

# sphere

#36 2014   
和記黃埔集團刊物



網上下載《Sphere》

## 水務興隆

- 14 縱橫水世界
- 20 對症下藥
- 24 守護未來





《Sphere》#36  
2014年10月號

封面插圖：麥震東

道家學說的太極兩儀圖，象徵剛柔相濟、陰陽調和的重要性。今期封面以水的形態繪畫此經典圖象，表達人類用水的同時，須珍惜食水，妥善保護水資源。和黃各項水業務除了滿足人類的用水需要，也善用科技和工程技術保護水資源，為回復地球的生態平衡努力不懈。



Hutchison Whampoa Limited  
和記黃埔有限公司



版權所有，未經和記黃埔有限公司書面授權，不得翻印或轉載。本刊文章內容純屬作者的意見，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。

©2014和記黃埔有限公司擁有版權

## 著名科幻小說作家克拉克爵士： 「任何先進科技都與魔法無異。」

歡迎辭

# 幻化科技

克拉克爵士運用豐富的想像力，創作了多本影響深遠的科幻小說，包括《2001太空漫遊》。他曾說道：「任何先進科技都與魔法無異。」

人類現在依靠的科技，其實也和魔法差不多，運用得宜，就像一根魔術棒，將不可能變成可能。和黃旗下多間公司，將科技運用得出神入化，為顧客帶來前所未有的方便。

以生命之源食水為例，我們一扭開水龍頭，都會認定水可以安全飲用，但對水的源頭、淨化、檢驗、輸送和處理過程卻是不甚了了。和記水務深明食水珍貴，並透過不斷的學習和投資，力求改善水務服務。

藥物研發也是一樣，背後盡是鮮為人知的心血與龐大資金投入。和黃中國醫藥科技勇於創新、擅用科技，在藥物研發方面努力不懈，為頑疾提供新療法。

向參加世界盃和奧運會的國家隊喝采打氣與支持看似簡單，但也需要遍佈全球的技术團隊、物流供應鏈及營銷專才的共同努力，才能成事。能夠參與共建環球盛事，和黃與有榮焉。

希望大家開卷有益，從這期《Sphere》中發掘和黃一些「與魔法無異」的奇妙故事。□

出版：  
和記黃埔有限公司  
香港中環  
夏慤道10號  
和記大廈22字樓

網址：  
www.hutchison-  
whampoa.com

和黃編輯委員會：

張景如  
劉偉清  
梁瀚思  
廖亦瑩  
陸詠琴  
陳穎敏

如有意見及查詢，  
歡迎發電郵至  
SphereE@hwl.com.hk

編輯：  
韋漢忠

作者：  
林炫禎  
周嘉怡

印刷：  
bigboXX.com Limited

創作顧問：  
**WHAM™**  
thewhamagency.com

設計及製作：  
HK Magazine  
Media Group Ltd.  
電話：+852-2850 5500

出版人：  
樂智衡

創作團隊：  
彭健怡  
熊梓榮  
鄭易齊  
許易璋

插圖：  
麥震東

製作團隊：  
張悅兒  
張婉儀

# 目錄

0 4

## 集團消息

港口及相關服務

地產及酒店

零售

電訊

基建

能源

及更多!

1 0

## 營運專題



### 世界級盛事的幕後英雄

從世界盃到奧運，當舉世投入世界級盛事時，和黃集團旗下公司都在背後默默耕耘，確保大眾可同享歡樂，盡情喝采！

# 14

## 封面故事



# 縱橫水世界

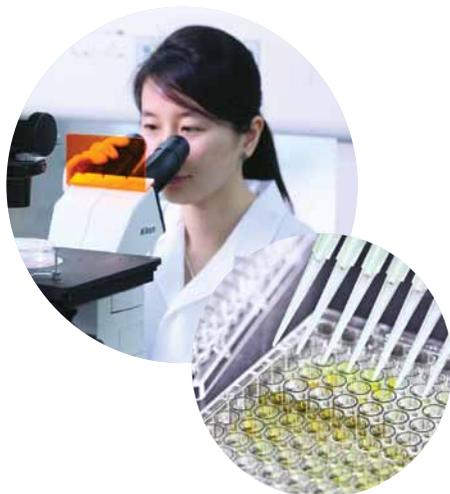
和記黃埔經營的水業務，足跡遍佈沙漠、平原以至鄰舍商店。集團不斷拓展科技與工程疆域，潤澤世界各地，滿足社區需要。

2 0

### 醫藥專題

#### 對症下藥

和黃中國醫藥科技改寫製藥業的遊戲規則，以全新方法和思維，改變人們對藥物研究的看法。



2 4

### 公益焦點

#### 守護未來

李嘉誠先生在汕頭大學畢業典禮上致詞，寄語學生作為社會棟樑，須對未來有承擔，並要有服務人群的心志。



2 6

### 零售焦點

#### 全方位·贏客心

屈臣氏集團的營運策略運用先進技術，為顧客設計更貼心的購物體驗。顧客愈開心，忠誠度愈高 — 締造一個兩利局面。



# 集團消息

## 企業

### 和記黃埔閃耀國際舞台

和記黃埔一直被譽為全球最具影響力企業之一，在「2014福布斯全球企業2,000強」中，集團名列第136位。這個排行榜以營業額、利潤、資產及市場價值作為準則，全面評選全球最大規模的上市公司。

另一著名財經雜誌《財富》的排行榜則以收益為準則，評比各家企業。和黃在「2014年財富世界500強」中，位列363；如單以中國的企業計算，和黃則名列第70位。



## 基建

### 星級殊榮一：公用事業之星

UK Power Networks 在2014年舉行的英國首屆「Utility Week Stars Awards」中囊括四項殊榮，包括「年度最佳團隊（營運）」、「年度最佳團隊（客戶接待）」及「客戶服務」三項大獎；負責架空電線技工鄧樸則憑52年豐富經驗，獲選為「長期服務獎」得獎者之一。



### 星級殊榮二：企業

Northumbrian Water 憑藉對可持續發展的堅持，二度獲頒號稱英國商界最高殊榮之一的「Queen's Award for Enterprise」。得獎機構獲邀到英國白金漢宮，Northumbrian Water 行政總裁莫頌嫻親見英女皇，代表公司領獎。



## 電訊

### 3愛爾蘭完成收購O<sub>2</sub>

3愛爾蘭完成收購愛爾蘭O<sub>2</sub>，市場份額上升至37%，活躍客戶則增至逾200萬。

3愛爾蘭行政總裁方力行表示：「這是愛爾蘭電訊市場的一個大日子。我們將會結合兩家公司的優勢與人才，為愛爾蘭流動電話市場注入強大力量。引入良性競爭，對消費者和愛爾蘭來說都是一大喜訊。」

## 社交媒體宣揚和黃志奮領獎學金

和黃多年來鼎力支持志奮領獎學金計劃，與英國外交及聯邦事務部共同資助香港和中國內地的優秀專才，到英國攻讀研究生課程，至今捐資超過640萬英鎊。踏入21世紀，和黃與時並進，善用社交媒體Facebook和Google關鍵詞搜尋等渠道，擴闊招募優秀專才的接觸面。



## 活出夢想！

屈臣氏集團致力培育傑出學生運動員，在第九屆香港學生運動員獎頒獎禮上，表揚913位表現卓越的同學。活動舉辦至今，已有7,425名學生獲得此項殊榮；參與的學校包括本地中小學及特殊學校，數目佔全港學校逾八成。得獎學生在家長、校長及老師的嘉許聲中，獲頒發獎狀及獎學金。



## 微笑遍天下

屈臣氏集團於亞洲及歐洲10,800多家零售店發起首個「全球微笑計劃」，藉此加強員工與顧客之間的溝通，體現親切的服務文化。活動於6月18日揭幕，來自全球25個地區的員工以100,000個最親切的微笑歡迎顧客，為各地顧客帶來愉快的購物體驗。

## 屈臣氏心繫香港

根據《Campaign Asia-Pacific》與尼爾森發表的「亞洲一千最佳品牌」報告，屈臣氏是香港知名度最高的十大品牌中唯一的本地品牌。自2009年起，屈臣氏已連續六年榮獲「亞洲第一健與美（零售）品牌」\*大獎。

