

Sphere

第二十七期

和記黃埔集團刊物



以人為本 建宏圖



集團的英國
業務經營之道

目錄

第二十七期 二〇一〇年九月號



08



12



22



28

歡迎 閱讀新一期的《Sphere》。今期，我們介紹和黃在英國廣泛的投資業務，範圍包括零售、港口、基建和電訊領域，從中可見集團如何貫徹服務承諾，致力提升廣大市民的生活質素。

我們還報道李嘉誠基金會資助的病毒感染疾病研究，細看項目如何造福人類健康。

隨著屈臣氏集團在全球廣拓版圖，我們敘述集團如何以快速有效的方式擴展新市場。本期另有專文介紹和黃漢優有機集團推出數千款來自世界各地的有機產品，以緊扣全球掀起的有機食品和美容產品熱潮。

最後，我們前往意大利和丹麥，看看3如何大展拳腳。在丹麥，3幫助偏僻地區的農村聯繫全球；在意大利，3則透過大銀幕和小視屏，帶來無處不在的視像娛樂。

希望你會喜歡今期的內容。如有任何意見或建議，歡迎發電郵至SphereE@hwl.com.hk。

02 集團消息
和記黃埔集團最新動態

08 3G熱點
接通丹麥
為丹麥偏遠地區
帶來流動通訊服務

12 封面故事
以人為本建宏圖
集團重視以人為本的
經營理念

18 零售小品
有機生活解讀
齊來融入有機生活

22 社會公益
全球齊抗疫
李嘉誠基金會支持
對抗傳染病

26 3G熱點
視像樂無窮
3意大利以大小屏幕
帶來視像娛樂

28 零售小品
昂步全球
屈臣氏集團首屆
全球供應商研討會

32 談古說今
視野無限
電視機的演變

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、梁瀚思、許瀟文、黃慧貞、陸詠琴 編務、設計及製作：splash))) (Asia City Media Group屬下機構) Greg Crandall、Teri Fittell、簡偉豪、何紹敏、李惠民、廖美琦、黃文欣、張婉儀 電話：2850 5500 分色及印刷：bigboXX.com Limited。©2010和記黃埔有限公司擁有版權，未經書面授權，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。

電力雙雄

英國 港燈與長江基建訂立協議，使兩者各自持有英國近布里斯托的發電公司Seabank Power Limited百分之二十五股權。 I



- C 企業
- P 港口及相關服務
- H 地產及酒店
- R 零售
- T 電訊
- I 能源、基建、投資及其他



品質保證

香港 屈臣氏酒窖
深明美酒需要悉心照顧，因此提供最優質的儲存設施，並於最近榮獲香港品質保證局頒發葡萄酒儲存管理體系認證。 R



寵物運動會

中國內地 四川成都彩疊園舉辦寵物運動大會，讓寵物主人帶著寵物參與比賽，同時欣賞其他寵物的表演，樂在其中。 H



新店處處

■ 愛爾蘭 ■ 3愛爾蘭今年增設二十八家3商店，為當地零售業創造九十個新職位。當中八家新店為3愛爾蘭的自有店舖，其餘二十家是由外界經營商採用3品牌獨立經營。 **T**



名廈動土

■ 中國內地 ■ 和記黃埔地產在青島發展的曉港名城，坐擁壯麗海景，其商用部分最近舉行動土儀式，賓客盈庭。 **H**



父母恩

■ 香港 ■ 和黃義工隊與東華三院和扶康會攜手，為長者舉辦慶祝活動，向天下父母表達誠摯的謝意。 **G**



滿載而來

■ 中國內地 ■ 全球最大的貨櫃船之一Ebba Maersk首次載滿一萬五千個二十呎標準貨櫃，前往鹽田國際集裝箱碼頭。 **P**



採油成功

【加拿大】赫斯基能源位於紐芬蘭離岸三百五十公里的North Amethyst油田正式投產。North Amethyst是該公司白玫瑰油田項目中首個衛星油田。【I】

- 【C】 企業
- 【P】 港口及相關服務
- 【H】 地產及酒店
- 【R】 零售
- 【T】 電訊
- 【I】 能源、基建、投資及其他

iPhone 4 熱潮

【香港】3集團旗下業務陸續推出萬眾期待的iPhone 4 流動電話。3香港為隆重其事，特別舉辦「3ree iPhone Night」首賣派對，邀請城中名人和顧客出席，率先感受iPhone熱。【T】



為「膳」最樂

【香港】在第十九屆全港廚師精英大匯演上，兩位分別來自九龍海逸君綽酒店和北角海逸酒店的頂級大廚為活動烹調特別菜式，並為協康會籌款，幫助有特別需要的兒童。【H】



培育幼苗

【中國內地】自二〇〇四年起，中國屈臣氏透過「春蕾計劃」，資助興建兩所分別位於廣東省和安徽省的學校。最近，中國屈臣氏更設立「屈臣氏春蕾獎學金」，獎勵品學兼優的清貧學生。【R】



加強貨運聯繫

荷蘭 和記黃埔港口設立莫爾迪克貨櫃碼頭，增強了荷蘭港口與歐洲內陸間的貨運聯繫。莫爾迪克貨櫃碼頭是歐洲貨櫃碼頭與聯合貨櫃碼頭的合營項目。 **P**



Facebook購物通

香港 多年來，屈臣氏集團旗下Superdrug的Facebook和Twitter專頁，一直大受歡迎。最近，香港屈臣氏推出了品牌Facebook專頁「屈臣氏 Slimming Club」和「屈臣氏 Beauty Club」，而台灣屈臣氏也設立「屈臣氏我的健康保健室」迷你網站，提供健康資訊和藥物諮詢服務。 **R**

世界企業翹楚

香港 本年度世界最大及最佳企業排行榜已經公佈，和黃一如以往躋身優秀企業之列。在福布斯全球二千家最大及最具



影響力的公司中，和黃排行第一百二十八位。在金融時報全球五百大企業名單上，和黃在全球排行第二百三十七位，行業排名則為第五名，而在財富全球五百最大企業名單上，和黃的整體排名是第三百〇二位，在中國的排名則為第二十五位。 **G**



樂善好施

加拿大 在卡爾加里，赫斯基舉行「赫斯基樂助飢餓周」，包括一系列員工籌款活動，共籌得超過十五萬加元。 **I**

- C 企業
- P 港口及相關服務
- H 地產及酒店
- R 零售
- T 電訊
- I 能源、基建、投資及其他



生日快樂

香港 港島海逸君綽酒店舉行開業一周年紀念酒會，四百多位賓客到賀。 **H**

世盃熱潮

意大利 3意大利投入南非世界盃熱潮，設計了足球形的流動數據機，讓球迷在使用電腦之時，也可直擊精彩賽事。 **T**



輕鬆學環保

香港 港燈藉著今年推行的智「惜」用電計劃，招待約一千名中小學生參加南丫發電廠暨南丫風采發電站開放日，進一步認識減少碳足印的方法。 **I**



重返校園

中國內地 在山西省安康市，上海和黃藥業有限公司資助的希望工程小學已經落成，取代一所在二〇〇八年五一二地震中損毀的村校，讓二百多名兒童重返校園。 **I**





1 長江集團連續第十一年成為香港公益金三大最高籌款機構之一，集團旗下公司合共獲頒兩項「公益榮譽獎」、兩項「公益優異獎」和一項「公益嘉許獎」。**C**

2 香港國際貨櫃碼頭推動環保不遺餘力，最近榮獲環境保護運動委員會頒發「香港環保卓越計劃」之「交通及物流業界金獎」。**P**

3 長江實業、和記黃埔和港燈在企業可持續發展方面表現傑出，獲納入恒生可持續發展企業指數。**C**

4 港島海逸君綽酒店的落地玻璃窗戶，讓住客飽覽維港醉人景致。酒店的總統套房和貴賓閣分別榮獲備受推崇的「胡潤總統獎」評選為「最佳總統套房」和「最佳行政酒廊」。**H**

