

SPHERE

14

待客之道

秉承優良服務傳統
海逸酒店開業十周年



目錄

第十四期 二〇〇五年七月號

編者的話

和 黃集團內部刊物Sphere第十四期出版了，對各位讀者的繼續支持，編輯小組深感欣悅。

內容方面，今期的特稿題材相當廣泛，反映集團覆蓋全球的業務範疇，而版面設計也是煥然一新，帶出鮮明的形象和自信的氣息，就像集團的業務一樣。

本期的封面故事介紹海逸國際酒店集團（「海逸國際」）在香港、中國內地和巴哈馬群島的業務，細說待客之道。

我們隨即把讀者從金碧輝煌的酒店，帶到人煙稀少的加拿大阿爾伯達省。黑沉沉的油砂看來毫不起眼，但卻是和黃旗下赫斯基能源在開發新能源方面的一個重點項目。另一方面，我們細看香水業如何歷經多個世紀的演變，回顧埃及人以香油作為法老王陪葬物品的歷史，近看香水公司斥資動輒數百萬美元推出的最新香水。

希望你會喜歡閱讀這些文章。如有意見和題材靈感，歡迎電郵至：

info@hutchison-whampoa.com。

2 集團消息 簡訊

和記黃埔集團最新動態。

9 潮流新知

超越色香味

屈臣氏集團推出TASTE品牌，再開拓美食零售業務新空間。

10 3G熱點

3G手機覓星踪

有了創新的3錄像點播服務，你可隨時隨地欣賞精彩音樂。

12 社會公益

奉獻文化之體現

李嘉誠先生投身公益事業，視之為終生不渝的職志。

16 封面故事

待客之道

海逸國際酒店集團今年慶祝開業十周年，繼續發揚優良的服務傳統。

24 能源專題

砂裏的能源

加拿大油砂藏量非常豐富，只要善加開發，可保持石油供應源源不絕。

28 零售小品

尋香記

源遠流長的香水業，今天繼續散發難以抗拒的芬芳魅力。

32 談古說今

為香港發光發熱

港燈的配電系統，經歷了滄海桑田的時代變遷。



28



9



24



16

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 集團編輯委員會：張景如、劉偉清、郭蔚蔚、尹靜儀、黃淑儀、陸詠琴 編務、設計及製作：splash))) (Asia City Publishing Group屬下機構) 電話：2850 5500 Greg Crandall、Andrew Ashley、Ron Legault、張婉儀 分色及印刷：bigboXX.com Limited。©2005和記黃埔有限公司擁有版權，不得翻印。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。

和記黃埔有限公司



簡訊

3力拓北歐市場

在世界各地，隨着3G迅速普及（詳見今期另文報道），客戶對3G服務的需求與日俱增。3目前已在八個市場推出服務，且讓我們看看北歐3G市場的現況。

瑞典 瑞典監管當局PTS指出，3已建成全歐洲覆蓋最完善的3G網絡，覆蓋瑞典超過九成的人口。3大受瑞典眾多足球迷歡迎，他們熱愛欣賞兩大勁旅Elitserien和Allsvenskan的精彩入球片段。其他服務的使用量也急速增長，包括3與SEB聯手推出的銀行戶口交易服務，以及由Dagens Industri提供的金融資訊，兩者現已成為許多用戶日常生活的一部分。

丹麥 3是丹麥第一家推出3G服務的經營商，並迅即發展成為一家完善的3G電訊服務供應商。3推出服務至今，已為客戶提供多達十款手機選擇，單是今年便有五款新手機登場。丹麥人經常使用3G服務，尤其喜愛八卦新聞、足球、音樂和趣劇等娛樂服務。

3現正積極籌備在北歐第三個市場—挪威推出服務。T



和諧、健康、快樂

和記黃埔有限公司屬下和黃義工隊於三月展開新一年的義工服務計劃，以促進社會的「和諧、健康和快樂」。

來自集團不同業務部的義工發揮助人精神，最近舉行的多項活動包括探訪臥病在床的長者、家居清潔、健康飲食講座，以及電器捐贈等。

現有四百五十名成員的義工隊正為二〇〇五年組織安排不同的活動，並會積極邀請全港學校和社會服務機構一起參與。C



傳統藥業展新姿

廣州白雲山和記黃埔中藥有限公司已於五月開業。這個和記黃埔有限公司（「和黃」）與廣州白雲山製藥股份有限公司（「白雲山」）的合資項目，標誌着和黃的傳統中藥業務邁出了重大的一步。

合資公司在中國製造和銷售傳統中成藥，在市場需求急速增長下，

合資公司正準備進軍海外市場，成為領導市場的品牌已是指日可待。R

貝理雅與3有緣

在最近的英國大選活動中，一名支持者使用3G手機為貝理雅首相拍了一張照片。翌日，貝理雅便第三度當選英國首相，確是與3有緣。T



CHRISTOPHER FURLONG/GETTY IMAGES

商場蝶影

今年四月，重慶大都會廣場與重慶自然博物館合辦了一場蝴蝶標本展覽，為推廣科普教育出一分力。在商場內，當地兒童可近距離觀賞蝴蝶的千姿百態，深受吸引。H





屈臣氏再拓版圖

屈臣氏個人護理店進軍土耳其和韓國後，足跡現已遍佈全球十個市場。作為屈臣氏集團旗下業務和亞洲最大的保健和美容零售品牌，屈臣氏現正把「健康、美態、歡樂」的現代購物概念帶給韓國和土耳其兩地的消費者。

屈臣氏透過收購土耳其的保健和美容連鎖店 **Cosmo Shop**，進軍當地市場。屈臣氏在土耳其的第一家商店於四月一日開幕，佔地三千平方呎，為顧客提供超過七千種優質產品，由護膚品、化妝品以至護髮和保健產品等，一應俱全。

隨着土耳其市場日益國際化，屈臣氏已制訂開拓當地保健和美容業的大計。全部七家 **Cosmo** 商店將於二〇〇五年第二季改用屈臣氏的品牌，而另外十五家商店也會於來年開幕，屈臣氏的目標是於未來五年在全土耳其開設一百家商店。

在韓國，屈臣氏正與 **GS Retail** 經營一個合營項目，並計劃迅速擴展當地市場。新公司 **GS-Watsons** 將借助 **GS Retail** 的分銷網和新店開發技巧，把屈臣氏的國際保健和美容概念引進韓國市場。屈臣氏計劃於二〇〇五年在當地增設十家商店，並於未來數年加速擴展步伐。 **R**

和黃全年業績

由於和記黃埔有限公司（「和黃」）多元化業務的發展和世界經濟的整體改善，集團二〇〇四的股東應佔溢利較上年度增加百分之三十八，達港幣一百六十一億二千八百萬元，業績詳情見下表。業績反映港口及相關服務、零售及製造以及財務及投資等部門的強勁增長。所有固有業務均提供大量現金，計入3集團未計利息、稅項、折舊及攤銷前虧損（**LBITDA**）之前，整體未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利（**EBITDA**）為港幣六百五十六億一千八百萬元，較去年增加百分之四十四。

和黃二〇〇四年業績詳情，請瀏覽：

www.hutchison-whampoa.com/eng/investor/annual/annual.htm **C**

和黃	二〇〇四年 (港幣)	二〇〇三年 (港幣)	變動
營業額	179,415 百萬元	145,609 百萬元	+23%
股東應佔溢利	16,128 百萬元	11,677 百萬元	+38%
每股盈利	港幣3.78元	港幣2.74元	+38%
每股股息總額	港幣1.73元	港幣1.73元	—

黃埔名車嘉年華

復活節期間，大批市民湧到黃埔新天地，參加「黃埔名車嘉年華」慈善活動。活動與新城財經台合辦，場內展出多款豪華房車，並舉行「名車慈善一元大拍賣」，掀起當天活動的高潮。 **H**



實至名歸

深圳御龍居憑着

出色的建築設計，贏得二〇〇四年
全國人居經典建築規劃
設計方案綜合大獎。

時尚生活在羊城

廣州珊瑚灣畔最近舉行「至尚生活鑒賞會」，吸引了一千多位貴賓光臨。他們除了參觀示範單位外，還欣賞勞斯萊斯豪華房車展覽。 **H**



增持內地土地儲備

長江實業（長實）及和記黃埔地產集團（和黃）

在中國的房地產發展業務繼續邁進，兩家公司最近在北京、天津、長春、上海、成都、重慶、武漢、長沙、廣州和深圳買入土地，現正規劃多個住宅和商業發展項目。集團目前在內地大城市擁有三十多個發展項目，致力為當地人民創建現代化的優質生活環境。 **H**






Asia Miles 

海逸酒店參加亞洲萬里通

海逸國際酒店集團（「海逸國際」）一直為旅客提供優越的住宿服務，顧客現更可憑消費累積飛行里數，換取免費機票。

海逸國際宣佈與亞洲著名旅遊獎勵計劃「亞洲萬里通」締結合作關係，賓客每次下榻集團在港的五家酒店和內地的兩家酒店，均會獲享飛行里數。

為慶祝這項合作計劃，上述酒店現提供雙倍里數優惠，有效期至九月初。此外，集團在港酒店的部分食府也向食客提供「亞洲萬里通」里數獎賞。 



又中一元！


英國 Hutchison 3G

UK Limited 流動服務品牌3的「Football at 5.15」已獲選為英國最佳流動服務。

於英格蘭超級聯賽季內，3英國用戶在每場賽事之後幾分鐘，便可透過3G手機觀看每個入球的精彩鏡頭。在電訊業歷來最多讀者參與投票的二〇〇四/五年What Mobile Awards中，這項服務贏得《What Mobile》雜誌讀者的最高票數。 

英國基建投資增添新夥伴

長江基建集團（「長江基建」）旗下的英國北部氣體分銷網絡（「NEG」）獲得新策略夥伴加入，長江基建已以四百五十九萬英鎊的作價，把NEG百分之九點九權益售予 Challenger Life No 2 Limited（「Challenger」）和SAS Trustee Corporation（「STC」）。Challenger和STC也將按百分之九點九的持股比例為該項目出資，同時承擔交易費用，涉資共約五千三百一十萬英鎊。


長江基建向香港電燈出售百分之十九點九權益，所持的NEG股權現已減至百分之四十。 



3集團前景看俏：
客戶人數正急速上升，
增值服務深受歡迎，
收入更高於
市場平均水平


珠海碼頭二期動土禮

和記港口集團旗下珠海國際集裝箱碼頭（高欄）二期工程，最近獲得中國國家發展和改革委員會批准動工。隨着華南經濟蓬勃發展，和記港口集團已具備優越條件去滿足區內對港口服務與日俱增的需求。