\*《Campaign Asia-Pacific》2014年「亞洲一千最佳品牌」逾6,000名受訪者市場調查結果

## 全球微笑計劃：

- ☺ 25個地區
- ☺ 10,800多家零售店
- ☺ 100,000名員工
- ☺ 100,000個最親切的微笑

其他

## 隨身婚禮 統籌良伴

新婚生活易推出「婚享同學會」應用程式，讓準新人隨時隨地掌握婚禮資訊。自2011年成立以來，新婚生活易的社交平台「婚享同學會WOW」，一直為準新人提供婚禮籌備心得，新的應用程式相信會大大節省籌備婚禮的時間及精力。



## 慈善足球王

新城廣播有限公司發揮樂善精神，舉行《新城慈善足球王盃2014》。在開球禮上，公司副董事總經理宋文禧、公益金董事局成員余錦遠、足球教練及社會名人齊齊亮相，向社會各階層推廣健康運動風氣，並為有需要人士籌募善款。

港口

## 力臻至善

巴塞南歐碼頭於6月6日舉行新一期擴展工程的奠基儀式，由加泰羅尼亞區長Artur Mas i Gavarró與和記港口集團董事總經理葉承智主持，出席嘉賓尚包括巴塞隆拿市長Xavier Trias、艾爾帕德洛布里加特市長Luis Tejedor Ballesteros與巴塞隆拿港務局主席Sixte Cambra。

2015年竣工後，巴塞南歐碼頭岸線將達1,500米，前沿水深16.5米，可同時容納四艘超大型貨櫃船。堆場設備方面，11台超級超巴拿馬式岸邊吊機和54台自動式龍門架吊機，將分佈於27個自動化貨櫃倉儲區。



酒店

## 8度酒店屢創佳績

8度海逸酒店以卓越服務見稱，連續五年榮獲TTG中國旅遊大獎的「香港最佳中檔酒店」獎，獲旅遊顧問、旅遊專家、旅行社及景點管理公司一致推崇。

酒店的8度餐廳則連續第三年在香港雜誌《U Magazine》「我最喜愛的食肆選舉」

中獲選為「我最喜愛的自助餐廳」；並二度成為《新假期》周刊「必吃食店大獎」的「必吃自助餐」票王，和連續兩年獲《新假期》頒發「必吃食店大獎」。這些獎項印證各地酒店餐飲業專才的看法：8度海逸酒店譽滿中華。





#### 能源

### Sandall重油熱採項目投產

赫斯基能源位於加拿大薩斯喀徹溫省的Sandall重油熱採項目已於今年初投產，每日產量達3,500桶石油當量。聯同去年兩個已投產的重油熱採項目，Sandall項目進一步鞏固赫斯基能源加強重油開發的發展策略。



#### 地產

### 五人足球熱潮

五人足球是一種衍生自傳統足球的室內運動，雙方各五名球員對壘，節奏明快。這種比賽源於巴西及烏拉圭，現已傳入成都，受到不少球迷歡迎。

和記黃埔地產（成都）與成都足球協會攜手合辦成都「i都會盃」，獲得逾百支企業隊伍參加。在四個月賽期內，當地商界掀起巴西足球熱潮，並以球會友，加強聯繫。

### 上海和黃藥業在山東省建立蟾蜍規範化養殖和蟾酥加工科研生產示範基地。

#### 其他

### 深化合作

上海醫藥集團深化與和黃中國醫藥科技的合作，雙方簽署合作協議，將上海醫藥集團旗下六種處方中藥產品在中國的獨家經營權，授予上海和黃藥業新設的醫藥銷售公司。六種處方藥產品涵蓋多個治療領域，包括腦血管疾病、前列腺問題、支氣管炎、癌症疼痛和腎臟疾病等。



### 救救蟾蜍

隨著麝香保心丸的需求持續增長，其主要成分、取自自蟾蜍神經毒素「蟾酥」的需求量也逐年提升。

上海和黃藥業投資成立全資附屬公司「荷澤和黃生物資源技術有限公司」，並在山東省建立蟾蜍規範化養殖和蟾酥加工科研生產示範基地。



## 酒店

### 五覺夢飛行

為慶祝開業12周年，香港都會海逸酒店於8月推出「五覺夢飛行」主題客房。酒店在九間指定的主題客房加入五項感官享受，包括情景燈光（視覺）、按摩（觸覺）、廣東流行曲（聽覺）、美味晚膳（味覺）及淡雅香薰（嗅覺），為賓客創造一個夢寐以求的酒店住宿新體驗。



## 其他

### 愛讀書·齊環保

TOM集團過去十載一直定期舉辦「愛心同享讀書樂」贈書活動，培養社會各階層終身閱讀的習慣。今年TOM更與親子王國環保教育基金合辦「愛讀書·齊環保」計劃，向低收入家庭學童灌輸環保意識並捐贈圖書，首站探訪了香港東華三院方樹福堂幼稚園。

## 基建

### 「泊」出高回報

2014年7月，長江基建集團及長江實業集團的合營公司完成收購Park'N Fly，交易之企業價值約為3億8,100萬加元。Park'N Fly是加拿大最具規模的機場外圍停車場服務公司，服務多倫多、溫哥華、蒙特利爾、艾德蒙頓及渥太華等地區。



### 小義工大腳印

港燈義工隊成立十周年，所累積服務時數超過36,000小時。關懷長者是港燈義工隊的服務重點之一，他們每月探訪長者，幫助經濟困難或行動不便的獨居長者購買日用品。

## iPhone 6 狂熱

全球引頸以待的智能手機iPhone 6旋風式抵港，3香港不單只在門市辦理顧客的換機和上台手續，更於市內多個地方開設臨時服務中心，加快處理預訂顧客的熱切需求。3香港並延長服務時間，早上7時便開始服務，確保各位蘋果迷能在上班前便可享用他們期待已久的「早點」！



### 回收回饋

和記電訊香港控股全力支持童協基金會舉辦的「愛心分享大行動」，於5月20日至22日期間，在和記電訊大廈設置回收站，收集員工捐贈可循環再用的教育及家居用品，以實際行動回饋社會，幫助有需要的兒童。

## 青島「一生我愛你」！

位於青島海傍新街里的曉港名城，是一個大型住宅、購物及娛樂區。在新街里舉行的「一生我愛你」婚禮活動，八對身穿異國風情婚紗禮服的新人一起亮相，浪漫愛意洋溢四方。



## 環保港口

在世界各地，和記港口集團旗下業務單位致力節能減排，保護環境。菲力斯杜港最近引入四台電動輪胎式龍門架吊機，較傳統的柴油驅動吊機節省45%能源。

此外，位於墨西哥的恩塞納達國際碼頭及恩塞納達郵輪碼頭港口區，已完成安裝節能LED照明設備。



## 電動輪胎式龍門架吊機較傳統吊機節省45%能源。

## 綠色之星

今年3月，歐洲貨櫃碼頭第二次獲頒「Lean and Green Star」大獎。該獎項表揚企業積極創新，促進物流鏈的可持續發展。

香港國際貨櫃碼頭6月初通過了續簽ISO14001環境管理體系認證的所有審核，有助碼頭識別並管理營運對環境的影響。

# 世界級盛事的 幕後英雄

當國際盛事進行得如火如荼之際，有誰會想起歡呼聲背後，無數團隊不斷努力拼搏，確保一切運作正常。當全球目光都集中在世界盃和奧運會等大型盛事時，和黃團隊正日夜不休，緊守崗位，務求讓全人類能盡情喝采。



鳴謝：UK Power Networks員工Susan Neves



**世界級盛事籌劃經年，從零售到旅遊服務，以至電力供應，每一環都需要仔細的準備。**

《Sphere》帶大家窺探和黃集團旗下公司如何在背後「發功」，讓每個人都可盡享精彩時刻。

### 最強勁旅：和黃「備戰」世界盃

世界盃是全球最多人觀看的體育盛事之一。今年，3香港與和記環球電訊並肩作戰，確保其寬頻及流動網絡為香港客戶提供暢順無間的觀戰體驗。

過往，大部分球迷都只是透過電視機欣賞直播賽事，但隨著流動通訊科技普及，近年不少年輕人也會透過手機、互聯網或各種流動裝置觀看世界盃賽事。

### 世盃新體驗

現今世代，靠電視台直播已不再是觀賞世界盃賽事的唯一途徑。3香港的流動網絡，讓球迷隨時隨地觀看賽事戰況、精華片段、最新賽果及賽事重播等。此外，和記環球電訊採用先進的射頻光纖傳送技術，而非透過人造衛星，為電視台直播賽事。和記環球電訊擁有充裕的頻寬，故此世界盃的內容均以專屬的光纖傳送。