5 和記電訊香港控股有限公司在《歐洲貨幣》雜誌主辦的「最佳管理及管治公司—亞洲選舉二〇一〇」中榮膺香港區「最具說服力及統一策略」和「香港最佳整體企業管治」兩項殊榮。另外，和記環球電訊在二〇一〇「亞洲電訊」年獎中，榮膺「最佳國際電訊服務批發商」大獎。**T**

6 8度海逸酒店榮獲TTG China中國旅遊大獎二〇一〇頒發「香港最佳中檔酒店」大獎。**H**

7 Vietnamobile於二〇一〇年推出的「Go orange, go Vietnamobile」電視廣告在「第十六屆年度電訊大獎」中勇奪兩項金獎。**T**

8 都會海逸酒店旗下Promenade西餐廳榮獲《U Magazine》頒發「我最喜愛食肆選舉二〇一〇」之「我最喜愛的自助餐廳」獎項，表揚餐廳將自助餐飲食體驗提升至另一新層次。**H**

9 PT Hutchison CP Telecommunications勇奪兩項電訊公司夢寐以求的「金指環大獎」，獎項表揚電訊業內敢於創新和具卓越表現的營運商與供應商。**T**

接通 丹麥

流動通訊技術的出現，為個人、社區和企業帶來翻天覆地的變，即使在已有固網電話與數據服務覆蓋的地區也不例外。在缺乏或完全沒有流動通訊服務、或寬頻網絡看來遙不可及的地區，這種變化就更加驚人了。

遠在瑞典和丹麥的農村地區，人口稀少、地處偏僻，與主要城鎮相距十萬八千里。和記黃埔在這些地區建立了3網絡，提供寬頻服務，為當地人民的生活質素帶來超乎想像的重大改善。

這些地區的醫療和教育服務是兩個主要的受惠



3 為地處偏遠的斯堪的納維亞半島帶來 現代化的數據通訊服務

範疇。瑞典是遙距醫療技術的先驅，例如在北部格利法爾，如果有病人嚴重出血，可於當地醫院接受X光檢查，然後將影像傳送至五百多公里外的于默奧的大學醫院，讓專家診斷。

在這些偏遠地區，學生可上網修讀高中和大學課程，毋須為了上學而遠離朋友與家人。

3 為這些國家提供前所未有的高效數據通訊服務，以維繫和提高當地企業的營運能力，使當地經濟得以持續發展。

當地公司現在可以更加快捷和靈活地收發數據，使員工大大改善與服務供應商的通訊聯繫，並可接觸所有潛在客戶群，迅速回應他們的需要。

和黃於丹麥3網絡作出龐大投資後，現已開始見到回報。和黃集團董事總經理霍建寧先生深信，雖然3的丹麥業務歷時逾六年才見盈利，但投入網絡建設的四十億丹麥克朗肯定可以全數回本，而客戶數目將倍增至超過一百萬。

3 丹麥協助當地的農村地區接通全球。



霍先生強調：「我們最初的目標是流動寬頻和流動數據。我們仍然持有Orange和美國VoiceStream股權的時候，已大規模採用傳統話音技術，然後進一步確立以數據通訊作為電訊業務的策略目標。」

和黃積極擴展在丹麥的業務，並以領導市場為目標。3的丹麥業務推廣主管海珊表示，和記黃埔的策略，是方便客戶更順暢地營運他們的業務。

「流動通訊服務讓企業客戶能夠隨時隨地在網上工作，銷售人員在辦公室以外時也可立即回覆

客戶的重要郵件，所以當他們晚上回家時，郵箱已是空空如也。靈活性提高，員工工作更加愉快，對公司更有歸屬感。同時，員工可以快速回應客戶的需要，提供更高質素的服務。在商業服務和批發行業，這種電訊服務的效益尤其顯著，因此難怪這些公司都需要維持龐大的銷售隊伍，才能應付客戶的需求。至於外派的顧問人員，就算要在另一家公司長時間工作，也可與總公司和同事保持聯繫。」

海珊女士表示，許多小型企業視流動寬頻為提高競爭力和效率的利器。以服務行業為例，小型

在偏遠地區，小型農業服務企業完全依賴3網絡





公司與獨立經營商使用寬頻服務，在完成工作後可即場列印發票，而不用待返回辦公室後才處理，因而可改善現金流。

在建築行業，3的流動服務現在已取代了固網電話，因為即使沒有固網網絡，3的流動服務也能提供方便快捷的通訊聯繫。對許多寬頻用戶來說，固網似乎已不再是最佳的通訊方案了。

海珊女士說：「在丹麥人口中，百分之二十五採用付費的寬頻家庭辦公室方案。當有員工加入或離開一家公司，便須在固網寬頻服務方面去舊更新。現在我們有些客戶乾脆選擇流動寬頻，好處是無需安裝費，也不用截斷舊的寬頻線路和訂購新線。新員工只需一具流動電話、一具流動寬頻路由器和兩張電話卡，第一天上班便可享有卓越的通訊效率。」

3的流動寬頻技術同樣惠及農業，丹麥農業及食品委員會資訊科技中心的麥克表示，在3面世前，由於缺乏固網網絡，當地的寬頻服務並不普及，使他們和辦公室同事往往無法與其他人聯繫。

麥克表示，互聯網服務和通訊進步有助提高農業的生產效率，除了是由於3網絡能提供靈活的流動通訊服務之外，更要歸功於廣闊的網絡覆蓋。

在偏遠地區，例如日德蘭半島西北部，由於以往沒有光纖或ADSL線路，有些小企業完全依賴3網絡，有些農業服務供應商對於在辦公室以外也能接收和傳送數據，更是讚不絕口！

位於日德蘭西部的農業公司Dalsgaard & Liboriussen稱，過往寬頻服務從沒進入過他們所在的偏遠鄉鎮，但3現已為他們提供了一個聯繫世界的渠道。

3的流動網絡作為數據通訊平台的能力，看來已得到充分證明。霍先生表示，和黃憑著無比信心和龐大投資，在斯堪的納維亞發展流動網絡，為一些最偏遠的地區建立起聯繫全球的橋樑，這些努力必將帶來穩健成果。

他表示，傳統流動技術的投資一般需時十至十五年時間才見利潤，但在丹麥，3憑藉數據通訊，在不足七年內已開始見到回報。 (H4)

