

sphere

#39 2015

長江和記集團刊物



下載電子版
《Sphere》

整裝待發

屈臣氏集團突破萬二家店 08

優美國度意大利 18

瀕危物種的呼喚 26





《Sphere》#39
2015年12月號

封面插圖：李彥樅

封面插圖展示集團旗下眾多公司的員工制服圖樣，每一套制服設計大方、實用適體，讓集團全人每天充滿自信發揮所長，為顧客提供專業可靠的服務。

內文提要

共創新天

長江和記集團業務遍佈全球，一向銳意創新，在瞬息萬變的世界中保持優勢。

旗下公司努力不懈，積極拓展業務：屈臣氏集團突破全球12,000家零售店舖新里程，由一家小藥房發展至舉足輕重的國際零售集團；bigboXX也喜迎15載，從芸芸競爭者中脫穎而出，成為辦公室用品商先鋒。

隨著時代的轉變，不同業務崗位自有新的挑戰，不變的是集團對員工的重視——所有員工制服製作一絲不苟，旨在展現專業形象之餘，也讓他們工作時更得心應手。

普世價值不單只關注人類生活，地球環境與其他生物同樣受重視。李嘉誠基金會捐資並協力統籌紐約帝國大廈的投影秀，將

瀕危動物影像呈現在33層高的大廈外牆和世人的眼中，強烈呼喚人類對全球物種滅絕的關注。

此外，今期《Sphere》帶領讀者遊歷意國風情，細看意大利如何完美地結合歷史與現代元素，將該國的古今智慧、熱情與創造力呈現眼前。

長和集團超過270,000位員工傾注熱誠和努力，迎合社會步伐不斷進步，創造更燦爛的未來！

 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。

©2015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：
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
Media Group Ltd.
電話：+852 2565 2222

編務：
韓婷婷

創作團隊：
彭健怡
梁嘉欣

插圖：
李彥樅

製作團隊：
萬啟忻
胡吳斯
張婉儀

0 4

集團消息

港口及相關服務

零售

電訊

基建

能源

及更多！

08

零售焦點

屈臣氏邁向新里程

屈臣氏集團擁有174年歷史，見證著香港的高低起伏。今年，在管理層及前線店員的見證下，迎來第12,000家店舖。

16

營運焦點

bigboXX.com

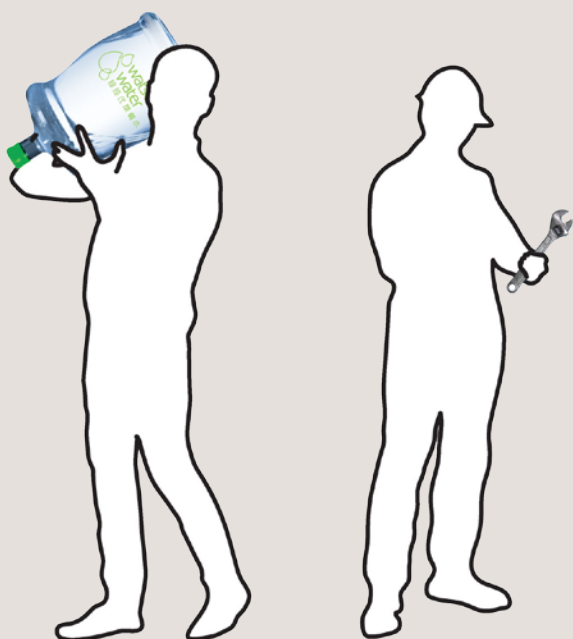
傲視同儕15載

bigboXX從科網潮年代的芸芸電子商貿競爭者中脫穎而出，15年來不斷突破界限，拓展商機，成為辦公室用品商的先鋒。



10

封面故事



整裝待發

制服彰顯員工的專業，予客戶更大的信心。從展示企業形象以至保障員工安全，每一套長江和記集團的制服都肩負重大意義。

1 8

寰宇風情

優美國度意大利

意大利以文化藝術、醇酒美食和優雅品味聞名於世，長江和記與這得天獨厚的優美國度亦息息相關。



2 6

公益焦點

瀕危物種的呼喚

帝國大廈上展現改變力量

李嘉誠基金會捐資並協力統籌紐約帝國大廈的投影秀「渴望改變」，將160種瀕危物種——活現在大廈樓高33層的外牆上。從美國的紐約市到中國的汕頭大學，都可以看到基金會推動科技和人類進步之宏願。

集團消息

電訊

1, 2, 3... 4G長期演進技術網絡登陸印尼

3印尼獲印尼通訊部批准推出4G長期演進技術網絡，正重新配置逾37,000個基站，為當地的流動電訊客戶提供更全面和更高速的服務。



奧地利舉國享用4G

3奧地利的2G、3G和4G網絡覆蓋全國98%人口，服務遍達偏遠的農村地區。在山邊的田園小屋宣佈推出4G網絡服務，力證網絡可靠全面，實至名歸！



學習方向 重新構想

「破格學堂」是3英國一項創新的培訓計劃，由員工與大學生合作，為14至16歲即將畢業投身社會的青少年設計互動工作坊，傳授在電訊行業待人接物的技巧。

企業

長和義工隊融入社區

長和義工隊深入香港各個社區，與青少年和傷健人士共同造福社群。他們與仁愛堂合作，向青少年傳授義工服務的要訣，加強支援社區服務。

義工隊又學習杯子蛋糕啣花裝飾技巧，再親身教導香港傷健協會的朋友。為期兩天的工作坊為大家帶來不少歡樂，當然還有精緻的杯子蛋糕！

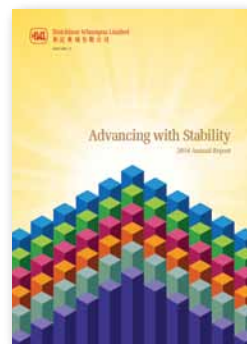


能源

跨越南北半球

赫斯基能源位於大西洋地區的SeaRose浮式生產儲油輪的石油產量在10月突破2億5,000萬桶。SeaRose位於加拿大紐芬蘭及拉布拉多省的海岸區域，自2005年開始作業，是白玫瑰油田及其外圍油田的生產儲油輪。

在地球的另一端，位於內地的高欄天然氣終端在8月付運其第100次凝析氣予客戶。終端處理來自荔灣3-1和流花34-2氣田的天然氣和液化天然氣，自去年4月荔灣天然氣發售以來，至今在當地市場銷售的液化天然氣已超過10,500輛車次。

