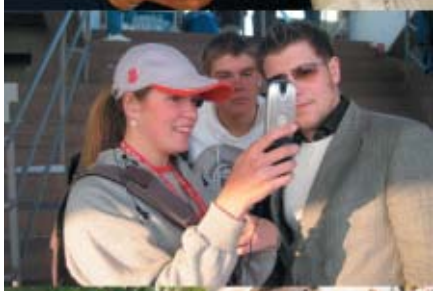

3G環球足跡

澳洲

公司名稱	Hutchison 3G Australia
牌照費用	1.961億澳元
獲發牌照日期	2001年3月
期限	15年
頻譜	30兆赫（墨爾本、悉尼）； 20兆赫（阿德萊德、布里斯班、珀斯）
人口	1,370萬
股權結構	HTAL 80.1%;TCNZ 19.9%
網絡供應商	愛立信
開始服務	2003年4月（墨爾本、悉尼）； 2003年7月（阿德萊德、布里斯班、珀斯）
零售店數目	超過200

奧地利

公司名稱	H3G Austria GmbH
牌照費用	1.39億歐羅
獲發牌照日期	2000年11月
期限	20年
頻譜	25兆赫
人口	820萬
股權結構	和黃100%
網絡供應商	西門子；諾基亞
開始服務	2003年5月
零售店數目	超過200

意大利

公司名稱	H3G Italy S.p.A
牌照費用	32.54億歐羅
獲發牌照日期	2000年11月
期限	15年
頻譜	35兆赫
人口	5,770萬
股權結構	和黃88.67%；San Paolo Imi 5.58%； 3G Mobile Investment Spa 2.23%； CIRtel 1.66%；其他1.86%
網絡供應商	愛立信；NEC/西門子
開始服務	2003年3月
零售店數目	超過1,900

英國

公司名稱	Hutchison 3G UK
牌照費用	43.85億英鎊
獲發牌照日期	2000年5月
期限	無限期
頻譜	35兆赫
人口	5,960萬
股權結構	和黃65%；NTT DoCoMo 20%； KPN Mobile 15%
網絡供應商	NEC/西門子；諾基亞
開始服務	2003年3月
零售店數目	超過2,000

瑞典

公司名稱	Hi3G Access AB
牌照費用	1.1萬歐羅（攤佔成本*）
獲發牌照日期	2000年12月
期限	15年
頻譜	35兆赫
人口	890萬
股權結構	和黃60%；Investor AB 40%
網絡供應商	愛立信（住宅）；諾基亞（3 GIS） Hi3G透過100%「住宅」網絡為30%的人口提供服務，而其餘70%的人口則採用由Vodafone和Orange聯合擁有的3GIS網絡。
開始服務	2003年6月
零售店數目	超過170

* 此牌照是本集團於瑞典進行評估後獲發的，攤佔成本報乃投標文件的購買價。

丹麥

公司名稱	Hi3G Denmark
牌照費用	9.5億丹麥克朗
獲發牌照日期	2001年10月
期限	20年
頻譜	35兆赫
人口	540萬
股權結構	和黃60%；Investor 40%
網絡供應商	愛立信

香港

公司名稱	Hutchison 3G HK
牌照費用	港幣6.19億元
獲發牌照日期	2001年10月
期限	15年
頻譜	35兆赫
人口	680萬
股權結構	和黃71%；NTT DoCoMo 24%； NEC Corp 5%
網絡供應商	NEC；西門子；諾基亞

愛爾蘭

公司名稱	Hutchison 3G Ireland Ltd
牌照費用	5,070萬歐羅
獲發牌照日期	2002年6月
期限	20年
頻譜	35兆赫
人口	382萬
股權結構	和黃100%

以色列

公司名稱	Partner Communications
牌照費用	2.2億新以色列鎊
獲發牌照日期	2002年2月
期限	20年
頻譜	25兆赫
人口	660萬
股權結構	和黃42.67%；Matav 7.43%； Elbit 12.19%；Eurocom 9.91%； Polar Com 2.44%；公眾持有25.36%

挪威

公司名稱	Hi3G Access Norway
牌照費用	6,200萬挪威克朗
獲發牌照日期	2003年9月
期限	12年
頻譜	35兆赫
人口	450萬
股權結構	和黃60%；Investor 40%