和黃在英國的業務多元化，但同樣重視以人為本的經營理念

以人為本 建宏圖

每一天，數以百萬計英國人的購物消費都與和記黃埔有限公司（「和黃」）有千絲萬縷的關係。無論是透過3電話網絡接收訊息、購買由貨櫃船運來的電冰箱、購買一瓶香水、或加水沖泡一壺香茗，和黃的身影幾乎無處不在。

和黃在英國的投資覆蓋許多不同領域，包括全國最大和最繁忙的港口、增長最快的3G網絡、

若干知名藥行與香水店，還有包括水務、電力和房地產在內的各類基建項目。

和黃洞悉到英國的無限商機，雖然經濟環境未算樂觀，但和黃對六千二百萬英國人民的服務承諾迄未稍減，並已為未來訂下宏圖大計。事實上，和黃的整體理念是著眼長線發展，透過不斷投資於培訓計劃來提升員工技能。

儘管和黃廣為英國商界熟悉，而其在Superdrug、The Perfume Shop、Cambridge



Water Company和菲力斯杜港等公司的投資總額高達一百七十億英鎊，但在普羅市民當中，和黃的知名度並不算高。

充滿活力的企業文化

總部設在香港的和黃，二十多年前進軍英國大舉收購，當時和黃入股的公司，大部分早已具有規模，因此毋須特意更改名稱或既有架構，但和黃每位員工均可見證，香港人舉世聞名的動感活力和工作效率，已成為和黃在當地的企業文化特色之一。

在某些領域，尤其是引領3G流動技術潮流的3，其流動寬頻網絡擴展迅速；和記黃埔港口的業務也欣欣向榮，在英國營運的多個港口正在大規模擴建，其中包括菲力斯杜港和哈爾威治國際港口。

除了這些大型項目外，公司還推行以造福社群為目的的小規模計劃。港口業務的其中一個主要項目是學校聯絡計劃，為當地學校提供支援。

菲力斯杜港和哈爾威治國際港口都是當地的主要僱主，和記黃埔港口在這兩個港口和倫敦泰晤士港推出一項計劃，讓兒童了解碼頭的運作方式，以及碼頭如何創造就業和財富。

在菲力斯杜港，員工培訓經理（教育與發展）羅素負責舉辦學校工

作體驗項目，他認為計劃就似港口與廣大社群之間一道重要的溝通橋樑，青少年競相參加該計劃，以見識龐大的港口業務的內部運作。

「我們認為應該給予學校支援，特別是向學生們介紹這門歡迎年輕人投身的行業。」羅素先生說：「雖然有許多參加者後來都成為我們的同事，但這並不是一個招聘計劃，而是一個機會幫助學生們選擇將來的事業。」

羅素先生說，業內的創新技術一日千里，船隻裝卸流程中所採用的先進技術，多得令外人感到目不暇給：「譬如說，我們現在擁有全世界最大型的吊機，而操作員就需要學習所採用的技術，這個行業的發展，令人振奮。」

目前碼頭共有超過二千五百名員工，職位空缺炙手可熱，最近公司刊登廣告招聘十五名司機，廣告刊出不足二十四小時便吸引多達三百人應徵。這數字除了反映出在英國目前經濟環境下的就業情況外，也證明了和記黃埔港口是一個理想的工作地點。

羅素先生說：「和記黃埔港口以善待員工著稱，公司推行完善的培訓計劃，悉心栽培人才，有些同事服務公司已超過二十年，如果不是想在這裏工作，他們早已另謀出路。

「此外，公司深入社群，除了舉辦工作體驗計劃外，我們還參加區內學校舉辦的職業展覽會，希望下一代也能夠了解我們。」





向學校提供資助

和記黃埔港口還資助學校各項教育項目，譬如，格蘭奇社區小學近日成為「碼頭學校」，獲得「和記黃埔港口碼頭學校計劃」撥出的一千八百六十英鎊，建立一個「科學池」，讓學生學習水循環和食物鏈的知識。

和記英國港口有限公司行政總裁格尼曉說：「這項計劃讓港口有機會『助養』和支持當地學校，也讓學校與區內最大僱主建立起緊密的聯繫，我們希望學生從這項計劃中體驗學習的樂趣。」

非力斯杜港是英國最大及最繁忙的貨櫃港，公路和鐵路網四通八達，遍及全國。該港口現正進行大型擴建工程，當工程於明年年初完成時，一個新的深水貨櫃碼頭便會投入服務，使碼頭總岸長接近一千三百米，包括第三座鐵路貨運站。

哈爾威治國際港口也計劃在Bathside Bay興建一個新的深水貨櫃碼頭，建成後，碼頭岸長將延長至一千四百米，整個計劃將使哈爾威治國際港口成為英國最大的貨櫃碼頭之一，碼頭總岸長將差不多倍增至三千米，使該港口能同時停泊四艘深水貨櫃船。

該碼頭擴展計劃早有預設的發展目標，但在電訊領域，並沒有人能準確預測電話和互聯網用戶未來五到十年的消費趨勢和模式。唯一可以肯定的是，市場對流動技術的需求將更加殷切，使和黃得益匪淺。

事實證明，和黃的3G網絡（簡稱3）已以後來居上之勢，獲得空前成功，在當地建立起最大型的3G網絡，並推動流動寬頻的發展。現在3佔英國總流動寬頻用量的一半，並在調查機構YouGov於七月的流動寬頻用戶滿意度調查中名列前茅。根據3的網絡系統基建分享協議，公司的發射站數目將會於今年第三季末增至一萬二千五百座，這將有助3進一步進佔英國的流動寬頻業務，並為顧客提供更合理的收費。

公司一直致力為當地消費者向有關當局爭取更合理的電訊業服務費，達至真正的市場競爭。為了能調低英國的流動網絡接入費，3推出一項名為「唯一」的服務計劃，包括通話分鐘、短訊和數據服務，可見其在英國話音市場的壯志雄心。

越來越多用戶使用流動寬頻產品傳送和接收數據，不論是複雜的業務流程表或即時串流足球賽事，可見3的前景一片光明，目前公司在英國和愛爾蘭的用戶數目已超過六百八十萬。

另一項力尅衰退困境的業務是和黃的零售業務，其中Superdrug、The Perfume Shop、Savers及「森」均保持增長。和黃旗下零售業務由屈臣氏集團管理，擁有全球最大的保健及美容產品銷售網絡。

在集團工作引以為榮

能在一家高速發展的公司工作，屈臣氏僱員當然引以為榮。The Perfume Shop愛爾蘭、蘇格蘭及英格蘭東北部區域

和記黃埔港口以善待員工著稱，有些同事服務公司已超過二十年



積善之店

Superdrug店舖經理泰萊總愛構思一些別出心裁的想法，包括贊助剃頭日和員工化妝日等，為慈善機構籌募善款。

位於英國南岸的**Weymouth**分店，將所籌集的善款全部撥捐一個癌症慈善項目，以減輕青少年癌症患者在醫院的痛苦經歷。這個項目對泰萊有切膚之痛，因為他的弟弟便是因癌症去世。