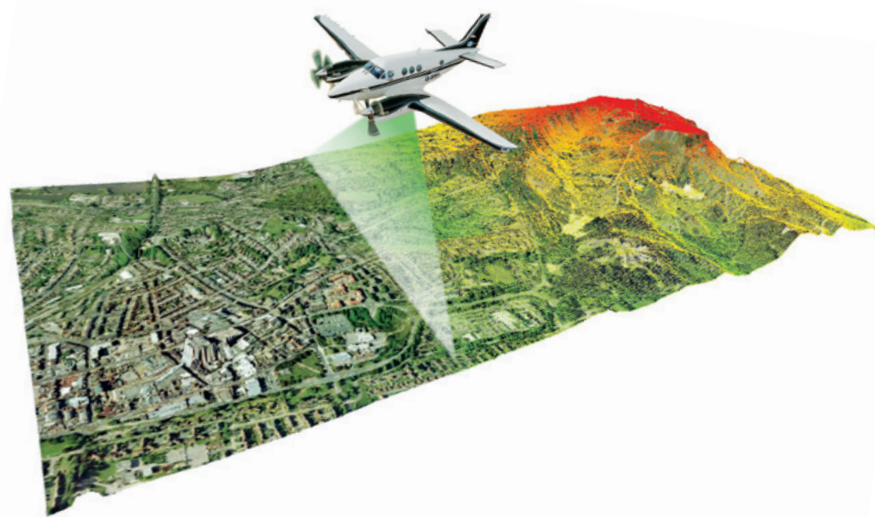


年報獲獎

集團的2014年度年報榮獲香港管理專業協會頒授「優秀設計獎」。

「掃」走停電威脅

UK Power Networks開創突破性空中雷射偵測技術，利用小型機掃描超過34,000公里的架空電纜，分析反射光速以測量電纜與樹木或其他植物的距離參數，加快砍伐有潛在危險的樹木，防止因生長過盛而破壞電纜，引致停電。整項計劃耗資1,900萬英鎊，測量員可直接在辦公室分析有關資料，省卻到現場勘查的時間，也毋須打擾業主。



Skinningrove守望相助

Northern Gas Networks在英國北約克郡的Skinningrove，與當地學童和公司的社區藝術家亨特，合力在該村一道15米長的牆壁上創作壁畫，紀念水災後重新供應煤氣服務及社區之間的互助精神。

愛心晚餐

在9月，Park'N Fly的多倫多團隊到處搜尋食材，為麥當奴叔叔之家170名病童和家人準備一頓美味的晚餐，並送上愛心禮物包和無限關懷。



杜絕無形殺手

Northern Gas Networks最近在紐卡素宣傳家電安全，鼓勵市民檢查家居和一氧化碳警報系統。公司又利用iFest社交媒體和電視遊戲，向共400,000人宣傳有關一氧化碳的危險，目的是提高熱愛參加節慶人士的安全意識，減低因在密閉場所點燃物品而有可能引致的生命危險。

撥亂反正

3英國新一輯廣告代言「人」積極大聲疾呼，為英國的流動電訊用戶抱不平。他指3英國積極回應顧客訴求，先後推出革新服務如18個國家免費漫遊服務、毋須附加費升級享用4G服務，及「4G超靚聲」解決訊號盲點問題等。以客為本的策略得到廣大認同，3英國在2015年度英國顧客體驗大獎中，贏得「顧客優秀體驗獎」。

3就是好服務

3香港推出「服務Better」計劃，提升客戶服務及加強流動應用程式。約九成網上客戶服務iChat的用戶，可於30秒內與大使展開對話，查詢賬單及服務資料，有效疏導傳統客戶服務熱線的人流。



重視長期合作關係

加拿大汽車協會於9月在尼亞加拉大瀑布舉行的年度頒獎晚宴上，向Park'N Fly頒發「特別榮譽大獎」，表揚雙方過去數年的緊密合作，及Park'N Fly對協會活動的鼎力支持。可喜可賀！

港燈義工隊清潔沙灘

為響應「全城清潔2015年@家是香港運動」，港燈義工隊到大嶼山及南丫島清潔沙灘和宣傳環保意識。香港電燈的發電廠正座落在南丫島啊！

集團消息

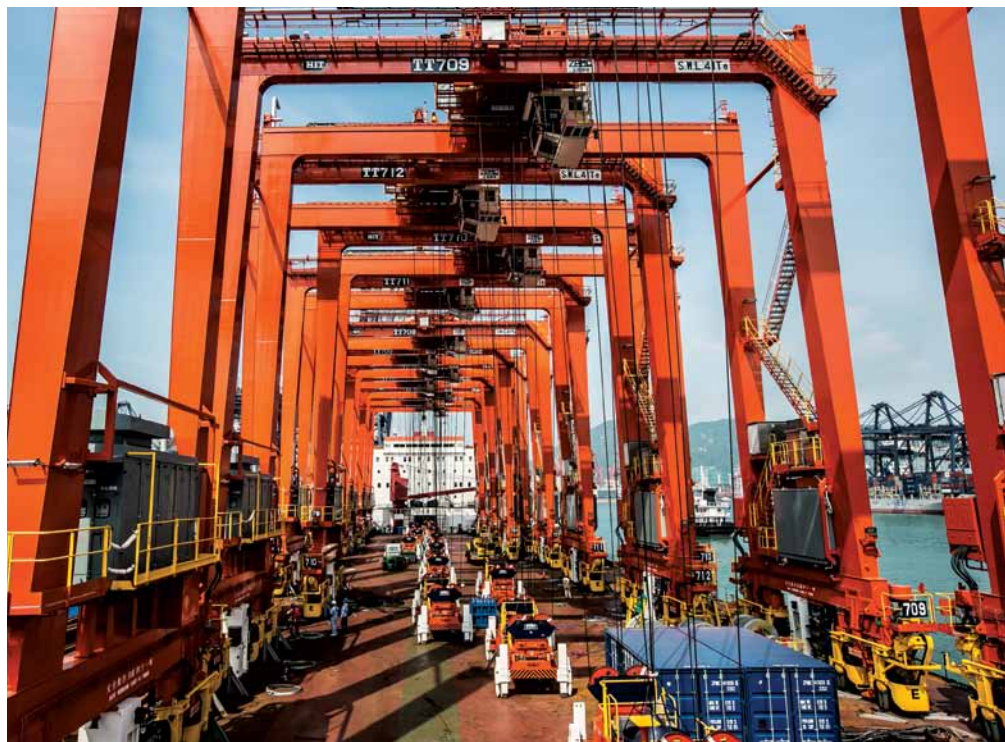
港口

全新電力驅動吊機 為環保出一分力

香港國際貨櫃碼頭添置了12台全新電力驅動輪胎式龍門架吊機，廢氣及噪音排放量較柴油驅動的舊吊機分別大幅減少95%及45%。

合力加快農產品分銷速度

越南西貢國際碼頭與國際農產品分銷商嘉吉公司簽訂長期合約，於碼頭內設立專屬倉庫，減少貨車進出碼頭的周轉時間，加快農產品在越南的分銷速度。



薪火相傳

香港國際貨櫃碼頭三年前與香港職業訓練局合作舉辦碼頭學徒訓練計劃，首屆學員於今年8月畢業。他們在訓練期間於不同崗位輪流實習，學習設備保養維修的技能，完成訓練並成績達標的學員更晉升為公司的專業技術員。

雙重認證

巴塞南歐碼頭獲西班牙稅務局認證為認可經濟營運商，獲頒「簡易海關手續」及「安全保障」兩項證書，成為該港唯一同時獲此兩項認證的港口營運商。碼頭客戶能繼續受惠於便捷的海關手續，減少關卡及文件檢查等流程。

收購新碼頭Depot tmZ

巴塞南歐碼頭收購內河碼頭公司Depot tmZ Services SL的20%權益；該公司營運的薩拉戈薩碼頭是西班牙重要的內河碼頭，主要為當地工業區服務。



電訊

流動影院

3丹麥所有上台客戶均可免費享用六個月Netflix服務，隨時隨地線上收看喜愛的劇集和電影。



基建

Dwaine Pipe到地中海 推廣「愛護排水道」

Northumbrian Water的親善大使Dwaine Pipe從英國南下直布羅陀，到合資控股企業AquaGib及當地學校推廣善用排水道的資訊，鼓勵大家改變家居習慣，減少渠道淤塞。