邁向「3」世界

Hutchison 3G花了兩年時間來開發及測試這項技術，現已成功推出，並積極進佔市場。

Hutchison 3G (H3G) 涉足3G領域後，迅即成為全球業界的領導者，並已獲得十個地區牌照。H3G是首家及唯一一家經營雙制式3G服務的電訊公司。

目前，「3」的服務已在全球五個市場推出，包括英國、意大利、澳洲、奧地利和瑞典。香港與丹麥將於今年稍後加入「3」的世界，而愛爾蘭和以色列則正處於不同的啟動階段。H3G最近更獲發挪威的3G牌照，並計劃在二〇〇四年底前推出服務。

澳洲緊隨意大利和英國，於四月十五日在悉尼和墨爾本推出3G服務，成為全球第三個3G市場。鑒於「3」的銷情理想，3 Australia已於七月把這項服務在全國推出，較原定計劃提前兩個月完成，覆蓋範圍遍及珀斯、阿德萊德、布里斯班和黃金海岸。

H3G Australia的行政總裁Kevin Russell說：「悉尼與墨爾本的業績情況令人鼓舞，驅使我們加快發展步伐。」

Russell續說：「我們最少比競爭對手早十二個月起步。」他估計這項業績可二〇〇六年底取得現金正數收入。

「3」產品最初是透過遍佈悉尼和墨爾本的十九家「3」旗艦店出售，當地零售點將於九月底增至二百五十個。Strathfield Car Radio、Brisbane Car Sound和Allphones均已加入為「3」手機的特許經銷店。

在龐大的廣告攻勢配合下，奧地利與瑞典的「3」商店於五月五日開幕，提供吸引的價格，並延長營業時間，以滿足廣大顧客的需求。

驕人數字

和黃於八月公布的半年度業績顯示，「3」在意大利、英國和澳洲舉行的夏季推廣活動深受歡迎。

「3」現已在全球取得約五十二萬名新客戶，其中意大利佔三十萬名、英國佔十五萬五千名、澳洲佔五萬名，其餘在瑞典和奧地利。

和黃預期消費者對「3」的需求將於秋季和聖誕節期間大增，因此正與手機供應商合作，確保供應量能配合與日俱增的需求。

奧地利的顧客可立時在大維也納和附近地區，以及多個大城市使用「3」服務。顧客最初只能在維也納等主要地區的「3」商店與「3」的指定經銷商登記使用3G服務，但現在多家多媒體零售連鎖店和大型超級市場也成為了「3」的零售夥伴。

及至七月，奧地利的3G服務已擴展至因斯布魯克和西部地區，使覆蓋範圍增至該國總人口的三成，年內還會有多個地區納入覆蓋範圍內。就像其他提供「3」服務的國家，當地顧客在3G服務尚未覆蓋的地區，可繼續使用2G漫遊服務。

在瑞典，「3」網絡現時覆蓋全國的三成人口。顧客可在遍佈斯德哥爾摩、哥德堡和馬爾默的「3」商店，或GEAB、The Phonehouse、Dialect、RingUP、SIBA、Audio Video、Expert和Sekvencia等獨立經銷商登記使用這項服務。

超值服務

「3」服務在推出初期所遇到的小問題現在已經克服，運作順利。隨著歐洲踏入炎熱夏季，「3」已準備就緒，奪取顧客的「芳心」。

在所有市場上，「3」的震撼性低價都刮起一股旋風，但顧客反應最熱烈的市場，肯定非英國莫屬。

六月份，「3」在英國推出兩種新的優惠套餐VideoTalk 500和VideoTalk 750，為顧客提供較2G話音服務便宜一半的服務，震撼整個電訊市場。

H3G UK營運總監Gareth Jones解釋道：「當『3』於三月推出時，我們只是着眼爭取市場某一顧客層。現在的新收

費計劃反映出我們的業務正快速成長，而服務的市場目標也在不斷擴大。我們在市場上起革命，只是希望為顧客提供更多更好的優惠。」

顧客轉投「3」後，除了可以用低價獲得話音和短訊（SMS）服務外，還可以享有多項全新多媒體內容和先進功能，例如視象電話。

Jones說：「我們推出的震撼低價並非只是宣傳伎倆。3G是一種效益較高的技術，我們只是把長遠可以節省的金錢回饋給顧客而已。」

挾著這股熱潮，3 UK的網絡於六月已覆蓋英格蘭北部、蘇格蘭、威爾斯和北愛爾蘭，完成了在全英國提供「3」商業服務的計劃。該網絡現在覆蓋英國百分之七十的人口和逾五十個城市，讓顧客可隨時隨地使用視象電話，或觀看新聞摘要、市場快訊、趣劇、電影片段和球賽精華等。