在公司的積極鼓勵與支援下，泰萊和多位和黃員工每年為各類慈善團體籌款數以千計英鎊。

泰萊說：「贊助剃頭活動，是我們最成功的募捐活動之一，其他分店的許多同事也熱烈響應，我們聘請了一名專業美髮師為我們理髮，大收宣傳效果！」

「那次我們籌集到六千英鎊，去年則籌得三千英鎊，籌集到的善款都捐給青年癌病基金。我弟弟才十八歲就被癌症奪去生命，就是這個原因，我積極行動，並選擇捐助那家慈善機構，因為只有他們是專為十多歲的青少年服務。」

泰萊已有三個女兒，第四個孩子也即將出生。他在招聘瑞典籍妻子加入**Superdrug**時相識，妻子目前經營自己的服裝店，同時還修讀法律學位課程。

他說：「我於一九八九年加入**Superdrug**，擔任倉務員，跟著一步步晉升至經理位置。我喜歡這份工作，尤其熱愛與我共事的一群同事。」

在附近的**Bournemouth**，**The Perfume Shop**商店經理艾蓓因親眼目睹其摯友因癌症而經歷化療的痛苦，決定投身癌症慈善活動。她加入了**Look Good, Feel Better**慈善機構，教導康復中的患癌婦女（有些人因接受治療而脫髮，不得不佩戴假髮）使用化妝品。

艾蓓說：「大企業捐贈香水和化妝品，志願者則在醫院聚會中幫忙。我放假時就到醫院去，那裡有十二位女士正在接受治療或處於康復期，我們便示範如何使用企業捐贈的化妝品來化妝。」

「有些病人病情嚴重，有些則逐漸好轉，但他們全部經過密集的療程。化妝是她們生活中的一樁樂事，使她們振作起來。這聽起來再簡單不過，但對於某些人來說，化療之後能重獲一些眉毛，已令她們感激不已。」

The Perfume Shop愛爾蘭、蘇格蘭及英格蘭東北部區域經理紀澄恆工作繁忙，但也盡量抽空助慈善機構一臂之力。

她表示：「我在晚上為癌症關愛團體的女士們講課，她們都罹患癌症，有些正處於康復期，有些尚在接受治療。我隨身攜帶香氛，與她們談論公司的業務、工作理念和使用不同強度香水的方法。」

「這些晚間活動讓我獲益良多。」

經理紀澄恆說：「能為一家高瞻遠矚、不斷增長的企業工作，那種滿足感實溢於言表。我認為，公司在門市經營以至員工培訓發展、開設新店、推動業務發展等方面都為員工提供不少機會。

「我在The Perfume Shop工作期間，一直能激勵員工爭取個人發展與成長，並獲得很好的成果，員工對公司忠心耿耿，並為公司服務多年，足證他們十分愛戴公司。

「每位顧客都能隨時享用到華麗的產品，這讓我們獲得無窮的工作滿足感。每位顧客都可以走進The Perfume Shop，享受與美為伴的美好體驗。」

未來幾年，另一類華麗產品將由和黃地產業務推出一倫敦的洛茲路發展項目必將成為首都人人趨之若鶩的顯赫府第，其中包括十三幢大樓中的八百個豪宅單位。

該項目由知名建築師法雷爾擔綱設計，位於泰晤士河畔，包括兩幢三十七層和二十五層的大樓，可鳥瞰倫敦這個歐洲最大城市的壯觀景致。

英國最著名的建築師福斯特，曾設計香港國際機場，他已應邀為泰晤士河南岸的Albion Riverside繪製藍圖。和黃其他發展項目還包括曾獲獎無數的Montevetro、Royal Gate Kensington、Belgravia Place，以及擁有三千五百個住宅單位、俯瞰多克蘭的Convoys Wharf。


基建項目提供日常生活所需

此外，還有一些沒有那麼顯眼、但也是日常生活不可或缺的基建項目是由長江基建擁有，其投資總額達十七億英鎊。

其中Cambridge Water為約三十萬人供水，另一項目是Northern Gas Networks，該公司的供氣網絡由南約克郡延伸至蘇格蘭邊境。

長江基建持有Southern Water Group（一家受規管的自來水和污水處理公司）百分之四點七五權益，並與香港電燈合作購入Seabank Power Limited百分之五十權益。Seabank Power Limited擁有並營運布里斯托市附近一座一千一百四十兆瓦的聯合循環發電廠。

和黃於英國的業務版圖中，最後一個板塊是和黃中國醫藥科技有限公司。該公司是一家以中國為基地的醫藥與保健業服務集團的控股公司，在倫敦證券交易所另類投資市場上市，專門從事研究、開發、製造與銷售以傳統中草藥提煉而成的藥物和保健品。

放眼未來，集團將把握機會，進一步開拓多元化業務組合。雖然公司不斷併購、版圖日廣，但和黃員工可以證明，和黃深知歸根究底，人才是企業成功的關鍵。 

最新消息

由和黃旗下的長江基建和港燈牽頭之財團早前向法國電力集團Electricité de France發出不可撤回要約書，收購該集團旗下EDF Energy plc持有的百分之一百英國電網資產，建議收購價為五十七億七千五百萬英鎊，即港幣約七百億元。



3佔英國流動寬頻總用量的一半，
並在流動寬頻用戶滿意度
調查中名列前茅





上圖：黃家裕



有機 生活解讀

現代社會人人講求綠色生活，但有機生活的真諦到底是甚麼呢？

近年天然食品大行其道，因為這類食品在生產過程中沒有受到有害環境和人體健康的化學物所污染。

和黃中國醫藥科技商務總監（消費品業務）華德歐表示：「根據Datamonitor的《二〇一〇年全球有機食品報告》，全球有機食品市場於去年的營業額高達六百億美元，預期於今年更將增至約一千億美元。營業額大幅增長，反映世界各地消費者的健康和環保意識日益高漲。」

雖然有機產品在亞洲市場已出現了一段時間，但由於分銷渠道迂迴，價格不免被層層標高，因此在零售點的售價缺乏競爭力。

關麗萍有三名子女，她特別關心子女的飲食健康，但有機食品價格不菲，而且選擇不多，使她深感為難。她說：「我選購有機蔬果已有一段時間，不過可供選擇的其他有機食品並不算太多。假如能有更多選擇，我們便可較容易奉行有機飲食。」

和黃與佔有領導地位的美國天然及有機產品公司漢優集團成立合營公司和黃漢優有機（香港）有限公司（「和黃漢優」），為消費者帶來選擇更豐富的天然和有機產品。新公司最先在香港推出逾四十個美國暢銷品牌，包括多達三千款健康又天然的有機產品，並計劃進軍中國內地和亞太區市場。

由於沒有中間分銷環節標高價格，這些在屈臣氏集團零售店售賣的產品，大部分比其他零售商提供的同類產品便宜約三成。

毫無疑問，這將令有機食品在香港市民的購物清單上佔有更重要的地位。然而「有機」一詞，到底所指何物？對有機食品的要求，每個消費者都有自己一套想法。

亞洲營養學會主席兼營養師魏精鳴先生表示：「談到有機食品，消費者會考慮三項因素。第一，營養價值；第二，感官質素；第三，食品安全。首先，有機和非有機食品在營養價值方面，其實沒有太大差異，但含有礦物質的有機食品，質素會稍為高一點。」亞洲營養學會於二〇〇一年由一群醫療服務專才創立，向公眾提供有關營養學和體重管理的教育資訊。