SA Power Networks的三維設計 獨領風騷

SA Power Networks引領業界，率先利用三維設計科技將Dorrien, Kapunda和Gawler Belt由廢置地改建為變電站。三維設計科技展示項目所有工作流程，有助於籌劃階段及早發現設計漏洞加以修正，減少在項目展開後而需作修改所產生的高昂補救成本。

零售

你傾我傾，屈臣氏騰訊好好傾

中國屈臣氏與騰訊微信合作推出微信手機版會員卡，成為國內第一家推出多功能微信會員卡的大型連鎖零售商。透過微信的平台，屈臣氏結合線上及線下的會員服務，滿足年輕消費者的需求。

豐澤開啟智能生活

豐澤在香港時代廣場開設全新旗艦店，展示多達2,300款電子產品和電器用品，並提供專業意見，為顧客建構一站式互動購物體驗。



能源

赫斯基能源印尼新進程

赫斯基能源在印尼馬都拉海峽繼續擴展全球業務，七個位於印尼群島爪哇和馬都拉之間的项目正在進行或評估中。其中馬都拉海峽BD凝析氣田最近已完成安裝導管架及井口平台，將可按計劃每天生產最高達4,000萬立方呎的天然氣及2,400桶油當量的液態天然氣。



源遠流長

屈臣氏邁向新里程

屈臣氏集團擁有174年歷史，見證著香港的高低起伏。今年，
在管理層及前線店員的見證下，迎來全球第12,000家店舖。



屈臣氏集團

 長江和記實業成員

慶祝全球
突破12000店



12000



「長和心繫香港，將持續在香港進行投資。」

長江和記實業有限公司
集團聯席董事總經理兼副主席
李澤鉅

東

西方通商的歷史源遠流長，早在香港開埠初期，一位年輕的英國藥劑師屈臣氏千里迢迢來到香港，打理一家名為香港藥房的藥店。他的名字從此與藥房融為一體，一直沿用至今。當年的一家小藥房，今天已從東方之珠拓展業務至年輕藥劑師的老家以至世界各地，成為一家舉足輕重的國際零售集團。

今年8月，在管理層及前線店員的見證下，屈臣氏集團在香港設立全球第12,000家零售店舖，開拓遍佈歐亞以至世界各地網絡的新里程！

全球零售店總數突破12,000家

在旗艦店的開幕典禮上，長江和記集團聯席董事總經理兼副主席李澤鉅說：「集團以香港為家，屈臣氏能夠在『家』開設第12,000家分店，別具意義。」

他續說：「我們與香港人攜手共渡這片地方的起起落落……一同經歷第二次世界大戰、沙士疫情和經濟興衰。長和心繫香港，將持續在香港進行投資。」

管理與時並進 關懷恆久不變

新開幕的旗艦店座落於香港最繁華的購物區銅鑼灣，店高三層，面積逾8,000多平方呎，是屈臣氏集團在香港面積最大的店舖。新店提供超過8,300款產品，集合全球超過840個健與美品牌，當中250個更是屈臣氏的獨家品牌。

除了細心熟練的店舖員工外，屈臣氏旗艦店還有九位專業人士長駐店內服務顧客，包括兩位藥劑師、一位配藥員、三位健康活力大使和三位美容顧問。除此之外，店內還設有先進的醫學設備，為客人提供專業健康顧問及評估服務，包括超聲波骨質密度測試、血壓量度和體重指標等。

香港旗艦店尚設有多項貼心的客戶服務及設備，如育嬰室、手機充電站和免費Wi-Fi等，時刻關顧顧客的需要。位於三樓的特色牆身設計，把屈臣氏源遠流長的歷史，巧妙地融入富現代感的店舖設計之中，細說屈臣氏如何從當年的小藥店，一步一步發展成國際保健美容零售集團。

前進 高飛！

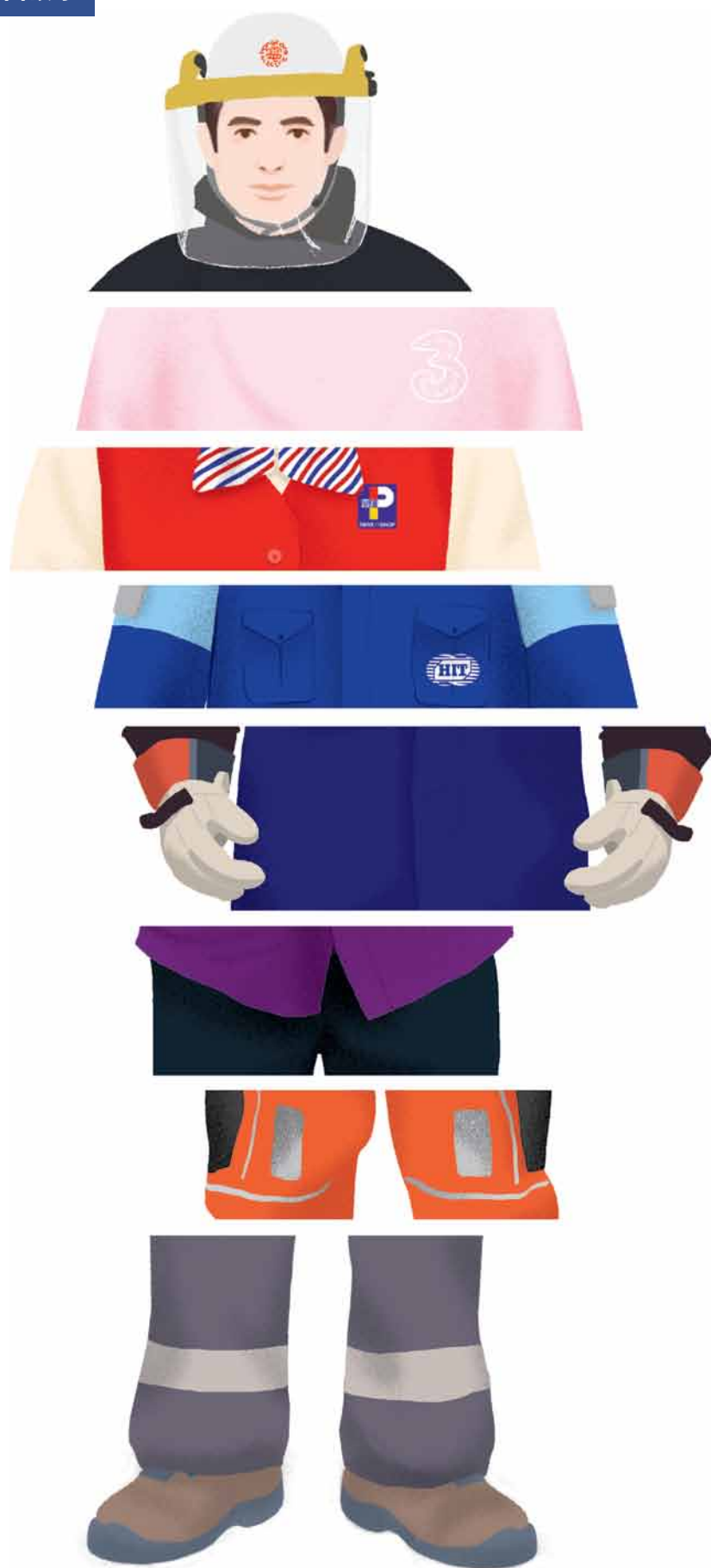
屈臣氏集團的業務遍佈全球，從香港到泰國、愛爾蘭到俄羅斯都見到旗下不同品牌的零售點。集團增長迅速，今年在各個市場合共開設1,300家新店，平均每天新增超過三家店舖。明年將會是屈臣氏集團在香港成立175周年，再度邁向另一重要里程碑。

