

sphere

#40 2016

長江和記集團刊物



下載電子版《Sphere》

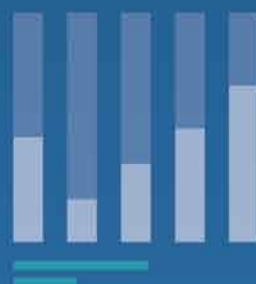
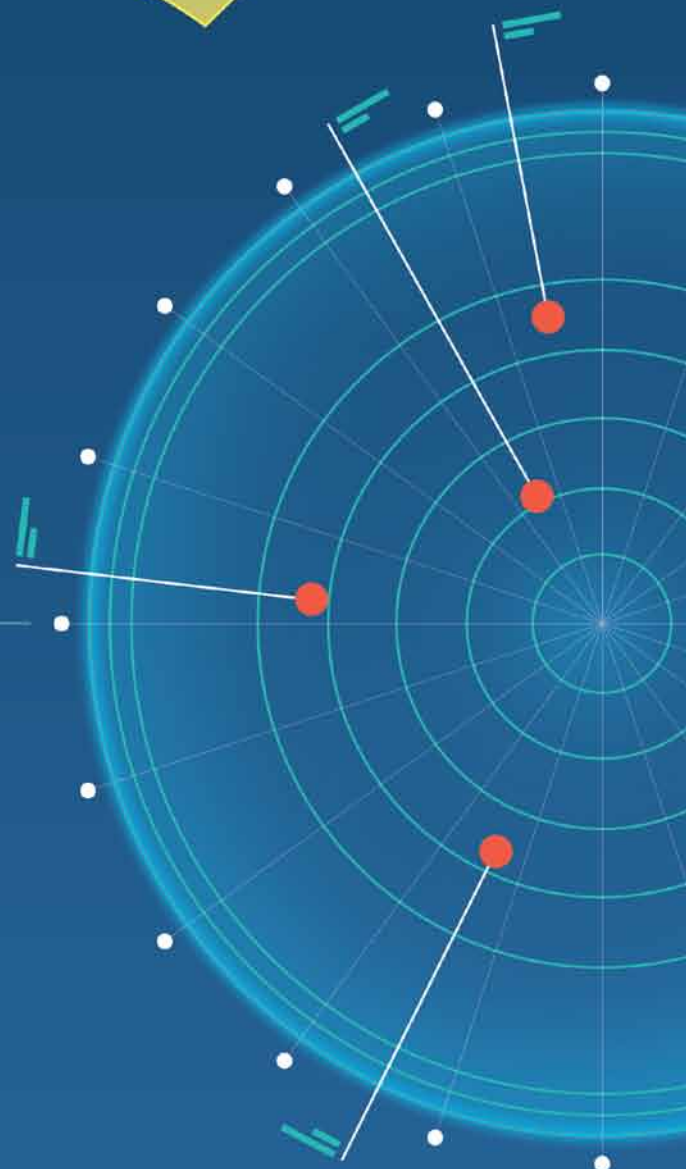
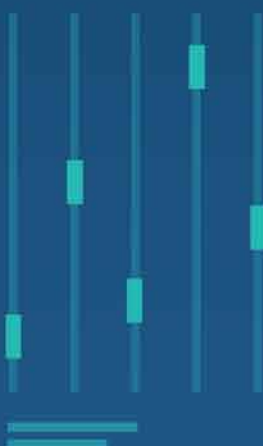
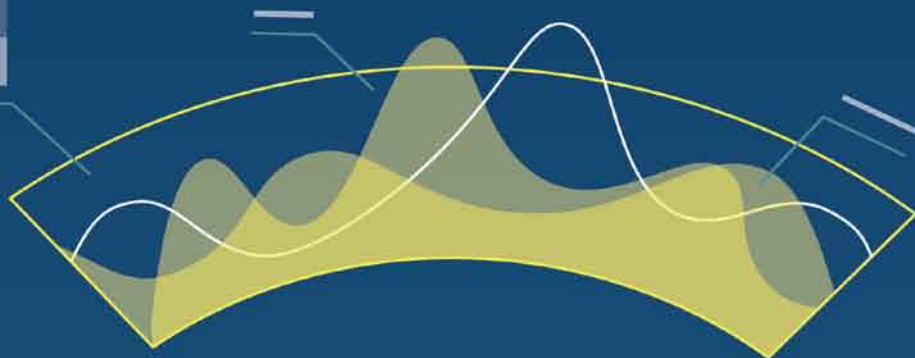
放眼傳動 新方向

零售群英會 10

病毒行銷 深入民心 20

引領光纖前沿 24

啟發學生重塑世界 26





《Sphere》#40
2016年7月號

封面插圖：李彥樞

長江和記旗下公司的傳動工具突破傳統定義，無論是採用的物料與化學技術、大數據的應用與系統革新，均改寫了舊有的概念。傳動工具不再局限於運載乘客和物件，而是在系統背後默默耕耘，加強營運效率。插畫所表達的，正是集團旗下傳動工具與時並進又精密的設計意念。

世界發展變化莫測，
我們要擴闊思維視野，
善用新科技去迎接挑戰。

內文提要

新思維 迎挑戰

末日預言家多年前曾說，世界大限將至，人人劫數難逃。

不過，事實並非如此——世界沒有崩離，反而人類因為科學的進步，生活環境得以改善。

長江和記集團的營運亦因科技的發展而受惠，旗下公司的傳動工具設計精良，以高端設施應用到業務之上，封面故事「放眼傳動新方向」會逐一道來，令人眼界大開。屈臣氏集團與全球業務夥伴集思廣益，配合亞洲與歐洲的eLab令數碼資產開發工作更見靈活。

互聯網與寬頻的應用遍地開花，為和記環球電訊的未來發展開拓錦繡前程。集團旗下公司具感染力的宣傳，配合社交媒體的新趨勢，在日新月異的世代繼續無往而不利。

與此同時，我們不應只著眼利用科技改善生活，而是需要擴闊視野思維去善用新科技。李嘉誠基金會為提升學生的思維層次，特別邀請奇點大學的專才來港授課，讓學生們知道自己要肩負重任，以摯誠努力的精神探求新知，以樂觀的態度迎接每天的新挑戰。□