隨著網絡覆蓋日益擴大，「3」也完成了在英國第一階段的零售推展計劃，目前在全國約有二千多家零售店銷售「3」產品，創下業內近年來擴展最速的紀錄。這些零售店包括「3」商店的旗艦店、Superdrug店舖內的「店中店」，以及傳統的流動電話商店，包括Carphone Warehouse、Phones4U和Dixons Stores集團。

意大利人一開始便對「3」躍躍欲試。自從3G服務於三月三日在當地面市後，僅僅七十五天內便有逾十萬名顧客登記使用這項服務。3G網絡現已覆蓋百分之五十的人口，預料到二〇〇五年將增至八成。自推出以來，當地十四家「3」商店一直客似雲來，該公司現有大約一千九百個零售點出售「3」產品。

自推出以來，意大利的「3」服務收費已經調升，但話音通話費每分鐘仍低至零點一五歐羅，較全國平均收費零點二五歐羅更低，因此仍然是歐洲通訊發達國家之中，收費最便宜的通話服務之一。

在備受矚目的電視廣告攻勢配合下，3 Italy推出Estate 3推廣計劃，憑「上一代」手機換購UMTS videofonino的顧客可享有二百五十歐羅的折扣優惠。3 Italy繼續獻上更多手機優惠，吸引更多顧客轉用3網絡，把每天「上客」數字提高三倍，「3」似乎的確是意大利的幸運數字。

不少顧客發揮創意，為這項新技術增加獨特功能。意大利高級私人醫療中心Humanitas的皮膚科病房便透過

旅遊良伴

在坐計程車回家、在公園散步或與朋友出外遊玩時，是否忽然心血來潮，想前往巴哈馬群島或柏林一遊？在英國，「3」的用戶現在隨時隨地都可策劃自己的夢想旅程。

3 UK與歐洲主要旅遊網站last-minute.com合作，推出一項獨特服務，讓用戶使用手機搜尋旅遊優惠和瀏覽旅遊資訊。

電影資訊

在英國，「3」與MyMovies簽訂合約，每周提供最新的電影資訊，包括十大電影票房龍虎榜、幕後花絮、影評、預覽和名人專訪等。

3 Italy則與Mediadigit和Cinemorfo建立合作關係，讓意大利客戶可以每天欣賞最新的八卦娛樂新聞、下載最新電影的宣傳片、搜尋最接近的電影院，以及預訂戲票等。

娛樂無窮

「3」的使命是為用戶帶來功能完備、娛樂無窮的服務。簡而言之，就是在追求實用之餘，更不忘增添生活樂趣。「3」在英國推出的廣告便以玩世不恭、離經叛道手法來介紹這項服務予人的全新體驗，看過的人都會忍俊不禁－試問有誰會忘記那個把啤酒「循環」再喝的酒鬼，還有那個從沙發滑下來的瘋狂滑雪迷？

即使你錯過了這些廣告也不要緊，因為英國諧星人才輩出，更多精彩內容陸續有來。「3」與Endemol UK旗下娛樂公司Zeppotron簽署了合約，以視聽、文字、動畫和圖象等形式提供娛樂資訊。視像短片包括How 2，當中以舞蹈、調情甚至是放屁等為話題，以諧趣手法提供實用意見。你無論有甚麼心底話，都可以用幽默方式來表達。動畫系列包括See & Know，以輕鬆惹笑的形式介紹大千世界，而漫畫系列The Doodles則採用經典英國明信片的圖畫風格，內容令人捧腹。

Zeppotron董事總經理Paul Gilheany打趣說：「有了『3』服務，就像有幽默大師與你同行，隨時隨地為你帶來無窮歡樂。」

「3」在澳洲推出收費電視The Comedy Channel獨家製作的諧趣錄像。在意大利，內容供應商採用獨特的M-site概念，為「3」用戶提供風趣幽默的製作。

在奧地利，3Austria每日提供以“SchachMatt”（即checkmate，意指在棋局中把對手擊倒）為名的諧趣短片，當中Gerald Matt暢論生活趣事。3 Austria還推出Graz 2003，以視像短片介紹格拉茨這個歐洲文化之都的展覽和其他活動。

在瑞典，「3」推出當地最受歡迎的其中一對諧星的短篇故事，嬉笑怒罵，題材由獻身科學以至販賣老祖母的油畫等，無所不談。

「3」，為使用「3」服務的病人診斷。

七月份，H3G在意大利推出全新的NEC e808手機，讓顧客在原有的NEC e608手機以外有更多選擇，反映H3G致力與手機製造商繼續合作，在市場上推出更多嶄新的手機型號。