目前，每星期逾2,800萬人次顧客在屈臣氏集團的實體店舖和網上商店購物。單是香港，每週也服務超過500萬人次，更吸引300多萬名忠實顧客成為旗下品牌的會員。

屈臣氏集團最近和內地流動商貿巨頭騰訊微信合作，拓展網上購物領域，內地的顧客受惠良多。集團更成立電子商貿團隊，集合數碼專才以回應與日俱增的網上購物需求，並提供最合適的服務。屈臣氏將繼續放眼全球，在拓展實體店舖網絡的同時，加強發展電子購物的渠道，在線上線下商貿蓬勃發展的年代，全方位引領零售集團邁向新台階。

屈臣氏集團董事總經理黎啟明在開幕禮上表示：「在香港，屈臣氏集團致力為700萬市民提供優質貨品及服務。集團並將與母公司長和的發展方向一致，繼續在香港擴展業務，為香港的繁榮作出貢獻。」 □

左：一眾主禮嘉賓主持剪綵儀式(左至右)一屈臣氏總經理張慧屏、屈臣氏集團董事總經理黎啟明、長江和記實業集團聯席董事總經理兼副主席李澤鉅、屈臣氏集團首席營運總監倪文玲及屈臣氏香港旗艦店店長張繼民。



整裝待發

制服彰顯員工的專業，予客戶更大的信心。從展示企業形象以至保障員工安全，每一套長江和記集團的制服都肩負重大意義。



業對員工制服的重視，足以反映公司對服務的細緻要求。長江和記旗下業務的員工制服製作一絲不苟，不但展現公司的企業形象，也展示集團對員工和客戶的重視，讓員工無論是應對客戶或是面對挑戰性的工作環境下均充滿自信、應付自如，時刻彰顯最專業的一面。

嚴峻挑戰

從事基建和能源業務的工程人員，每日須面對體力、工作環境和技術困難等不同挑戰。由於部分工作可能牽涉的風險較高，施工程序要求嚴密精準，公司對工程人員的制服亦同樣要求嚴格，確保員工在嚴峻的工作環境下仍然得到全面保護。

「個人防護裝備」專為以上工程人員而設，符合最高安全標準，確保工程人員操作高壓電力設施或在極端天氣下安全工作得到全面保護。電力行業使用的電弧防護衣，可保護員工免受電器短路時可能產生短時間的高溫而受傷。以香港電燈有限公司為例，防護裝備可承受攝氏950度高溫長達八秒

之久，足以抵禦操作11千伏高壓開關掣時，出現罕有電弧閃絡而可能產生的高溫。

在顧及安全的同時，防護裝備的舒適感同樣重要，因為在處理需要高度謹慎和專注的工作時，若因裝備舒適欠奉而引致分心，後果可能不堪設想！特製的拉鍊提供防護功能之餘，亦提高舒適度。英國UK Power Networks就分別設有熱天、冷天及雨天用三款保護裝備；而特別設計的頭盔和手套，更可以抵禦電弧閃絡所產生足以熔融金屬的高溫。

加拿大赫斯基能源要求所有辦公室以外的工作人員須穿著保護衣物。出勤的員工須穿著連身保護衣，此款保護衣可應付冬天不同情況的需要，是公司的基本裝備。執行其他工種的工作人員，須在連身保護衣上加穿額外保護性能的特製裝束。

在距離北大西洋350公里的SeaRose浮式生產儲油輪，離岸工作的員工經常面對極端惡劣的天氣。在往返SeaRose的直升機上，員工必須穿著能抵擋冰冷海水兼高度防滲的飛行服裝。

正因為他們的工作地方偏遠，救援服務未必立刻到達，所以各人都需要接受多項訓練，隨時應付突發事件。各個工種都設有專屬裝備，如離岸電工小組需要穿著外號「太空衣」的電弧閃絡保護裝備，而消防組的成員則穿著與正規消防員同樣高規格的防火裝備。還有一套逃生裝束，只在發生嚴重事故全體人員需要撤離到海上時才需要穿上。相信除了演習外，大部分員工都不希望穿著。

才貌雙全

屈臣氏在世界各地擁有很多不同品牌的零售店，形形色色的制服多不勝數。如果說每家零售店都是一個舞臺，那麼店員便是一個投入角色的演員了。由顧客踏進店鋪的一刻，員工便由「戲服」牽引，以敬業和樂業的態度，去做好自己的角色。

各個品牌的形象和目標顧客都不同，所以制服也有不同的設計。無論銷售的貨品是那種類型，最重要的是能夠給予顧客信心，並展現品牌的活力和朝氣。店員穿上制服後打從心底裡展現自信的光彩。



香港國際貨櫃碼頭



UK Power Networks



屈臣氏個人護理店的美容顧問制服時尚優雅，集專業與美麗於一身。



屈臣氏個人護理店



SA Power Networks



工程人員的防護裝備，安全與舒適感同樣兼顧得宜。

制服的另一重要功用，就是區分各個服務領域，令人一目了然。在亞洲地區的屈臣氏個人護理店，藥劑師的白袍展示他們在醫藥知識的專業，是可靠的健康資訊提供者；美容顧問身穿時尚制服，腰間甚至配備化妝工具小包，是查詢美容資訊的最佳對象。大方得體的制服助他們各司其職，各展所長。

百佳超級市場在香港屬業內翹楚，店內工種五花八門，故制服種類亦多，包括收銀員、理貨員、肉類切割員...等等。而負責處理新鮮食品的員工，必須在制服上佩戴名牌，以識別他們是經過訓練和通過身體檢查的「合資格處理新鮮食品人員」，令顧客加倍安心。

制服的實際功能同樣重要，所有肉類切割員必須穿戴金屬保護手套以防刀傷意外；而在食品實驗室工作的人員，也規定穿著實驗袍。至於負責冷凍食品倉庫的員工，

更必須穿上冷凍庫工作服，尤其是香港處於亞熱帶地方，冷凍庫內外溫差極大，保溫裝束尤為重要。

自制服可加貼反光物料後，屈臣氏寶樂瓶裝飲料貨倉的員工制服變得更加輕便，不需要像從前一樣額外多加一件安全服。屈臣氏桶裝蒸餾水推廣員的制服甚至貫徹品牌重視環保的風格，所穿著的宣傳服裝以塑膠回收物料製造，完美結合公司的市場推廣策略和環保意念。

此外，各零售品牌設計制服時，顏色運用和款式設計必定要與品牌形象配合得宜。例如：位於波羅的海的Drogas用上粉紅色和綠藍主調；比利時的ICI Paris XL以粉紅和黑配搭；荷蘭的Kruidvat用上大紅；而法國的瑪利娜則沿用品牌的主色調紫和黑。作為真正的用家，員工的意見對制服的設計有著決定性的影響。制服也要與時並進，款式