CCC 長江和記實業有限公司

版權所有，未經長江和記實業有限公司書面授權，不得翻印或轉載。本刊文章內容純屬作者的意見，並不代表長江和記實業有限公司立場。所有貨幣的兌換率只是約數。

©2016長江和記實業有限公司擁有版權

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

出版：
長江和記實業有限公司

香港中環
夏慤道10號
和記大廈22字樓

網址：
www.ckh.com.hk

長江和記實業
編輯委員會：

張景如
劉偉清
梁瀚思
廖亦堂
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：
黃家駿
霍潤文

印刷：
bigboXX.com Limited

創作顧問：
WHAM™
thewhamagency.com

設計及製作：
HK Magazine
南華早報出版有限公司
電話：+852 2565 2222

編務：
吳迺匡
林楚翹

創作團隊：
彭健怡
梁嘉欣
陳詠文

插圖：
李彥樞

製作團隊：
胡吳斯
張婉儀
尹鳳蓮
馮泳霖
吳子輝

0 4

集團消息

港口及相關服務

零售

電訊

基建

能源

及更多！

1 0

零售焦點



世界品牌雲集全球 供應商研討會

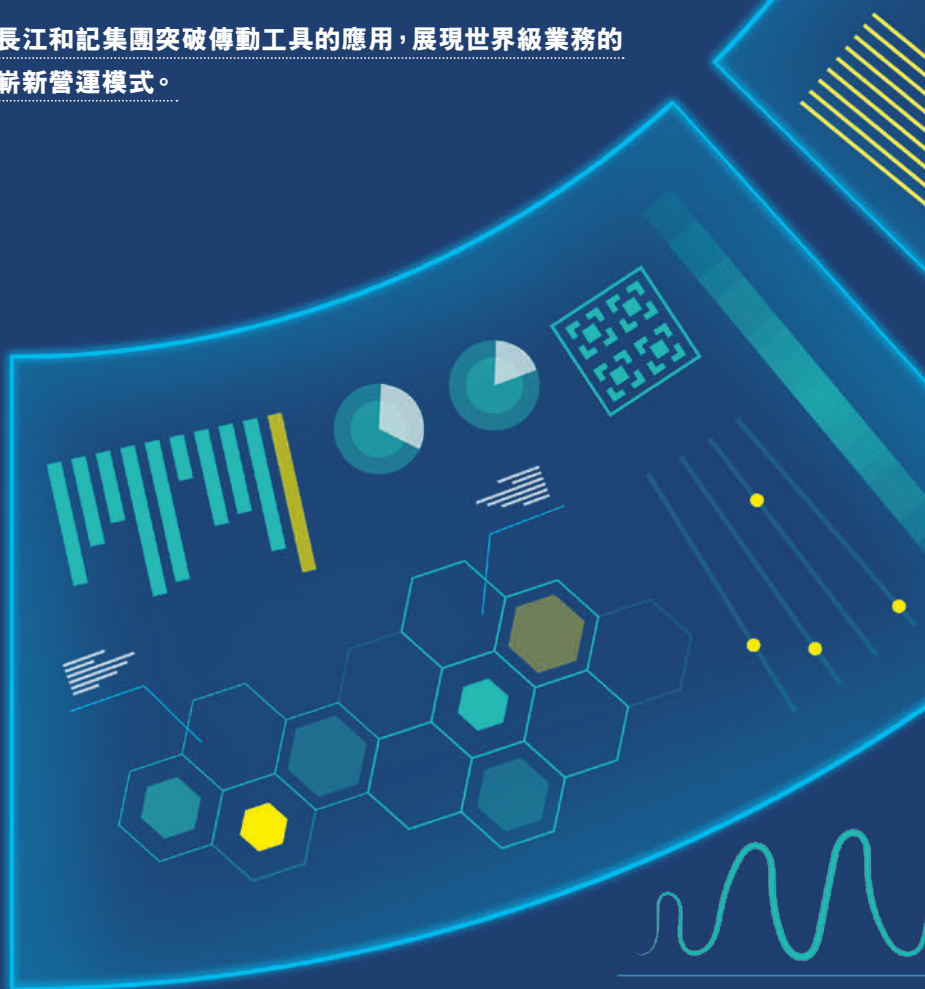
屈臣氏集團舉行歷來最大型的全球供應商研討會，與業界一同慶賀成立175周年。

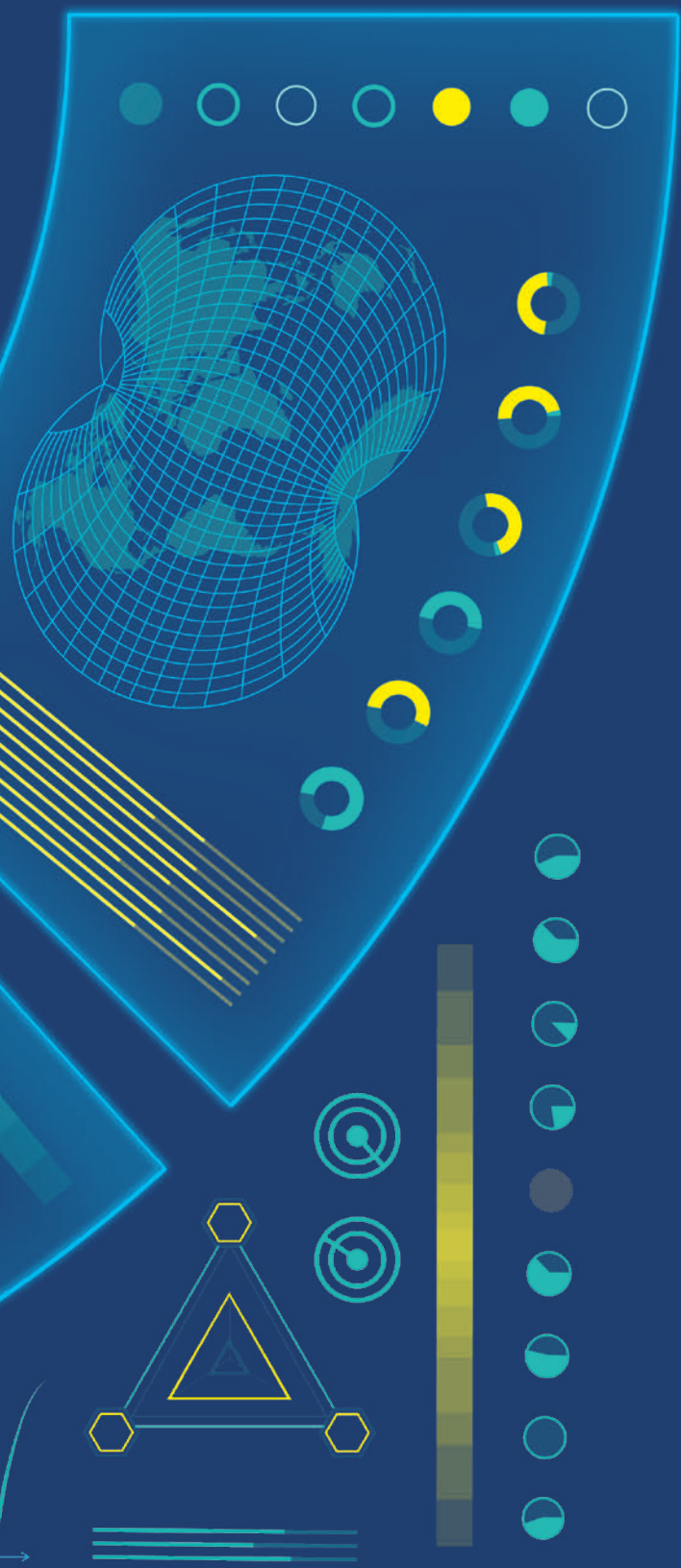
14

封面故事

放眼傳動 新方向

長江和記集團突破傳動工具的應用，展現世界級業務的
嶄新營運模式。





2 0

行銷焦點

病毒行銷 深入人心

數十年來，長江和記旗下公司一直以深入民心的手法推廣產品與服務。無論是80年代琅琅上口的廣告歌，還是善用今天社交媒體即時分享資訊，都能達到「爆紅」的效果，堪稱病毒行銷的先驅。



2 4

科技焦點

成就資訊世代的無名英雄

寬頻是資訊世代的無名英雄，和記環球電訊的寬頻網絡，為香港人創造營商與娛樂優勢！

2 6

慈善焦點

奇點大學：啟發學生重塑世界

李嘉誠基金會突破傳統學習的框框，邀請奇點大學的頂尖科學家到香港授課，擴闊本地學生視野和思維。

電訊

3英國獲殊榮

3英國的優質服務素受客戶讚賞，並榮獲2016年Mobile News大獎「最佳客戶服務獎（網絡組別）」。評審以客戶支援團隊接聽神秘顧客電話的表現為準則，根據他們在禮貌、理解能力、專業知識、樂助態度、表達清晰度與整體表現作出評核。3英國同時獲英國通訊管理局評為「接獲最少投訴的網絡營運商」，在2015年最後一季，每10萬名用戶僅有三宗投訴，遠少於業界的平均10宗。

一戶通行

斯里蘭卡Hutch Sri Lanka的「SmartShare」創意方案，讓客戶的不同流動通訊裝置可以共用一個帳戶的數據用量，省卻客戶管理和監察不同裝置數據用量的煩惱。

基建

風中能源

長江基建與電能實業完成收購葡萄牙風力發電公司Iberwind - Desenvolvimento e Projectos, S.A.。該公司於葡萄牙擁有的31個風力發電場裡，共有逾300台風力發電機組，總發電容量約700兆瓦，以裝機容量計，約佔葡萄牙風力發電量15%。



NORTHERN GAS NETWORKS 公德獲表揚

不論位於何處，Northern Gas Networks的氣體維修項目都體貼照顧鄰近社區、公眾、員工和環境的需要，因此在4月獲頒「公德地盤獎」。其中Church Fenton工地的大規模社區工作，包括透過家訪與公眾大會加強溝通和贊助當地活動如木球、足球和童軍，更獲金獎殊榮。此外，哈德斯菲爾德的Westgate項目亦榮獲金獎，而其他多個項目也分別取得銀獎與銅獎，成績十分彪炳。

和記港口信託喜迎二億標箱

同賀佳績！超過350位政府官員、客戶、合作夥伴和持份者雲集，慶祝和記港口信託於香港的累積貨櫃處理量達到二億標準貨櫃。可喜可賀！



菲力斯杜港檢測食物安全

英國交通部長Robert Goodwill為英國菲力斯杜港的環境溫度食物檢測中心主持開幕儀式，擴充後的檢測設施和新建的薩福克郡海岸港口健康局佔地3,045平方米，另外新增了840平方米的辦公室及會議廳。

長和義工隊仁愛滿溢

施比受更有福！去年約600名長和義工服務了超過1,300名人士，包括長者、病友和孤兒等，服務達3,045小時。義工們在周年聚會上聚首一堂，互相鼓勵表揚，合力建設更美好的香港。

和記環球電訊奪企業大獎

和記環球電訊於國際另類投資評論大獎中，獲頒「亞洲最具創意及過頂服務領導」企業年度大獎。得獎項目「和記環球電訊應用與內容供應商方案」，為過頂服務供應商拓展服務覆蓋率並吸引海外客戶注意。



越南流動熱潮

河內市中心的Vietnamobile新店位置優越，毗鄰一家中學，凸顯公司專攻年輕人市場的策略。該店更特別向年輕人免費派發SIM卡，於當地掀起一股流動通訊熱潮。



集團消息



能源

Edam東部勞埃德熱採項目投產

赫斯基能源在加拿大薩斯喀徹溫省Edam東部的勞埃德熱採項目，在蒸氣運作開展約七個星期後，今年4月正式投產。此項目產量達每天10,000桶石油當量，是三個預期在2016年啟動的熱採項目中率先投產的一員。

電訊

3印尼關愛社群

3印尼為慶祝成立九週年，特別在該公司鄰近社區以至全國推行慈善分享活動，共號召了750名員工參與，為失聰人士、孤兒院、青年更生、學校翻新等公益活動籌款。

零售

屈臣氏全球會員突破一億

屈臣氏集團第一億名會員較早前在英國Superdrug的湖畔店誕生，為集團這項會員計劃奠下一個新里程。屈臣氏集團會員人數與日俱增，至今年六月底已超越1億1,000萬。