在「3」的營運地區，收費辦法均力求簡單吸引。在澳洲，「3」的新收費計劃令競爭對手和分析員都大感驚訝。該項極吸引的計劃設有收費優惠和消費設定，「3」客戶享有的服務，是固網電話與流動電話數據服務所不能比擬的。

最近，該公司推出一項大受歡迎的買一送一優惠，進一步刺激市場需求。

在奧地利和瑞典，分析員形容「3」的定價「非常進取」，奧地利綜合服務的收費由十九歐羅起，而瑞典的月費為三百四十九瑞典克朗（約四十五美元）。

瑞典3G行政總裁Chris Bannister說：「我們的服務計劃鼓勵顧客增加使用新的流動服務和視象電話，吸引了傳媒和市場的注意。」

3 Austria的視象電話服務收費比最便宜的2G服務還要低接近三成半。行政總裁Berthold Thoma說：「我們以成本價提供話音服務，讓顧客順利過渡至流動多媒體的新世界。」

未來使命

在全球層面，和記黃埔與NTT DoCoMo宣布合作協議。根據協議，這兩家公司將會交流手機開發、無線網絡架構和環球3G標準設定方面的資訊，另外還會攜手探討應用發展、國際3G漫遊服務，以及企業營銷與系統解決方案上的合作機會。

同時，「3」繼續在世界各地鋪設網絡，使覆蓋範圍與日俱增。在香港，「3」已興建好全城首個3G網絡，由NEC和西門子共同提供無線接駁網絡，而核心網絡則由諾基亞供應。丹麥較早前委任了愛立信為「3」的網絡基建供應商，並簽訂TDC作為2G漫遊服務夥伴。

「3」又在全球設有數千家聯營商店，奠定公司在零售市場上強大地位。

H3G Italy行政總裁Vincenzo Novari說：「我們花了逾兩年時間開發和測試這項技術。這項技術終於面世，而且運作良好。在我們推出這項服務至今已五個月，顧客的反應非常熱烈，他們對視象電話愛不釋手，喜歡下載足球賽事的精華片段。現在，以網絡與科技為重心的過渡期已基本完成，我們正全速邁向一項完全由客戶主導的服務。」

商業服務

憑着3G技術提供的過人頻寬，「3」正在不斷擴大一系列先進的商業應用功能。

在瑞典，「3」正與Accenture聯手提供流動數據服務，讓用戶以3G手機作為調制解調器，利用手提電腦上網，即使在外面，也可以使用公司的電郵。

在其他市場，「3」也提供同類服務。英國用戶可登入公司網絡，高速收發有關業務的電郵、留言和傳真，並取得寄存於現有後端系統內的銷售與服務資訊。

在意大利，「3」於今年六月三日推出商業寬頻服務，讓商業客戶以流動電話享有接駁內聯網的400Kb高速傳送服務，另外還有度身設計的家居訊息服務、特惠收費計劃等。「3」還提供3 a Webcam服務（網上攝錄），用戶可使用「3」手機接通裝有網上鏡頭的個人電腦，直接在網上接收或打出視像電話。

「3」的用戶現在也可享有便捷的電子銀行服務。例如在瑞典，「3」的用戶可透過「3」手機，獲得SEB銀行與「3」合作提供的個人理財資訊服務。

在澳洲，萬眾期待的「3」商業服務將於未來數月推出，為商業機構提供度身定做的服務計劃。3 Australia並與Australian Financial Review的出版商Fairfax和Channel 10簽署協議，讓「3」的用戶在晚上十時財經新聞節目Market Wrap播出前四個小時，便可使用手機先睹為快。

雖然「3」的許多服務都是因應個別市場的情況而設計，但也善用它的環球覆蓋面，迅速在其他市場推出實用的服務功能。

體育天地

英國足球迷享有的優惠可說無可比擬，他們只須於九月三十日前申請使用「3」服務，便可免費瀏覽英超聯賽事開鑼後三個月內的球賽資訊。

同時，3 Italy與十一支意大利聯賽勁旅簽署獨家合作協議，為該國逾八成球迷提供服務。透過VideoSquadra 訂戶服務，球迷可欣賞他們喜愛的球隊的重要賽事，有如身歷其境。於八月底前，新的「3」用戶可以五折優惠價，全年享有VideoSquadra服務。

在瑞典，人們除了可以收看國家足球隊的賽事外，還可欣賞他們喜愛的冰上曲棍球隊作賽。

英國的高爾夫球迷能緊貼今年在Royal St Georges舉行的公開賽實況，也是全靠「3」的幫忙。球迷可每天兩次收看兩分鐘的賽事精華，得分更會每五分鐘更新一次。用戶還可觀看賽事預告、訪問、經典的精彩片段等。