### 首要任務：滿足球迷

緊湊的賽事往往是傳送需求最高的時段，可惜的是，由於時差關係，流動數據用量大部分集中在清晨，避開了日常的高峰期。換言之，在世界盃期間，一般在凌晨二時至五時的例行網絡升級和保養工程，需要安排在沒有賽事的日期進行。

3香港又充分把握世界盃帶來的商機，推出一系列服務計劃。球迷除可透過Planet 3手機網站瀏覽有關世界盃的精彩內容外，更可參與遊戲贏取豐富獎品。

除了照顧香港的球迷，3香港也特別為於世界盃期間前往巴西觀戰的客戶，提供貼心的服務計劃。手機服務以外，集團旗下另一「勁旅」，早已施展渾身解數，為客戶購買賽事門票和預訂前往巴西的機票。

### 一票難求

四年一度的世界盃，都教Hutchison-Priceline (Travel) Ltd忙得不可開交。憑藉廣泛的業界人脈，Hutchison-Priceline得以與國際足協的精選業務夥伴合作，為客戶安排前往賽事舉行的國家，確保他們不會錯過最精彩的賽事。

Hutchison-Priceline行政總裁馬宗傑表示，時間是公司最大的挑戰。同事固然會全力為客戶妥善安排行程，但卻不可能在短時間內創造奇蹟。故此像世界盃這種全球矚目的盛事，籌備工作往往要提早一年展開。

不但旅遊行程須盡早安排，與重要合作夥伴合辦旅遊和世界盃相關的推廣及營銷活動，也要預先策劃。2014世界盃期間，Hutchison-Priceline獲一家國際信用卡機構委託管理推廣活動，送出巴西世界盃的旅遊套票予冬季期間，在香港一個高級商場消費額最高的客戶。Hutchison-Priceline負責籌劃和執行有關的旅遊計劃，確保得獎者可前往巴西觀賞賽事。

馬宗傑說：「員工熱誠投入，幹勁十足，慶幸能夠和客戶同步分享盛事帶來的歡樂，這也是我們能參與其中最大的樂趣。」如果香港員工對參與遠在地球另一邊的世界盃賽事都如斯興奮，那東道國員工的亢奮情緒就更不在話下了。在倫敦和北京舉行奧運會的時候，當地的和黃員工均悉力以赴，全情投入。

### 為奧運添動力

2012年倫敦夏季奧運會是一項繽紛多姿的體壇盛事。來自204支國家隊的10,820名運動員，在34個場館競逐獎項。奧運戰況精彩刺激，拼湊出一幕幕扣人心弦又振奮人心的場面。

UK Power Networks花了七年時間籌備，為奧運的大部分場館提供電力。作為承辦商，它一直默默耕耘，沒有像贊助商一樣把自己塑造成萬眾矚目的焦點。其付出未必引起大家的注意，卻是整項體壇盛事不可或缺的重要部分，公司亦因此贏得「年度最佳公用事業企業」的殊榮。

### 生活易網站：面向全球的世界盃商店

2006年，專門從事電子商貿的生活易網站，獲國際足協選為德國世界盃的亞洲官方網上商店，負責整個網上銷售流程，由網站設計，以至營銷、付運及存貨控制。

生活易網站兼Hutchison-Priceline行政總裁馬宗傑表示，最大的考驗，莫過於對付充斥市面的劣質冒牌紀念品。為免損害國際足協和生活易網站的利益和聲譽，公司必須時刻保持警惕，識別網上騙徒並向有關當局舉報，以正歪風。

「我們要設計網站，向持牌供應商採購商品。還要決定訂購的貨品種類和數量，並管理存貨……這是個有趣的經驗，至今仍記憶猶新。」

### 硬件：中央變電站

UK Power Networks的配電網絡，負責為奧運會其中29個場館供應電力。公司還為非體育項目的大量後勤設施供電，如國際廣播中心、新聞中心總部等。

公司於2006年展開工程，先要為奧林匹克公園興建一個全新的配電網絡。位於Kings Yard新建的主變電站能發電132兆伏安，需要鑽挖一條七公里長的隧道來鋪設新的132千伏電纜。主變電站的設計既創新而又具成本效益，其佔地面積只是一個相等容量變電站的三分之二。工程師更為主變電站加入大自然元素，在棕色屋頂提供雀鳥棲息地。

奧林匹克公園啟用時，輸電網絡包括185座配電站、250公里長的電纜，以及900盞街燈。

UK Power Networks承擔的工程費用超過1億2,500萬英鎊，並須在奧運會結束後拆卸100座臨時配電站。這些配電站現已重新編入公司的輸電網絡，繼續服務市民。

### 軟件：制訂方案

在距離奧運開幕還有三年之時，UK Power Networks已成立了一支特別項目小組，制訂營運策略。

小組落實了460項緩解措施，包括測試遍佈倫敦市116座大型變電站的網絡保護系統，確保變電站免受滋擾。工作人員當值更表更經精心編訂，確保隨時隨地都能迅速回應系統可能出現的故障。此外，UK Power Networks還提前各項建設工程，確保整個網絡的有效操作和應變能力達到最高水平。加上為各種有可能發生的事故而制訂詳細的應變方案也準備就緒，無論是就奧運會而建或其長期客戶而言，輸電網絡均處於最佳狀態。在距離奧運開幕最後六個月內，UK Power Networks更演習了八次，當中包括不同層面的應變管理。

阻截網絡攻擊的預防工作也發揮了效用。在奧運會舉行開幕禮當天的凌晨時分，保安人員察覺到的確有人計劃對供電系統進行網絡攻擊。尚幸網絡攻擊最終沒有成事，足見UK Power Networks所落實的計劃滴水不漏。

### 金牌表現

奧運期間，大批旅客湧入倫敦，令當地的用電量長時間較2011年同期增加7%。雖然用電需求上升，加上遊客人數空前龐大、道路工程受到限制，但奧運期間的電力網絡表現不但未受影響更兼而有所提升。奧運期間，奧運體育場館、酒店、交通網絡、指揮及控制中心，或廣播電台等均無發生電力故障，倫敦奧組委的後備發電機一直維持備用狀態。

除了榮獲「年度最佳公用事業企業」的殊榮外，UK Power Networks的2012倫敦奧運團隊也於同年榮獲Utility Industry Achievement Awards頒發「年度團隊大獎」。在由籌備至提供服務的過程中，整個團隊群策群力，合作無間。這方面的經驗對籌辦日後的奧運會很有幫助，UK Power Networks便曾向2014年索契冬奧的工作人員提供他們的專業意見，而對2016年的里約熱內盧奧運會，他們也會一樣樂於協助。

和黃對多屆奧運的支持，並非只限於提供紮實可靠的工程技術，在2008年北京奧運期間，集團還提升了人力資源的質素。

### 全民迎奧運

2008年北京奧運空前成功，北京市為奧運會和殘奧會全力培訓逾十萬名義工。屈臣氏中國也竭盡本份，提升市內人力資源的質素。



屈臣氏在北京奧運期間特別為旅客編製的資料，一應俱全！



## 為旅客開便利之門

2005年奧運籌備工作展開時，當年的北京還未像今天般國際化。在成功背後，中國屈臣氏也盡一己之力，令奧運接待到訪旅客的工作更錦上添花。

屈臣氏善用客戶服務經驗，為旅客量身設計載有重要資訊的資料包，當中包括北京市地圖、地鐵路線圖、奧運賽程表、機場穿梭巴士路線和時間表、實用普通話日常用語、緊急電話號碼，以及就近屈臣氏商店的位置及產品資料。

屈臣氏在北京的12間商店放置了12,000萬份資料包，另有38,000份放在指定的食肆、酒店和機場。資料包用得其所，能幫助旅客和為商店帶來更多生意。不少旅客都是來自屈臣氏尚未覆蓋的地區，他們在店內甚至可以找到員工以英語為他們服務。這趟北京之旅，使他們認識到屈臣氏是一個值得信賴的國際零售品牌。

## 「我會說英語」

為了令接待外國旅客的服務更臻完美，屈臣氏保送員工到專業英語培訓學校，接受為期兩個半月的英語培訓。完成培訓後，表現理想的店員配戴「I can speak English」（我會說英語）的徽章，獲派往屈臣氏位於北京的12間商店，以及位於奧運帆船賽場所在地青島的一間商店，為操英語的旅客服務。