珠海國際集裝箱碼頭（高欄）是和記三角洲港口與珠海市港口企業集團有限公司的合營項目，其優越位置有利發展成為珠江三角洲西部的樞紐港。二期工程包括興建兩個五萬噸級貨櫃泊位，能處理七萬噸級貨櫃船的起卸作業。碼頭總岸長達八百二十四米，前沿水深十五米。二期工程將提高珠海國際集裝箱碼頭（高欄）對航運公司的吸引力。 

卡拉奇港口新發展

和記港口集團附屬公司卡拉奇國際貨櫃碼頭正與 Karachi Port Trust合作，進一步發展卡拉奇港西碼頭項目。除延長現有的經營權外，另會浚深沿岸水深、提升處理能力，同時添置貨場設備。

和記港口集團在卡拉奇貨櫃碼頭的投資，已強化了卡拉奇港口作為區內主要貨運中樞的角色，配合巴基斯坦急速增長的外貿往來。 

和記港陸營業額和盈利再度上升

和記港陸於二〇〇四年再度錄得強勁業績，營業額增長百分之十八點七，至港幣二十六億零二百萬港元，股東應佔溢利則上升百分之十四點二，達港幣一億六千三百萬港元，每股盈利增至二點四三港仙。儘管盈利受到塑料成本上漲影響，但玩具仍佔業務收入的最高比重。和記港陸的多元化策略一直行之有效，新科技業務的未計利息支出及稅項前盈利增長百分之一百九十一，達港幣五千二百萬元。 



宮廷美食

香港海逸酒店

最近以好評如潮的韓國電視劇「大長今」為主題，舉辦韓國美食節。韓國宮中飲食研究院院長兼主廚韓福麗女士即場獻藝，示範部分菜式，讓賓客一嚐正宗韓國宮廷御膳的風味。 **H**



保護環境 節省金錢

百佳超級市場於五月展開大規模的「少用膠袋救地球」計劃，透過現金回贈鼓勵顧客購物時少用膠袋，保護環境。

百佳現售賣多款新設計的環保可摺式環保購物袋，有三種顏色可供選擇，每個售價港幣六元九角。顧客消費至一定金額，便可全數退回購物袋的費用。顧客購買百佳購物袋，還可獲得「換購馬拉松」計劃雙倍印花，換購多項受歡迎的日用品，節省更多。



百佳一向大力支持環保，目前正替綠色力量籌募經費，答應每售出一個環保購物袋便捐出港幣一元，並在所有收銀處放置收集箱，鼓勵顧客捐出找贖的零錢。其他計劃包括舊紙箱和紙張循環再造、植樹活動，以及為前線員工開辦有關節約能源措施的訓練課程。 **R**

3漸入佳境

3集團致力在3G領域爭取早着先鞭的優勢，此策略已經取得成效。第一季度結束時，3集團與和記電訊國際旗下的3G業務共有逾八百萬名客戶。二〇〇四年，3集團在全球各地的業務大幅增長，營業額勁增百分之三百九十八，至港幣一百五十七億四千二百萬元，差不多等於二〇〇三年七個月營運收入的五倍。未包括上客成本支出的LBITDA收窄百分之三十七，集團正加快步伐，努力爭取於二〇〇五年底前計入上客成本支出的EBITDA達致損益平衡。

3集團前景看俏：客戶數量正急速上升、增值服務深受歡迎，成本則得到嚴格控制。最重要的是，來自3用戶的收入均持續高於市場平均水平。 **T**

南丫島綠色設施



香港電燈（「港燈」）正開始興建香港第一個商用風力發電站，該風力發電站位於南丫島大嶺，機組容量為八百千瓦，於二〇〇六年投產時將可年產一百萬度電力。

該項目是在香港發展可再生能源的重要一步，而關注環保也是其中一個關鍵的考慮因素。港燈將於發電站四周種植林木，以盡量減少發電站對景觀的影響。港燈更計劃以發電站作為教育設施，介紹風力發電和其他可再生能源。 **E**

手機投注

香港 全港馬迷喜訊！3香港現已推出一項服務，讓馬迷可以用手機觀看賽馬，同時投注賽事。

這項全球首創的3G手機賽馬直播服務—「賽馬情報」，方便3用戶觀看實時賽況和賽果。

除直播賽事外，3還率先在港推出3G手機投注服務。用戶只須在香港賽馬會開立戶口，即可透過視像手機直接投注。此外，3客戶也可投注足球賽事與六合彩。

3香港又一次大熱勝出！ **T**





寬頻電視

香港 和記環球電訊有限公司（「和記環訊」）運用光纖寬頻網絡創新的資訊娛樂功能，為觀眾提供香港銀河衛星廣播有限公司（「銀河衛視」）的收費電視服務「新電視」（「SuperSUN」），發揮巨大的協同效應。和記環訊擁有全港最大的光纖到樓

電訊網絡，提供優質固網電話和寬頻上網服務，覆蓋一百二十萬戶家庭。銀河衛視則透過四十個收費電視頻道，為六十萬戶家庭提供豐富的本地和國際電視節目。

雙方現將聯手推出綜合服務套餐，向用戶提供無與倫比的資訊娛樂新體驗，讓他們同時享有銀河衛視的收費電視與和記環訊的寬頻服務。用戶僅需安裝連接和記環訊寬頻服務的機頂盒，便可欣賞「新電視」的電視節目。這項合作計劃將進一步提升用戶的資訊娛樂服務，並有助和記環訊充分發揮網絡潛力。T



星級大戰！

屈臣氏蒸餾水再次冠名贊助在香港舉行的「屈臣氏蒸餾水世界網球冠軍挑戰賽」。本屆球星陣容鼎盛，包括舒拉寶娃、雲露絲和莎蓮娜威廉斯姊妹、古絲妮蘇娃、迪文蒂耶娃和珊齊詩等，其中五位更高據世界女子網球排名前十位。屈臣氏蒸餾水透過電視、互聯網和3G流動電話等媒體，送上精彩的賽事。R



此外，在第十一屆「十大電視廣告」頒獎禮上，3香港一舉奪得「十大最受歡迎電視廣告」、「最浪漫愛情電視廣告」和「最受歡迎電視廣告歌曲」三個大獎。T

3 屢獲殊榮

3香港的成績喜獲肯定，在亞洲電訊業權威刊物《Asia MobilesNews》雜誌舉辦的二〇〇五年亞洲流動新聞大獎中，獲選為「本年度香港最佳流動電訊營運商」。



SUPERDRUG 在英國著名婦女雜誌《Top Sante》主辦的「健與美大賞」中榮獲「最佳藥房」大獎，可喜可賀！



TOM 持續增長

TOM 集團公佈二〇〇四年業績，第二度錄得全年度盈利；這也是集團由創業板轉至主板上市後首次公佈業績。

年內收入增加百分之二十四，達港幣二十六億元，而EBITDA則上升百分之三十五，達港幣三億五千四百萬元。若不包括一次性的非經常項目，TOM 集團錄得股東應佔溢利港幣一億二千九百萬元，較二〇〇三年增長九倍。集團大部分業務均錄得雙位數字的收入增長，其中包括TOM Online與戶外傳媒集團的業務。R



電廠同樂日

南丫發電廠於三月份舉行同樂日，招待七百名小學生參加多項寓學習於娛樂的活動，歡度了愉快的一天。當天學生參觀為港島和南丫島逾五十五萬名市民供電的南丫發電廠，並從中學習節約能源的知識。

港燈計劃陸續為學生舉辦同類的教育活動。E

港燈錄盈利

雖然面對燃煤價格較二〇〇三年暴漲百分之二百五十、運費飆升三倍和差餉大幅上升的艱困經營環境，香港電燈集團有限公司二〇〇四年的純利仍較上年增加百分之三點七，達港幣六十二億八千萬元。由於經營成本增加，加上下半年度反常清涼的天氣導致用电量偏低，使港燈賺取的溢利低於管制計劃協議所准許的水平。

海外業務繼續表現理想，為港燈帶來港幣七億五千九百萬元的盈利，而二〇〇三年的盈利貢獻則為港幣四億三千七百萬元，全年派息總額增至每股港幣一元七角七仙。E



埃及發展貨櫃港

和記港口集團與埃及亞歷山大港港務局領導的財團成立合營項目，興建和營運位於亞歷山大港和EI Dekheila港的兩個散貨碼頭，把它們發展成為現代化的貨櫃碼頭。

為配合對外貿易的急速增長，埃及政府正積極把港口設施現代化。亞歷山大港港務局主席Mohamed Youssef上將對協議表示歡迎。

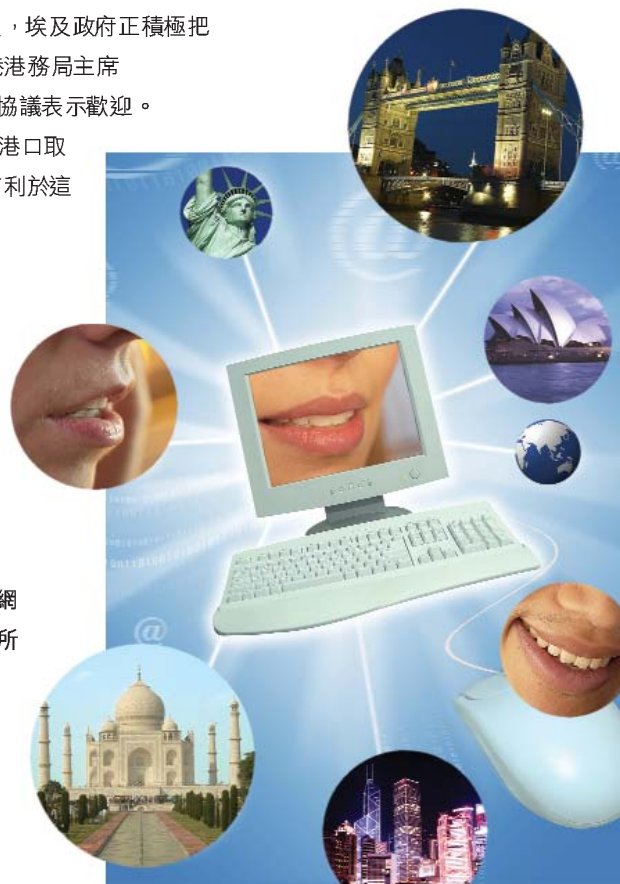
他說：「我們有信心與和記港口取

得美滿的合作成果。和記港口在管理貨櫃碼頭方面的專長和優越的營運模式，將有利於這些碼頭的發展。」P

和記環訊增值電話服務

香港 一項全新的互聯網話音(VoIP)服務現已登陸香港。和記環球電訊有限公司(「和記環訊」)與全球互聯網電話話音通訊公司Skype Technologies S.A.(「Skype」)攜手，在香港推出聯營入門網站，提供Skype用戶之間的免費互聯網環球長途電話服務，並以低價提供SkypeOut、SkypeIn和Skype Voicemail服務。