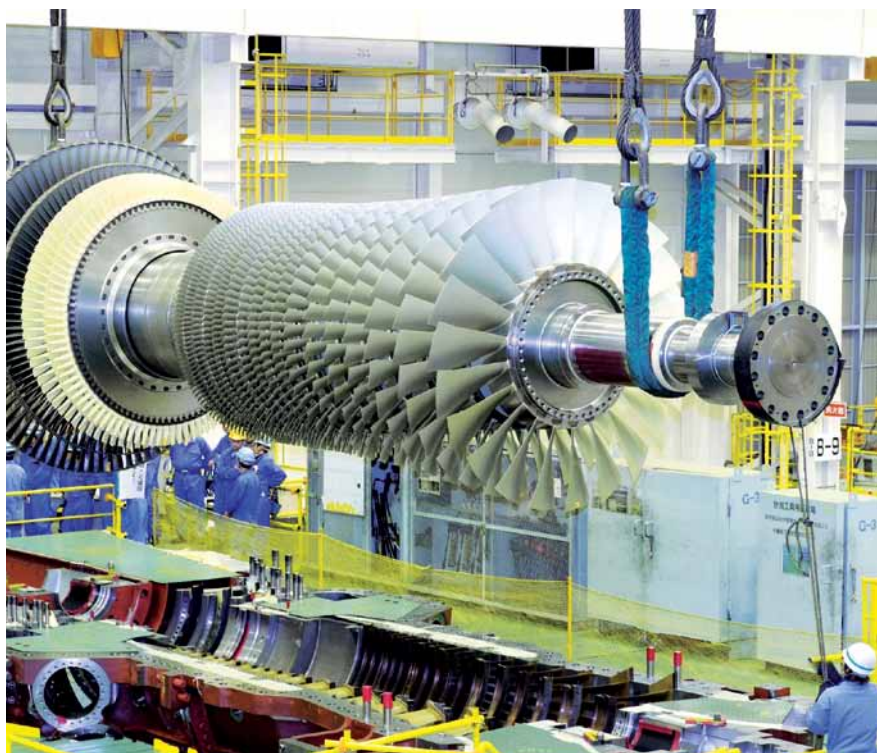
Project LOL

Project LOL公益計劃於4月的「關懷長者日」為長者獻上愛心與歡笑，當天屈臣氏集團旗下六家零售與製造業務單位和35家業務夥伴公司的義工，一起為城中逾1,750位獨居長者帶來喜樂。



香港新燃氣發電機組動工

港燈於2016年1月動工建造一台新燃氣發電機組，取代行將退役的舊機組，以配合香港政府訂定的嚴格減排目標。新機組預計於2020年啟用，屆時不單有助減排減碳，亦確保公司維持一貫可靠和穩定的供電服務，並可望於2020年將本地天然氣發電的比例增至五成，令香港的空氣更清新！



確保倫敦地鐵電力穩定

UK Power Networks Services在倫敦地鐵北線延展至巴特錫的電力系統提升工程中，展現超越一般工地的安全水平，整項工程歷時逾百萬運作時數仍能保持零停工率，獲頒「Beacon大獎」真是實至名歸。



精益求精

和記港口集團在世界各地陸續增添先進設備：上海明東集裝箱碼頭新增六台電力驅動輪胎式龍門架吊機和兩台岸邊吊機，和記阿吉曼國際碼頭亦安裝了三台混能輪胎式龍門架吊機，為阿吉曼港開創先河。位於卡拉奇的南亞巴基斯坦碼頭增添了四台全新岸邊吊機及六台新的「堆六過七」型遙控輪胎式龍門架吊機。至於香港國際貨櫃碼頭，則新裝了兩台疊船專用岸邊吊機取代現有的門座式起重機，日生產力提高了三至四成。



EnviroNZ拯救島礁

希臘貨輪MV Rena號數年前在新西蘭阿斯特羅萊布礁擱淺，污染了附近海域。EnviroNZ自當年起一直與當地政府和義工合作，至今已合力清除與循環再用144個貨櫃及當中的6,500噸物料，包括廢鋼、400噸木材及150噸牛油等。全憑EnviroNZ與各合作夥伴的努力，島礁與鄰近海岸才得以逐漸恢復原貌。

Park'N Fly願望成真

Park'N Fly關懷基層家庭的需要，支持願望成真基金的計劃，讓身患危疾的兒童與家人展開願望成真之旅的同時，免費享用Park'N Fly的泊車服務。計劃讓79個家庭合共享用了632天免費泊車服務，助人自助。

集團消息



零售

屈臣氏集團永不停步， 昂然邁向175載。

屈臣氏集團：永不停步175載

屈臣氏集團成立175周年，至今已在全球25個市場開設逾12,400家店舖，成為亞洲與歐洲最大的國際保健及美容產品零售商。政務司司長林鄭月娥女士與集團高層管理人員、員工與業務夥伴一同出席慶祝酒會，見證集團永不停步，不斷在世界各地拓展業務。

基建

老有所為

港燈與香港社會服務聯會於2006年創辦的「香港第三齡學苑」慶祝成立10周年，第三齡學苑多年來透過全港48家自務學習中心，合共開辦4,600多個課程，為本地退休人士提供超過70,000個學習機會，鼓勵退休人士多參與社區事務，讓他們老有所為，繼續發揮所長。



最佳僱主UK Power Networks

UK Power Networks成為英國《星期日泰晤士報》「2015年度25家最佳僱主」榜上唯一一家電力公司；公司亦憑減少電力中斷次數與時間、改善客戶服務與溝通，以及達到低碳、廉宜與安全的電力供應，榮獲「2015年度最佳公用事業機構」殊榮。恭喜、恭喜！



其他

和黃中國醫藥科技納斯達克上市！

繼在倫敦上市後，和黃中國醫藥科技完成在美國招股，並在納斯達克全球精選市場上市，集資超過1億1,000萬美元，以助公司研發癌症標靶藥物和免疫系統疾病療法，並在市場推出發售。

通訊無間

3丹麥為所有已登記「Free Talk」服務的客戶提供免費Wi-Fi通話服務，即使身處鄉郊地區，又或是流動通訊訊號稍弱的住宅或商業大廈內，皆可以使用Wi-Fi通話。使用iPhone 5C或以上的型號，並裝有iOS 9系統的客戶將可率先享用此項服務。



電訊

3澳門4G全面覆蓋！

無論是戶內或戶外，3澳門的4G服務都全面覆蓋。全新的4G LTE網絡已覆蓋澳門超過95%的戶外地區，客戶不但可享更佳的網絡覆蓋，月費計劃內新增更多的數據用量，讓客戶在這「東方拉斯維加斯」更加無往而不利！



3香港「歡樂通宵」

3香港推出創新的「歡樂通宵」無限數據計劃，讓客戶於每晚11時至翌日早上7時無限制使用速度不少於1Mbps的數據，香港的劇迷大可安心通宵「煲」劇。



世界品牌雲集

全球供應商研討會

屈臣氏集團舉行歷來最大型的全球供應商研討會，
與業界一同慶賀成立175周年。





屈臣氏集團與環球保健及美容產品界領袖聚首一堂，共同探討互利策略，拓展未來。

來

自世界各地34家供應商超過120位高級行政人員，一同出席是次在港舉行的兩年一度盛事。遠道而來的重量級嘉賓包括：聯合利華、歐萊雅、漢高與寶潔等環球個人護理產品巨擘的總裁、歐洲時尚集團Puig的第三代掌舵人，以及時裝界紅人兼披頭四樂隊主音保羅麥卡尼的女兒Stella McCartney。

屈臣氏集團董事總經理黎啟明與一眾管理層成員，向濟濟一堂的零售翹楚詳述集團的長遠發展願景，希望透過研討會與各長期合作夥伴共創互利策略，共同拓展歐亞數十億人口的零售市場。

作為歐亞最大的保健及美容產品零售商，屈臣氏集團為業界建立一個重要的交流平台，發揮對環球零售業舉足輕重的影響力。研討會由黎啟明揭開序幕，詳盡介紹屈臣氏集團各項嶄新計劃和發展方向。

集團不同地區業務的舵手也逐一分享在各自市場所累積的經驗，闡述集團的發展目標如何令零售業界以至品牌業務踏上成功之路。各地區業務都極具規模並獨當一面，全憑他們的專業和熱誠，各類保健及美容產品均錄得節節上升的銷售額，穩佔環球零售市場領導地位。

「我們決心塑造自己的未來，不讓未來主宰我們。」

屈臣氏集團董事總經理黎啟明



全憑與合作夥伴長久以來建立的緊密關係，屈臣氏集團繼往開來，向175週年的新里程邁進。

黎啟明並在研討會上公佈全新提升顧客參與度的策略「DARE」——代表著「與別不同」(Differentiation)、「隨時隨地」(Anywhere)、「緊密關係」(Relationship)和「豐富經驗」(Experience)。這個新方向將於零售新世代中，把客戶與零售商和產品的互動提升至更高層次。