從北京到倫敦以至香港，集團在提升基建、能源和人力資本質素方面的經驗，繼續為全球體育盛事錦上添花。就像舉世矚目的世界級運動員，集團員工全情投入、克服挑戰，以完美表現贏盡喝彩。要親身感受國際盛事的風采，成為座上客只是其中一個方法；能為賽事盡一分力，所帶來的滿足感絕不亞於親歷其境的觀眾！ □



鳴謝：香港欖球總會

## 港燈力撐 七人欖球賽、東亞運動會

雖然規模不及奧運會宏大，2009年東亞運動會和一年一度的香港七人欖球賽，均是香港較大規模的國際賽事。作為港島區的電力供應商，香港電燈有限公司（「港燈」）在賽事前克盡己職，確保賽事期間供電穩定可靠。

## 一絲不苟

為配合活動舉行，港燈員工事前須仔細測試，確保變電站內所有設備正常運作。警方也會協助檢查變電站內會否藏有任何可疑物品，完成後更在變電站入口加上封條，以防有人擅闖變電站干擾設備。

供電網絡互相連接，有助加強變電站的穩定程度。但在賽事期間，港燈會避免在同一供電網絡進行工程。一般而言，如

市區出現電力故障，港燈工程人員平均可於28分鐘內抵達現場搶修。但以七人欖球賽等大型賽事為例，港燈會特別安排技術人員駐守現場，確保如發生任何緊急情況，工作人員能在一分鐘內抵達變電站。

## 有備無患

此外，在港燈的供電網絡上，同一時間有超過一條電纜為香港大球場的變電站供電。若其中有一條電纜發生故障，另一條電纜仍繼續為變電站接駁供電網絡，確保供電不會受影響。

港燈的供電可靠度超過99.999%，屬世界級水平。面對國際級的大型活動在本地舉行，港燈更投入多一分責任和使命，務求讓現場和全球觀眾得享百分百的歡樂氣氛。





# 縱橫水世界

隨著需求增長、氣候變化加劇，地球資源正日漸匱乏，缺水的危機，更是威脅著世界多處地區。

和

記黃埔近年積極為需求最殷切的地區生產和供應食水，無論是大型的淨水和輸水服務，還是運動員的補給飲料，和黃都以世界級科技結合數十年的工程經驗，為多個地區提供飲用水，更協助在潮濕季節疏導雨水，以防洪澇為患。在全球市場對水資源管理及科技的需求愈趨殷切之時，和黃早已準備就緒，為未來數十年全球水務市場作先鋒。

### 沙漠清泉：索萊克海水化淡廠

自古以來，沙漠地區的水資源管理是個重大民生議題。在舊約聖經中，以撒與非利士牧羊人，就因為爭奪數口水井不斷爭吵（創世記26章）。然而，隨著新科技的出現加上妥善的管理，水資源問題在以色列漸見轉機，當中的關鍵在於海水化淡。

索萊克海水化淡廠是全球規模最大的海水化淡項目之一，位於台拉維夫以南約15公里，每年處理能力達1.5億立方米。和記水務有限公司與當地公司IDE Technologies攜手中標取得合約，負責建造並營運這個獨一無二的重要項目。和記水務行政總裁高恩表示：「索萊克海水化淡廠是和記水務首個大型項目，我們初試啼聲便能拿下這個世界級規模的項目，實在深感鼓舞。」自2013年完工以來，該項目已為數百萬人提供清潔的飲用水，滿足以色列住宅和商業用水兩成的需求。

### 科技突破

索萊克海水化淡廠採用海水逆滲透化淡技術，以現今最先進的科技，為以色列全國供水系統提供水源。和記水務高級項目經理唐朗表示：「索萊克項目標誌著海水化淡領域

## 「簡直就像是世界末日。」

Northumbrian Water 排污及新項目發展經理麥騰

的一項突破。」化淡廠突破尺寸和安裝技術的限制，採用16吋而非8吋的滲透膜，並垂直而非橫向安裝，可簡化處理流程，提高營運安全。進水和出水管道均藏於海床下的隧道，延伸至海岸約兩公里外，確保取用的海水品質潔淨，並保護自然環境。唐朗解釋道：「我們在Palmachim海灘底下挖了一個坑，若你在海灘上漫步，絕對察覺不到地底下是豎井和隧道，這項科技成就令人讚歎。」

### 攜手努力

索萊克海水化淡廠對科技和環保的承諾得到業界肯定，最近榮獲全球「年度最佳海水化淡項目」殊榮。頒發該獎項的，是業內具領導地位的全球水資源及市場研究機構國際水務情報局。索萊克海水化淡廠被視為業內在技術及生態可持續發展方面最備受矚目的項目，和記水務執行董事艾爾達表示：「在執行方面，項目按財政預算如期完成，團隊各成員功不可沒。」

和記水務團隊經驗豐富，與IDE的技術優勢完美結合。和黃集團還發揮財務專長，促進索萊克項目的成功發展。和記水務財務總監胡寬文表示：「我們很榮幸能憑藉和黃集團的雄厚財力，為這個項目籌措融資。」

這個合資項目結合了先進技術和國際財務

### 技術搖籃Kinrot Ventures

憑藉出色往績，和記水務於2012年贏得招標，在以色列經營技術培育項目Hutchison Kinrot Ventures。透過該項目，和記水務協助新創的科技公司研發具有市場價值的可行技術。艾爾達博士解釋道：「我們幫助十多家科技公司開發產品，支持他們打入環球市場，從和黃全球50多個國家的業務活動中受惠。」這些公司均有改變世界的深厚潛力，以下僅為兩例。

Aquarius Spectrum採用創新的感應器及算法，研發出獨特的解決方案，以低廉收費提供高精密度的聲學水滲漏偵測服務。這種科技的測漏精密度高達一毫米，使公用事業公司能優先安排維修工程，減少管道滲漏，因而有助節省用水、能源及金錢。

Hydrospin創立於2010年，研發獨特的微型發電機，利用管道中的水流發電，產生的電力可用來操作儀器，測量水中的毒素、酸鹼值、氯含量及壓力等。系統為公用事業公司提供實時數據，毋須使用昂貴而有毒的電池及容易受損的太陽能電池板。該公司的產品以較低成本提供更高質素的資訊，除可減少使用昂貴的電池外，更可改善水資源管理，有助環保。

專長，確保以低廉成本達致超卓的效率與質素。艾爾達博士表示：「便宜價格惠及以色列消費者。」

### 超越供水的合作基石

索萊克項目被譽為工程技術和財務安排上的一大傑作，所發揮的作用並不止於提供清潔食水。以色列透過該海水化淡項目，不只为以國提供逾半清潔飲用水，更足以為鄰國供應食水。艾爾達博士說：「我們努力應對因水源不足所帶來的挑戰，事實證明我們能夠以低成本生產食水，充足的供應更為地區合作奠定良好基礎，減低因水資源稀缺而產生的紛爭和緊張關係。」

### 展望未來

艾爾達博士希望把索萊克項目的成功經驗，應用於全球其他地方：「我們現在是全球其中一個最大的海水化淡廠承建商和營辦商，具備優越的條件爭取更多相關合同。」

高恩也道出他的期望：「憑著集團的技術優勢、專業經驗、財政實力以及和記水務在建造和營運全球最大海水化淡廠的成功經驗，我們有機會在全球其他地區進一步開拓海水化淡業務。」

和記水務利用新科技為沙漠地區供水，而Northumbrian Water Group (NWG) 則運用數十年的專業經驗，為英國人民提供清潔食水和處理廢水。

### 不患寡，只患多： 英國的水資源和廢水管理

無論在中東沙漠，還是歐洲東北部的潮濕地區，和黃對水資源的管理方式，都充分體現集團營運地區的多樣化環境。在多雨的英國東北部，海水化淡並無必要。涵蓄水資源、淨化水質，疏導積水流向大海避免洪澇災害，才是這裡面對的挑戰。

### 英國業務的三個火車頭

NWG在英國經營三項業務，每項業務各具特色，分別獨立運作。

- Northumbrian Water是最先開拓、規模最大的業務，負責供應飲用水、處理廢水和排污，即處理人為造成的水道污染和洪澇災害、極端天氣和環境變化的影響等。
- 埃塞克斯是英國最乾燥的地區，當地的水庫不僅為居民提供食水，更是聯合國認可的雀鳥保護區。
- 薩福克是三者中業務規模較小，當地冬季的用水需求較低，但在夏天旅遊旺季，需求則大幅攀升。

