臣氏酒窖的標準形象。公司正在物色機會，將這個經營概念推廣至亞洲其他地區以至歐洲各國。

在港島商業中心區的中環新店，以一般消費者與餐酒專家為對象的佳釀在不同樓層發售。地下發售新興釀酒區的出品，價格相宜，大部分售價即使加上百分之八十的洋酒稅也不超過港幣二百元，有些更低至港幣八十八元，普羅大眾也負擔得起。

然而，樓上出售的餐酒價格較高，當中不乏「傳統釀酒區」的名貴餐酒，包括法國香檳、波爾多 (Bordeaux)、勃艮第 (Burgundies)，以及來自羅納谷 (Rhone Valley)、德國、西班牙和意大利的高級名釀。

這個樓層也出售物超所值的貨色，例

大利接壤的盧加諾 (Lugano) 創立。今天，Badaracco 已成為主要的餐酒貿易公司，藏酒約七十五萬瓶，是擁有歐洲最豐富酒珍藏佳釀的酒商之一。

今年慶祝開業一百二十五周年的Badaracco，於二〇〇一年被和黃集團收購，成為集團進軍歐洲市場的踏腳石。

這項收購被視為一項理想的投資，因為收購價與Badaracco 那批罕貴珍藏佳釀的價值十分接近。

珍藏系列包括全球最大的其中一批大瓶裝 (三至十八公升) 陳年佳釀，包括意大利於四、五十年前出產的罕有年份名釀。

Badaracco 透過私人洽購與公開拍賣，專門搜羅歐洲各地的私人名酒珍藏作轉售之用。Badaracco 的價目表為世界各地餐酒買家提供寶貴的價格指引，公司每天都收到收藏家與宴會主

辦單位的訂單。

Badaracco 也向屈臣氏酒窖供應優質佳釀，並在屈臣氏進軍歐洲零售市場的擴展計劃中肩負重要角色。

Badaracco 在酒窖舉辦的試酒會經常吸引多達六十人參加，需求有增無減。

Badaracco僱用十五名員工，包括世界排名第二的侍酒師Paolo Basso。他將於二〇〇四年奧運期間赴雅典參加世界侍酒師錦標賽，競逐殊榮。

Badaracco 又出產傳統的瑞士／意大利合桃酒 Ratafià del Ticino。



如港幣二百元起的香檳，以及一百元有售的法國鄉村優質餐酒。然而，大部分名釀的售價肯定會超出一般人的預算，尤其是恒溫控制的醇酒區 (Fine Wine Room) 內的名釀，包括特級酒莊 (Grand Crux) 和一級酒莊 (Premier Crux) 的出品，還有意大利的陳年佳釀。以羅富齊拉斐特酒莊 (Chateau Lafite Rothschild) 為例，一九八二年的出品售港幣一萬零九百元。該處所有名酒均鎖於櫃內，並逐瓶加上保安標籤。

目前全球約有九千家酒莊，僅波爾多區便有一萬三千個酒園，醇酒經理柏珍妮 (Jeanette Paterson) 的職責是確保醇酒區儲存有世上最優質的佳釀。

她說：「醇酒屬於非常專門的範疇，由於全球需求殷切，有時可能難以搜購。我們會定期遠赴波爾多和其他產

酒區現場試酒，並會說服供應商，使他們認同屈臣氏對他們有多重要。另一方面，客戶關係也不容忽視。由於醇酒價格不菲，他們選購前都希望先了解清楚。」

醇酒區的一個嶄新服務概念，是特設有如小型會所的座位，擺放餐酒雜誌和參考書籍，方便酒迷輕鬆細意地挑選他們喜愛的美酒。顧客可欣賞柔和音樂，同時收看負離子顯示屏所介紹的近期優惠、釀酒技術與酒園資訊。屈臣氏酒窖更會邀請走訪世界各地的釀酒商和酒莊東主，定期來港合辦試酒會。

羅敬仁解釋道：「作為專門產品的零售商，我們的醇酒區務求令顧客感到賓至如歸，這是我們提升整體服務概念與文化的一部分工作。與星巴克和太平洋咖啡一樣，我們採用緊扣大都會潮流、