和記環訊秉持勇於創新的服務精神，成為全球第一家與Skype達成聯營協議的固網服務經營商。Skype把最優質的話音通訊技術與互聯網平台相結合，提供真正物超所值的服務。Skype共有超過四千萬登記用戶，在全球VoIP產品中佔有領導地位，它的用戶人數正以每天逾十五萬人的速度遞增。在和記環訊的努力下，香港的網上電話服務更趨普及化，Skype的上客速度定當有增無減。T



首季業績回顧

和記電訊國際 業績強勁

和記電訊國際於二〇〇五年第一季已取得斐然成績。第一季的主要業務表現指標顯示，流動通訊用戶總人數增至一千三百三十萬，較上季增長百分之六點二，更較去年同期激增百分之三十五點一。T

油價帶動 赫斯基 業績上升

赫斯基能源二〇〇五年第一季錄得純利三億八千四百萬加元，較二〇〇四年同期的二億五千五百萬加元上升百分之五十一。E

Partner 購回股份

Partner Communications Company Ltd 第一季錄得十二億六千萬新以色列鎊的收入，較去年同期增長百分之三點四。期內Partner完成公開發行二十億新以色列鎊的債券，成為以色列歷來發行的最大宗債券。該公司也完成了購回百分之十八的發行在外股份。T



全球電訊策略

和記電訊國際有限公司在亞洲迅速發展，最近簽訂協議購入印尼PT Cyber Access Communications 的六成股權。該公司是印尼僅有的兩家同時持有全國2G 和3G 牌照的流動電訊經營商之一。印尼電訊市場商機無限，流動電話滲透率處於百分之十五的偏低水平。

在越南，和記電訊國際也正在致力滿足當地流動電話服務市場的殷切需求。和記電訊國際全資附屬公司和記電訊(越南)與河內電訊成立了一家合夥公司，以建造、營運和開發流動電話網絡。



白玫瑰油田 短程油輪

赫斯基能源為加拿大紐芬蘭和拉布拉多離岸的白玫瑰油田訂購了兩艘短程油輪，第一艘油輪已在南韓舉行過命名儀式。兩艘短程油輪均由三星重工的巨濟船塢建造，該船塢曾建造浮動生產儲存卸油船

SeaRose 號。

這兩艘短程油輪每艘可運載一百萬桶石油，將負責把石油從白玫瑰油田運往加拿大和美國東部沿岸市場。

SeaRose 號去年四月抵達加拿大，並已安裝好甲板設施，待接合工程完成後即可投入服務。E

幫助病童 早日康復

意大利 3G 視

像手機技術幾乎每天都有創新的用途，現在，3 意大利便運用

這項技術送上溫

馨，讓病童與家

人保持聯繫。3 意

大利為一家大型的兒科醫院提供視像手機，讓病童在無法獲得家人探望的情況下，仍能與父母和其他家人保持親密接觸。3G 此一嶄新用途，可幫助孩子早日康復。T



和記電訊國際的策略是退出無意擴展的市場，因此已把巴拉圭的流動電話業務售予墨西哥 America Movil S.A.，交易將於二〇〇五年第三季完成。T



3G 在瑞典 再掀波瀾

瑞典 電

訊業的發展就像坐過山車一樣，驚心動魄。3 瑞典在斯德哥爾摩 Gröna Lund 遊樂園推出先進的視像郵件服

務 3VideoSvar 時，也一樣的緊張刺激。3VideoSvar 是 3 與 Ericsson Global Services 使用 Mobeon 平台共同推出的一項服務，堪稱 3 瑞典的又一創舉，其精彩程度不亞於 Gröna Lund 的過山車。

3 瑞典的新猷還不止於此，它最近又與 Nordic 網上電台合作，推出全球首項互動 3G 網上電台服務。T



超越 色香味

屈臣氏推出 TASTE 品牌，再開拓美食零售業務新空間

屈臣氏集團一向拒絕平凡，近期在九龍塘又一城開設了第一家 TASTE 店舖，致力提升生活品味，為追求「超越色、香、味」的都市人，提供非凡的美食購物樂趣。

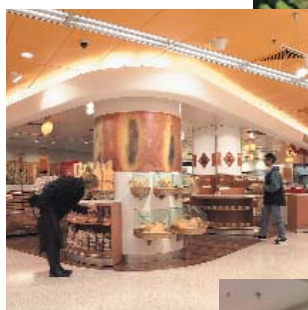
開創 TASTE 品牌的靈感，源於集團洞悉香港人對美食的要求愈來愈高，而且口味日益國際化。集團明白到，各階層的顧客對購物的要求都是越多越好——更多選擇、更高質素、更高價值，還有更多的樂趣和驚喜。

集團創辦 TASTE 之前，曾經研究世界各地的高級超市概念，並結合對香港消費口味的深入了解，最後決定以一個揉合精彩美食、時尚環境和優質服務的全新美食品牌，提供獨特的購物體驗。

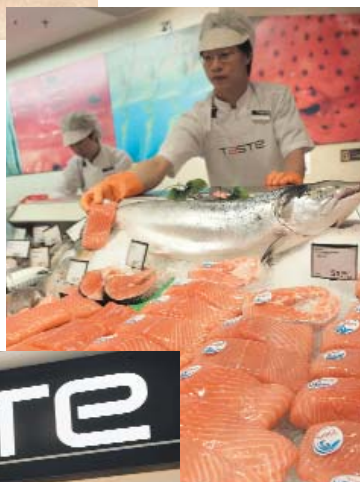
美味無窮

對顧客來說，豐富的美食選擇十分重要。TASTE 匯集了中西美食精粹，包括超過二萬五千多款來自世界各地的精選優質產品，例如有新鮮活魚，也有菜市場式的蔬果攤位、中式燒味和滷味以及日式壽司和刺身等。TASTE 並設有開放式麵包店，讓顧客在麵包香氣四溢的環境下，選購新鮮出爐的包點。顧客也可以在國際凍肉櫃位選購令人垂涎三尺的火腿和芝士，或是在三文治美食亭內，享用特色小吃。

此外，顧客更可購買多款新鮮烹調的熟食回家享用，TASTE 也提供全港最廣泛的有機食品選擇。



超越色、香、味：
TASTE 提供無可抗拒的美食產品和時尚購物環境



風格獨特 服務稱心

當然，單憑貨品並不一定使 TASTE 脫穎而出。屈臣氏心目中的理想商店，必須提供一個親切、舒適的購物環境，才能令顧客感到購物的真正樂趣，而店舖設計正是箇中的靈魂。集團邀請了一家擅於為高級食府營造氣氛的設計公司，為 TASTE 創造一個有別於傳統超市的時尚環境，使購物更添情趣。

最後證明效果甚佳——TASTE 店內寬敞明亮的通道和特色的橙色天花，連要求最嚴格的顧客也滿意它的怡人氣氛。

為求盡善盡美，TASTE 更推行一個全面的培訓計劃，安排員工到屈臣氏的美食旗艦店

GREAT 接受在職培訓，致力為 TASTE 的顧客提供最佳服務。

美味預告

TASTE 大獲顧客好評，因而持續錄得高於預測的銷售額，其中百分之二十五的升幅是來自顧客人數的增加，其餘百分之七十五則來自平均消費額的上升。TASTE 理想的購物環境，吸引到顧客嘗試多款令人難以拒的美食。

這個全新的經營概念十分成功，集團現正計劃於未來十八個月在全港開設多達十家 TASTE 新店。全憑集團敏銳的市場觸覺，香港市民很快便可以在港九各區體驗超越美食的購物樂趣了！

3G 手機覓星踪

有了創新的3錄像點播服務，你可隨時隨地欣賞精彩音樂

你喜歡哪幾位歌手呢？你不想隨時隨地欣賞心愛歌手的音樂錄像？只要透過創新的3錄像點播服務，你便可如願以償！

有了嶄新的3G技術，收看最新的音樂錄像，就好像打電話一樣容易。3用戶可以透過自選視像服務，隨意的手機下載或播放他們喜歡的音樂錄像。從倫敦到悉尼，甚至全世界，這項新服務均已掀起熱潮！自從截至四月底，3在全球九個市場推出音樂頻道以來，用戶透過3手機欣賞的足本音樂錄像已超過三千萬次。

在英國，3擁有最大的視像流動網絡，也是唯一提供足本音樂錄像的營運商。透過手機收看音樂錄像現已蔚然成風，就是著名歌手Natasha Bedingfield的新曲「I Bruise Easily」的音樂錄像也是在3首播的。在她的最新單曲唱片發行前的五個星期，已有超過二百五十萬名3用戶透過手機欣賞了這輯音樂錄像。

為了滿足市場對下載音樂錄像的殷切需求，3把可供英國用戶下載歌曲的歌手數目增加了一倍。3更與新力唱片公司簽訂了新協議，把國際巨星如Destiny's Child和Manic Street Preachers等加入了錄像點播機的歌手名單內。他們將

與Britney Spears、Robbie Williams和Kasabian一起，進一步推動手機視像服務的熱潮！

另類金唱片

手機錄像下載日漸普及，造就了另類的金唱片大獎。今年三月，Natasha Bedingfield得到了全球第一個音樂錄像下載的獎項，成為手機音樂錄像下載次數最高的藝人。正如Natasha在領獎時說：「憑着3錄像點播服務這項偉大的新發明，我的歌迷可以隨時隨地欣賞我的最新作品。」

這股狂熱不但見於英國，甚至已席捲澳洲！四月份，Ministry of Sound的歌手Eric Prydz因為新曲「Call On Me」被歌迷不斷下載而獲頒金唱片。3 mobile是澳洲唯一經營3G



網絡的營運商，用戶享有遠勝其他競爭對手的優點，而現有的GSM網絡速度緩慢，下載足本錄像或聲音頻道的檔案也十分困難。3 mobile於二〇〇

三年四月在澳洲推出3G服務，剛剛慶祝兩周年紀念，隨着3商業服務的使用量急增，這個生日變得格外難忘。

透過3G手機
收看巨星偶像的錄像，
簡直是最「潮」之選。

妙韻滿全球

在3的其他市場，樂迷對於能隨時隨地欣賞音樂，同樣感到雀躍不已。在3最先推出3G流動視像服務的另一個市場——意大利，下載量也同樣與日俱增。

3用戶也可以從手機下載在聖雷莫舉行的二〇〇五年意大利音樂節的精彩錄像。在該音樂節第一次於電視轉播後的半個世紀，我們現在也可以用視像手機欣賞音樂節的錄像。新力音樂與媒體公司DADA簽訂一