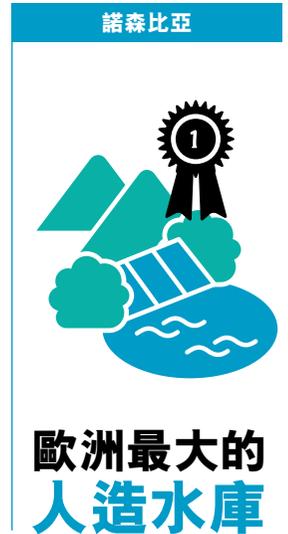
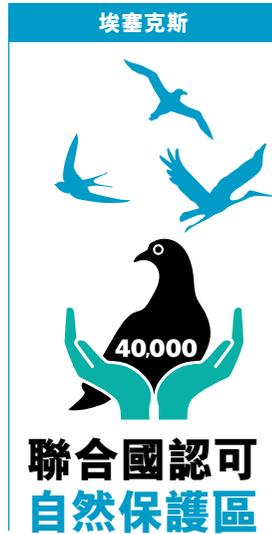


在英國，普遍的做法是冬季蓄水，夏季使用。維多利亞時代建造的水庫，曾經是英國工業強國崛起的動力來源，其中許多水庫目前仍在使用，但管理的方法也隨著時代變遷而進步，新水源如由英女皇在1982年揭幕的基爾德水庫，也相繼投入運作。

### 水庫：自然保護區

值得慶幸的是，Northumbrian Water 近年完成了多項避免未來水源短缺的措施。阿伯頓水庫耗資1.5億英鎊擴建，容量提高六成至40,000兆升。該項目於1993年開始規劃，2009年獲批，並在2013年竣工。

儘管阿伯頓水庫的擴建工程曾因為環保人士多番提出意見而延誤，但該水庫現已成為認可的自然保護區。其遊客中心每年接待成千上萬遊客到訪，感受野生動物保護區



生機勃發的自然氣息。此外，阿伯頓水庫更是超過40,000隻候鳥每年遷徙必經的中途站。第二次世界大戰期間，轟炸魯爾水壩的英國皇家空軍617中隊，曾在這裡練習投彈；但這裡現已成為寧謐的鳥類棲息地，是聯合國指定的濕地公約地點，肯定了這個濕地生態的重要性。

### 諾森比亞業務

諾森比亞位於英國東北部，是NWG的起源地，其基爾德水庫乃當地22個蓄水池之一，為該區270萬人口服務。圍繞水庫的基爾德森林是英國最大的作業森林，在維多利亞時代，這裡曾是用水需求龐大的重工業中心，修建水庫旨在滿足重工業的用水需要。然而在水庫建成後，工業重心卻已移向亞洲，加上系統保養得宜滲漏大幅減少、工業用水效率顯著提升，用水需求大幅下降。然而失之東隅，收之桑榆，透過水庫建設，Northumbrian Water現在能更有效地應對因氣候變化而產生的影響。

### 英國氣候變化

現在普遍認為，氣候變化會令英國冬季更潮濕、夏季更乾燥，對全年供水有中和作用。但令人擔憂的是，惡劣氣候可能出現得更頻密，降雨量激增未能及時疏導，將引發嚴重水災。大型水庫雖為Northumbrian Water

解決上游水源不足的問題，但下游須應對的問題仍有待處理。

### 雷暴星期四

在2012年6月28日雷電交加的星期四，英國東北部爆發一場完美風暴，三場雷雨突如其來，在短短兩小時內下了等於一個月的降雨量，令氣象當局措手不及。

排污及新項目發展經理麥騰回憶道：「當時天空一片漆黑，簡直就像是世界末日。」這是一場千年一遇的暴雨，無法未雨綢繆。NWG雖已為各種難測事故制定預案，但大自然卻不斷測試其能力極限。

NWG設有先進的氣象雷達追蹤站，並與英國環境局和市政府官員密切合作，近年來採取更加積極的防洪措施。Northumbrian Water的上游業務收集媲美飲用水的清潔水源，但其污水處理部則須妥善處理公眾投入排水道的廢物。為確保水道暢通，該部門必須與發展商、公眾以至大自然緊密合作。

### Dwaine Pipe的溫馨提示

卡通人物Dwaine Pipe是Northumbrian Water的推廣大使，宣傳保持排水道清潔的重要性，並向公眾講解兩套管道系統的區別和用途，教育市民甚麼可以投進排水道，甚

麼東西則萬萬不可。住宅和公司用戶將污水排入一套管道，輸送至污水廠處理；街道、戶外屋簷和庭院的雨水，則通過另一套管道直接流入河流，水質相對清潔。過去，這兩套系統曾經混用，部分雨水進入排污系統；如今，這兩套系統開始獨立運作。隨著需求提高，污水系統只收集污水並加以處理，更見效率。Dwayne Pipe深受當地居民歡迎，發揮了推動業務的實際效益。

### 防止人造洪患

Northumbrian Water採取積極措施，密切監察足以改變當地水災風險模式的各類大小城市規劃。例如，如果有個地區興建了1,000至2,000幢新房舍，那可能給遙遠的下游地區的徑流形態帶來顯著影響。

即使微小的土地改造，細至如將住宅的花園和庭院鋪蓋填平，都可能削弱土地吸收雨水的功能，並增加雨水收集系統的負荷。這樣一來，某一地區的水災風險便會隨時間不斷提高。

此外，如果住戶擅自把污水系統與雨水收集系統連接，也會影響兩套系統的獨立運作，這正是Northumbrian Water目前要注意處理的重大隱患。

### 洪水警報！

我們無法控制天氣，但在大部分情況下至少可以未雨綢繆。氣象局的先進雷達追蹤設施可探測即將來臨的惡劣天氣，讓Northumbrian Water迅速行動，提醒面對

高水災風險的客戶做好準備。前車可鑑，2005年、2009年和雷暴星期四的天災都顯示出客戶都非常重視這類預警。

在本地和海外市場上，NWG累積了數十年的豐富經驗，而且目光遠大，具備優越條件為英國超過400萬居民提供水務服務。

《Sphere》揭示了和黃水業務如何靠海水和天雨提供天然資源。然而，在集團最早開發與水有關的業務的年代，室內水管尚未誕生，而且水質難以令人放心，是人們健康的隱患。正是這個機會，屈臣氏蒸餾水得以在中國內地和香港誕生並茁壯成長。時至今日，兩地對純淨水仍然需求若渴。

### Dwayne Pipe 服務市民

Northumbrian Water全人視Dwayne Pipe如同真人一樣，於2012年7月獲得「聘用」加入公司服務。該卡通人物是公眾資訊活動「愛護排水道」的親善大使，為公司的營運效益和成本節約，帶來遠超預期的正面影響。

紙尿片、嬰兒濕紙巾、棉花棒等雜物會堵塞排水管，Northumbrian Water每年須耗資近160萬英鎊清理。

公司於是制訂環環相扣、目標明確的公民教育宣傳計劃，希望改變顧客的行為。創造卡通人物Dwayne Pipe，便是為了以輕鬆有趣的方式，向客戶傳達保持管道暢通的正面訊息。大多數水務公司只是告誡不當行為，而沒有提出積極可行的正面措施，Northumbrian Water則希望以清新的手法幫助和鼓勵客戶參與。

一系列宣傳活動包括電台廣播、路演、媒體廣告、由Dwayne Pipe布偶擔綱主演的教育節目……它的身影遍佈英國東北部各地。Dwayne Pipe還亮相童話劇，並與

名廚Jean-Christophe Novelli在美食節目上大顯身手，鼓勵大家把烹飪產生的油脂倒進垃圾桶。此外，公司還以外賣店、餐館等商業機構為宣傳對象，並提供處理油脂的工具。

活動推出至今，數據顯示管道阻塞情況減少逾一成，除了大幅節省成本外，並帶來實質的服務改進。

Dwayne Pipe不僅減少管道堵塞，其教育推廣活動更榮獲英國特許公共關係協會頒發企業社會責任運動金獎，最近更在被譽為英國公用事業行業奧斯卡的《Utility Week》獎中，獲得年度最佳市場推廣計劃大獎。