每四至五年便要更換一次。零售業對品味和服務講究，這些衣著得體的員工，在歐洲這個時裝之都，展現了屈臣氏集團健與美最優秀的一面。

長江和記的專業團隊充滿自信，從臉上的笑容及身穿的制服上充分流露。



工程人員的制服確保員工在嚴峻的天氣和工作環境下得到全面保護。



香港電燈

引以自豪

制服肩負重要任務，是企業賦予員工信任和能力，讓他們代表公司面向顧客。員工穿上制服後神采飛揚、信心滿滿，應對顧客時自然得心應手。

在英國，Northern Gas Networks技術人員的制服大方得體——淺藍色襯衫配上深藍色領帶；要著手處理維修工作的技術人員更設有長袖反領襯衫方便工作。公司更有細心的一面，技術人員到訪客戶家居時，工程鞋或皮鞋之上會套上塑膠防滑鞋套，以防弄污客戶的居室，絕對是專業與關顧兼備。而公司的工程人員裝備，則配有實用又得體的工裝褲、防水夾克和帶有企業標誌顏色的背心。此外，公司還附設一個收納袋，方便員工保持工服清潔整齊。

香港國際貨櫃碼頭工程部的員工制服甚至繡上名字，令員工穿起來分外自豪，增加歸屬感。為安全起見，制服的肩膀上加了反光

條子，方便在碼頭廣闊的範圍、甚至是吊機上高空工作的人員看到他們。公司重視員工意見，新制服設計採納了員工在設計比賽所反映的意見，女職員的制服改為兩件式方便工作。而衣料選擇上也考慮到香港的酷熱天氣，令員工穿著得更舒適。

在地球的另一端，3愛爾蘭的制服所展示的，是公司活力友善的一面。員工身穿藍色、白色或粉紅色的企領汗衫或襯衣，輕鬆自在的卡其褲和一雙色彩斑斕的運動鞋，顯得朝氣勃勃，充分展現電訊企業員工的年輕幹勁。

無論從事港口、零售、電訊、基建、能源或其他業務，長江和記的專業團隊都充滿自信，從臉上的笑容及身穿的制服上充分流露。管理層關顧員工又重視客戶需要，員工積極投入工作盡情發揮所長，顧客從每套制服所體會到的，是專業可靠和信心保證。□



赫斯基能源



Kruidvat



3 英國



員工穿上制服後神采飛揚、信心滿滿，應對顧客時自然得心應手。



傲視同儕15載

企業要拓展商機，必須要跳出框框，敢於創新求變。

bigboXX.com能夠在不同的領域遊走，全因他們不只跳出框框，誠如其名，bigboXX的服務範圍就是夠「大」。





本

世紀初，全球都瘋狂地討論各式各樣的電子商貿概念，當中不少只是空中樓閣，其中一個較務實的概念，一站式提供價廉物美的辦公室文儀用品，簡化訂購程序，至今仍穩健屹立於市場，這便是bigboXX.com。

開業的第一年，公司已直接向廠商訂購文儀用品，打破了批發市場的所有慣例。

bigboXX.com 行政總裁馮祖舜說：「如此一來，我們可直接獲取產品認證書，產品質素更有保證。」

轉危為機

目標明確、主動出擊，令bigboXX多次將危機轉成商機。當2003年沙士在香港肆虐期間，外科口罩成為了家庭必備物品，寫字樓和各機構更每天向員工派發使用，公司於是推售口罩、消毒及衛生用品等，把握機會打進醫療界。現時十大顧客中便有兩家是醫療機構，其餘尚包括銀行、物流公司和發展商等。

沙士後的經濟不景氣，再次為bigboXX帶來擴展業務的機會。顧客為應對經濟衰退，紛紛將公司規模縮小以節省租金，文件代管服務因此應運而生。

邁向綠色生活！

二〇〇八年的金融危機百業蕭條，辦公室文儀用品銷量下降，bigboXX再一次需要

另謀對策，為顧客開源節流。憑藉「保護地球」的劃時代理念，bigboXX開闢一片新天地，生產了一系列的環保產品，包括印刷用的環保再造紙和衛生紙。當時搶盡風頭的，還有公司的節能照明品牌LightboXX，其LED燈泡獲世界各地首屈一指的製造商認可。

公司又同時為客戶提供節能照明方案，令寫字樓的照明系統在減低能源消耗和成本之前提下，可以維持原有的照明效果。LightboXX如今是公司增長最快的業務，其產品更銷售到香港以外的市場。估計至2015年底，其產品將會照亮歐亞各國4,000個地點。

環保是一門很好的生意，更是一盤大生意。馮先生說：「bigboXX重視企業社會責任，也開拓多元化的服務。三年前，我們最暢銷的產品是電腦耗材和打印紙；現在佔首位的是茶水間的補充品如衛生紙、紙巾、零食和飲料，以及節能照明產品。」

集團成員優勢

身為長江和記實業集團的一員，bigboXX在資訊共享方面享有很多優勢。各集團成員訂購文儀用品有助提供市場的最新動向，與集團的零售業務合作，可直接大量採購，取得經濟效益。此外，與廠商直接商討的優惠價格，也可以惠及規模較小的客戶。

最近bigboXX便與和記環球電訊有限公司和佳能香港有限公司合作，推出雲端文件管理

「bigboXX重視企業社會責任，也開拓多元化的服務。」

bigboXX.com 行政總裁馮祖舜

服務，包括文件收集、掃描和記錄索引，進一步協助商業客戶節省紙張使用量。

應有盡有

bigboXX.com踏入15周年，已訂下一連串大計，貫徹其環保方針和加強與顧客的聯繫。其中一個環保家具的新專頁即將面世，特別針對寫字樓空間需要而推出靈活環保辦公室家具組合。公司並將成立一個客戶獎賞計劃，為中小企業設立會員制，向他們提供回贈和市場動態。而辦公室解決方案也會延伸至一站式打印代管服務，以減低營運成本及提高企業工作效能。

馮先生總結道：「我們的業務方針是給客戶一個『全方位解決方案』，希望客戶只要想到任何與辦公室有關的需要，不期然便想起要找bigboXX了！」□



優美國度意大利

說起意大利，自不然想起古羅馬帝國橫掃千軍的豐功偉績，或是文藝復興時期永垂不朽的建築和藝術品。然而，意大利正式立國應該只追溯到1861年。今日，意大利美麗的國土、熱情的人民、無限的創意和生活品味，將意國風情在世界舞台上重新展示。

意

大利的優越成就令其出品享譽世界—長和集團旗下的零售點不難發現來自意大利的美酒佳釀，而3意大利承傳前人智慧，繼續開拓人類通訊科技領域。意國源遠流長的歷史與現代元素完美結合，對推進人類的文明發展功不可沒！

西方文明的基石

現代意大利歷史雖未能說得上是「悠久」，但意國文化和先祖根源卻可追溯到羅馬帝國，是西方文明的基石。

昔日的羅馬帝國席捲大片土地，統一歐洲。從國土最北端的哈德良長城到裏海和紅海，羅馬帝國將古希臘的文化精髓、被征服國家的優秀傳統取長補短，編成國家法規和準則，建立了法律、行政、語言和哲學的文明體制。

羅馬帝國的末落令歐洲進入「黑暗時代」，意大利一直到文藝復興時期，才再次綻放光芒。

文藝復興

至14世紀，在佛羅倫斯展開了一個影響整個歐洲的文化運動，重燃人類精神文明的發展，在藝術、文學、科學和哲學方面開創極大成就。聖彼得大教堂於16世紀興建，藉以取代原來瀕臨崩塌邊緣的前身。教堂的建築設計集合了多名藝術家的心血，米高安哲奴（1475-1564）和拉菲爾（1483-1520）便是當中的表表者，至今仍為世人景仰。