項創里程的協議後，3用戶現在可以欣賞到音樂節的精華片段，以及著名意大利搖滾及流行樂隊La Differenza的精彩演出。

3報道聖雷莫的音樂盛會，大大刺激了意大利樂迷對手機下載音樂錄像的需求。現在，即使是意大利紅歌手Morgan的新作「Un Giudice」，也在唱片面世前一星期於3播出音樂錄像。

3用戶除了下載流行音樂，也同樣喜愛民歌。奧地利最受歡迎的民歌手使用這個最新的媒介，把他們的不朽音樂帶到民歌迷的手機之中。現在，奧地利巨星，包括Claudia Jung、Nockalmquintett和Kastelruther Spatzen的歌曲都可以用3手機播放和下載，而且歌曲選擇也會不斷更新和增加。

在瑞典，3 Musik現透過四十個不同的音樂和錄像頻道，為流動通訊用戶提供超過五十萬首的歌曲選擇。

香港作為全球流動電話服務的領導者，當然站在市場最前線。本港歌迷急不及待地從手機收看如黎明等歌星的最新音樂錄像，成為帶動手機需求的一股強勁力量。手機的視像功能在香港大受歡迎，而3香港便為音樂愛好者提供超過二百

左至右：意大利歌手Gigi D'Alessio的歌曲憑着超過五萬次的下載，獲頒數碼金唱片；最受3用戶歡迎的Natasha Bedingfield獲頒3大獎；Britney Spears演唱會實錄；香港3的電視廣告歌由黎明主唱。



位本地與國際歌手的最新歌曲和錄像。

3香港與商業二台合作推出「903移動樂壇」MMV頻道，二台的著名唱片騎師林海峰、Donald、Kitty和少爺占等會親自現身，每天推介最新的熱門歌曲。

歐洲直擊！

歐洲歌唱比賽 (Eurovision Song Contest) 是世界最大型的流行音樂大賽。今年的盛事會在手機頻道直播，手機頓成為大眾追星的最新途徑。今年以色列的Partner Communications更會現場直播歐洲音樂大賞的盛況！

用3G下載音樂錄像的熱潮勢不可擋。隨着3G手機的用戶不斷增加，3已經蓄勢待發，務求不斷提供客戶喜愛的音樂。所以，如果有一天你看見有人與他的手機對唱，請不要緊張—他也許只是剛剛下載了Natasha Bedingfield的最新作品而已！



奉獻文化 之體現

李嘉誠先生
投身公益事業，
視之為終生不渝的職志



回想起一年前在中國那個大雨滂沱的下午，一切經歷和情感依然歷歷在目，真實鮮明。當天的感覺已深深銘刻在我這個習性多疑的專業新聞工作者心中，至今益發強烈。

大部分美國人都認為李嘉誠是一個謎，有別於蓋茨、巴菲特和布朗臣等企業家。這些企業家的成就不時會見於每晚的新聞報道，他們的成功之道也成為暢銷書的題材。然而，李先生雖然坐擁跨越全球的商業王國，但他的私人生活卻十分低調，越發惹人揣測。

早在我們相識之前，有人告訴我李先生就是007電影裏鐵

金剛要對付的那種大亨，不僅富可敵國，甚至威脅全球。

後來一次機緣巧合，我終於和他會晤。一切皆從一頓早餐和一個微笑開始。他對身邊每個人都關懷體貼，說話語調溫文，對待每一個人同樣的謙和。他和藹可親的態度令我感到訝異，更使我想起一本有關托爾斯泰的書中所描寫的一幕。那篇文章是托爾斯泰的男秘書寫的，描述他有一次抱恙，但得到托爾斯泰的照顧而康復。秘書寫着：「他走出房間為我倒茶，我覺得有點匪夷所思，甚至有點荒謬。托爾斯泰，這位西方世界鼎鼎大名的文豪，竟然為我



端倪，更於數個月後在中國一個雨天的下午得到印證。

李先生與我一起從香港前往汕頭，當時南中國海正醞釀着一場颱風。我們經過機場的一段路，李先生一直親自拿着行李，令我感到很詫異。清晨時分，他心情很好，一名本來正在清潔的女工，見到李先生便停下工作讓他走過，他便報以微笑。精力充沛的他，即使行色匆匆，也總會抽空與一些他並不認識、並可能永不會再見的人熱情地打招呼。

雖然暴風雨一兩天後便會壓境，但仍然阻擋不了李先生的行程，更沒有令三千多名汕頭大學應屆畢業生的興致退減。當年李先生選擇廣東省一片農地作為校址，一手創立汕頭大學。汕大每年招收約一千五百名新生，成立至今，已有約三萬名畢業生，從一九八一年起，李先生共捐了二億五千萬美元給汕大。

當天校方安排了這位慈善家向畢業班學生演講。我們乘坐巴士進入校園時，通往行政大樓的小徑已擠滿了歡呼喝



左至右：李先生在內地資助的其中一項醫療設施；李先生在巴黎愛麗榭宮接受法國總統希拉克頒授勳章；汕頭大學。

這個比他年輕六十歲的新秘書倒茶！我知道我不難會對他產生敬慕；事實上，當我躺在病床上，呆望着天花板時，我已經為他傾倒了。」

儘管我已有二十多年的新聞工作經驗，但也許正因為有這麼多年的人生閱歷，我對這位商界巨人那種和藹謙厚的態度，產生了一份感動。然而，我自詡觀察力強，又愛猜疑，即使對方是位謙謙君子，我亦慣以小人之心忖度那個人的動機。

我希望尋求的答案在我與李先生初次見面的早上已初露

採的學生，令我吃了一驚。李先生神情愉快，帶着燦爛的笑容，從車裏向學生揮手。他甫踏出車子，便有無數的鎂光燈迎着他而來。

校方人員本想引領李先生進入行政大樓，因為群眾愈來愈多，他們顯得有點緊張。數名學生向他獻上鮮花，其他同學則趨前與他握手甚至擁抱，他很認真地與每一個學生招呼，更和他們一起拍照。校方人員愈來愈緊張，深怕聚集的學生愈來愈多，難以控制。然而，李先生依然沒有離開的意思。其中一名大學行政人員靠向我說：「還有數千名學生要來，但我們必須控制人流。」

汕頭大學佔地一點二六平方公里的校園，環境清幽，設計充滿藝術氣息而富現代感。雖然大學的歷史較短，但文學院、理學院、工程學院、設計學院、醫學院、法律學院和商學院都已奠定了穩固根基。大學共開辦三十八個學位課程和四個研究生課程。這一切，全賴李嘉誠的支持才能實現。

李先生是一位身體力行的善長，他不但捐款出資，更全情投入，提供意見和激勵前線人員。他為我介紹校園內即將興建的圖書館的構思圖，興奮之情溢於言表。他猶如建築師一樣，為這幢揉合古今設計特色的建築物感到自豪。我在其他的建設項目中，也感受到李先生的熱誠。我參觀了由李先生捐款建設的醫學大樓及五所醫院的其中兩所，還有一所先進的眼科醫療中心。這一切只不過是李先生多年來眾多善舉的一小部分而已。

此外，李先生大力支持一項醫療扶貧計劃，安排汕大的醫生到中國偏遠村落和農村地區，並提供醫療物資。一九九八年，他更創立了中國第一項全國寧養醫療服務計劃，為癌症病人提供包括二十所醫院與家居護理服務的網絡。在短短一年內，醫生上門診症逾二萬次，並有數萬名病人獲得醫療服務，當中包括為末期病人提供鎮痛治療。

李先生的捐獻不限於香港和中國，更遍及不同的國家，如英國的兒童中心、教會建築物、癌症中心與碩士生、博士生獎學金；美國的醫療研究計劃，並成立了可能是加拿大有史以來最大的慈善基金。他還向多個國家捐出以百萬

美元予他的私人慈善基金，成為世上最慷慨的慈善家之一。李先生待人誠懇謙遜，他認為施比受更有福，但總不願意提起自己的貢獻，情願讚賞他人的功勞，他總是一心為善而忘私，從不追求個人名利。

然而李先生即使刻意低調，但仍然聲名遠播。汕頭之行七個月後，我與李先生在巴黎重聚。今年一月，他獲法國總統希拉克邀請前往愛麗榭宮接受勳章。總統對他說：「您的慷慨是舉世公認的。」李先生獲授的勳章，是拿破崙時代以來法國向外國人頒授的最高榮譽「法國榮譽軍團司令勳章」，以表揚他事業與生命中的傑出表現。

我認為以法國人最隆重的儀式向李先生頒發殊榮，最恰當不過，而希拉克也一語道出李先生行善的動力。希拉克說：「令尊對你有深遠影響，培養出你慈善為懷、生活簡樸與慷慨助人的性格。」他又談到李先生的童年往事——

「謙卑之心，榮耀之始。」

《天路歷程》—約翰·班揚



元計的善款，用以對抗肝炎、禽流感與引致退化的疾病。除了汕頭大學外，李先生捐助的其他重點教育機構還包括香港理工大學、香港公開大學、新加坡管理大學、潮州基礎小學、卡爾加里大學和香港大學等，多不勝數。

李先生的慈善事業並不限於醫療和教育，他大力推動文化發展，包括藝術、舞蹈、音樂、文學、體育和文物保存。此外，他對社會公益，包括賑災活動也義不容辭。南亞發生海嘯浩劫後，李先生馬上捐出巨款協助賑災和災區重建。印度和中國發生地震後，李先生也同樣慷慨捐助。

那麼，李先生到底捐出了多少善款？如要臚列清單，可能會令人目眩。單以今年來說，李先生便已投入超過十億

李先生初到香港時一貧如洗，他父親因肺結核病逝後，他更要肩負起家庭重擔，當時他只有十二歲，便已輟學到工廠工作。希拉克一邊演說，我一邊回想起李先生與汕頭大學學生們在一起的情景。我恍然大悟，李先生自幼失去讀書的機會，因此希望其他人都有機會受教育。在塑膠廠工作的生涯，磨練了他的意志，也培養出一份對普羅大眾關懷的心。

希拉克續說：「您的故事人所共知，你在最困難的環境中，憑着你的毅力、努力和無比的勇氣，以及不斷進取、不畏困難的精神，展開了你燦爛的人生旅途。」我忽然明白到，李先生實在與別不同，他如此真誠、如此體貼，正