他說：「感官質素方面，有機食品的味道和色澤會略勝一籌。有機和





非有機食品的最大分別，其實在於食品安全。很多人現在擔心化學農藥，因為這類化學劑吃進肚裏有害健康，而且更會污染環境和水源。人們知道有機產品對環境有較大好處，所以現在也考慮這個環保因素了。」

在大部分國家，「有機」一詞現已有更清晰的法律定義。除非有機食品符合特定要求，否則商人不能在包裝或宣傳材料中使用「有機」一詞。

百佳國際產品經理畢特米亞解釋說：「在國際上，這些規定的性質和嚴格程度並不相同。在美國，這方面的主管機構是農業部、在澳洲是澳洲檢疫及檢查服務處，而在歐洲，不同國家會由不同的獨立機構負責。」

「每個國家對『有機』食品都有不同的詮釋，但共通點是大家都不許使用合成肥料或化學農藥，而大部分國家更禁止農產品採用基因改造技術，而牛隻也不得注射荷爾蒙和抗生素。水果方面，如果果農希望種植有機蘋果，便不准使用任何人工殺蟲劑或人造肥料，並要經過三年才能得到認證。」

至於內地，有機生產是由國家農業部轄下的中國綠色食品發展中心負責監督。

在香港，雖然香港浸會大學的香港有機資源中心是提供有機認證的獨立機構，但香港並無法例限制「有機」一詞的使用。因此，市面上有些貼上「有機」標籤的產品，雖然價格高昂，但卻不符合任何一套認可的認證準則。

和黃中國醫藥科技首席執行官賀雋先生表示：「我們售賣的每件產品都是天然和健康的，其中不少更獲得美國農業部的有機產品證書，這是全球性的有機認證。」

在不少消費者心目中，「有機」一詞體現一種對環境負責任的生活方式。華德歐先生說：「有些消費者表示：『我們希望產品不會對人體有害，更希望它們是以符合可持續發展原則的方式生產。』還有另一類消費者，他們比較關心他們與產品的接觸程度。例如嬰兒配方奶粉，它與消費者的關係肯定遠比洗手皂密切得多。肥皂可以用水洗掉，但奶粉是用來餵哺嬰兒，而且是他們唯一的食物，重要性當然非同小可。」



多款有機產品現已於屈臣氏和百佳超級市場分店出售，種類繁多，由清雞湯、護膚與護髮用品，以至嬰兒食品，應有盡有。





和黃漢優為香港市民帶來更多元化和價格更相宜的有機產品

華德歐先生指出，美國是全球發展最成熟的有機食品市場，歐洲緊隨其後，而亞洲消費者對這方面的關注也在不斷提高。有機食品日益盛行，但有機的個人護理產品也不遑多讓。

他說：「人們使用有機個人護理產品，除了是不希望有化學品留在身體上，更是由於他們相信天然材料對人體會比較有益，你總希望留在皮膚上的護理產品是天然而非任何化學品。」

然而，要消費者接受有機個人護理產品，所需時間可能會比接受有機食品更長，特別是相對清雞湯等中國人家庭的日常食品，和黃漢優現已推出Imagine有機走地雞清雞湯，價格也只是比暢銷的非有機清雞湯高一點。

百佳貿易總監鄺利宏先生表示：「雖然香港華人市場的雞湯銷量十分龐大，但有機清雞湯的價格可以比普通清雞湯貴一倍以上。因此，適中、合理的價格肯定是有機產品打入大眾市場的成功關鍵。」

這款由有機雞隻製成的清雞湯，獲得了香港最著名的其中一位美食家推介。

作家兼名廚紀曉華說：「既健康又美味的有機食品終於出現了！我平日入廚都會使用優質食材。和黃漢優推出的有機食品，為香港市民帶來更多價格相宜的食材選擇，令生活更美好、更健康！」

漢優集團簡史

漢優集團於美國納斯達克上市，是和黃中國醫藥科技在和黃漢優的合營夥伴。這家在北美佔有領導地位的天然及有機食品及個人護理產品集團，現在透過新成立的合營企業首次進軍亞洲市場，大展拳腳。

該集團是多類天然和有機產品的市場領導者，旗下著名品牌陣容鼎盛。和黃漢優將為亞洲引入該集團旗下多種產品，並已初步透過屈臣氏集團的香港零售店測試市場反應。

和黃中國醫藥科技同時宣佈，該公司將在中國和其他市場分銷著名美國品牌Earth's Best和「智靈通」品牌的一系列有機認證嬰幼兒餵哺產品，以實踐願景，為亞洲消費者帶來健康生活。



全球齊抗疫

在李嘉誠基金會協助下，世界各地的醫療專家組織起來，同心對抗傳染病

全球化的種種好處，多不勝數。我們全年不分寒暑都可以品嚐來自世界各地的新鮮蔬果；不論身在何處都能購買到巴黎的最新時裝；享譽國際的音樂和電影隨時也可欣賞；透過互聯網更可與全世界保持聯繫。不過，全球化並非百利而無一害，隨著全球邁向一體化，各地人民交往頻繁，疾病同樣走遍世界。全球每年約有三

千萬人次由飛機往來各地，疾病自然也可以驚人速度迅速蔓延。

全球疫症的可怕禍害，香港市民已有深切體會。回想二〇〇三年，嚴重急性呼吸道綜合症（簡稱「沙士」）肆虐香港，使香港逐漸與世隔絕。遊客不再來港，市民需要長時間戴上口罩，關門閉戶，人人自危。當年沙士奪去了

「新疾病不斷湧現，迅速對抗的方法只有依賴全球合作... 而這也是我們未來所倚。」李嘉誠先生

二百九十九名香港市民的生命（全球則有七百七十四人因而喪生），雖然疫情在四個月內受到控制，但期間市民已飽受驚嚇，並深深體會到病毒感染疾病一旦失控所能產生的可怖後果。

往好處想，如果病毒散播全球，在世界各地的人類也可建立統一陣線，合力抵抗。李嘉誠基金會一九八〇年成立，過去三十年共捐出逾港幣一百一十三億元推動不同範疇的公益活動，包括致力推動全球科研精英合作，對病毒感染疾病進行醫學研究。當全世界活在禽流感和沙士等新型疾病的陰影中，並繼續受到流感、登革熱、瘧疾、結核病、愛滋病等傳染病的威脅，改進病毒感染疾病的治療方法更見重要。

單在今年，基金會便捐出了兩筆巨款，協助國際醫療機構對抗疾病。五月中，基金會捐助五百萬英鎊予牛津大學，用以擴展其全球衛生科研計劃，特別是在中國。在此之前，基金會已於四月向加拿大阿爾伯特大學撥捐二千八百萬加元，助其進一步研究病毒感染疾病的治療方法和設立李嘉誠研究院（病毒學）。