Northumbrian Water的客戶也對Dwayne Pipe鍾愛有加，不時透過社交媒體活動，與英國東北部居民交流互動，推廣重要訊息。Dwayne Pipe擁有自己的Facebook和Twitter帳戶（歡迎登入Twitter@loveyourdrain），人氣日漸高漲。



LOVE YOUR DRAIN  
www.loveyourdrain.co.uk





## 嚴格的蒸餾水生產 流程 — 經過多重過濾和 攝氏105°C的高溫蒸餾。

### 屈臣氏蒸餾水：至清至純

在和黃與水相關的業務中，屈臣氏蒸餾水的歷史最悠久。這家百年老店是香港第一家蒸餾水公司，更開創桶裝水（大型瓶裝水，配合飲水機使用）的先河。該公司源自屈臣氏藥房創始人屈臣醫生的一個願景—為人們提供清潔食水。這不單是生命的基本需要，更令健康得到保障。

時至今日，屈臣氏蒸餾水採用多重加工流程，確保生產最純淨的飲用水。屈臣氏實業製造總監張慶平介紹，水首先經過沙濾、活性碳過濾及微濾這三層過濾系統，再加熱至攝氏105°C成為蒸汽，以這個理想溫度確保水質至清至純。蒸汽繼而降低至攝氏30°C，凝成水滴，經淨化再裝入膠瓶。

### 純淨無瑕

純淨和衛生既是產品安全的重要考慮，也是市場推廣策略的著眼點。屈臣氏實業董事總經理陳雲美表示：「我們的水源與其他公司無異，不同的是我們採用多重過濾和蒸餾技術。我們認為價格並非顧客考慮的最主要因素，重要的是建立顧客對飲用水產品

的信心。」重視品質保證及控制，才能建立市場信心。

在香港的廠房內，張慶平介紹一間溫度猶如桑拿房的房間，裡面的機器發出暢順運行的聲音，這裡就是蒸餾水的生產基地。但檢驗室的環境則判若雲泥，裡面涼快安靜，牆上掛著各類ISO證書。檢驗室的工作人員反覆抽驗屈臣氏所有產品以及供應商交來的每批貨物。

陳雲美補充，公司恪守在香港和內地市場賴以成功的原則：「我們重視人性化的服務方針。」屈臣氏蒸餾水於2002年重新設計瓶身，方便手握，並且採用獨特的得獎雙瓶蓋設計，賦予產品與眾不同的外觀。

### 信賴

屈臣氏的瓶裝水於1996年重返中國內地市場，大受歡迎。屈臣氏最初從香港進口玻璃瓶飲用水，專門供應五星級酒店。及後於2003年轉用雙瓶蓋設計後，推出以大眾消費市場為對象的瓶裝水。屈臣氏蒸餾水成為中國備受信賴的品牌，滿足顧客對安全飲用水的渴求。

在內地，供水由各地縣市的水務部門負責，供應公共水源或當地政府批准的指定水源。屈臣氏蒸餾水位於廣州、深圳、東莞和北京的廠房，均採用同樣嚴格的蒸餾水生產流程，經過多重過濾和攝氏105°C的高溫蒸餾，與香港的生產流程完全相同。

品質控制在內地至關重要。根據屈臣氏蒸餾水對中國市場進行的研究，當地大部分消費者希望瓶裝水品質可靠，可供安全飲用。為符合顧客的期望，屈臣氏的內地廠房嚴格測試產品，確保飲用水不含細菌、重金屬及有毒物質。

雖然業務性質不同，屈臣氏與NWG一樣採用先進科技，並與客戶保持緊密溝通。索萊克項目則和NWG的三項業務一樣，均依賴紮實可靠的工程技術，確保亞洲、歐洲和中東人民獲得穩定供水。集團大力投資於人才、工程和科技，能應對水資源日趨緊張的情況，滿足客戶需要之餘，更關愛地球環境。□

# 對症下藥

現代的研發型藥廠是全球一股強大力量，背負著守護人類健康的重要使命。如果今天的醫療水平仍然停留在巫醫當道的時代，那人類的命運定會十分悲慘。對罹患重症的病人來說，任何新藥都代表著一線新希望。和黃中國醫藥科技有限公司在藥物研發過程中擔綱先鋒，為藥廠研製新藥奠下穩固根基。

## 和

黃集團領導層高瞻遠矚，早在15年前已探討如何改善製藥方法，加快生產療效更高的藥物，造福更多病患者。他們制訂策略，把濟世的仁心轉化為創業的動力。

和黃中國醫藥科技首席執行官賀雋2000年加入集團，執掌當時剛成立的醫藥科技業務。「14年前，在集團支持及和記黃埔（中國）董事總經理杜志強先生的帶領下，我們著手開拓醫藥業務。」他們為集團把握極具潛力且具挑戰性的業務機會，切合中國和全球各地不斷增長的巨大醫療需求。

## 藥物問題

極少數研究中的藥物能最終推出市場，它們高昂的售價反映了無論藥物能否通過所有測試，其研發的成本都非常龐大。和黃中國

醫藥科技的研發策略主要有三大類型，包括植物藥、用於成熟靶點的小分子靶向治療藥物，以及針對全新或尚未證明靶點的小分子靶向治療藥物。

## 植物藥：草藥

青蒿素是卓有奇效的著名草藥，在90年代引起全球關注。這種有效治療瘧疾的藥物，早在四世紀已載於中國古代名醫葛洪所著的《肘後備急方》，自此為世人所認識。該藥物由諾華公司研製並正式命名，現已風行全球。

和黃中國醫藥科技科研人員充分運用中國藥典內浩如煙海的醫藥知識，從複雜的生物元素組合中撮取主要化合物，並分析各成分的作用和功效。其中最具有代表性的藥物包括青蒿素，以及提取自太平洋紫杉的抗癌藥物泰莫西芬。

## 成熟標靶：功效顯著

第二項策略是研發用於成熟靶點的小分子靶向治療藥物，利用現有的科學知識，改良含有不少副作用和帶有毒性的第一代藥物。曾幾何時，測試結果全靠運氣，只能憑有限知識猜度。但現在，憑藉對生物化學的了解，可以更準確地鎖定目標。

和黃中國醫藥科技研究現有的療法，著意打通過去窒礙癌症治療的重重關卡，找尋出更針對性的治療方法。和黃中國醫藥科技企業融資及發展副總裁李健鴻解釋，改良這個過程如何令患者獲益：「你可以提高劑量，直擊靶點。」醫生採用這種藥物，可以增加劑量，更快速、更徹底地消滅腫瘤。

對世界各地、包括中國在內的很多癌症患者來說，大型藥廠開發的新抗癌藥物往往



過於昂貴。中國新增癌症病人的數目冠於全球，和黃中國醫藥科技專注發展中國市場，有優越條件提供成本較低廉的標靶療法，滿足中國市場龐大而不斷增長的醫療需求。

呋喹替尼便是屬於這類藥物。和黃中國醫藥科技科技人員改進現有藥物針對性低的缺點，發掘療效較高而副作用較少的療法，結果研製出這種抗癌分子藥，而更多這類藥物將相繼出現。

### 新靶點：全力攻堅

第三項策略是以小分子藥物對抗新靶點，也就是以全新的分子配方消除疾病。

近年來，美國修改了在末期病人身上進行藥物測試的規例。如果預斷結果不甚樂觀，那些對目前治療藥物無效的病人，可以試用初

具成效的新藥。研究人員從治療結果中，可立即了解藥物的效果和副作用，從而減少不確定情況、時間和成本，加促新藥物應市，讓更多病人延長壽命，與摯愛親友共度更多美好時光。更有個別例子，使以往的不治之症得以治療，挽回生命。

「突破性療法」是一個新任命，使新藥最快可在60天內通過批核，治療病人。在美國這個全球醫藥開支最龐大的市場上，新藥開發時間可因此縮短五年以上，有助研究人員更快掌握藥物功效，以不斷改進，幫助更多患者擊退病魔。

和黃中國醫藥科技研發的幾種藥物初具成效，可能很快可用來醫治癌症病人（詳見下文的沃利替尼）。和黃中國醫藥科技與強生附屬公司楊森合作研發的一種抗炎藥，剛開始了前期臨床試驗。