當然，意大利人的無窮創造力也是運動成功的主因之一。追夢者如達文西（1452-1519），他不僅擅長藝術，對工程也有深入的研究。達文西以實用創意為本，設計了液壓泵、雙向轉動曲軸機械，甚至經常氾濫的阿諾河分流通水大計，都是他的傑作。古人天才橫溢的創意，成就了當今意大利。

今天為世人所認識的意大利，承繼著歷史悠久的創造才能及對美學的追求。意大利得天獨厚的天然環境塑造了一個漂亮的靴形國土，是上天給意國人民和全球旅客一份上佳的禮物。

威尼斯運河

威尼斯是意大利東北部地區威尼托的首府，當地的運輸方式至今仍未被車輛和道路取代，仍然沿用貢多拉船在大大小小的運河上川流不息，是著名的世界遺產和浪漫勝地。在跨越大運河的里阿爾托橋上，可欣賞貢多拉船夫載著遊人哼著意大利小調的浪漫情景。到了傍晚，又可以優悠地坐在聖馬可廣場，一邊品嚐香濃的意大利咖啡，一邊欣賞夜幕低垂的彩霞。

西西里島

地中海最大的島嶼西西里島，是意大利其中一個自治區，其中還包括幾個較細的小島。美麗的西西里島嶼揉合獨特的地中海氣候，賦予藝術、音樂、美食和建築無限的創意靈感。該島清澈的海水連接著地中海延綿不絕的山脈，勾劃出一道宜人的美景，令人神往。歐洲最高及最活躍的火山埃特納火山高3,350米，矗立在卡塔尼亞，與波光粼粼的海岸相映成趣。



追夢者如達文西（1452-1519），他不僅擅長藝術，對工程也有深入的研究。



西西里島清澈的海水 連接著地中海延綿不絕的 山脈。

西西里西部擁有得天獨厚的地理環境，火山土壤配合著地中海一年300天的和煦天氣，是種植葡萄和釀造葡萄酒的理想地方。

2014年，西西里更是意大利第四大葡萄酒生產地區。馬爾薩拉是加里波第在1860年統意大利登陸之處，也是生產最正宗西西里葡萄酒的地方。到那裏找一間依山而建的別墅，品嚐一杯馬爾薩拉佳釀，俯瞰著葡萄園和遠眺埃加迪群島的海景……如此醉人之體驗，相信劉伶也羨慕不已。

葡萄酒之國

意大利源遠流長的葡萄酒文化比羅馬帝國出現得更早，當時意大利南部乃古希臘的殖民地，稱為伊洛奇亞，即葡萄酒之國。

從羅馬帝國開始，到中世紀、文藝復興時期以至國家獨立，意大利都肩負著釀造優質葡萄酒的使命，世代相傳培植不同葡萄品種和開墾合適土壤的技術，葡萄酒之國一名實在當之無愧。

意大利盛產葡萄酒，產區由北部阿爾卑斯山麓上阿迪傑，以至南部地中海溫暖地區西西

里都可見。根據國際葡萄與葡萄酒組織，意大利的葡萄園總面積達170萬英畝，位列全球第四，僅次於西班牙、中國和法國。

該國的葡萄酒極其多樣化，出產超過2,000多個本地品種，最近更引進國際知名葡萄品種如赤霞珠和莎當妮。意大利不乏經典的葡萄酒，當中最蜚聲國際的，非產自意大利北部皮埃蒙特的Barolo和Barbaresco，以及中部托斯卡納的Chianti經典珍藏莫屬。

集團的高級洋酒業務「屈臣氏酒窖」，目前向來自意大利35家釀酒商採購多達125款意國佳釀，為好杯中物的人士提供高層次的頂級享受。

屈臣氏酒窖總經理謝學文透露意大利葡萄酒能夠立足世界酒壇的獨特之處，他說：「世界上沒有一個國家的本地品種能夠釀造出如此複雜的層次，意大利的葡萄酒帶有一種富當地風格的泥土氣息和芳香的餘韻。」他表示，近年來意大利葡萄酒漸受亞洲市場青睞：「酒身輕盈帶果香的意大利氣泡酒Prosecco越來越受歡迎，亞洲各地酒窖



和超級市場的酒架上出現更多意大利葡萄酒，談論意國佳釀的人也越來越多了。」

葡萄酒在意大利隨處可見，不同地方的佳釀皆富有當地風格。不少釀酒廠更有自家獨有的釀造專長，他們的葡萄種植方式、釀酒傳統和配搭佳餚的烹調方法都擁有過百年歷史。每個地方所出產的葡萄酒配上當地的美食，都為味蕾帶來精彩的體驗。謝學文說：「不論是酸度較高的紅酒配襯來自北部地區的芝士，或是在南部加入大量蕃茄烹調的慢煮料理配襯Sangiovese葡萄酒，意大利相比其他國家，更講究葡萄酒與食物的配搭得宜。」

細意品嚐

意大利的美酒隨著各地域的美食風格演變，其美食文化更是源遠流長，造詣深不可測。意大利菜堪稱為世界上最出色的佳餚之一，其中的麵食如肉醬意粉、薄餅、千層麵和意式餛飩等，更深受香港人歡迎。

屈臣氏集團的國際美食購物廣場GREAT，對嚴選意大利美食素有心得。顧客如想親自下廚，炮製一頓正宗的野菌意大利燴飯，GREAT美食廣場便是必到之處——意大利米、乾牛肝菌、乾蔥、白酒、雞湯、特級初

榨橄欖油、牛油和帕馬森芝士，一切應有盡有。

GREAT美食廣場行政總廚畢天明指出，意大利人對食物的要求一絲不苟，每安士從皮埃蒙特和阿爾巴地區來的松露、每一滴從摩德納來的意大利陳醋，和每一瓶人工採摘而來的橄欖油，都是多個世紀以來的傳統烹飪成果。每種味道都代表著該產品歷年來的嚴謹製作和原產地獨特之處。

位於香港金鐘的GREAT美食廣場，設有一個意大利薄餅外賣專櫃，提供地道的羅馬薄餅，餅底薄脆可口，和拿坡里式的鬆軟餅底截然不同。除了薄餅，美食廣場內最暢銷的意大利食品尚包括意粉、帕爾瑪風乾火腿、帕馬森芝士，以及新鮮從意大利進口的水果和蔬菜等。

古羅馬的魚醬汁鯷魚露，自引進美食廣場以來一直大受歡迎。畢天明說：「鯷魚露為很多意大利佳餚增添了豐富的味道和層次感，由最初無人知曉到現在備受追捧。」在古羅馬時代，這種醬汁和其他類似的調味醬媲美現代的茄醬。在美麗的阿馬爾菲海岸，當地人喜歡於意粉拌上香蒜、浸過辣椒的橄欖油和少許鯷魚露，令食物更美味濃郁。

「世界上沒有一個國家的本地品種能夠釀造出如此複雜的層次。」

屈臣氏酒窖總經理謝學文





畢天明認為，意大利菜能流行至今，是因為它講究穩定質素和細緻分明，他說：「意大利菜著重優質的食材和食物的原始風味，多年來從不妥協。反之，其他西方菜餚每因為要迎合潮流，每隔十年左右便刻意改變口味。」

意大利的優秀餐飲傳統教我們齒頰留香，其偉大的科技發明也造就了今天通訊科技發達，拉近了人與人之間的距離。

「意大利菜著重優質的食材和食物的原始風味。」

GREAT美食廣場行政總廚畢天明

源自意大利的呼喚

佛羅倫斯人聰明睿智、勇於革新，文藝復興時期多項發明的影響力一直延續至今。

科技先驅經常透過專利訴訟，爭拗個別偉大發明的始創地位。美國的貝爾曾被視為發明電話的始祖；但2002年美國國會卻公認了真正發明電話的其實另有其人。他是一位名為穆齊（1808-1889）的意大利佛羅倫斯人。