阿爾伯特大學的科研專家由泰尼博士領導，泰尼博士因研究出如何抑制乙型肝炎病毒在人類肝細胞內複製而享譽國際，這項科研成果促成第一款乙型肝炎

炎口服抗病毒藥物的誕生。在李嘉誠基金會資助下，泰尼博士和他分佈在十個部門的團隊成員，現在可以一起遷入李嘉誠研究院（病毒學），同心對抗傳染病。透過領導卓越的科研工作和國際合作，李嘉誠研究院（病毒學）將研發出預防和治療病毒感染疾病的新方法，從而提升世界各地的醫護質素。

基金會的捐款是阿爾伯特大學有史以來獲得最大筆的單一捐款，而阿爾伯特省政府也資助五千二百五十萬加元，充分展現政府和私人機構合作推動創新科研的強大力量。基金會的捐款當中，二千五百萬加元將用以設立李嘉誠研究院

左頁：牛津大學校長漢密爾頓教授感謝李嘉誠先生慷慨捐贈一筆五百萬英鎊款項，以支持大學的全球衛生科研計劃。

下圖：全球衛生計劃把汕頭大學和牛津大學的醫學精英匯聚起來。





阿爾伯特大學新落成的「李嘉誠創新健康研究學院」。

（病毒學），另三百萬加元則用以資助中加交流計劃，包括阿爾伯特大學醫學及牙科學院與汕頭大學醫學院合辦的博士學位課程。這筆捐款將有助吸引更多人才參與大學研究，並擴大近年取得重大進展的甲類流行性感冒科研工作。為表彰基金會對大學所作的歷史性捐助，校園內其中一座最新落成的醫學大樓將命名為「李嘉誠創新健康研究學院」。大樓總樓面面積達二萬八千平方米，是阿爾伯特糖尿病研究院所在，可提供靈活充足的空間以配合現在和將來的研究和教學需要。

阿爾伯特大學校長薩英迪表示：「數十年來，大學的研究人員一直站在病毒學研究的最前線，包括泰尼博士與其團隊研發的乙型肝炎疫苗。李嘉誠研究院（病毒學）將為這些世界上最優秀的病毒感染疾病研究人員提供最先進的研究基地，鞏固大學在有關科研範疇的優越地位。」

阿爾伯特大學將與國際健康科學研究網絡接軌，其中包括二〇〇七年由李嘉誠基金會捐資二百萬英鎊設立的李嘉誠基金會牛津大學全球衛生科研計劃。

今年基金會對牛津大學的五百萬英鎊捐款，將進一步推動全球衛生科研計劃的發展，在已取得的重要成果上繼續邁進。該計劃已促成亞洲和牛津的研究人員合作，又為亞洲學生提供全球衛生科學理學碩士獎學金，並於汕頭大學展開傳染病醫學教育。

全球衛生科研計劃由牛津大學著名的傳染病學專家法拉教授領導。法拉教授非常感謝基金會的捐款，他說：「牛津大學很榮幸能與李嘉誠基金會合作設立全球衛生科研計劃，這個計劃還有許多有待發展的地方，新一筆的慷慨捐款能創建一個卓越的全球教育和研究網絡，聯繫起中國至亞洲，以至牛津和英國各研究組織。」

這筆款項將用於多個教學和研究合作項目，包

括加強汕頭大學與牛津大學亞洲研究網絡的合作。該網絡在越南和泰國均設有研究中心，以應對亞洲地區日益嚴重的傳染病和抗藥性問題，抗藥性是指現有疾病對藥物產生的抵抗力。

不少人以為瘧疾等疾病已經絕跡於世，卻不知道瘧疾現在仍然每年奪去超過一百萬人的性命。數年前，科研人員在傳統中草藥青蒿素中找到了治療方法，青蒿素是目前世界上最有效的抗瘧疾藥物，法拉教授更稱之為「功效神奇的藥物」。

然而，李嘉誠基金會牛津大學全球衛生科研計劃的科研人員最近發現，柬埔寨的一種瘧原蟲對青蒿素出現了抗藥性。因此，該計劃目前的最新挑戰，是首先要防止對青蒿素出現抗藥性的瘧原蟲擴散至柬埔寨境外；第二，是減低柬埔寨的瘧原蟲對青蒿素的抗藥性。

汕頭大學的學者和醫科生將參與這場抗疫工

作，他們將與法拉教授的團隊一同研究青蒿素在過去二千年的用途，從而推斷與現在對抗瘧疾有關的事實。

牛津大學校長漢密爾頓教授於五月專程來港探訪李先生，感謝李嘉誠基金會向全球衛生科研計劃撥捐第二筆善款。談到全球衛生科研計劃至今取得的成就，他表示這項計劃開創了對結核病、瘧疾和愛滋病的疫苗研究計劃，目前疫苗處於臨床試驗階段。他對人類豬流感的科研計劃，以及一個為內地偏遠地區兒童尋找更多有效治療方法的計劃，尤其感到自豪。

最後，漢密爾頓教授說：「李嘉誠先生向我們展示了他致力改善全球健康水平的決心，我們期望這筆有關研究和教學工作的新資助，將能改善新發傳染病、流感、瘧疾、登革熱，以至肺結核、愛滋病病毒等多種傳染病的治療方法。」



研究的受惠者包括
(順時針左起) 內地農村地區的小孩、在柬埔寨生物安全實驗室工作的醫學科學家，和阿富汗接受治療的嬰兒。



視像 樂無窮

3意大利透過大小屏幕，
為顧客帶來無處不在的視像娛樂

「電視迷」是否快要絕跡於世？自二十世紀中期以來，電視機逐漸流行（請參閱第32頁的《談古說今》），不少人每天緊盯屏幕，觀看喜愛的電視節目。當電視遙控器於一九八〇年代出現，觀眾更不用離開舒適的沙發便可轉換頻道，令他們對電視更加沉迷，出現了一群天天呆在沙發上看電視的「電視迷」。

3在意大利和世界各地推出流動電視服務，電視迷可以離開沙發、出門辦事或進行日常活動，而完全不用擔心會錯過精彩的電視娛樂。

二〇〇六年，3意大利購入dVB-H數碼廣播的頻率，結合現有頻道和自家發展的頻道，推出家居廣播頻道La3。La3是意大利首個專為互動遊戲而設的電視台，透過天空電視的衛星，接觸四百五十萬名顧客。

觀眾可透過通話、視像通話、短訊甚至網絡攝影機參與La3的現場節目，3意大利的紀加締解釋道：「觀眾可通過這些方式參與問答環節，贏取豐富獎品。未來一年，La3將會送出一萬一千份獎品，總值一百一十萬歐元。」

這些遊戲節目以年輕人為對象，並由十五位朝氣勃勃的「3Jays」主





La3 和 Grande Cinema 3 帶領意大利市民進入想像空間。

其他經營者的 宣傳活動，只靠 一些溢美之詞， 只有3意大利的 做法一矢中的！

持，每天共十四小時直播。紀加締說：「TeleGiocoShow是最受歡迎的節目之一，觀眾可參加這個問答比賽，測試他們的語文知識、邏輯思維和數學技巧。」

部分3Jays現已成為意大利的名人，反映La3深入民心。媒體研究公司Screen Digest估計，二〇一一年亞洲、北美和西歐三地的流動電視將帶來近六十五億美元收益，而經營模式會以訂購服務為主。