## 「一切源於和黃管理層對中醫藥及其全球應用潛力的堅定信念。」

和黃中國醫藥科技首席執行官賀隽

### 世界級人才

和黃中國醫藥科技的成就並非單憑一己之力，也不是靠沿襲傳統路向，而是主要有賴內外合作夥伴的支持。賀隽將之歸功於一路以來鼎力相助的許多人和企業。



和黃中國醫藥科技在上海的科研中心統合所有研究工作，研究人員的合作溝通更見效率。

以科研人員來說，公司雖然非位處新澤西州、波士頓或巴塞爾這些傳統的西方研究據點，但一樣擁有最優秀的科研人才。他們來自世界各地的著名學府、最先進的醫藥研發中心，和著名研發型藥廠如輝瑞、諾華、新基、羅氏藥廠與Phenomix等。

公司的優勢也並非只限於領導層，和黃中國醫藥科技的員工數目，不像一般處於發展初期的公司那樣人丁單薄。在美國或歐洲，個別科研公司可能只有不足十人，專門研究單一分子。賀隽說，和黃中國醫藥科技「光是在上海的研發部門，就僱用近250名全職科研人員和員工。」一般企業會外判大部分工序，包括原料測試和生產，但和黃中國醫藥科技卻是自己一手包辦，不假外求。「一切工作都在內部進行……我們希望擁有本身的研發專長，並逐步建立自己的團隊。」這種內部研發優勢，不僅可提高成本效益，還能快速共享成果和意念，對營運效益大有幫助。

## 鎖定目標：「你可以提高劑量，直擊靶點。」

和黃中國醫藥科技  
企業融資及發展副總裁李健鴻

### 強大支援

賀隽深明公司在過去14年獲得集團的大力支持。「長期以來，和黃集團懷著遠大目光，給予我們大力支援。這並非短期項目，而是長線投資，需要每個人以無比耐性，全情投入。」

和記黃埔集團涉獵廣泛行業，旗下公司皆備

受推崇。回顧2000年，和黃尚未開拓醫藥研究領域。當時集團方開始收購內地公司並進行改革，當達若干盈利能力，和黃中國醫藥科技即展開資金密集的研發計劃。即使只是研究一種藥物，也需要投入數百萬元經費，這尚未包括後期研發和全球分銷等開支。

公司在倫敦證券交易所另類投資市場上市時，三井物產環球投資的醫療專業部門對和黃中國醫藥科技的發展潛力予以肯定。「我們贏得三井物產的信任，該公司是資深的生物科技投資者，也是很好的合作夥伴。他們知道和黃中國醫藥科技正朝著正確方向邁進，所以願意投資。他們當時在藥品研發方面投入大約2,000萬美元，這筆資金一直支持我們到2011年。」

長期研究一系列有效的創新藥物，需要穩定的資金投入和專業技術，以確保藥物能通過最終測試，為患者治病。要推動藥



科研中心配備最先進的設備，有利公司更精確地研發藥物，確保質量和穩定性。

## 植物研發聚焦具有藥用前景的植物。

物進入最後研發階段，並為全球開發做好準備，最重要的是能夠與一家有規模的藥廠攜手合作。廣泛的全球藥物試驗與其後的推廣及銷售活動，足以讓市場知道和黃與藥廠都已準備就緒，並對產品的潛力充滿信心。

### 宏圖大計，實力為伴

和黃中國醫藥科技得到全球領先企業的大力支持，例如提供胃腸道藥物研發支援的

瑞士雀巢健康科學公司，兩家公司共同創建合資企業Nutrition Science Partners。作為全球領先的食品和藥品生產企業，雀巢是藥用植物生產方面的最佳合作夥伴。他們引進普羅米修斯實驗室的資源及其全球銷售和分銷網絡，為和黃中國醫藥科技的研發工作提供支援；雀巢則可用和黃中國醫藥科技1,500種純天然產品及50,000種中草藥提煉物。

在「成熟標靶」領域，和黃中國醫藥科技的合作夥伴是美國禮來公司，共同研發專門針對多種癌症包括肺癌、大腸癌、胃腸癌等的標靶藥物呋喹替尼。禮來看好呋喹替尼的前景，未來可能大派用場。

和黃中國醫藥科技的另一合作夥伴阿斯利康製藥，共同研發沃利替尼。沃利替尼是一種抗癌分子藥物，可與阿斯利康的強效藥物AZD9291搭配，成為有效對抗頑固肺癌腫瘤的雞尾酒療法。

### 對未來的承諾

抗癌藥的發展前景樂觀，獲批治療首個適應症的抗癌藥物，對其他癌症也可能有效。新藥物可以帶來重大的健康和經濟效益，包括幫助數百萬患者改善生活質素，同時為公司創造可觀利潤，用於研發更多藥物。

本於和黃集團的長遠承諾，加上一直努力不懈的專業團隊，這項投資將初見成效。如果一切順利，第一批新藥將在和黃中國醫藥科技成立16年後，即2016年推出市場。公司需要發掘更多更新更有效的分子靶向藥物和植物藥，並按計劃研發，為全世界帶來更多靈丹妙藥。

和黃中國醫藥科技與和記黃埔的專注投入、拼搏精神和創新思維，締造了今天的成就，並會開創明天的輝煌，而這就和記黃埔的成功「配方」。□



# 守護未來

今年6月27日，李嘉誠基金會主席李嘉誠先生親臨汕頭大學的畢業禮，並向學生致詞。海內外傳媒廣泛報道了這篇演詞，並推敲剖析當中的微言大義。

## 演

詞以「無心睡眠」為題，討論發達國家和發展中地區同樣面對的挑戰。李先生對「機會失衡、國家資源的局限和社會欠缺互信」深感憂慮，這些現象不僅讓他徹夜難眠，亦令全球各地有承擔的領導人難以安枕。

### 機會失衡：難以接受

最近，收入不均在全球引起關注，成為政界人士、經濟學家、社運人士和商企領袖熱論的課題。雖然這個問題最近備受注目，但絕非新生事物。意大利統計學家堅尼早於1912年已訂立堅尼系數，作為反映社會貧富不均的指標。自此，統計學家採用各種方法

來衡量社會上的收入不均、貧富懸殊及收入流動性。

全球化及知識型經濟崛起，提高了人類的生產力，財富分佈更廣泛，生活水平也得以提升。然而，李先生認為並非所有人都能因此而受惠。在演詞中，他寄語畢業生以推動社會進步為己任，使弱勢社群不會被忽視。

李先生又呼籲政府支持教育及創新。他擔心「高福利負擔」會成為導致社會停滯的因素之一。政府的救濟，並不足以令人在變動不居的世界中出人頭地，也無法讓人在不公平的世界中獲得公平的機會。這只會令



左:李嘉誠先生在汕頭大學畢業典禮上，以「無心睡眠」為題致詞。

上:李先生與汕大校董攜手擊響寓意「尋真問道」的真理鐘，並身穿汕頭大學籃球隊球衣，在氣膜籃球館內一顯身手。



數以百萬人須仰人鼻息，因而心懷怒憤，對一切失去信任，最終形成蠶食社會的另一股力量。

## 信任

機會失衡與欠缺信任息息相關，尤其是如果人們覺得機會失衡已是根深柢固的積弊，那信任程度便會更低。

信任是全球市場經濟與社會正常運作的基石，互相信任，才能互敬互重，締造更和睦的鄰里及社區關係。商業夥伴以互信為憑，履行合約；人民則信任政府不會有愧於他們。當信任蕩然，人民將生活在恐懼與怨恨之中；當社會失去互信，和諧亦無法存在。

李先生認為「信任是凝聚理性社會一個重要的環節，當它未能成為潤澤社會的『正能量』，當大家總覺得一切在變味，對一切存疑，認為公平公正公義被腐蝕時，政經生態均會走向惡性循環的大滑坡。」

李先生鼓勵學生：「不可言詮的世界，她的未來需要你們年輕人的承擔、需要你們正

面的價值觀、需要你們的關懷、需要你們的耐心，也需要你們解決問題的能力。」社會不但需要汕頭大學的學生，李先生所指的還包括全世界有能力為所在社區、城市和國家帶來改變的人士。他們的承擔、正面的價值觀、關懷、毅力和決心，也都是社會所需要的。

## 資源局限

資源投放多寡，直接影響著生產力和生產效率，對緩解機會失衡和改善互信有著正面的作用。為了更高效的運用資源以滿足當前的需要，人類肯定要對未來作出更大投資。

## 守護未來

李先生在總結時鼓勵年輕人以推動社會進步為己任。為確保弱勢社群不會被社會離棄，互信基礎得以在文明支柱之上屹立不倒，我們必須明智運用資源，以刺激技術創新和支持教育發展，締造一個更美好的世界。