屈臣氏集團屹立行業175年，不斷求進求變，勇於接受新挑戰。集團的四個品牌理念：「熱誠」、「團隊合作」、「承諾」與「科學」，更新增了「創新」這新「基因」。

龐大規模 靈活應變

黎啟明提倡的發展策略以屈臣氏的龐大規模等既有優勢為基石，認為龐大規模仍無礙集

團靈活應變的能力。他解釋道：「我們的計劃是繼續擴充規模，同時變得更加靈活。我們視每天的挑戰為新的實踐機會，將創意融入企業文化中，使我們的營運更趨靈活。」

出席研討會的主要供應商高級行政人員也認同靈活應變的策略，聯合利華全球首席執行官波爾曼說：「我不知道175年後我們會怎樣，但我希望依然能維持目前與屈臣氏集團富成效、具建設性與互相尊重的合作關係。合作各方當然必須靈活應變，緊貼消費者的需要。」

資生堂社長兼執行董事總裁魚谷雅彥對是次盛會感到非常興奮，他很高興「能參考屈臣氏集團的經驗，做到以客為尊、善用數據、策

略周詳，同時著重營運效率與前線工作」。

合作關鍵

發揮創意與善用電子平台，對公司的未來至為重要。黎啟明解釋：「希望你們明白，客戶關係管理是市場推廣的新方向，並非待預算寬裕才做的事，是推廣產品賴以成功的不二法門。」

他期望透過建立合作關係發展這些資產，強調屈臣氏集團與合作夥伴必須「革新營銷手法，將健與美的概念合而為一，方能為不同世代的顧客提供豐富的購物體驗。」

歐萊雅集團與屈臣氏集團的願景不謀而合，其集團主席兼行政總裁安鞏在介紹公司新

架構中提及，在考慮未來發展方向時，「數碼改革是絕對必要的，公司需要全面推行數碼改革」。

對屈臣氏集團而言，創新並非只是願望，其電子商貿平台由eLab驅動，為環球供應商提供了一個實際的合作渠道。eLab不僅是屈臣氏與夥伴聯繫的催化劑，更帶動創新與正面改變。

黎啟明補充道：「eLab旨在建立一個中央平台，為各合作夥伴在數碼項目上提高效率。希望各位能夠提供優質資訊，與eLab通力合作。透過此平台，大家便可與我們的25個市場合作，亞洲地區由香港的eLab統籌，歐洲則由倫敦eLab負責。」

永續巨星

業務的可持續發展對屈臣氏集團同樣重要，主理Jean-Paul Gaultier與Carolina Herrera等名牌的歐洲時尚集團Puig，其第三代掌舵人、集團主席兼首席執行官Marc Puig也深明此道。Puig先生表示：「可持續發展的理念不只應用於業務模式，還包括傳承給下一代的一切，我們要確保繼承人會以公司為榮。」

世代相傳的又豈止家族產業，創意基因也有可以不同的形式遺傳下去。設計師Stella

McCartney繼承父親保羅麥卡尼的創意和藝術細胞，時裝業務拓展至77個國家，並開發多元化的時裝系列，涵蓋女士內衣、晚裝以至童裝等不同範疇。

在研討會上，Stella McCartney與屈臣氏集團財務總監希艾倫及一眾嘉賓交流對可持續發展的看法，她說：「顧客越來越看重資源的可持續性，時裝集團或業務越加重視可持續發展、環保和責任等觀念，越能夠獲得顧客的認同。」對她而言，可持續發展等於不採用動物皮革製品，及不選用含有聚氯乙烯的原料，在時裝界實屬罕見。

然而，她並未自滿和鬆懈，認為創意有部分源自內在需求帶動：「你永遠不應安於現狀。」

和Stella McCartney一樣，黎啟明認為應時刻對競爭保持警覺，絕不能固步自封。「未來屬於主動裝備、從不自滿的一群，安份守己難成大器！我們取得成功卻不滿足於此，我們決心塑造自己的未來，不讓未來主宰我們。今天便踏出第一步，未來只會留給坐言起行、勇往直前的人。」

「我希望依然能維持目前與屈臣氏集團富成效、具建設性與互相尊重的合作關係。」

聯合利華全球首席執行官波爾曼

Stella McCartney與屈臣氏集團一致認同，業務越加重視可持續發展和企業責任，越能夠獲得顧客的認同。



放眼傳動 新方向

長江和記集團突破傳動工具的應用，
展現世界級業務的嶄新營運模式。

要

是你以為傳動工具不外乎飛機、輪船或汽車，用來載客或運貨，在集團業務上不值一提，你便大錯特錯了。

各式各樣的傳動工具在長江和記的不同業務中擔綱重要角色，當中有的在冰封下運作、有的會嗡嗡作響、有的在高空監測，有的在深海堪察。全賴強大的運算能力、人工智能，以及長江和記員工的創意，新世代的傳動工具在集團業務上扮演日益重要的角色。

管道清道夫

英國Northumbrian Water Limited與加拿大赫斯基能源公司的業務都需要借助管道清道夫，如冰式與智能式，以及清道夫收發器等配件，協助業務運作無誤。

管道清道夫其實是種管道檢測儀，未有這種技術之前，要檢查、清潔或更換水管、油管或天然氣管，都必須把管道從地底挖掘出來，十分費時失事。

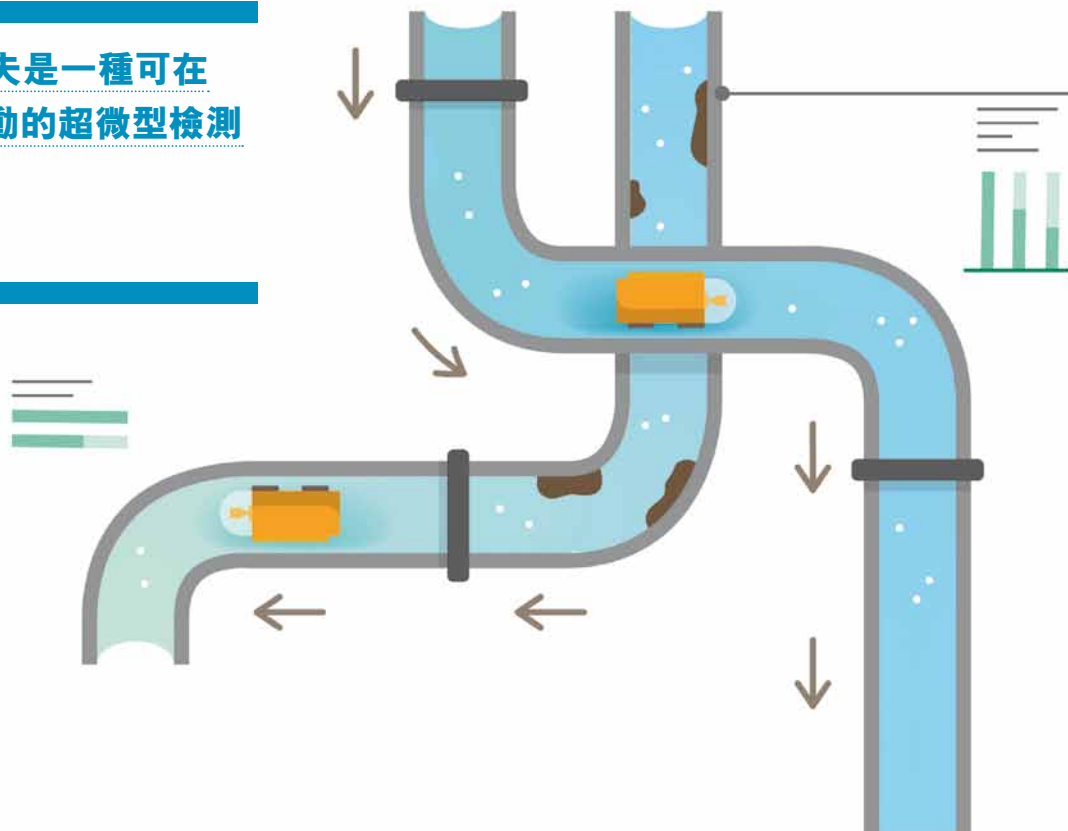
後來，簡單的早期管道清道夫出現，它是一具小型儀器，進入管道之中透過摩擦清潔內管。Northumbrian Water與赫斯基能源的業務經常使用這種儀器，更將技術進一步發揚光大。

赫斯基能源目前使用的智能式清道夫十分小巧，Northumbrian Water則採用一款新的檢測儀「冰極清道夫」，發揮清潔管道的功能。此款新儀器引進特別的冰點遏抑劑，能穩定保持流水在適當的冰點溫度，提供足夠的磨擦力清潔管道內壁之餘，又不會損壞管壁的塗層。

自2010年試驗以來，冰極清道夫效果更勝傳統清潔方法，更於2012年開始獲廣泛採用，至今已為Northumbrian Water的網絡清潔了超過50公里的管道。



智能清道夫是一種可在 管道中移動的超微型檢測 儀器。



智能清道夫

赫斯基能源有逾百萬公里的小至中型管道，遍佈加拿大西部。這些管道必須定期維修與監測，而智能清道夫便大派用場。智能清道夫是一種可在管道中移動的超微型檢測儀器，舊式的檢測儀只能刮去管內污垢，而這新式的管道檢測儀則能夠同時收集有關管道微裂、耗損與其他重要的資料，方便工程師決定是否需要即時維修還是可容後處理，有助他們按緩急輕重編排工作。