這些輕巧的互動「電視機」也帶動著電影業回復生機，受盜版影片和互聯網非法下載影響，電影業曾在二十一世紀初出現短暫的低潮，但在3意大利幫助下，電影的受歡迎程度正再次上升。

3意大利推出「Grande Cinema 3」計劃，讓顧客在3商店免費取得禮品卡，到電影院免費欣賞電影。3意大利品牌、傳訊及廣告銷售董事皮亞士查理解釋這項推廣活動背後的理念：「我們的目標是維繫忠心的顧客和吸納新顧客，他們使用我們的禮品卡，便可以到全國各地的電影院欣賞不同種類的電影。」顧客可以選擇觀看頂級電影發行商的電影。現在已有逾三百家電影院加入這項計劃，而且至少還有一百家打算加入。這項計劃最先以意大利主要城市的電影院為對象，但皮亞士查理說：「我們的目標，是讓意大利的顧客在少於三十分鐘車程內便能上電影院看電影。」

顧客可透過短訊收到電影和電影院的資訊，也可在全線3商店或登入www.grandcinema3.it觀看電影預告片。這項計劃的多媒體宣傳活動，包括電視廣告、報章廣告、電台和網上宣傳等；意大利女星簡妮也擔綱演出有關的廣告。

顧客對 Grande Cinema 3 讚譽有加，除了因為可從中得益外，也因為這個計劃刺激起意大利電影業的市道。一位記者熱切期待人們使用免費禮品卡去欣賞意大利最優秀的高級電影，他說道：「其他經營者的宣傳活動，極其量只靠一些溢美之詞，只有3意大利的做法一矢中的。」

電影院東主與電影發行商也十分受落，QMI主席哥凡在最近的一次訪問中表示：「以投資項目和參與的顧客數目來

說，Grande Cinema 3可謂史無前例，顧客只要手持3意大利的禮品卡，便可到電影院免費觀看電影，這可能是電影業有史以來最重要的推廣手法。」

La3的問答遊戲和Grande Cinema 3深受歡迎，皮亞士查理認為部分原因是3意大利久已與多媒體建立聯繫。他說：「自3意大利投入服務以來，它的公司文化便經常與電影院和電視連在一起。我們顧客的平均年齡介乎二十五至四十五歲，受過高等教育，這與電影院常客的人口結構相若。」

他總結道：「如果這個項目如我們所願那麼成功，我們將把計劃推廣至其他演藝行業。」

Passa a 3 e vai al cinema. Paga 3.

I clienti 3 vanno al cinema, anche tutte le settimane. Chiama il 4082 dal tuo telefono 3 o scopri su www.grandcinema3.it l'iniziativa, la programmazione dei film e i cinema aderenti. Passa a 3 e goditi le migliori prime visioni. Tanto paga 3.

MILANO: Ariosto - The Space Cinema Ocean - MILANO (Cerro Maggiore): The Space Cinema - MILANO (Cesano Boscone): Cristallo - MILANO (Rozzano): The Space Cinema BERGAMO: Capitol Multisala - BERGAMO (Romano di Lombardia): Multisala Il Borgo - BRESCIA (Corte Franca): Nexus Multiplex - MANTOVA: Cinecity - MONZA E BRIANZA (Cesano Maderno): Excelsior - MONZA E BRIANZA (Vimercate): The Space Cinema Le Torri Bianche - PAVIA (Montebello della Battaglia): The Space Cinema - VARESE (Saronno): Silvio Pellico

Per attivati entro il 30/09/2010, con ingressi al cinema fino al 31/12/2010.



昂步全球

屈臣氏集團首屆全球供應商研討會
向合作伙伴展示集團的宏圖大計



屈臣氏集團在世界各地幾乎每天都有新店開幕，近年集團在新興市場的發展突飛猛進，尤其是在高速增長的中國，反映新富階級對美容和保健產品的強勁消費力。

集團的增長趨勢方興未艾，現更開展宏圖大計，力求明年創下全球開店萬家的里程碑。

在屈臣氏集團首屆全球供應商研討會暨頒獎禮上，供應商代表聽取有關集團業務發展的評估，並得悉集團的遠大計劃，勢將加強集團在全球保健及美容產品零售業內無可置疑的領導地位。屈臣氏集團現在的年營業額達一百五十億美元，而且無懼當前經濟低迷，繼續銳意拓展。

出席大會的一百一十名代表，均為全球最大的保健及美容產品製造商的高層要員。集團向他們講解如何透過位於亞洲的屈臣氏商店網以及歐洲的Superdrug、Kruidvat和Trekpleister等全資店舖，提升各地的營業額，包括成熟的市場以至東歐、中國內地和亞洲其他地方的發展中國家。

在屈臣氏集團於香港舉行的全球供應商研討會上，全世界保健及美容產品業的頂尖專才交流經驗，最終將令顧客受惠。屈臣氏集團高級行政人員也就公司日後的發展需要發表意見，並講解公司的營商作風。

屈臣氏集團董事總經理黎啟明說：「我們重視的成功因素是建立與眾不同的特色，例如採用創新的行銷手法、改善品類管理、供應獨家產品、設計獨特的包裝等。

「我們與製造商合作時，也要求他們達致卓越的營運水平。我們需要提供優質服務和維持良好的機制，以避免損失。另一成功因素是增添顧客的購物樂趣，包括增加吸引的推廣活動、強化客戶關係管理以及持續進行員工培訓。」

與會代表對中國內地的種種變化，尤其是中產階級可支配收入的驚人增長，極感振奮。中國十三億人口當中大部分是新生代消費者，為零售業商帶來難以抗拒的黃金機會。

屈臣氏集團營運、投資及傳訊總監兼國際採購部總經理倪文玲

說：「集團的目標是每年在中國內地開設二百五十至三百家優質店舖，約佔我們計劃每年在三十四個市場開設的新店總數的三分之一。

「經過二十年的營運經驗，我們對這個市場瞭如指掌。屈臣氏的保健及美容產品連鎖店在內地超過一百零一個城市設有六百八十家店舖，百佳超級市場共有三十九家分店，主要位於華南地區。今年稍後，我們將於上海開設一家屈臣氏酒窖。

「在內地，互聯網的影響無遠弗屆，帶動保健及美容市場的蓬勃發展。互聯網在新一代的年輕人中滲透率高，意味著顧客的潮流觸覺會更加敏銳。舉例說，顧客會模仿本地名人和荷里活明星的衣著和化妝，並可上網搜尋最新的化妝品和護膚資訊，然後到屈臣氏選購有關產品。」

在屈臣氏商店內，貨品分門別類地陳列和展銷，井井有條，與本土商店常見的雜亂感不可同日而語。

中國現已成為僅次於美國的全球第二大經濟體系，過去三十年的經濟年增長率經常超過百分之十。屈臣氏二十年前在內地開設首家店舖，現已於一百零一個城市經營超過六百八十家商店。持續的經濟熱潮惠及更多偏遠地區，屈臣氏開始進駐第四線城市。