## 品味投資

# 屈

臣氏酒窖開拓餐酒的投資領域，今年開始發售餐酒期貨（又稱en primeur），包括約一百款頂級的二〇〇三年波爾多名釀。

這些餐酒會在二〇〇六年才裝瓶，客戶現在可以購入整箱的認購期權。

與購買咖啡、糖或豬肉期貨一

樣，餐酒期貨的主要優點在於升值潛力。因為名貴餐酒於推出市場之時，價格很可能已飆升一倍。例如，一瓶克拉米濃酒莊 (Chateaux Clerc Milon) 的零售價大概是港幣一千元，但期貨價格只是港幣三百元以下。

香港的洋酒稅高達百分之八十，但餐酒期貨卻可獲豁免稅項。儘管餐酒於最終付運時仍須繳稅，但期貨所能節省的金錢始終十分可觀，而客戶更可選擇將

他們的佳釀藏在歐洲的酒窖裏。

此外，客戶可於付運日期前隨時買賣期貨證書，而市價也會不斷變動。

餐酒期貨供應有限，即使屈臣氏酒窖也無法肯定可以獲得每家酒莊分配多少箱名酒，故須採取先到先得的政策。

屈臣氏酒窖新開業的中環分店

的分區經理謝思善解釋道：「我們得悉所獲配的數量後，便會計算有多少箱酒可以推出應市，然後按客戶訂單的先後次序，聯絡他們辦理付款手續。」

著名酒莊只會在一定限期內推出期貨，通常是在下一季收成之前的四至七月期間。

謝思善續稱：「對酒迷來說，這是一種有趣的投資，但我卻覺得自己有點像證券經紀。」



消費者易於接受的現代手法介紹餐酒。我們為甚麼要透過酒窖銷售餐酒呢？因為我們希望把屈臣氏酒窖塑造成顧客樂於不斷重臨的好去處。如果我們只求客戶盡快購物離開，他們會覺得渾身不自在，因此往往會空手而回。有趣的是，我們讓顧客在店內閒坐，慢慢選購，反而會刺激他們的消費意慾。即使今天沒有購物，他們明天也會再來，結果做成生意。對公司品牌有好感的消費者，往往會選購價格較高的商品。」

### 標籤引路 配搭得宜

如果顧客只想要一瓶佐膳的餐酒，但卻茫無頭緒，那該怎麼辦呢？

屈臣氏酒窖把標籤貼在每瓶餐酒上面，除葡萄品種和價格外，還列明基本的食物配搭提示；部分更會加上兩大著名評酒權威羅伯特·帕克 (Robert Parker) 和Wine Spectator雜誌的正式試酒評級，滿分為一百分。

屈臣氏酒窖另一項業界創舉是把高科技引進餐酒零售業，推出互動「美酒資訊站」，以操作簡便的電腦屏幕接駁餐酒資料庫。電腦識別每瓶餐酒上的條碼後，螢光幕便會顯示有關佳釀的詳細資料，並提供食物配搭提示。

利華爾說：「據我所知，這是前所未有的做法。雖然我們需要投入大量人力來更新系統的資料，但為使服務盡善盡

### 小統計

- 屈臣氏酒窖藏有超過二千款餐酒。
- 包括約五百款法國餐酒、一百款香檳與有氣餐酒、三百款澳洲餐酒和二百款美國餐酒。
- 逾五百款是屈臣氏酒窖獨家供應的餐酒。
- 酒窖歷史最悠久的珍藏是一九〇三年的羅富齊拉斐特酒莊紅酒，酒瓶由人手精製，附有原瓶標籤和瓶塞，售價港幣二萬二千八百八十元。
- 最昂貴的是大瓶裝 (五公升) 一九八九年奧比昂酒莊餐酒 (Chateau Haut Brion)，售價港幣九萬九千九百九十元，獲羅伯特·帕克給予一百分滿分的評級。
- 第二昂貴的是大瓶裝 (一百五十厘米) 羅富齊茂同酒莊紅酒 (Chateau Mouton Rothschild)，售價港幣七萬九千八百元。