收發器裝在管道凸出地面之處，以收取或發送清道夫，收集到的資料有助工程師訂定出更有效的管理計劃，如應集中監測的範圍，以預知潛在問題及斷定可保留在地底的部分，令整項運作更具效率。

隨著清道夫的智能水平日高，工程師預期高清晰攝影機與實時檢測技術，將可進一步提升運作成效。

黃色潛艇

披頭四樂隊的名曲「黃色潛艇」當年紅遍全球，而Northumbrian Water則與英國技術供應商Panton McLeod Ltd合作，運用「黃色潛艇」管理水管與儲水塔。

「黃色潛艇」其實是在Northumbrian Water的巨型儲水塔中運作的遙控傳動工具，由資深工程師操作。員工寓工作於娛樂，以披頭四成員的名字區分多具器材，分別命名為靈高（靈高史達）和麥卡（保羅麥卡尼）等。

它們與足球差不多大小，可進入員工無法涉足的地方，並可實時收集水質樣本。舊式的檢測方法需要將儲水塔的水抽空，成本十分高昂，且對系統的其他部分構成額外壓力。現有的遙控傳動工具十分靈活，可節省時間，並可更清楚掌握有關儲水塔內水質的資料，有助斷定儲水塔需要優先清潔與維修的部位。



「使用激光雷達技術，只需三個月便可完成檢測整個網絡，對業戶的不便也大為減少。」

UK Power Networks樹木經理畢達善



清潔奇兵威E

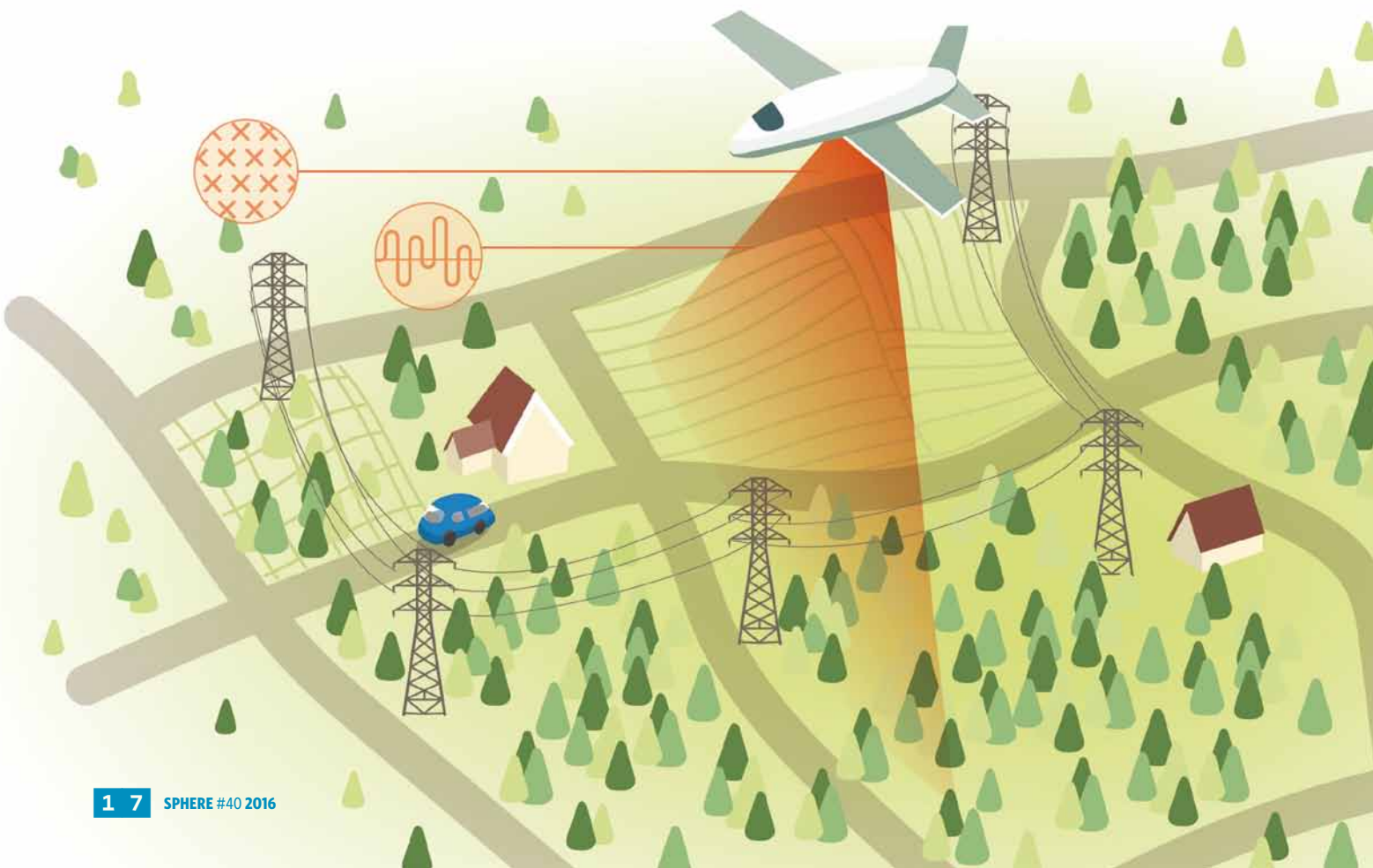
Northumbrian Water的遙控傳動工具又豈止一款，公司又與Panton McLeod合作，設計出一系列如太空奇兵威E般的機械人，在儲水塔中執行清潔與檢測工作。機械人在儲水塔中漫遊，在清潔時吸起沉澱物，並檢查是否有損毀與裂縫。Northumbrian Water在2003年開始應用這種科技，堪稱業內先驅，達到「成為領導全英國可持續水務及廢水服務供應商」的目標，公司因此頒發獎項，表揚Panton McLeod在Horsley項目的貢獻。透過使用高科技服務，即使極難處理的34兆升儲水塔都能在毋須中斷客戶的正常服務的情況下，完成清潔、檢測與改裝結構。

天眼監測

高科技可應用於狹窄的管道及儲水塔，也可以衝上雲霄，在空中翱翔監視。

UK Power Networks Holdings Limited的龐大供電網絡遍佈倫敦以及英國東部與東南部，電線在城鎮、鄉郊，甚至森林中縱橫貫穿。員工須跨越公共與私人土地，檢測電線有否因為植物蔓生，或因暴風及其他如樹木枯萎倒塌等觸及電線而遭到破壞。

時至今日，全憑激光雷達系統的出現，整個檢測程序得以在空中進行，檢測人員更可隨時取得定期更新的影像。UK Power Networks利用配備這種技術的飛機圍繞電網，透過激光掃描拍攝電線與周遭環境的影像並貯存於龐大的數據庫中。





六年前，該公司已開始考慮這種技術，但顧及成本與科技的實際效益，當時並非最佳時機。後來再次考慮，並在2013年試行掃描電網其中兩個部分；該次試驗成功後，系統便應用在整個供電網絡。

飛機將激光雷達系統載升至有利位置讓其運作，實施以來最大的挑戰是系統掃描提供大量甚至過量的數據，令資產管理數據庫需要更新，以容納大量詳細的新數據。

據UK Power Networks的樹木經理畢達善解釋：「以檢測角度來說，要徒步考察整個電網需要三年時間，但要是使用激光雷達技術，只需三個月便可完成檢測整個網絡，對業戶的不便也大為減少。以安全角度而言，員工毋須行經崎嶇的山路土地、河流與溝渠，減低受傷的機會。」

展望將來，此技術甚至有機會發展至能識別指定的植物品種與生長率，令修剪的時間編排更具成本效益。畢達善表示，英國的其他供電商已留意到這方面的發展，並至少有兩家已仿效UK Power Networks採用這種技術。

電動車熱潮

素來講求營運效益的香港電燈有限公司（港燈）是本港擁有最龐大電動車隊的機構之一。電動車在香港日益普及，而港燈一直緊貼市場動態，早著先機，致力滿足客戶需求。

港燈在香港的電動車隊不斷擴大，目前佔整體車隊約37%。公司計劃每當有電油汽車退役便以電動車取代，直至車隊全面電動化；港燈並於公司多個辦公大樓的停車場設有電動車充電器。由於香港面積細小，一般行