因為他在找到財富之前，已經清楚人生的目標。他在成就偉業之前，早已認識真我。他一生打拼，締造輝煌。他令到清潔女工和擁戴他的汕大學生，以至每個遇見他的人都覺得受到尊重，因為他仍然記得被人忽視的感覺。

當希拉克仍在敘述李先生卓越的事業和人生，我已經不再是一個客觀的旁觀者，反而更像一個充滿仰慕之情的學生。李先生值得學習之處多不勝數：他建立了全球王國，被譽為千禧企業家，正如希拉克的禮讚，「他不但成就非凡，更懂得回饋社會。」然而，我認為這一切亦無法真正衡量李先生的成就。

英國作家基普林說過，「與王者同行仍不忘群眾，真君子也」。這種情操無疑是做人的一種理想境界。經我多年的觀察，很多人曾努力嘗試不亢不卑，但言行最終仍然難掩內心的優越感，甚至予人惺惺作態之感。然而，李嘉誠卻真真正正達到這個境界。當我面對這個理想的化身，那種震撼感實在難以忘懷，歷久彌新。

「這一刻肯定是你們感到興奮的時刻。」李先生向汕大的畢業生說：「你們認真學習、完成了人生一個重要階段，要

有所獲得，但我們有沒有付出的情操？每一個人都希望站在人前，但我們是否知道甚麼時候甘為人後？我們常常只希望改變別人，我們知道甚麼時候改變自己嗎？大家都看重面子，但我們知道甚麼是榮耀嗎？大家都希望擁有財富，但你知道財富的意義嗎？各位同學，相信你們都有各種激情，但你知不知道甚麼是愛？」

「這些問題，沒有人可以為你回答，只有你自己才知道你將會怎樣活出答案。這四年來你得的知識，可助你在社會謀生，但未必可以令你懂得如何處世。只有你知道，你將會怎樣運用腦袋內的知識素材，轉化為做人的智慧。各位同學，你準備好了嗎？」

他演講完畢，場內即掌聲雷動。他從台上走下，與紛紛趨前的學生和家長握手。他慢慢經過走廊，與更多群眾打招呼，大學幹事與行政人員則亦步亦趨。我走在人群後面，離開大樓時驚覺狂風暴雨已經撲至。天空灰沉沉的，大雨滂沱。接送李先生往機場的汽車停在場外。我望向車子，以為李先生已在車內，後來才看到一大群學生與家長跟隨李嘉誠走向廣場。他並不在車旁，而是置身人群之中。



踏上一個新的台階，這幾個晚上，我在校園裏，都能感受到你們的雀躍。」

數以百計的學生湧到演講廳前面，爭相與他拍照，崇拜之情，猶勝小影迷見到國際巨星，對他的臨別贈言也就更加覺得字字珠璣。

「每當我們要展開新的一頁，追求一個新的夢想，編織一個新的希望，都是我們需要思考的時候，你準備好了嗎？你具備了所需的條件嗎？當你們夢想偉大成功的時候，你有沒有刻苦的準備？」學生繼續為他拍照。「當你們有野心做領袖的時候，你有沒有服務於人的謙恭？我們常常都想


左至右：李先生到潮州三饒衛生院探訪留院病人；李嘉誠基金會向災民派發緊急救援物資；汕頭大學的畢業生對李先生充滿感激之情；李先生到蘭州參觀殘疾人士康復中心。

鎂光燈與閃電互相輝映，學生和家長把李先生團團圍着，他也樂於一起合照，並熱情地與一些素未謀面的群眾握手擁抱。我從廣場的高處看着他，

感覺時間好像停頓下來。大學幹事與行政人員嘗試帶領李先生往車子的方向走，但正如兩天前我們抵達時他不願離開學生一樣，他現在也不捨得離去，直至所有希望跟他見面的人都見過了為止。儘管雷雨交加，他的熱情並沒有減退。我深受感動，也感到自己正在轉變。從李先生身上，我有幸體會到財富的真諦，也明白到不望回報的付出才是真正的擁有。







海逸國際酒店集團今年慶祝開業十周年，
繼續發揚優良的服務傳統



待 客 之 道

當年香港海逸酒店施工的時候，工人把拆自香港希爾頓酒店的一道雲石樓梯小心地移到新址，重新裝置。新酒店一九九五年七月二十二日開幕時，在寬敞明亮的大堂中，這道典雅的長梯便重現眼前。

海逸酒店就是憑着這種一絲不苟的細密心思，令下榻的客人真正覺得賓至如歸。

十年來，在這道長梯走過的政商名人和超級巨星，屈指難數。

今天，香港海逸酒店是海逸國際酒店集團（海逸國際）所擁有和管理的旗艦酒店。海逸國際是和記黃埔有限公司（和黃）地產部門與長江實業（集團）有限公司的合營公司。

和記黃埔地產有限公司（和黃地產）董事總經理周偉淦回憶道：「一九九四年以前，我們沒有自己管理的酒店。最初，我們只是投資希爾頓和喜來登等酒店，但後來我們興建這家旗艦酒店，便創辦了一家酒店管理公司來負責經營。」

香港海逸酒店位於紅磡黃埔花園一帶的填海區，屬於高級商廈和酒店項目——海濱廣場的一部分。當年和黃在這個破舊的碼頭區大興土木，包括興建香港海逸酒店，把區內建設成今天匯聚住宅、商廈和購物設施的黃金地段。

打從開始，發展商便決定興建一家設備達到最高標準的現代化豪華酒店。為確保酒店營運同樣符合最高標準，集團決定自行管理這家新酒店，而不向外物色酒店管理公司。海逸酒店的品牌就此應運而生。這樣的策略，對於一個業界新秀來說未免有點急進，但和黃發揮逆市創業的本色，續創佳績。新公司成立後，立即着手為新酒店招兵買馬。適逢和黃位於中環的

香港希爾頓酒店於一九九五年五月結業，改建為長江集團中心，海逸酒店因此得以吸納大量資深員工加盟。

海逸酒店開業之時，堪稱全城矚目。

海逸酒店管理有限公司財務總監高寶珍女士說：「當時來說，除非酒店設在尖沙嘴、銅鑼灣或中環，否則根本沒有人會光顧。然而，市場對這家新酒店的反應比預期好，開業僅僅一年便已經贏得多家機構客戶支持。」

這家雍容閒適、一派優雅的旗艦酒店，為集團在國際酒店市場大展拳腳奠定了良好基礎。市場上擴展機會紛紛湧現，而集團也在香港和中國內地不斷興建新酒店。

一九九八年，設有三百九十間客房的重慶海逸酒店開業，成為集團在內地全新興建的第一家酒店。

翌年，設有一千一百零二間客房的天水圍嘉湖海逸酒店開幕，是香港當時最大的酒店。不久之前，集團向半島集團購入九龍酒店，並於今年二月由海逸國際接手管理。

集團在青衣興建的盛逸酒店和華逸酒店，也分別於二〇〇四年十二月和二〇〇五年二月開業，兩者均由海逸國際負責管理。

目前，和黃持有權益的酒店共有十五家，遍佈香港、中國內地和巴哈馬群島。

海逸國際積極發展和持有酒店，並參與酒店管理業務。雖然集團建立起備受推崇的「海逸酒店」品牌，但它擴展旗下酒店業務的手法卻不拘一格，在所擁有權益的酒店當中，便有半數以上並非採用「海逸酒店」品牌。

周偉淦解釋說：「一方面來說，我們是投資者，所以沒有必要讓海逸酒店管理公司來負責這些酒店的營運，我們會物色最適當的管理公司代勞。另一方面，我們也希望努力拓展海逸國際本身的酒店業務，並提升品牌地位。此外，母公司的地產部門可以在租金和項目成本等方面提供意見，所以我們毋需另聘管理人員。」

高寶珍女士補充道：「海逸國際與凱悅或喜來登一樣，都是從事酒店經營，主要任務



海逸酒店 雍容閒適、 一派優雅

是管理和黃或長實擁有的酒店。在某些情況下，我們也會為其他酒店東主提供酒店管理服務。例如，我們出售昆明海逸酒店時，新買家便希望我們繼續提供管理服務。」

集團曾在開辦初期面對重重挑戰。於一九九七至九九年間，受到亞洲金融危機的衝擊，全球酒店業陷入不景氣。高寶珍女士說：「我們在市道低迷的期間開業，為保持競爭力，我們打從開始便必須爭取高效率的運作。集團管理層和員工都非常注意成本控制，同時維持優質服務，務求令客人感到物超所值，並為他們帶來難忘的美好體驗。」

海逸國際深諳成功之道，在不足十年間便成為了香港最大的酒店經營商，目前管理七項酒



店物業共約五千三百間客房。集團目前經營和管理香港七家酒店和內地兩家酒店。

在大巴哈馬島，和黃擁有The Westin and Sheraton at Our Lucaya Beach & Golf Resort，是島上最具規模的酒店業務。

高寶珍女士說：「我們一九九七年收購Our Lucaya時，這個項目原本停滯不前。在我們協助下，這項投資四億三千萬美元的發展順利完成。由於客源地主要在美國，所以我們在兩年前委託有豐富美國市場經驗的Starwood負責管理。」

海逸國際現已具有盈利能力，並正在積極物色其他發展機遇。

高寶珍女士表示：「我們希望進軍一些主要內地城市，例如上海。雖然不斷有酒店東主邀請我們管理酒店，但我們都一一婉拒了。我們的主要策略是購入酒店並負責管理，但也不是要獨攬管理權。比如說，我們本來可以自行管理北京東方君悅大酒店，但我們卻選擇了凱悅集團，因為我們認為凱悅集團的品牌更加適合北京。我們也跟其他管理公司建立起良好關係，盡量提升成本效益、管理技術和採購能力。」她續稱，集團將全力拓展香港和中國內地的酒店市場。

她說：「中國無疑會成為一個很大的市場。」

星光熠熠

多年來，海逸國際酒店集團旗下酒店曾接待的名人貴賓，不計其數。最早的是前國家主席江澤民，江主席曾於一九九七年七月一日香港回歸期間下榻集團旗艦酒店——香港海逸酒店，入住兩間總統套房的其中一間，並先後於一九九八年和二〇〇一年五月重臨。另一位國家最高領導人——朱鎔基總理也曾於一九九七年下榻這家酒店。

其他曾下榻於此的外國政要包括湯加國王和皇后。此外，中國航天員楊利偉（附圖為楊與酒店職員合照）完成歷史性征空壯舉後，也於訪港期間入住香港海逸酒店，享受殷勤服務。

酒店同樣深受本地藝人青睞，

計有劉德華、郭富城、黎明、譚詠麟和鍾鎮濤；國際巨星則包括雲妮曉士頓和韓國當紅藝人裴勇俊。

至於酒店曾接待的體壇明星，則有曼聯、巴西國家足球隊，以及網球明星軒芝絲、皮雅絲和古妮高娃等。



毗鄰的都會海逸酒店也是星級名人的首選，包括國際音樂劇「Mamma Mia」的演員和工作人員、The Eagles、鄭秀文、周杰倫、Boney M、中國國家女子籃球隊、李寧、李小雙、F4、蔡依林、奇里夫李察、梁美京、張惠妹、杜麗莎等。