穆齊致力研究電學，他周遊列國的劇場舞台技師生涯，令他得到充裕的資金和時間專心鑽研。1849年穆齊在夏灣拿工作期間，當他試圖透過一件銅器設備利用電流治療一位員工時，竟然無意中收集並傳遞該員工的聲音。他稱此現象為「語音電報」（telegrafo parlante），這個意外收穫也開展了穆齊對語音傳送的深入探索。

後來穆齊獲Globe Telephone Company聘用，稱譽為公司的電工之父。公司向穆齊取得各項發明的專利權，即使他在1889年去世後，仍然為他向貝爾的公司極力爭取其始祖地位。直至2002年，美國國會的聲明正式確立穆齊為電話的始創人。

無線電之父

馬可尼（1874-1937）無線電發明者的地位，則沒有遇到太大的爭議。事實上，最為人熟悉的案例便是鐵達尼號的災難，因沒有用上他的無線電而引申出日後修訂法例，規定行走於危險航道上的船隻必須使用無線電。

馬可尼是意英混血兒，在學時成績平平但很有發明天分。管家是馬可尼的實驗室助理，協助他發明一種探測閃電的儀器來預測風暴；又研究出如何不接駁電線仍可以串連房與房之間的鈴聲。

他20歲時赴英國繼續研究事業，21歲時成立了Wireless Telegraph and Signal Company，後來改名為馬可尼公司。

他在英國和意大利進行了連串實驗，令無線電設備的覆蓋範圍更廣。他又證明了跨大西洋傳輸的可能性，令質疑他的人啞口無言。他於1902年在新斯科舍省的格萊斯海灣和康沃爾郡的波爾杜之間的成功傳輸是無可置疑的，而意大利的科研成果再一次讓意國在電訊領域上得到始創者的榮譽。



全賴穆齊和馬可尼，現代 流動通訊科技才得以發展 一日千里。



3意大利：長江和記對 意大利的承諾

長江和記延續意大利的創新精神，2003年，3意大利正式投入服務，一直為當地市民提供流動電訊、無線互聯網以及流動電視服務。

3意大利是當地的第四大電訊營運商，流動電訊用戶為1,010萬名。最近的研究顯示，3意大利用戶的智能手機和互聯網使用率是意大利人均的兩倍，用量也持續遞升。

合併建議

2015年8月6日，長江和記宣佈與VimpelCom 組成合資企業，經營雙方在意大利的電訊業務—3意大利與WIND*；合併是意大利自2007年以來其中一宗最大的併購交易。

長江和記集團聯席董事總經理霍建寧表示：「交易標誌著集團意大利業務的新

里程，也展示了長江和記對意大利經濟的持續信心，以及集團對發展當地全數碼基礎設施和服務的承諾。」

合併後流動及固網電訊客戶總數分別超過3,100萬和280萬（當中包括220萬固網寬頻客戶），將會成為歐洲第四大電訊市場的營運先驅。

1+1>2

3意大利目前的4G長期演進技術網路覆蓋當地1,000多個城市，服務54%的意大利市民；而3G高速流動互聯網網路更覆蓋97%意大利人口。

整合兩家公司的電訊網路，以及增加投資，將有助改善當地長期演進技術網路的覆蓋面、加快下載速度、提升網路質素和服務水平，實在是意大利之福！

**交易仍有待歐盟及其他監管機構批准才會完成。*





意大利製造

意大利人的豐富創造力，在現今世界知名的品牌上更加發揮得淋漓盡致。從時裝和手袋，而至豪華房車和遊艇，「意大利工藝」是質素和手工嚴謹的代名詞。

葆蝶家、杜嘉班納、傑尼亞、芬迪、菲拉格慕、阿曼尼、古馳、普拉達、華倫天奴和范思哲等品牌的服裝、配飾和珠寶手飾，都源自意大利的設計與超卓工藝，佔據世界各地主要城市的名店區。

意大利的汽車製造技術更加是傲視同群，連德國的汽車工業也為之側目。超級跑車品牌如林寶堅尼、法拉利、愛快羅密歐、帕加尼和瑪莎拉蒂，結合意大利造車技術的工藝和性能，造詣之高令其他製造商無可匹配。

現時市場上最昂貴的混能車和拍賣會上出價最高的都是法拉利，其LaFerrari Base超級跑車市值150萬美元，而1962年出廠的法拉利250 GTO更在去年的拍賣會上，以超過3,400萬美元成交。單是其流線型的外觀已令人心跳加速，莫說坐進車廂內真實感受其澎湃速度感。

羅馬人曾經稱霸海洋，現在意大利人則引領豪華遊艇的卓越工藝：貝尼蒂、阿茲慕、法拉利和挪威都是現代造船者的得意之作。一如造車專業一樣，他們把新舊工藝共冶一爐，從昔日木造船的技術進展到今天複合材料的造船新標準。以貝尼蒂為例，於1873年成立過渡至現代超豪華高科技遊艇的造船技術，激勵了不少對品質技術同樣堅持的工匠。

精彩意大利！

意大利人源遠流長的文化，傳承至今一直推動國民創造世上最優秀的產物。昔日帝國盛世的管治，到了今天以製造工藝超卓、設計獨特的產品感染世界，由美食、時裝以至科技電玩，無不教世人嚮往不已。

創新精神、熱誠和技藝，讓意大利人的夢想成真，甚至在國際間闖出一片新天地，贏盡世界喝采，舉世高呼「精彩意大利」！

瀕危物種 的呼喚

李嘉誠基金會捐資並協力統籌紐約帝國大廈的投影秀「渴望改變」，將160種瀕危物種——活現在大廈樓高33層的外牆上。從美國的紐約市到中國的汕頭大學，都可以看到基金會推動科技和人類進步之宏願。



為

喚醒全球挽救瀕危物種，李嘉誠基金會支持在帝國大廈外牆上映的投影秀。相當於160萬支蠟燭的光束，在紐約市創造了一個魔幻之夜。

重大意義 龐大螢幕

正當紐約市民走在街上，享受一個愉快的週末（8月1日）晚上，市中心突然綻放出震懾的光芒——一幕幕栩栩如生的瀕危物種影像，活靈活現地投射在帝國大廈外牆上。160萬光束帶來的畫面，教人震撼不已，再加上紀錄片《競相滅絕》兩首原創音樂，強烈呼喚人類對全球物種滅絕的關注。

基金會推動教育的決心和為人類福祉作出的承諾從沒間斷，是次捐資並協力統籌的投影秀，夥拍多位舉世知名的頂尖科技、保育、電影和社交媒體專才合作。

憑紀錄片《海豚灣》獲頒奧斯卡金像獎最佳紀錄片獎的得獎導演兼海洋保護協會創始人賽侯尤斯（也執導《競相滅絕》），與多媒體科技公司Obscura Digital聯合創辦人卓奇合作無間，向全球展示如人類不作出回應，有些物種可能在本世紀末消失。