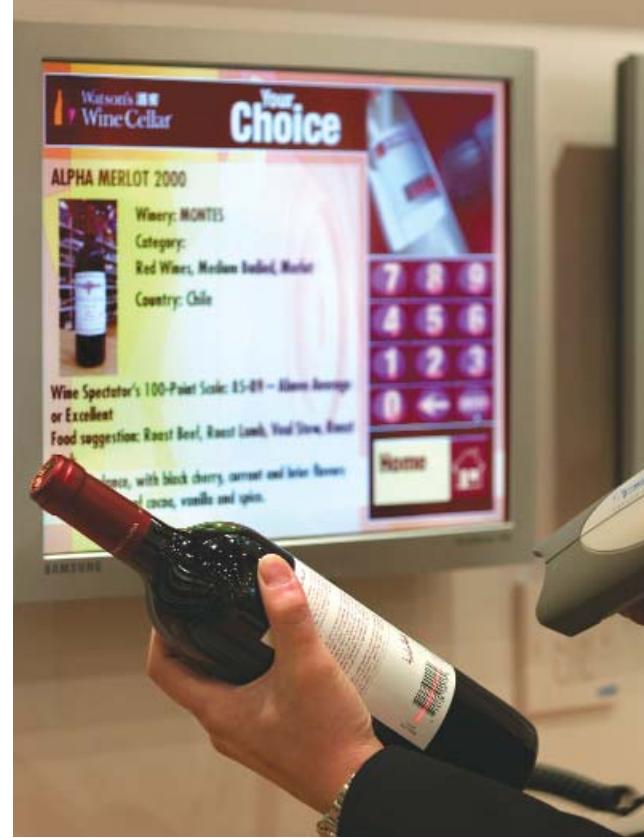


美，一切都是值得的。」

然而，最具革命性的是為毫無頭緒的顧客而設的一項服務功能。假如你腦海一片空白，只知道要配搭泰式沙律或英式烤牛肉，那你只需在資訊站的輕觸式屏幕上選擇美食種類，再點選菜式，電腦便會提供一系列適合的餐酒，並顯示不同的售價等級。

餐酒資料庫顯示，德國薏絲琳 (Rieslings) 和賽蜜蓉可以配搭傳統粵菜，而寶祖利 (Beaujolais)、勃艮地或羅納谷 (Cote du Rhone)，尤其是黑皮諾，則宜配搭印度咖喱。