在維港彼岸，北角海逸酒店則曾接待Sarah Brightman，以及《周末狂熱》和《芝加哥》音樂劇的演員。

集團在中國的地產業務迅速擴展，我們正在當地尋找恰當的發展地點和酒店。當然，我們也放眼世界，尋求適合的商機。」

高寶珍特別看好香港市場：「如果我們不看好的話，我們最近就不會收購九龍酒店，也不會開設華逸酒店了。迪士尼開業在即，屆時來港遊客將會劇增。此外，中國也在繼續放寬對人民外遊的限制。」

海逸酒店
一絲不苟的
細密心思，
令客人真正覺得
賓至如歸

事實證明，海逸國際善於因應不同客戶層的需要，提供不同類型的酒店。集團旗艦酒店着眼附近一帶寫字樓的商務客戶和會議活動所帶來的商機。北角海逸酒店則以香港島的公司客戶為服務對象。九龍方面，都會海逸酒店靠近九廣鐵路，對在廣州工作的長期住宿客人有吸引力，由於它毗鄰香港體育館，所以也有不少演藝名人下榻。

嘉湖海逸酒店開創「精明天地」概念，讓長

都市綠洲

香港海逸酒店位置優越，矗立於紅磡黃埔花園海旁，俯覽壯麗的維港美景。酒店於一九九五年七月二十二日開業後，聲名鵲起。

這家五星級酒店格調優雅、氣氛閒適，加上一流的設施和服務，因而成為暫離都市煩囂的度假樂園，讓品味不凡的賓客盡享輕鬆寫意的寧謐空間。

在酒店工作了七年、擔任現職四年的總經理韋爾舜說：「這家酒店是許多人心目中的城市綠洲。雖然酒店並非座落中環或尖沙嘴鬧市，但有渡輪和穿梭巴士往返這兩區，方便快捷。優越的地利，正是我們的優勢所在。事實上，



我們大部分賓客都喜愛這個比較恬靜而富情調的海濱環境，出入既便利，人煙又沒有那麼稠密，而且空氣也比較清新。我們還擁有全港只此一家的海旁露天餐廳，自然更受賓客歡迎了。」

酒店的裝修陳設高雅考究，商業和通訊設施極之先進，兩間面積各三千五百平方呎的總統套房富麗堂皇，盡覽世界聞名的香港海景。酒店附設七家高級食府、一間設備完善的健身中心，還有一個天台泳池，賓客可在池畔一邊欣賞迷人景色，一邊享受舒適的個人空間。最近，健身中心

更與高級護膚品牌Jurlique建立策略夥伴關係，增設全面的水療服務。

香港海逸酒店開業短短三年後，便被紐約《Leaders》雜誌譽為「全球十大最佳酒店」之一。二〇〇一年，酒店獲《Travel Trade Gazette》評為「最佳商務酒店」。

香港海逸酒店雖以商務旅客為主要服務對象，但也吸引大量消閒旅客。近期下榻酒店的韓國旅客顯著增加，原因之一是酒店支持韓國演藝界的推廣活動，例如舉行以當地電視劇《大長今》為主題的韓國美食節，並且參與製作一個名為Hong Kong Express的新電視節目。該節目現在韓國和日本播映。

然而歸根究底，服務質素才是酒店管理層最感自豪的核心價值，也是推動業務邁進的最大力量。

韋爾舜說：「毫無疑問，由賓客訂房的一刻開始，我們便一直悉心為他們效勞，從最基本的服務，例如前往機場接載賓客並在車上以冰鎮香檳款待，以至替客人租用遊艇方便出海暢遊等，事無大小均妥貼照應。這就是酒店營運的基石，每位員工都必須全心全意，恪守這個原則。」

他又說：「酒店有三百八十名員工。我們在招聘新人時，特別重視服務態度。學歷高當然會比較佔優，但我們相信，只有親切友善的服務態度，才能引領員工和酒店取得更優異的成績。」

香港海逸酒店是集團旗下歷史最悠久的酒店，能為姊妹酒店提供支援，發揮協同效益。韋爾舜說：「我們開業十年，員工經驗豐富，並憑着一應俱全的後勤設施，為姊妹酒店提供各種服務，包括設計應節的朱古力製品和糕點、處理部分或所有洗衣工作，以至設計和製作所有宣傳資料等。全賴一支優秀的專業服務隊伍，我們才得以繼續穩居香港酒店業的領導地位。」

香港海逸酒店現已成為紅磡海旁的尊貴地標，不再是業界「新進」。今年七月二十二日，酒店便慶祝開業十周年，現正雄心萬丈，朝更高的目標邁進。



期住宿的客人兼享酒店的便利服務和家庭的溫馨親切感。事實證明，這項服務備受外籍教師與空勤人員等客人歡迎。

集團不斷查察市場形勢，適時調整經營方針。隨着酒店行業復甦，客房需求日增，海逸國際旗下部分酒店已能夠調低長期住宿客人的比例。

周偉淦表示：「海逸國際每月都會檢討客房供求情況。我們是第一能靈活調配長期住宿套房與酒店套房比例的酒店集團，結果十分成功。我們可以視乎需要靈活地把酒店客房變成長期住宿客人的套房，希望兩類客人都可兼顧，盡量提高酒店客房的使用率。」

海逸國際也明白，服務質素是酒店行業的成功關鍵。例如，為迎合愈來愈多女性出外公幹的需要，香港海逸酒店現在開始加強水療設施。另一個



貼心的例子是北角海逸酒店的金魚，酒店在長期住宿客人的房間內放置一缸金魚，與客人作伴。

為了向賓客提供最佳的服務，集團主要聘用本地員工，但也會從世界各地招攬經驗豐富的專業人才。高寶珍女士說：「我們鼓勵前線人員提出新創意，但要透過怎樣的新途徑來改善客戶服務，則由個別酒店自行決定。例如，日本客人較多的酒店，我們便會招聘一些通曉日語的員工。」

憑着精良的酒店設施、出色的客戶服務和靈活的管理手法，集團的酒店業務組合正日益壯大。

高寶珍女士說：「十年後，我們希望成為市場上一個聲譽昭著的酒店連鎖集團。我們計劃繼續支援集團旗下各家酒店的發展，隨着愈來愈多旅客

和黃旗下酒店

自置和管理

海逸國際酒店集團
(海逸國際)在香港、
中國內地和巴哈馬群島
發展、持有和管理多家
酒店。



香港海逸酒店
香港紅磡
黃埔花園
五百二十一間客房



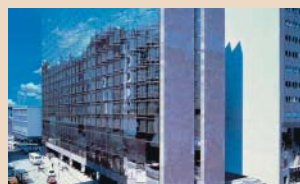
北角海逸酒店
香港北角
六百四十三間客房



都會海逸酒店
香港紅磡
六百九十間客房



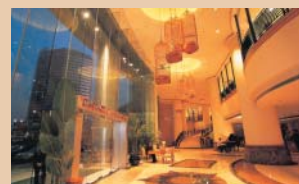
重慶海逸酒店
中國重慶
三百九十間客房



九龍酒店
香港九龍尖沙嘴
七百三十六間客房



華逸酒店
香港青衣
八百間客房



嘉湖海逸酒店
香港新界天水圍
一千一百零二間客房

安樂窩

郭 募勤機長是香港民航處的航空營運督察，一直以香港海逸酒店為家，他也樂於與我們講述他的故事。「我本來是澳洲空軍的戰鬥機師，後來加入澳洲航空公司，服務了三十二年。我在一九六四年開始負責來往香港的航線，後來在一九九六年加入香港民航處。我和太太海倫都希望在這個城市安頓下來，於是到處尋找一個安樂窩。

結果，我們選擇了位於黃埔紅磡花園的海逸酒店。我們搬進酒店的服務式套房時，它開業還不足一年。現在，我們是住得最久的顧客之一呢。

我每次從外地回來，都總想回到這個家。我常常需要出外公幹，而在悉尼也有自己的房子，我的兩名子女和四名孫兒都住那裏。不過，只要我踏進海逸酒店，便會感到心

情愉快，這裏讓我獲得休息和充電的機會。

酒店的服務質素極佳，服務人員簡直是未卜先知。我們不需要提出，服務員便已經滿足了我們的需要。我們不管有甚麼要求，都能夠馬上得到回應，這種服務完全無可挑剔。

住了這麼多年，這家酒店在我的人生中留下兩段最珍貴的回憶。第一次是在香港回歸時，我和其他客人在酒店的有利位置欣賞煙花匯演，看着皇家郵輪『不列顛尼亞號』緩緩駛過，見證英國殖民地時代的結束。第二次是我六十五歲生辰，當天碰巧颱風襲港。總經理邀請我和太太到豪華總統套房，我們與好友一邊共享豐富晚餐，一邊透過落地玻璃觀看外面的狂風暴雨。這種體驗，實在教我永誌難忘。」

選擇下榻我們的酒店，我們對地產部門整體盈利作出的貢獻也愈來愈大。我們清楚本身的優勢，而我們目前的優勢是在亞洲。」

然而集團並不打算把酒店業務局限於亞洲和巴哈馬。周偉淦肯定地說：「我們正在研究世界各地的發展機會。我們曾經出價競投倫敦和

巴黎一些酒店，但尚未成功。只要有適當機會，我們也會拓展集團的國際酒店業務網。一切都視乎機遇，但集團酒店業務的前景，可說是一片光明。」

海逸酒店將昂然踏進開業後第二個十年，迎接更美好的明天。



由海逸國際管理



盛逸酒店
香港青衣
八百間客房



北京長城飯店
中國北京
八百五十間客房



海澄軒海景酒店
香港馬鞍山
八百三十一間客房



香港喜來登酒店
香港九龍尖沙嘴
七百八十二間客房



昆明海逸酒店
中國昆明
二百九十九間客房



北京東方君悅大酒店
中國北京
八百三十九間客房



The Westin at Our Lucaya Beach & Golf Resort
巴哈馬群島
大巴哈馬島
七百四十九間客房



Sheraton at Our Lucaya Beach & Golf Resort
巴哈馬群島
大巴哈馬島
五百二十二間客房

砂裏 的能源

加拿大油砂藏量非常豐富，只要善加開發，可保持石油供應源源不絕



石

油是近期的新聞焦點，石油的可開採儲量和開採成本固然是熱門話題，有關油價波動或急需勘探石油新來源的報道更不時就在報紙上看到。

石油業最近出現了一項新發展，藏量豐富的瀝青砂，將為我們帶來源源不絕的石油。且讓我們探討一下這種石油新來源的來龍去脈。

全球各地對石油的需求了無止境，至今仍無舒緩跡象。許多分析家預期，油價將維持在歷史高位。高盛在四月發表的最新研究報告指出，油價定會長期反覆波動，並會飆升至每桶一百零五美元的超高水平。