在澳洲，「3」與Cricket Australia簽訂贊助協議，讓用戶使用手機欣賞當地的板球賽和為期一天的國際板球賽的精彩片段。3 Australia還與墨爾本的Essendon Football Club（Australian rules）足球會訂立合作安排，進一步加強品牌形象。

廣告萬花筒

在「3」經營業務的所有國家和地區，「3」的品牌形象保持一致，但廣告和推廣策略則是因地制宜，反映不同市場的語言和文化差異，多姿多采。H3G並勇奪International Visual Communication Association (IVCA) 的「最佳企業形象短片」金獎殊榮。

以下是「3」近期的一些宣傳攻勢。

足球世界

足球運動不只風靡歐洲，當利物浦和皇家馬德里這兩支國際勁旅分別於七月二十七日和八月八日在香港作賽，全港球迷均陷入瘋狂狀態。這兩支球隊名不虛傳，在大球場分別以六比零和四比二擊敗主隊，令全場爆滿的球迷嘆為觀止。

兩支球隊均巨星如雲，其中利物浦擁有奧雲和希斯基，而皇馬陣中則包括碧咸、朗拿度、費高和卡路士。

香港和記電訊雖然今年稍後才會推出「3」服務，但一開始已掌握市場先機。

和記電訊鼎力支持上述投資推廣署二〇〇三足球挑戰賽和皇馬亞洲之旅，是這兩項盛事的唯一流動電話贊助商。客戶有機會贏得三重獎賞並到現場觀戰，近距離接觸偶像球星。

這項網上推廣活動旨在提醒香港的消費者，即將面世的「3」服務將為他們帶來精彩的海外賽事片段，包括英超聯與多項歐洲國家盃與聯賽盛事，並會實時報導最新的入球數字和突發消息。

鋪天蓋地

在瑞典和奧地利，市場推廣攻勢以「I 3 You」作為宣傳重點，後來輔以較為側重產品介紹的宣傳活動。另一輯廣告名為「Team 3」，拍攝用戶於公共場合以電話接收視像電話及資訊，引發客戶的興趣。

一夜成名

英國流行樂隊Liberty X與「3」合作，在英國物色十位演藝人才，現身其最新的音樂錄像「Jumpin」。這些明日之星先前往全國二千多家流動電話銷售店的其中一家，使用「3」視像手機欣賞Liberty X的獨家短片，然後遞交申請表，當中要寫下自己具備哪些巨星條件。

在數千名參加者之中，有一百七十五名入圍，並參加了八月十一日的決賽試鏡。五十人進入最後試鏡，並選出其中十名參加音樂影帶的演出。

先睹為快

在香港，「3」於六月展開了盛大的戶外廣告板攻勢。途人經過「3」旗艦店的圍板時，可通過小孔窺探，發掘重重驚喜。

驚喜不絕

在澳洲的主要城市，「3」以輕鬆有趣的廣告手法，宣傳「3」服務能拉近親友的距離，廣告大受歡迎。其中一輯廣告講述意大利一位老祖母收到來自悉尼家人的電話，興奮得從椅子上摔下來，令觀眾發出會心微笑。

街知巷聞

自六月一日起，「3」在意大利推出斥資三千萬歐羅的最新廣告攻勢，覆蓋所有重要媒體，包括播放三輯三十秒的電視廣告。

這個新的廣告系列既風趣幽默而又充滿感性，延續了第一浪廣告的主題，由三名女角演出。這三位女郎已

攫取了意大利觀眾的歡心，成為當地人的偶像。

3 Italy至今已在廣告宣傳方面投資了逾億歐羅，成效顯著，逾半數的意大利人對「3」品牌留下了深刻印象。

敢教日月換新天

最近在英國推出的電視廣告引進了歷史元素，把推出3G服務的規模和複雜程度，與人類登陸月球的壯舉相提並論。

廣告首先出現一個地球畫面，旁白說：「他們說，地球是平的。」接着下來是人類早期嘗試學習飛行的片段，旁白說：「他們說，這是絕對辦不到的。」

下一個畫面則拍攝一名男士使用笨鈍的八十年代手機通話，旁白說：「他們說，這種東西永遠不會大行其道。」再加上一句：「他們懂甚麼？」接着鏡頭一轉，觀眾見到許多人在使用「3」手機，還有一句點題話：「睜開雙眼看看吧！」

這輯廣告把「3」定位為流動電話市場的主導者，並獲得英國最暢銷廣告雜誌Campaign選為一周精選廣告。