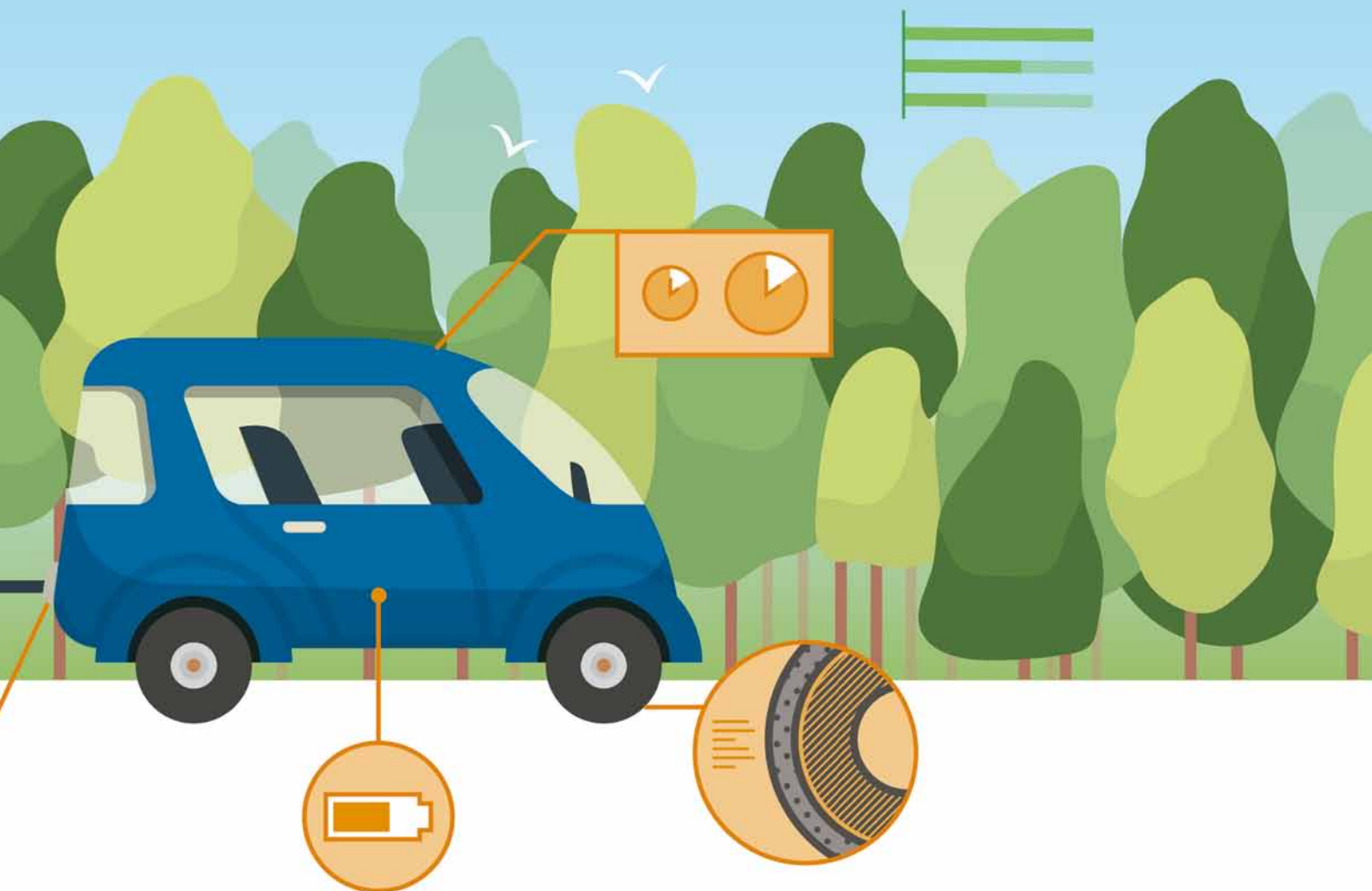
車距離不算遙遠，而且港燈的電動車營運車隊在晚上可停泊於停車場內充電，因此有十分充足的電力應付日常營運需要。此外，電動車的機械組件較少，維修需要也相對較少，換言之有更多時間在路上行駛，達至更佳營運效益。

港燈的電動車運作經驗，亦有助推動香港市民選用更環保的車輛，並能迎合消費者的喜好與消費潮流。

綠色香港

香港的汽車首次登記稅可能高絕全球，然而，為改善路邊空氣質素，香港政府豁免純電動車的稅項，令電動車使用更為廣泛，充電站的需求亦相應增加。

港燈回應市場需求，為有意選用電動車人士提供協助，合力改善香港的路邊空氣質素。



公司在港島設置10個免費公眾電動車充電站，其中標準充電站可在約四小時內為車輛充電至五成，而快速充電站更可在半小時內充電至八成。

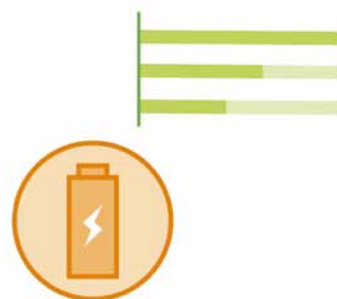
由於越來越多住戶要求管理公司在住宅大廈停車場提供充電設施，港燈於去年開始為多個大廈提供支援，並於去年10月舉辦「電動車充電易」座談會，與大約200位管理公司、承建商、發展商及服務供應商代表交流安裝相關充電設施的經驗。港燈電動車支援及發展經理梁卓堅表示：「對於安裝充電設施，大廈需要考慮多項因素，例如是否有足夠空間及大廈供電容量是否足夠等。」

梁卓堅續稱：「我們透過『電動車充電易』服務，提供全方位諮詢和支援服務，協助樓宇設立電動車充電設施。」

有關服務涵蓋三個範疇的技術諮詢和支援，令大廈業戶在評估與安裝充電設施時更為便捷。計劃至今已支援超過30幢樓宇裝設電動車充電設施，而首個大規模安裝充電設施的屋苑亦即將由最初的70個充電泊位，分階段增加至240個。管理公司十分欣賞港燈一系列的兩天服務承諾，並提供可行的方案協助大廈建設充電設施基建。越來越多人有意安裝電動車充電設施，梁卓堅的團隊在過去一年內，已收到數百宗來自住宅大廈業主及管理公司的查詢。

梁卓堅說：「我們很高興越來越多住宅大廈安裝充電設施。」他期待香港的路邊空氣質素能日漸改善，相信只要克服因資訊不足產生的疑慮，電動車的應用將會更為普及。港燈的專業團隊已經準備就緒，為市民提供技術諮詢和支援服務，讓大眾知道安裝電動車充電設施既簡單又安全！

長江和記集團敢於採用新科技，配合傳動工具，提升業務表現，為客戶提供更優質的服務。專業的技術人員、「黃色潛艇」、「智能清道夫」與「清潔奇兵」，將繼續為集團效力，締造世界級業務。□



病毒行銷

深入民心

數十年來，長江和記旗下公司一直以深入民心的手法推廣產品與服務。無論是80年代琅琅上口的廣告歌，還是善用今天社交媒體即時分享資訊，都能達到「爆紅」的效果，堪稱病毒行銷的先驅。

宣

傳攻勢要取得空前成功，需要許多不同的因素配合。以現代術語來說，是產品或服務「爆紅」，「爆」得讓人難以抗拒在親友之間傳開去，就像病毒感染一樣快速傳播。

一件作品或一輯廣告有時會衍生出數以千計的版本，全因大眾加諸無限創意，並與人分享他們的二次創作。以往，創造潮流可能要靠一句精句或一首家喻戶曉的歌曲；但今天，社交媒體的出現造就「病毒行銷」大行其道，只要網民覺得作品值得上載分享，即可以廣泛流傳。

黎明與和記電訊合作逾10載。



「病毒感染」式傳播概念現在大家都懂得，但長江和記集團旗下公司早在數十年前已經深明此道，炮製了許多膾炙人口的宣傳訊息。

在香港，集團的零售業務在不同年代均有很多成功的宣傳策略，相信不必多作提示，大家必定會記起不少集團當年的經典廣告。

集團在歐洲的流動電訊市場也承先啟後，把廣告宣傳提升為網絡社交現象，成功推廣服務。

琅琅上口

在80年代初期，產品宣傳傾向輔以旋律易記的廣告歌，令顧客不自覺地受到「感染」。

屈臣氏在1985年推出一輯以「Watson's — 更加關心你」作結的廣告歌，在電台及電視台播放，消費者皆耳熟能詳。1989年的聖誕節廣告則以熟悉的廣告音樂作背景，配上說故事式的旁白，同樣家喻戶曉。

然而，廣告歌在90年代較少人採用，取而代之的是以明星作代言人；而社交媒體廣告則在2000年後迅速崛起。

香港屈臣氏個人護理店的廣告策劃顧問恆美香港執行創意總監吳梓翹說：「廣告歌

容易引起注意，並能有效地傳遞訊息。『更加關心你』獨一無二又簡單直接，末段的旋律很容易令人琅琅上口。」

廣告歌雖然感染力強，但敵不過歲月的洗禮；光芒漸退並非表示它形式落伍，而是訊息傳播途徑出現轉變，電台和電視台的重要性今非昔比。吳梓翹說：「廣告歌、明星代言或故事式廣告只是表達方式，當我們策劃廣告宣傳時，不會草率提議用某種形式，關鍵是我們要傳遞甚麼訊息。」

他解釋，不同時期的廣告宣傳形式確會隨著潮流轉變而有些分別不同，但往往只限於演繹的語調和風格，例如字體設計或圖像。但這些都是其次，「我們關心的，是所用的宣傳手法能否增強訊息傳遞，而不是當時流行甚麼。」

天王魅力

香港在90年代，「四大天王」雄霸本地流行曲市場，其中一位「天王」黎明自1993年開始與和記電訊合作，擔綱無數膾炙人口的電視廣告主角。他與和記電訊的合作逾10載，遠超過其餘三位天王與其他電訊商短短一兩年的合作關係。當年的廣告在年輕人心目中引起極大迴響，傳頌一時的廣告歌曲至今仍讓90年代成長的香港人產生共鳴。