不過，人類面對的並不只是油價問題。

阿拉斯加、北海和墨西哥灣等不少大型油田所蘊藏的石油都已接近耗盡，所以有必要勘探新油田。國際貨幣基金組織最近指出，全球必須每天增產三百萬至五百萬桶石油，才能「確保世界經濟穩定發展」。

油價節節上升之時，大型油田的蘊藏量卻不斷萎縮，石油業界於是紛紛探索新的石油來源。然而目前尚未開發的油井，往往因位於離岸海底深處而難以開採或成本不菲，或者位處非洲西部或裏海等地質不穩定的地區。

有見及此，石油業開始研究以「非傳統」的碳氫化合物作為新的供應來源。非傳統的碳氫化合物比一般石油更難提煉成石油產品，而且涉及的提煉成本也較高。然而由於能源需求有增無減，在油價持續攀升下，這種非傳統石油來源的經濟價值日高，備受業界重視。和黃集團旗下的赫斯基能源，正是發掘新石油資源的先驅，為確保長期穩定的石油供應努力不懈。

加拿大西部地底寶藏

世界上最大，也是最重要的另類石油來源地，正是位於加拿大西部的阿爾伯達省。這個幅員遼闊但人煙稀少的省份，是當今世界上最備受矚目的石油寶庫之一。

阿省向來是古生物學家的天堂，當地發現的恐龍化石，對揭開生命起源的奧秘大有幫助。今天，阿省卻有另一種等待開發的寶藏，便是蘊藏量極豐富的油砂（又稱瀝青砂），也是全球最大的已知石油寶藏。

油砂的成分包括焦油狀瀝青（由原油生成）、水藻和微生物，在超高壓下經過數億年而形成。根據地質分析，這些油砂在近世代才移向地殼表面的沙岩層，經細菌分解後成為瀝青。

左：未來的能源：
赫斯基正積極發展
非傳統的石油來源

這些瀝青以往很難提煉成石油，
因此大量生產並不可行，這種情況



直到最近才有改變。煉油技術的突破，加上全球的能源需求持續殷切，使阿省油砂事業的發展一日千里。

油砂業務的回報潛力確實非常可觀，阿省能源及公用事業委員會估計，全省的瀝青蘊藏量高達一萬五千億桶左右，是中東探明石油儲存量的一倍。

以現今的科技水平來說，該省的瀝青並無法全部提煉成石油，但當中可得瀝青的含量，始終非常龐大。目前，阿省可開採的油砂量約為三千億桶，所供應的能源比沙地阿拉伯全國油井加起來還要多，足夠應付整個北美洲未來四十年對石油的預期需求。

在阿省，油砂項目吸納的投資現正迅速增長，反映這種資源對日後能源供應的重要性。加拿大國家能源委員會預期，到了二〇一二年，這方面的投資將超過四百八十億美元。

探砂取油

顯而易見，阿省的油砂勢必成為日後全球能源供應一支重要的生力軍。然

而砂中取油並非易事，從瀝青提煉石油涉及複雜的工序和高昂的成本，開採方法主要分為採礦法和就地提取兩種，兩者在阿省均有採用。

採礦法是油砂行業首先採用的商業生產技術，目前業內仍主要使用這種方法從瀝青提煉石油。採礦的原理，是建造大型露天礦場，然後使用提煉設施，把瀝青從沙泥中分隔開來。高達七層樓的巨型泥錘，每揮動一下可以掘起重達一百噸的含瀝青泥砂。瀝青從沙泥和其他雜質分隔出來後，便會提煉為合成原油。

採礦方法適合開採較為接近地面的油砂，但瀝青大多深埋地底，難以挖掘，所以必須採用其他開採方法。就地提煉是比較新穎的技術，適用於埋藏位置較深的油砂。目前最先進的就地提煉技術是蒸汽輔助重力驅動生產法 (SAGD)，詳情見另文介紹。

赫斯基的油砂開發策略

要確保油砂提煉活動運作不息，便必



上：赫斯基的第一項油砂項目展開新工程。
右：瀝青混和稀釋液後，即可貯存在傳統油缸內。
下：赫斯基的轉化重油設施，把來自瀝青的石油化為優質石油。

「我們對油砂資源的長期潛力很有信心。這方面的業務將在赫斯基的中、長期發展策略中扮演重要角色。」

赫斯基能源主席兼行政總裁劉錢崧





須進行大量開發工作，赫斯基能源正帶領石油業朝着這個新方向邁進。阿省北部是赫斯基長期策略性發展的據點，赫斯基在這裏持有五份租約，覆蓋超過四十二萬五千英畝的土地，瀝青蘊藏量逾三百三十億桶。

赫斯基的第一個大型發展計劃是德加油砂項目，位於阿省冷湖（Cold Lake）西北三十公里。阿省能源及公用事業委員會已於二〇〇四年六月批准該項目，並准許赫斯基以就地提取法大量生產瀝青。

德加項目的建造工程進展順利，預計可於二〇〇六年底投產，再經過三至六個月後，便可提煉出石油。根據目前的估計，該項目的每天產量將超過三萬桶。赫斯基預期德加項目的使用期限為三十五年，總產量將達三億五千二百萬桶。

德加是赫斯基第一個油砂項目，但只是公司長遠策略的一部分。赫斯基的下一個發展大計是旭日油砂項目，赫斯基在旭日項目擁有五萬八千英畝的優質油砂，蘊藏量極之豐富，而且平均營運成本也較低，預期可於四十年內生產三十

二億桶石油。赫斯基已申請了分期開採旭日的油砂，最終產量料為每天二十萬桶，項目現正處於規劃階段。

赫斯基的發展大計還陸續有來，它現正評估其他三項油砂地租約的商業前景，希望在德加和旭日項目相繼投產之後，繼續提升生產能力。

未來油源

儘管經常有人憂慮世界各地的油井將會枯竭，導致全球能源短缺，但能源業前景看來一片光明。在可見的將來，人類將繼續採用石油，但也會日益倚賴另類的石油資源。

鹿特丹伊拉斯謨大學的環球能源專家Peter Odell最近出版了一本討論能源供應的新書，題為《碳燃料為何將主宰二十一世紀的能源經濟》。他在書中指出，傳統的石油供應量到本世紀中會達到頂點，而以加拿大油砂為主的另類石油資源供應，則要到本世紀末才會達到巔峰。

由此可見，石油的長期供應看來仍會源源不絕，而其中大部分將來自赫斯基現正開發的油砂。

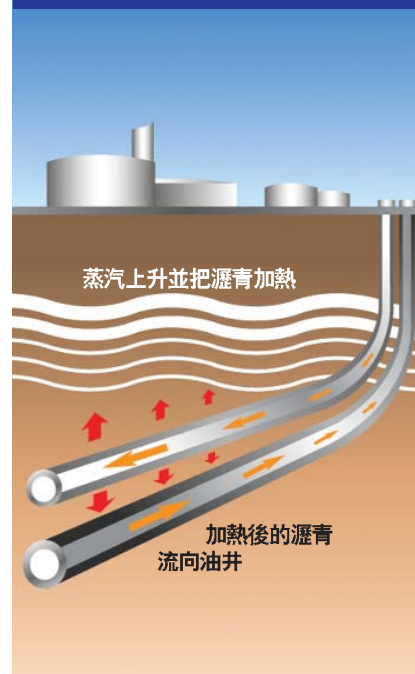
蒸汽採油法

赫斯基的採油技術

在自然狀態下，油砂瀝青中的石油黏度不足，無法流到油井，不便泵取。要開採這種石油，就需要使用比較複雜的技術。

雖然有些油砂礦場使用明坑採礦技術，但在赫斯基位於德加的第一個油砂礦場，含油瀝青埋得太深，無法使用這種開採方法。因此，赫斯基便使用較新的蒸汽輔助重力驅

SAGD 蒸汽煉油設施的作業流程




動生產法（SAGD）來開採瀝青。

SAGD 是一種熱力回收技術，方法是在油砂層鑽挖一對水平井，上面的稱為「注入井」，下面是「生產井」。工作人員把來自多台大型蒸汽發生器的蒸汽，不斷地注進注入井，把瀝青加熱，增加黏度。瀝青與冷凝水蒸汽混合後，靠重力流進生產井中，再被泵送到地面。

瀝青開採出地面後，會馬上與一種稀釋劑混合，然後通過普通的油管輸送。相對於明坑採礦法，SAGD 技術較為接近傳統的產油技術。

尋香記





源遠流長的香水業， 今天繼續散發 難以抗拒的芬芳魅力



香水能誘發無限的聯想，也帶有獨特的個人韻味。一縷似曾相識的香氣，能夠喚起深藏的記憶，把人的思緒帶到遙遠的時空，這就是香水的神奇力量。香水的「出身」並不尊貴，它的起源可追溯至數千年前。時到今天，香水產業的年產值已超過一百億美元，香味更有不下二萬種之多。當今的香水市場潮流由名師設計和名人喜愛的香水所主宰。每隔一段時間，便有香水公司不惜投入數以百萬美元計的宣傳費用，隆重推出一款新香水。香水市場如此活躍，難怪現代女性往往擁有最少六種香水來配合不同場合，不像我們母親一輩的女士，只會使用一種代表自己的香水。

香水發展至今已有約四千年的歷史，最初用焚香來產生香味。在《聖經》時代，香薰被視若珍寶，據《新約全書》記載，三位智者為聖嬰獻上的禮物，除了黃金、沒藥外，還有乳香。羅馬人大量使用香水，每天用香水塗抹身體多達三次，甚至連動物身上也會灑香水，例如在宴會上放出灑上香水的雀鳥。希臘人則潛心研究精油和有關的植物原料，探討不同香味對人的情緒和思想產生的影響。