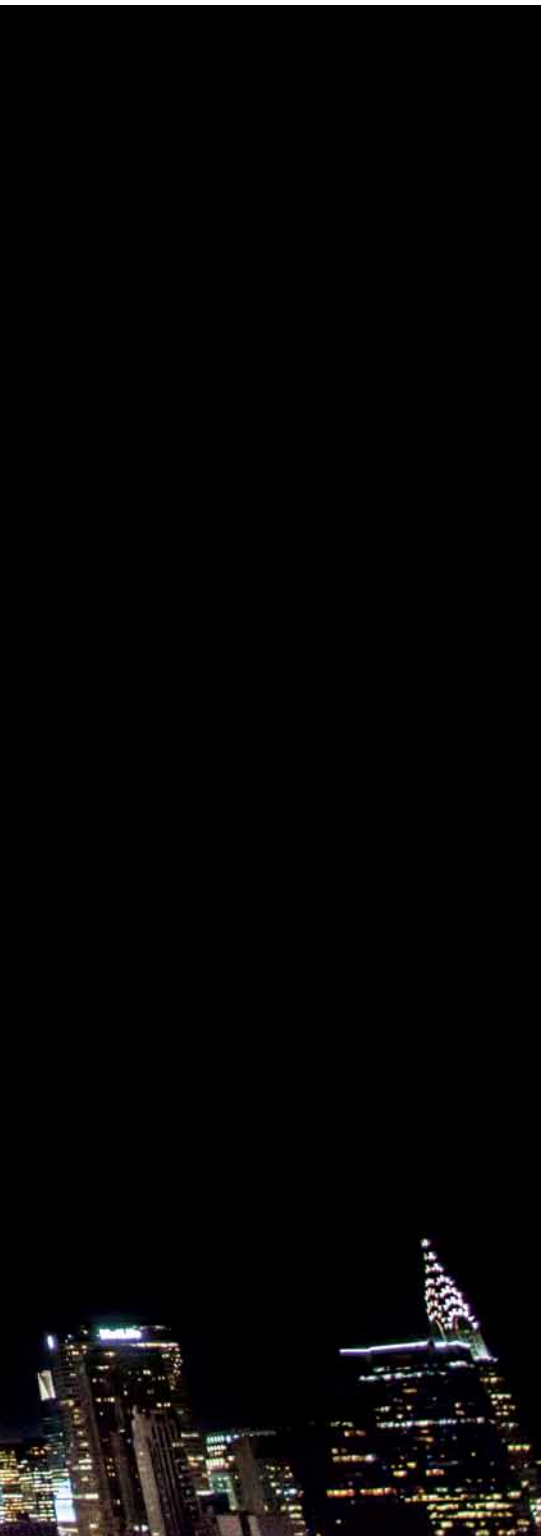
投射秀將160種瀕臨絕種的物種，當中包括最近被射殺的獅子王塞西爾，展現在紐約市民及主席李嘉誠先生眼前。片段也在互聯網每15分鐘循環播放，保育瀕危物種的訊息得以繼續在全世界廣傳。

藉著這輯名為「渴望改變—帝國大廈上展現改變力量」的投影秀，李嘉誠基金會希望香港社會也能正視生物滅絕對人類的影響，提高生態保育意識並坐言起行。

同理心驅動李嘉誠基金會積極投入改變世界。

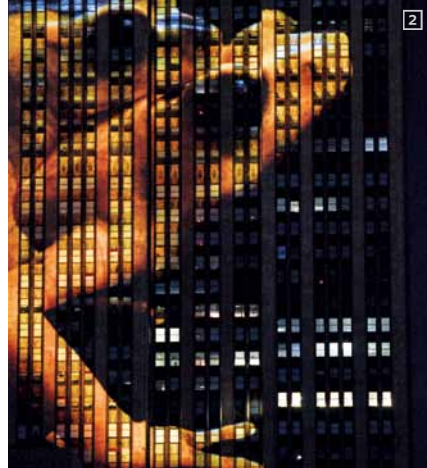
左：李嘉誠基金會協力喚醒人類對全球物種滅絕問題之關注，將瀕危物種影像一幕幕呈現眼前。

下：基金會主席李嘉誠先生透過FaceTime軟件直擊現場實況，全神貫注。

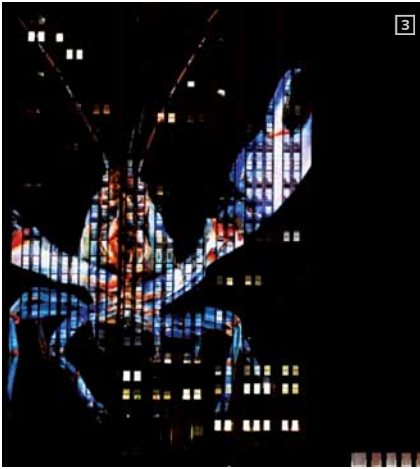




1



2



3



4

1 變色龍可以隨環境改變身上顏色逃避獵殺之險，卻避不過生態所帶來的破壞。

2 在眾多動物中，青蛙往往首當其衝，遇到環境改變便生存不了；這對交配中的青蛙繁衍的後代，能存活多久呢？

3 一隻小小的蝦張開雙臂，大力呼籲世人關注瀕危物種。

4 Obscura Digital將影像投射到33層高的大樓上，吸引無數途人注視。

聯繫紐約與汕頭

「渴望改變」不僅是對生態保育的呼喚，也是基金會推動教育改革的使命。在汕頭大學今年度畢業典禮的開幕儀式上，基金會引進了Obscura Digital嶄新的「體驗式」多媒體技術，代表汕大精神的鳳凰在360度高清屏幕上自由翱翔。

主席李嘉誠更在汕大畢業典禮致辭時，向在場的畢業生推介了一個全新理念的作業系統（OS）。「求成者OS」並非應用於電腦或智能手機，而是以同理心作為內核、做人做事的應用程式。無論是透過汕頭大學推動教育改革，或是向全球宣揚保育生態的訊息，同理心驅動李嘉誠基金會積極投入改變世界，為更美好未來作出貢獻。□

求成者OS

微軟、蘋果和谷歌各有自家的作業系統，分別為Windows 10、iOS9和ChromeOS。那麼，我們人生的作業系統又應該是甚麼呢？

李先生認為每個人都有自己的人生OS，在汕頭大學的畢業典禮上，鼓勵畢業生安裝「求成者OS」。

這個功能強大的人生OS的特質，在於其「感恩、蘊含特強的感染力和一股悅己達人的正能量」，而內含「『推己及人』的態度，是一股為自己靈魂充電、成就他人、造就成功的超能量」。

李先生認為「求成者的內心有所追求，對自己的定位明確，他們願意為改善今天，不斷尋找最佳方案」。他說：「『求成者』以『仁能善斷』、『仁能善擇』去定義自己的一生。我們要把這種態度元素，

像編寫智慧系統內核一樣，內置在人生當中，不斷升級、不斷優化，令湧現的機遇、洞見的昇華、做人處世節奏的掌握，匯合運行自如，有效作出最好的判斷、最好的選擇，打造自己的運氣，建立充滿光芒的人生。」

同理心對於求成者加深認識世界和瞭解自我內心，正如李先生借用猶太長老一個古老的命題：「我不為己，誰人為我；但我只為己，那我又是誰？」他認為，「只有求成者對這個問題，有真正的答案。」

他勉勵汕大的畢業生：「我知道你們願意在責任的路上，活出成功、豐盛、快樂和充滿尊嚴的人生。今天你們以汕大為榮，明天汕大必以你們為榮。」

了解更多活動的詳情，請瀏覽 www.racingextinction.com。

@RacingXtinction

RacingExtinction

#RacingExtinction