我們為人群服務，需要「推動社會進步的決心和堅持」。我們胸懷這個崇高目標，可以為未來的仁人志士提供「酣眠良方」。□

**「你對未來的許諾是甚麼？  
每天晨光初現時，你可曾  
對社會的問題有所記掛？  
你會是，視而不見、無動於  
衷，還是淵深邃密、鏗而  
不捨？」**

李嘉誠先生

# 全方位贏客心

試想像一下：當你走進一家商店，尚未開口向店員查詢，你的手機提示響起，一系列你或感興趣的商品、有關的產品資料和為你量身訂造的特定優惠已羅列眼前。這些產品資訊齊全，價錢又合理，於是你立刻買下來，更對簡便快捷的交易過程和省下的金錢感到雀躍。



這

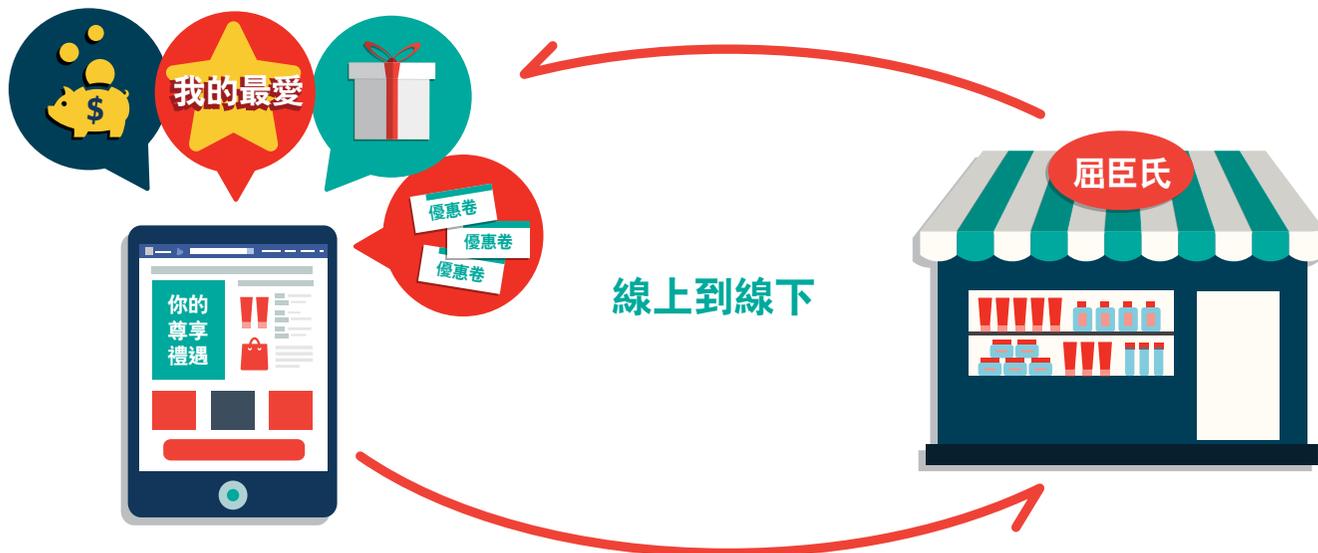
便是科技彰顯的奇妙威力，屈臣氏集團正計劃把新科技推而廣之，應用到全球的分店網。

今年5月，屈臣氏集團推出多渠道營運策略「Customer 360」，其後盾正是源自「大數據」的強大威力。無論公私營機構，都十分關注大數據的趨勢。大數據是經年收集，難以用一般數據庫管理工具來分析和處理的龐大數據量，但一旦克服這些技術上的障礙，帶來的好處卻是無窮無盡的。德薩斯州大學的一項研究指出，使用大數據，可把零售業的整體生產力提高49%。

Customer 360策略將會改善屈臣氏集團的數碼及會員計劃，以助維繫客戶關係和提高盈利。集團零售業務至今在全球擁有超過8,000萬名會員，其數碼平台的全球瀏覽人次逾160萬。屈臣氏集團已經掌握數據，宏圖大計如箭在弦。

## 從數據到資訊

顧客參加會員計劃後，他們的購物記錄將被保存、匯集和研究。屈臣氏集團分析購買頻率、購物模式等資料，以作出更切合顧客需要的決策，如入貨種類、推廣優惠及店鋪環境等。供應商和零售品牌又可以長期顧客為



對象，制訂新產品試驗計劃，並透過量身設計的銷售計劃，與顧客建立個人化的溝通。

屈臣氏集團是亞洲和歐洲最大的國際保健及美容產品零售商，在25個市場經營逾10,800間商店，所收集的數據龐大得像天文數字。屈臣氏集團董事總經理黎啟明表示：「屈臣氏集團平均每星期服務超過2,700萬名顧客。除店內實地購物，我們更透過多個不同溝通渠道與顧客接觸，包括會員活動、社交媒體、流動應用程式與電子商貿平台等，為顧客提供360度全方位服務。」

### 嶄新購物體驗

大數據的應用，強化了屈臣氏集團自2012年展開的新設客戶關係管理計劃。科技的進步，不斷推動傳統零售業務的轉變，集團亦因此把業務焦點由實體商店轉向科技平台。屈臣氏電子商貿的業務增長迅速，台灣屈臣氏與雅虎合作，2013年的網上銷售額增長了一倍。英國方面，屈臣氏集團經營當地第二大美容及保健產品零售店Superdrug，其2013年的網上銷售額也增長超過50%。黎先生說：「惠顧網上平台的顧客，平均消費比只在實體店消費的顧客多2.9倍；加上憑藉新電子購物平台的功能優勢，我們深信會

進一步帶動銷售收益，為我們帶來更大的商機。」大數據的出現，能引領數碼和客戶關係管理計劃攀上新高峰。

Customer 360策略不但有利業務營運，還能提升店內和網上的購物體驗。現在，屈臣氏集團可分析登記用戶的購物資料，為網上顧客提供量身設計的服務，並協助供應商拓展網上銷售的新領域，令顧客、屈臣氏及其合作夥伴皆大歡喜。

除了虛擬商場外，烏克蘭的一個實例示範了實體商店如何應用Customer 360策略。烏克蘭屈臣氏利用智能手機的定位功能，



大數據：



「以客為本是屈臣氏集團『Customer 360』策略關鍵的一環。」

屈臣氏集團  
董事總經理黎啟明先生

惠顧屈臣氏集團網上  
平台的顧客，平均消費  
比只在實體店消費的  
顧客多2.9倍。



試行燦合會員計劃與移動定位服務的優勢。前往某指定商店的顧客可獲得額外的會員積分，並根據其購買記錄獲得特定優惠。上述服務全由顧客的智能手機自動啟動，顧客毋須聯絡店員。這種功能有賴會員計劃、社交媒體與大數據之間緊密無間的協調運作，為顧客帶來互動性更強的購物體驗。

烏克蘭的例子不過是一個開始，其他市場利

用大數據和營銷的商機可說無處不在。黎先生說：「我們不斷招募新會員，尤其在中國大陸，現在我們已擁有超過3,900萬名會員。我們致力為會員提供額外購物優惠，並為會員提供個人化的信息及相關的互動溝通，以拉近彼此距離。」

### 商業新世界

屈臣氏集團順應互聯網技術和通訊發展的趨勢，也改變了廣告宣傳的方針，由傳統大

眾媒體轉向數碼媒體，尤其著眼在流動裝置和應用程式的推廣。這有助屈臣氏集團更準確地了解廣告的成效，以便相應調整營銷活動，作出正確的投資決策。

Customer 360策略結合數碼與社交媒體、會員計劃與大數據的應用，反映屈臣氏集團因應商業世界的發展，納新求變。黎先生總結道：「以客為本是屈臣氏集團『Customer 360』策略關鍵的一環，不僅致力為顧客提供價廉物美的優質產品，在顧客作購物決定過程中積極互動溝通，提供相關信息從而提升顧客的跨渠道參與。」屈臣氏集團迅速回應社會和科技發展，投入專才、採用嶄新技術和嚴格落實流程，將使大數據幻化成客戶更大的滿足感，為集團取得更大的成功。□