阿拉伯人承先啟後，改進了從花朵提煉香油的蒸餾技術。在此之前，液體香薰是用香油與搗碎的香草或花瓣混合而成，氣味濃烈。玫瑰精油也許是世界上最先用蒸餾法製成的香水，而

世後迅即大行其道。

今天的香水市場更加多元化，當中最濃縮，也是最昂貴的香油稱為濃香水。這種香水含有數百種成份，包括約百分之二十至五十的濃縮精油，所以香味最持久。香水 (eau de parfum) 含有百分之十至十五濃縮精油，並與酒精混合；淡香水 (eau de toilette) 氣味清淡，在含水酒精中加入百分之三至八的濃縮精油製成；古龍水 (eau de cologne) 的精油濃度更低，只是百分之四左右。

古龍水誕生於十八世紀。儘管「古龍」一詞是德國城市科隆的法語發音，但古龍水其實是意大利人發明的。Paolo Feminis 於一七〇九年研製出一款芬芳清爽的香水，當時稱為「Aqua Admirabilis」。這種香水由迷迭香、橙花油、佛手柑油和檸檬混合而成，具有多種用途，包括用於沐浴、與酒混合、與糖同吃、作為漱口水、製作膏藥等。後來，一位香水師向 Feminis 的一位後人購入此古龍水配方，並在 Glockengasse 大街 4711 號開設了一家香水廠。如今，這種傳統香水仍以 4711 的名字銷售，是世界上最古老、生產歷史最悠久的香水。

香水於十八世紀在法國流行起來，法王路易十五的宮廷有「香水宮」(le cour parfumée) 之稱，因為他要求寢宮每天都灑上不同味道的香水。由於香水在法國十分盛行，以種植茉莉、玫瑰和橘子著稱的格拉斯，迅速成為香水業的原材料供應中心。當地的皮革匠覺得皮革散發的氣味惡臭難聞，因此用香水掩蓋自己的身體和皮革的味道。他們對製作植物香精十分在行，可能是世界上最早的「香水師」。

如今，創製香水的「香水師」在業內享有至高無上的地位。他們一般要經歷最少六年的學徒生涯，然後才能上位。首先，優秀的香水師必須具有過人的敏銳嗅覺，不但要懂得分辨不同

香水龍虎榜



香港國際機場Nuance-Watson商店的售貨員Anne說：「購買香水的顧客主要是男士，一般是用來送給妻子或女朋友，也有不少顧客購買價格較實惠的禮盒裝。」Anne說，在人們的印象中，那些公務繁忙的男士總是等到最後一分鐘，才匆匆忙忙地挑一份禮物拿回家。事實上，許多男士在選購香水時都十分精明，他們會仔細挑選適當香味的香水，而且特別留意品牌，當然還有價格。

Anne說：「目前最受歡迎的香水是男士用的Bvlgari Aqua和DKNY的女性香水Be Delicious。這款水果味的香水深得年輕女性歡心，加上受到強大的宣傳攻勢推動，所以十分暢銷。時尚潮流對香水市場影響很大，姬仙蒂娜、Gucci、Bvlgari等都是流行的品牌。香水瓶的造型也很重要；很多搜集香水的人士既看重香味，也喜歡設計精緻的瓶子。近年來，香水公司起用名人作代言人已漸成風氣，最好的例子是妮歌潔曼最近出任香奈兒5號的代言人。」

「有些香水是長勝將軍，好像香奈兒5號、Dior的J'Adore以及蘭蔻的Miracle，一直都那麼暢銷。香味、品牌和外形的完美結合，使它們的魅力無可抵擋。」



花卉的香味，對栽種在不同地區的同一种植物所製成的香油，也須能一一區別。

要創製真正極品的香水，需要不少時間和耐性。香水師會把不同的珍貴香油，慢慢調配出令人心醉的香水。在混製過程中，香水師會用長形的吸濕紙條（稱為mouillette）蘸取香液，然後放在一旁風乾。香水師會不時嗅嗅這些紙條，判斷應該再添加甚麼成份。香水搽在皮膚上，味道隨時間慢慢散發，並有不同的層次。首先揮發的是表面的香味，持續五至十分鐘，然後是餘韻，也即是香水與人體肌膚的化學成份混合所形成的香味，通常維持二十分鐘左右。最後是深層的香味，這是香水在人體上最終揮發的味道。

格拉斯成為香水原料供應中心的同時，巴黎也成為了香水銷售中心，也是全世界的香水之都。當時，Houbigant、Lubin、Roger & Gallet

你知道嗎？
法國皇帝拿破崙，
除了每星期使用
兩夸脫
紫羅蘭古龍水外，
據說每個月
還用掉
六十瓶雙重提煉的
茉莉香水。

和嬌蘭等著名香水公司均位於巴黎。到十九世紀，隨着人們品味的改變，蒸餾法被化學合成法所代替，奠定了現代香水業的發展基礎。到十九世紀末，香水業進入一個新紀元，合成香水產品取代了珍貴難求的天然香料。單種花香曾在十九、二十世紀交替之時風靡一時，但其後被混合花香的香水所取代，接着續領風騷的是充滿夢幻色彩的各式香水，也就是我們今天所熟悉的香水。

第一款現代香水應是一九二一年推出的香奈兒5號（Chanel N° 5），這是香水師Ernest Beaux獻給可可香奈兒的一系列香水中的第五款，故名「香奈兒5號」。這款香水是第一款全部採用合成香精製成的大眾化香水。法國香水業在二十世紀五十年代達至顛峰，姬仙蒂娜、Jacques Fath、Nina Ricci和Pierre Balmain等設計大師，均研製出自己的獨特香水。



踏入二十世紀六十年代，航空旅遊開始大眾化，免稅店也隨之興起，一般民眾開始大量購買香水。聖羅蘭在這期間推出Y和Rive Gauche，姬露雪則於一九六六年推出Fidji。七十年代，露華濃以「采妮」香水一舉俘虜現代獨立女性的芳心。八十年代，著名設計師引領時代潮流。當時設計大師Calvin Klein推出Obsession，以性感撩人的廣告加強宣傳聲勢。Jean Paul Gaultier所設計的香水，則以錫罐盛載人型玻璃香水瓶，創造出奇巧的形象，備受矚目。

於二十世紀九十年代，以三宅一生的「一生之水」(L'Eau d'Issey)為代表作的香水大行其道。愈來愈多消費者使用不同香水配合不同場合，形成一股新潮流。以名人作香水代言人，更是蔚然成風。一九九一年，歷史上最成功的香水——蘭蔻的Tresor上市，以女星伊莎貝拉羅西里妮作代言人，推出第一年銷售額便高達



你知道嗎？

古埃及的法老王

入土為安時，

棺內總有香水作伴。

以圖坦卡門 (Tutankhamen)

法老王來說，

墓穴中的香油氣味

尤其濃烈，即使

於三千多年後開棺，

仍然可以嗅到

一絲香氣。

三千六百萬美元。

今天，推出一款香水的宣傳費用介乎一、二百萬美元之間，因此香水公司必須審慎考慮，確保所推出的香水能緊扣時代的潮流脈搏。為滿足消費者追求新奇的心態，不少香水公司都會生產限量版香水，僅在幾個月時間內限量發售，希望成為收藏品。然而，名人代言的香水仍然是世人關注的焦點，名歌星珍妮花露比絲、Britney Spears和Beyonce代言的香水均暢銷全球。

無論是甚麼原因使人們對某種香水產生無限遐想，香水業總是「江山代有才人出」，不斷爭奪下一款熱賣香水的寶座。阿曼尼近年推出了幾款令人一見傾心的香水佳作，用他的話來為香水下註腳，也許最恰當不過：「香水不只是一種提煉物，更像夢幻般似有若無。對我來說，一種香水就是一個謎。」的確如此，香水就像輕煙那樣如夢似幻，難以捉摸。

END

拓展版圖

屈臣氏集團最近收購法國香水零售商Marionnaud，向拓展美容和化妝品零售業務又邁出了一大步。屈臣氏集團董事總經理韋以安說：「這項交易使集團在全球零售市場上佔駐重要一席，備受矚目，亦加強了集團對和黃整體的貢獻。」

屈臣氏集團透過這項交易，將取得Marionnaud在歐洲的一千三百家分店。集團現已擁有歐洲多個香水與化妝品連鎖集團，包括英國的Superdrug和Savers，以及比利時和荷蘭的ICI PARIS XL。韋以安說：「集團透過收購Kruidvat和ICI PARIS XL，初次涉足化妝品業務領域，後來覺得大有可為，於是積極物色其他商機。我們留意了Marionnaud大約兩年，終於把握到適當的收購時機。」屈臣氏集團以往並無涉足法國以及Marionnaud的大部分主要市場（包括意大利、西班牙和奧地利），收購Marionnaud，正好配合在當地的發展需要。

按分店數目計算，Marionnaud是歐洲最大的香水零售商，近半數零售店位於法

國，在當地的市場佔有率達三成。此外，Marionnaud正在西班牙與意大利收購業務，拓展南歐市場，在兩地已分別設有約一百八十家和一百三十多家香水店。Marionnaud Parfumeries在東歐各地經營大約一百五十家香水店。

韋以安解釋道：「這項交易將對集團的業務發展產生重大影響，並在現有保健和美容產品零售業務的基礎上，大

大強化我們在香水和化妝品行業的地位。」

屈臣氏集團收購Marionnaud後，成為按分店數目計全球最大規模的保健和美容產品零售商。集團擁有多個零售品牌，業務遍及全球三十一個市場。屈臣氏集團並與瑞士Nuance集團合作，經營機場零售專門店Nuance-Watson。隨着Marionnaud的加盟，屈臣氏集團目前在全球擁有逾六千二百家零售店，涵蓋保健、美容、香水以至食品、電子產品和餐酒等行業。韋以安說：「集團將銳意鞏固市場地位，並在其他地區尋覓商機。適時擴展業務組合，是我們一貫的目標。」



為香港 發光發熱

香 港電燈集團有限公司（「港燈」）是供電業的先驅，自一八八九年註冊成立以來，已經歷無數變遷。

港燈最明顯的改變，莫過於變電站的設計。變電站是供電流程關鍵的一環，主要負責匯集電力，再分配到指定的住宅區。

當年… 最初的一批變電站每個只需一千二百平方呎的用地，港燈仍把變電站一物二用。許多變電站的上層都闢為員工宿舍，有些則兼作零售店用途，盡量善用土地資源。

今天… 添馬艦變電站大樓座落香港島一塊二萬平方呎的土地，反映出滄海桑田的時代變遷。這是港燈最現代化的變電站之一，外型宏偉壯觀，與周遭的商業大廈融合無間。變電站的發電量達二百四十兆瓦安，發送源源電力，滿足中區、金鐘和灣仔區的龐大電力需求。

這項大型設施的操控甚至可以不經人手：所有電力開關均由遠端的系統控制中心遙控，與當年港燈工程師「前舖後居」的日子比較，實在不可同日而語！ 