和記亞洲電訊有限公司營運總監葉少媚加入和記電訊前，就是在當時策劃有關廣告的顧問公司工作，對整個項目瞭如指掌。

葉少媚回想當年廣告計劃的誕生，是因為當年傳呼機被視為低端的流動通訊設備，因此和記電訊希望在提供傳呼服務之同時，推出第二代無線電話服務，以擴大通訊市場。

為使產品可以得到廣泛接納，特別以年輕人為主要對象，廣告團隊接觸當時紅極一時的黎明，展開了一段密切的合作關係。每次推出新一輯廣告，團隊都會為之度身訂造一首主題曲。和記電訊、廣告公司、藝人、作曲者以至填詞人均參與創作過程，集思廣益，工作一絲不苟。

歌詞裡刻意不提及品牌和有關產品，這樣廣告歌曲便能如一般流行曲在各媒體如電台、電視台不停播放，也會在演唱會中表演。葉少媚解釋，歌曲若加上了品牌名稱，便難以達至這流行度：「我們知道這樣做會扼殺歌曲的傳播空間，使它不能滲透不同的媒體。品牌的意念是由歌曲的傳情達意而來，而不在於品牌的名字。」



「在互聯網絡平台上分享 資訊可滿足人類所需的歸 屬感。」

3英國市場總監
馬禮捷

黎明的巨星光芒，令每一輯廣告都登上娛樂新聞，成為一時熱話，明星代言的威力發揮得淋漓盡致。這些廣告不但成功，而且效果持久。每輯廣告都有精句，成為友儕之間的話題，學生也會在校內重複模仿，諧趣演員亦會以之為「搞笑」題材。和記電訊與黎明合作無間，一起營造的感染力涵蓋整體電訊服務，遠超過原本只為改造傳呼機的形象，雙方至今仍保持著這種友好關係。

葉少媚誠言，廣告所產生的效果可以用「奇跡」來形容：「我們的廣告引起廣泛的討論，反應熱烈，產品銷量也節節上升。」

#今時今日

互聯網和社交媒體的盛行，帶領現今的廣告進入一個新紀元。聰明的市場行銷人員紛紛各出奇謀，以另類手法迎接新的生態環境。

在歐洲，3英國一系列的廣告如水銀瀉地般爆紅。在2013年2月推出#DancePonyDance廣告，主角是一頭雪特蘭小馬，牠隨著老牌搖滾樂隊Fleetwood Mac的歌曲《Everywhere》，跳著月球舞步。該短片在YouTube的點擊率逾1,100萬次，在社交媒體更獲超過43,000次分享；觀看這段1分10秒的短片1,100萬次，大概需要24年半呢！

它的續集#SingItKitty在一年後推出，主角是頭會唱歌的小貓，受歡迎程度亦不遑多讓。

這些廣告好像帶點傻勁，但這正是廣告得以流行的癥結所在。就如它的標語：「傻得冇道理！」這些廣告為3英國創造了奇跡，真的不容輕視。自從採取這新廣告策略以來，3英國品牌受歡迎程度增加了50%。

「在互聯網絡平台上分享資訊可滿足人類所需的歸屬感，對我們來說更能體現顧客的期望，幫助我們建立滲透力更強、更可靠的品牌。」3英國市場總監馬禮捷說：「今天，創作一些能夠感動觀眾的廣告，吸引他們觀看、分享並參與其中，可謂勢在必行。」

「出色的傳訊活動就像烹飪一樣，要用最好、最新鮮的材料。」

和記亞洲電訊營運總監
葉少媚

「#DancePonyDance」是有史以來首個用「#」標籤的電視廣告。在廣告完結時加上「#」是經過深思熟慮的策略，可確保這影片的觀眾用同一個標籤來分享。透過累積這些分享記錄，可觀察到追隨者的趨勢，有利於鼓勵更多分享。

是什麼驅使一個廣告的訊息如烈火般蔓延呢？

馬禮捷解釋：「強烈的情感投入和驚喜元素是驅使觀眾分享的原因。」事實上，大部分社交媒體用戶都認為，那頭可愛的雪特蘭小馬令他們有「快樂」和「驚喜」的感覺。

投入分享

那又是什麼驅使大眾分享網上的內容呢？吳梓翹認為有兩種因素：「一、是他們認為與自己有關；二、是內容實在太棒、太有趣了，非要分享不可。」但要弄清楚目標對象覺得甚麼與他們相關或甚麼是有趣，其實是頗複雜的，「這講求經驗和對市場的了解。」

至於一般公司應否因為傳統媒體的高昂廣告費，退而求其次改用網絡媒體登廣告，吳梓翹的忠告是：「客戶選擇網絡廣告，應該以向目標對象傳遞訊息為依歸，而非因為資金不足。」

吳梓翹和葉少媚都認為，利用廣告歌、明星代言或網絡廣告的做法因時制宜，不可以一成不變。

葉少媚補充道：「所有出色的傳訊活動就像烹飪一樣，要用最好、最新鮮的材料，並要運用最合適的渠道和科技，才能將廣告的概念發揚光大。」無論是透過80年代的廣告歌、90年代的巨星代言，或是現今社交媒體的主題標籤功能，長江和記集團的市場行銷團隊都絞盡腦汁，運用創意推廣集團的產品和品牌，在世界各地打動顧客的心。□

產品宣傳傾向輔以旋律易記的廣告歌，令顧客不自覺地受到「感染」。





成就資訊世代的 無名英雄

寬頻是資訊世代的無名英雄，和記環球電訊的寬頻網絡，
為香港人創造營商與娛樂優勢！

網

上商貿與娛樂、大數據處理、廉宜的世界電訊服務，以及電子學習模式，為世界帶來革命性的改變。當中有一個被忽視的重要角色，是資訊改革不可或缺的元素，也是改變人類生活方式的力量——寬頻。

一直以創意服務香港的和記環球電訊有限公司最近慶祝20週年紀念，公司成立時正值光纖科技興起，借用和記電訊香港控股有限公司營運總裁陳婉真的說法，公司「剛

好迎上光纖發展的輝煌年代。」

目前，和記環球電訊的寬頻服務，堪稱為全球最快、覆蓋最廣的寬頻服務之一。當年投資新科技成本高昂，收費相對難免較高，所以最初使用相關服務的主要為企業用戶。然而，光纖技術的確較舊有的銅線系統優勝，企業用戶透過採納新科技，相關投資亦迅速見成本效益。寬頻用戶應用相關通訊科技的方式發展迅速，需求亦隨之急升，香港在2005至2015年期間，寬頻容量增加了25倍。和記環球電訊的光纖電纜全長超過

143萬公里，足以圍繞地球約36次！公司的光纖網絡覆蓋廣泛，再配合發展成熟的國際網絡，於本港與海外提供一系列的固網電訊服務。

由於智能電話普及，香港人對Wi-Fi的要求與日俱增，甫踏進商場或餐廳即希望能接通Wi-Fi。和記環球電訊覆蓋全港的網絡讓數據流動暢通無阻，有助實現未來「智慧城市」的承諾。公司即將增設更多以1G光纖網絡連接的Wi-Fi熱點，上網將會變得更加便捷，速度勢必越來越快。

營商好助手

和記環球電訊推出的一站式企業方案，涵蓋互聯網、流動電訊、私人數據專線、數據中心服務與雲端服務。陳婉真估計，對數據服務需求殷切的大型企業用戶，已是相關服務的先行用家，相信假以時日，它們會有望成為公司最大的客戶。例如，必勝客與肯德基已可透過「超級零售業網絡」，利用流動程式與後勤軟件管理網上訂單，再分配至離送貨地點最近的分店。方案並可收集大量有用銷售數據與顧客資料，供未來策劃之用。

憑藉世界級的數據中心設施與接駁能力，和記環球電訊具備優越條件，盡握雲端運算的商機。多項需要大量數據的新服務，可透過雲端方案從多個觸點收集大數據，把數據整合與分析，實時提供管理資訊與分析內容。全憑大型光纖網絡傳送數據，還有具成本效益的雲端儲存，這些服務才能實現。

舉例說，和記環球電訊的「雲端視像監察」服務，讓業務主管在世界各地均可透過流動裝置監察資產與營運情況；視像數據能實時收集、加密和傳送至相關流動裝置。長江和記集團使用的高科技「雲端視像會議」，同樣也依賴大量數據加密傳送（詳情請參閱《Sphere》第35期）。此外，「雲端顧客分析」也可透過創新的表情偵測技術等應用方案蒐集數據，分析消費者的性別、年齡組別與瀏覽各種宣傳品時的表情，以改善實體零售業務。寬頻有助傳送與分析複雜的數據，從而決定店鋪設計和商品陳列的方式等。