兩年前的經濟風暴，對中國的影響輕微。屈臣氏集團在歐洲的店舖同樣履險如夷，甚至錄得營業額和溢利的增長。

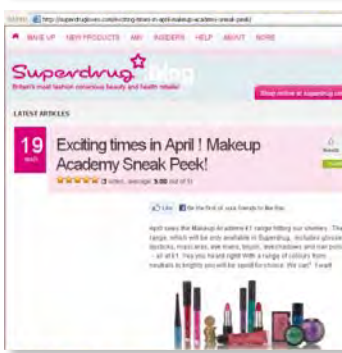
倪女士表示：「集團發展成功，全賴我們在三十四個市場的管理團隊發揮衝勁，全力以赴。我們專注嚴



左頁：來自世界各地的供應商代表聚首一堂；
上：亞洲區最新第五代屈臣氏店舖。



屈臣氏集團要求產品製造商具卓越的營運水平



互聯網已成為展示產品的重要工具。

控成本和優化流程，並從二〇〇九年起，以進取的成本監控計劃力抗金融海嘯的衝擊。

「我們重視節流，在保持嚴格的財務監控之餘，更可繼續推出超值優惠，吸引顧客繼續光顧。我們以和記黃埔的強大財力為後盾，得以在金融海嘯期間把握機會，物色優質店址，繼續在亞洲和歐洲投資開店，於二〇〇九年內共增設超過五百五十家新店。」

在主要的歐洲市場以至亞洲若干業務領域，例如洋酒和食品方面，屈臣氏的電子商貿活動久已有之，互聯網也是展示產品和商店的重要途徑。

隨著互聯網普及全球，若干的使用模式已逐漸形成，而網上服務的方便快捷更是舉世讚賞。不過，網上購物始終比不上在舒適寬敞、通爽明亮的商店內隨意瀏覽，更沒有親切友善的店員提供專業意見。

倪女士表示：「視乎市場的發展水平，例如是成熟市場、發展中市場還是新興市場，零售模式會有所不同。

在英國或荷蘭等成熟市場，顧客一般對產品價格和創意度要求較高。

「在土耳其或烏克蘭等新興市場，顧客希望享受美容產品帶來的美好體驗。雖然他們的收入水平相對較低，但可支配收入卻往往高於成熟市場的顧客。

「談到不同之處，亞洲消費者對護膚品的需求殷切；而歐洲的西方顧客在香水方面的花費會較多；歐洲人對染髮劑和古銅促曬產品的需求較大；而亞洲人則比較喜歡美白產品。

「在集團涉足的全球三十四個市場中，我們發現『物有所值』仍然是顧客購物消費的重要考慮因素，這個現象在二〇〇八年底爆發全球經濟危機後更為明顯。」

集團舉辦首屆全球供應商研討會成功，並計劃日後每兩年舉辦一次，而研討會的其中一個目的，是讓供應商代表交流市場經驗，深入了解屈臣氏集團如何能在亞洲和其他地區的保健及美容市場奠定領導地位。這是每個著名品牌，包括寶潔、歐萊雅、聯合利華、強生、花王和資生堂，都渴望能參與其中的成功故事。因此，行政總裁和其他高級行政人員均踴躍參加研討會，而屈臣氏集團歐洲及亞洲商店的高層代表也有出席。





與會者又交流他們對中國內地這個未來龐大市場的看法。香港雖是彈丸之地，但仍然是通往內地的重要門戶，數以百計的跨國機構均希望在內地設立地區總部。


屈臣氏在中國的卓越成就，為不少公司所稱羨。專家一致認為中國是個不易經營的市場，有本身的特點，但也充滿官僚色彩和存在足以令人卻步的繁瑣規條。

要進軍中國市場成功，除了需要時間和經驗外，更要對消費者有深入認識，以及對產品充滿信心。屈臣氏在內地的商店經悉心設計，包括一眼就能認出的淺綠色標誌，以迎合年輕女顧客的口味。店內的設計風格也較女性化，採用柔和色彩為主調，吸引注重儀表的年輕女士光顧。

屈臣氏在零售業的專長，包括能迅速回應顧客日新月異的需要，非其他大型保健及美容產品集團所能比擬。屈臣氏在亞洲最近開設的商店，即第五代商店，更鞏固了公司作為市場領導者的聲譽。屈臣氏重視為顧客提供最佳的意見，以助掌握最新的產品潮流和資訊。

清晰的櫥窗佈置和大型的指示牌，有助購物人士找出店舖的正確位置，並方便他們規劃在店內的瀏覽路線。寬闊的通道和較矮的貨架，使店面更見寬敞。時至今日，屈臣氏已開設了一千八百家第五代店舖，並計劃其後每年增設四百家新店。

屈臣氏不斷更新貨品陳設、加強服務培訓和更改產品組合，因此得以領先保健及美容產品業的發展。集團還與供應商保持緊密的合作關係，確保他們能配合屈臣氏當前與未來的需要和期望。

屈臣氏集團首屆全球供應商研討會體現了集團對零售業的發展承諾，並取得重大成功。當下屆會議於二〇一二年舉行時，屈臣氏的店舖總數肯定已突破一萬大關。在競爭異常激烈的零售業，確是一項重要成就。 






視野無限

電視機早在二十年代便已面世，但歐美家庭要到四十年代才有能力購買。當年電視機的外形就像一個大箱子，可是屏幕卻小得可憐，而且只有黑白畫面。頻道方面，除了數目有限外，轉台還要靠攪動轉盤，十分不便。此外，電視天線也要用不少時間，一點一點地細心調較，方能收到清晰的影像。

當年.. 首個電視節目於一九三〇年在美國啟播，但電視機要到五十年代才登陸香港，而且只有極少數家庭有能力自置這種奢侈品。當年，香港市民會到住所附近的店舖，支付一個斗零（五仙），便可收看數小時電視，而這些店舖很快成為左鄰右里的聚腳點。香港第一個免費電視台麗的電視（後來改名為亞洲電視）於一九五七年成立，而電視廣播有限公司亦於一九六七年啟播，並後來居上，以《歡樂今宵》等大型綜藝節目，迅即廣受市民歡迎。

今日.. 彩色電視機於一九五三年面世，自此電視技術的發展一日千里。電視機機身愈見纖薄、屏幕更大，頻道數目大增，另外還有遙控器、環迴立體聲等功能。錄影機、DVD機和藍光碟的發明，為家庭娛樂揭開了新一頁。笨重的舊式膽機電視機成為歷史陳跡，取而代之的是屏幕越來越大的薄屏幕電視，並可掛在牆上觀看。現在，電視娛樂的最新潮流是3D電視。論立體效果，這種嶄新的3D技術與五十年代《魔星》等電影不可同日而語，像電影《阿凡達》中令人嘆為觀止的立體感，便是這種技術帶來的成果。3D電視機現已進入平常百姓家，預期很快便會流行起來。 



上圖：香港政府檔案處，歷史檔案館