利華爾說：「我們現正不斷擴充餐酒和菜式的配搭選擇。」



## 追求完美

**屈**

臣氏酒窖以優質超值為採購

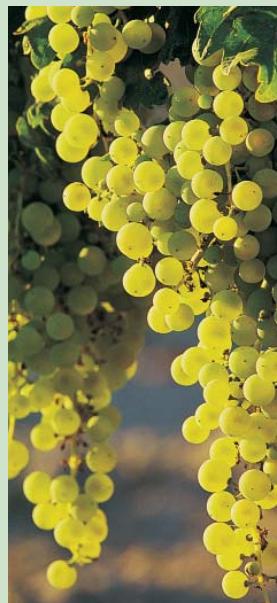
準則，出售約二千款餐酒。

總經理利華爾說：「我們只會採購物有所值的餐酒。」

要在全球浩如煙海的餐酒中發掘佳釀，本身已是一門藝術，每款餐酒推出發售前，都必須經過試飲程序。

為選購波爾多一級酒莊的經典名酒，醇酒買手柏珍妮每年都會親赴各大酒莊兩次，出席獨家試飲會，以掌握即將推出的餐酒的口味。

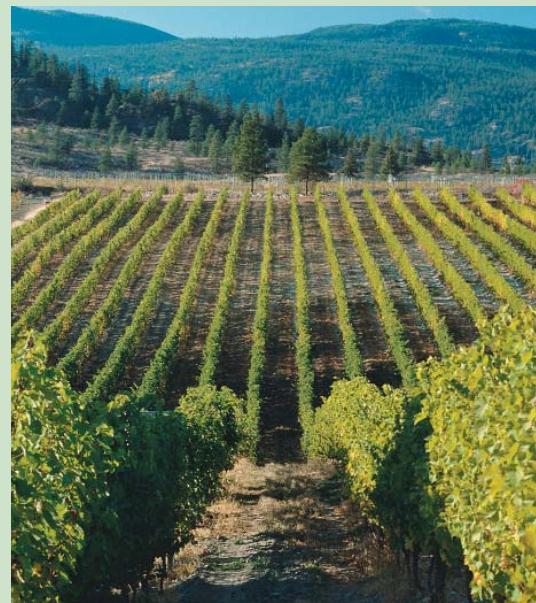
對餐酒權威羅伯特·帕克高度評價的名酒，自然必須格外留神。



利華爾說：「全世界都希望購得這些極品，香港客戶也不例外。」

然而，屈臣氏酒窖也會前往波爾多附近一些名氣稍遜的酒莊，搜尋物超所值的佳釀。

利華爾續說：「我們嘗試選購市場上較易購得的高級餐酒。如能比羅伯特·帕克等專家搶先一步購得這些高級佳釀，我們和客戶自然更加開心。」



除了波爾多和勃艮第等名酒外，屈臣氏酒窖又向世界各地採購佳釀，包括澳洲、新西蘭、南美洲、南非、美國以至歐洲各國。

利華爾又與「新世界」採購員陳慧敏一起出席多個國際展銷會。他說：「由於各地餐酒在同一場地展出，我們可以同時品嚐多款佳釀，倍感方便。」

## 熱情如酒

# 商

業機構鮮有鼓勵僱員在工作時喝酒，但屈臣氏酒窖卻例外。這家香港首屈一指的餐酒零售商推出一項計劃，向全體員工灌輸國際水平的餐酒知識。

屈臣氏酒窖業務發展經理 Ross Edward Marks 說：「我們的使命是為顧客帶來亞洲區最完美的餐酒零售服務體驗。」

Marks 是全球備受推崇的頂級侍酒師，經常主持員工試酒會，讓他們熟悉店內新產品的最新資料。

此外，大約五十名員工現正參加與倫敦餐酒與烈酒教育基金 (Wine & Spirit Education Trust，簡稱 WSET) 合辦的全面培訓課程。



Marks 說：「我們的目標是讓營業人員透徹認識公司所有的產品。」

員工完成培訓後，將具備中級程度的餐酒知識。他們如有能力應付類似大學

的學習活動，並有過人熱誠，便有機會參加高級程度的培訓，但此項收費港幣七萬元的課程「至今尚未提供」。

為配合開辦上述培訓課程的要求，屈臣氏酒窖申請成為 WSET 認可課程經辦人並獲得批准。WSET 是英國政府認可的國家職業培訓資歷頒授機構，而 Marks 本身也是這項課程的認可導師。

屈臣氏酒窖希望日後可以為有興趣的客戶提供 WSET 課程，助他們加強餐酒知識。

香港屈臣氏酒窖總經理利華爾說：「我們的構思是推出有關波爾多餐酒等方面的小型課程，並希望市民知道，我們不但是銷售餐酒的大公司，也對本地餐酒文化作出貢獻。」

此外，美酒資訊站的內容有中文和韓文兩種版本，而日後將加入日文等其他語文，在香港華洋共處、語言複雜的社會，在餐酒零售領域再創優勢。

### 開拓新天地

展望未來，羅敬仁認為美酒資訊站大有潛力發展成為獨立的小型餐酒門市。

他說：「為甚麼不可以呢？我可以想像，日後每幢辦公大樓或住宅大廈都會設有一個美酒資訊站，就好像今天的汽水機般處處可見。你也許可以在選購餐酒和結賬後，要求專人送貨到你家裡。在日本，甚麼東西都有販賣機，那餐酒為何不能？」

屈臣氏酒窖認為本港餐酒市場能容納大約十五家門市才達到飽和，並預期明便可達到這個目標。

屈臣氏酒窖十年前才開設首家門

市，在餐酒零售業資歷相對短淺，但認為亞洲和歐洲的餐酒市場極具擴展潛力。

香港零售商要在壁壘森嚴的「傳統釀酒區」開創局面，聽起來好像不可思議，但羅敬仁認為這個目標是切實可行的。

他指出：「首先，歐洲人的耗酒量甚

金充裕、業務遍全球，因此屈臣氏擴展業務相對較為容易。」

屈臣氏集團在亞洲區內設有逾一千一百家零售店，並在十八個國家經營約二千六百家保健和美容產品專門店，分店遍佈英國與歐洲。

羅敬仁說：「我們可能是全球其中一家實力最雄厚的零售商，而在亞洲，我們是少數能把業務擴展至歐洲的公司之一。因此，我們應可摸索到擴展餐酒零售業務的模式，並有實踐成功所需的專業知識。」

公司現正積極構思擴展大計。

羅敬仁續稱：「這是一個難得的機會。其他餐酒公司大多屬於小規模經營，往往有資金周轉的問題，並受到超級市場和批發商兩面夾擊。但是，我們不但沒有這些問題，並且擁有擴展業務所需的支援和資源。」

### 屈臣氏酒窖把高科技 引進餐酒零售業

高，而且顧客願意支付較高價格來購買優質餐酒，但他們大多在超級市場選購餐酒，所以餐酒專門店的滲透率頗低。」

屈臣氏酒窖進軍歐洲的最大優勢，其實源自屈臣氏集團本身。

屈臣氏集團的母公司和記黃埔集團資