「雲端數碼廣告」可實時遙控轉換店內的數碼宣傳品，省卻於店內裝設電腦硬件，亦毋須訓練員工操作；**3**香港便是採用這種店內數碼技術的先驅。

娛樂無窮

單看現今的家居娛樂，實在很難想像以往只有一、兩個電視台，電視機頂「兔耳」室內天線接收時好時壞的日子——寬頻提升了現今電視娛樂的質素。

充裕的頻寬讓嶄新的過頂服務，毋須經有線電視等傳統供應商，也能提供互聯網節目點播服務。**3**家居寬頻目前為可全港180萬個家庭提供速度高至1G的寬頻服務，簡單易用的網絡點播平台「myTV SUPER」，更為觀眾提供超過19,000小時的精彩高清節目。

隨著網絡擴大，消費者的需求也相應增加，而服務供應商當然樂意滿足他們的需求。除了收看電視節目，消費者也喜歡網上通訊或在家中工作，構成龐大的需求，系統壓力頓增。有見及此，和記環球電訊推出內容分發網絡。

這先進及可擴容的網絡，讓文件下載、視像串流、雙向通訊與多種其他需要大量頻寬的網上服務，能夠以更快速、更可靠的方式進行。網上商貿亦可加速進行，免卻顧客因久候而不耐煩或瀏覽不穩定而取消訂購。有了內容分發網絡，網絡基建便可從容應付快速上升的需求。

儘管大家都追求設計亮麗的手機和功能卓越的流動應用程式，但真正革新資訊與娛樂事業的，卻是不斷提升與演進的寬頻技術。和記環球電訊已準備就緒，為香港與其他地區提供優質服務，真正創意無限！■

現今世代講求速度，和記環球電訊的優質寬頻網絡，讓香港走在資訊革命的最前線。



奇點大學

啟發學生重塑世界

李嘉誠基金會突破傳統學習的框框，邀請奇點大學的頂尖科學家到香港授課，擴闊本地學生視野和思維。

源

自中世紀的詞語「奇點」，包含人類的起源以至終結的意思。對天文學家而言，它是萬物由無到有的分界線；電腦科學家則認為奇點是電腦程式變得自主和超越人類的一刻。但在奇點大學，它象徵著人類到達一爆炸性發展的轉捩點，令萬物出現轉變。只要擴闊視野、創新思維，人類便有機會重塑世界，發展至新高峰。

李嘉誠基金會為了助香港學生擴闊眼界，今年4月贊助「科技夾子系列：奇點大學特選課程——幾何級創變」，邀請來自矽谷的頂級科技界專家，在香港大學志新學院為逾300名中學生與大學生講授不同的未來課題。

獨一無二

奇點大學在2008年創立，由一群來自世界各地的有識之士與合作夥伴組成，打破奉行已久的傳統學習模式。這一所新型大學的教授來自人工智能、醫療保健、大數據和機械人科技等範疇，皆是具備「實戰經驗」的行業翹楚，絕非象牙塔中的學者。



香港插圖家Eliot Lee以簡單生動、激發思維的畫作，表達奇點大學講者的創新意念。

他們以「幾何級變化的科技，來應對人類面臨的重大挑戰」。一般大學或許會打著化解人類問題的旗幟，但鮮有大學教授真的專門研究極精細的學科，例如單一分子對化學過程的影響，又或鑽研古老的文獻，尋找箇中的特別意義。

奇點大學相信，科技創新可在不同界別推動幾何級演進，有助解決貧窮與饑餓等人類最古老、最常見的問題，並有助保護環境，拯救地球。與其說奇點大學是一所教育機構，倒不如說它是一家企業，支援教育、新科技公司、非政府組織、各地政府與其他機構合作發展，同步向前。

這種新穎、具前瞻性的學習方式，令參與的學生大開眼界。香港理工大學學生郭文彥認為自己「正在上2020年的未來課程」。周君泰同學也表示參加奇點大學的課程後，決心投入化解人類的重大挑戰。他認為：「課程讓我見識了許多超級科技，鼓勵我運用自己的知識，為解決環球挑戰作出貢獻。」

擴闊眼界

李嘉誠基金會稱獲邀出席的學生為「有潛力重塑世界的解難者與求成者」，學生們熱切探求新知。其中一位學員顧文灝對大學有獨特的見解：「奇點大學的每一講題都甚具啟發性，有別於傳統課堂，讓我們知道世界『猛人』究竟正在做些甚麼。」

他所指的其中一位「猛人」，正是奇點大學行政人員及特邀課程常務董事Chipp Norcross。他講授了幾何級增長的本質，並鼓勵學生改變單一的線性思維方式，指出學生雖然擅長傳統線性學習與博聞強記，但未必能配合未來增長的進度，因此必須找出新模式來應用知識。

基金會全數資助課程，期望可藉此擴闊學生視野。參與學生需要在出席課程前思考數條問題，包括「你會否讓機械人開車送你上學？」、「能否接受機械人為你預備所有餐膳？」以及「你會否讓機械人或人工智能醫生全權負責你的健康？」顛覆性的科技真正

應用起來時，會實實在在的改變日常生活，甚至會成為日常生活的一部分。所以，有意設計與應用創新科技的學生，必須顧及新科技將如何改變人類的生活。

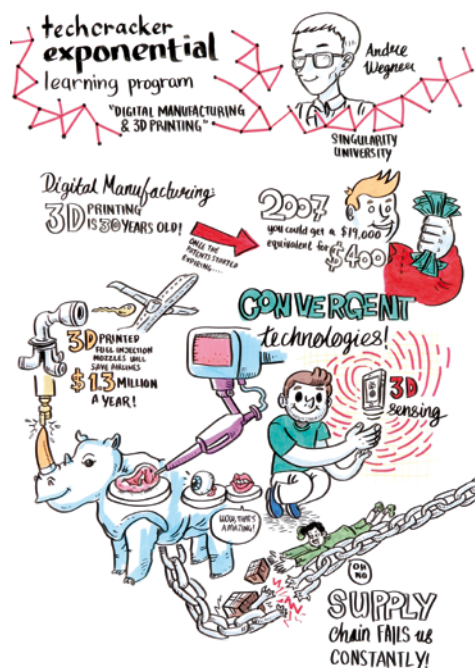
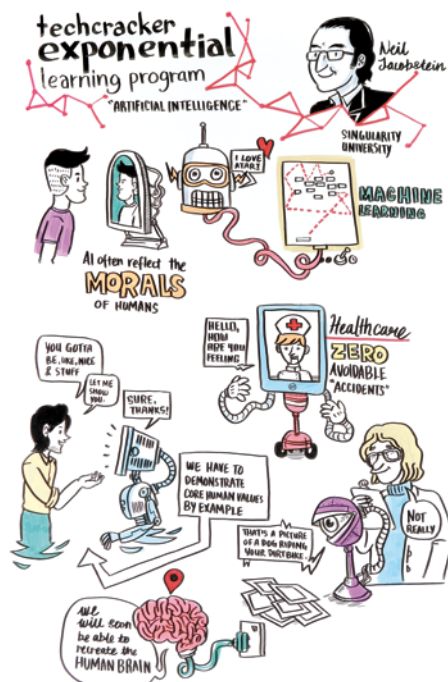
課程討論了多項技術，包括數碼生物科技、人工智能與機械人科技、數碼化生產製造與立體打印等等，學生有充分機會與來自矽谷的頂級科技專才交流。奇點大學的教授為學生提供了許多具前瞻性的建議，但要實踐也絕非易事。例如學生為了應付考試，不免以目標為本，放棄深入研究。大學的人工智能科技與機械人學聯席主席Neil Jacobstein鼓勵學生：「求學不只是求分數，而是要培養批判性思維。」

培養人工智能思維也是Neil Jacobstein課程內容的一部分，他在講座上向學生講解，不要單靠自己的腦袋去解決問題，而是要運用人工智能的「模式辨別技術解決業務與技術應用問題」，而這也將會成為新範式。

「你會否讓機械人開車送你上學？為你預備餐膳？」
學生冀望自己不久將來在科學方面會作出貢獻，這絕非天方夜譚。

**人類有機會重塑世界，
發展至新高峰。**





幾何級增長威力

至於奇點大學策略關係副總裁 Amin Toufani 的講題，是幾何級變化的科技如何顛覆經濟，當中提及一系列引人入勝的話題：金錢與科技（Instagram 的冒起並於18個月後以10億美元售予Facebook）、性與死亡（約會網站Ashley Madison資料外泄與自殺的個案），以及音樂、諷刺時弊與財政狀況（聯合航空拒絕賠償損毀的寄倉結他，結他主人兼樂手於是推出連串反聯合航空的歌曲，導致該公司市值下降1億5,000萬美元）。上述例子顯示，新科技的威力足以令全球科技界產生翻天覆地的轉變。

學生們紛紛對這種互動與啟發的形式另眼相看，拔萃女書院的梁慧琳同學認為，課程給她「帶來新思考模式，激發創新的意念。」

除了科技與工程之外，課程亦啟發學生思考應用新科技所帶來的價值。理工大學的 Mavis Tan 明白到這一點，並感謝奇點大學「鼓勵思考本身的生命價值，以及貢獻科技發展如何化解人類的挑戰和提升人類生活質素」。

香港中文大學博士生蘇鵬早對奇點大學趨之若鶩，對於能夠參加課程感到無比興奮，在網誌上寫道：「我一直對奇點大學充滿好奇，現在終於有機會多加了解，真的要感謝李嘉誠基金會的支持！」

奇點大學發掘「有潛力
重塑世界的解難者與
求成者」。



