

SPHERE

6



耀日香江

S P H E R E
目 錄

第 六 期 二 〇 〇 二 年 六 月 號

2

集團消息

簡訊

和記黃埔集團最新動態。



16

封面故事

耀目香江 生璀璨

香港電燈公司為香港的繁榮提供不可或缺的電力能源。



6

社會公益

愛心關懷 助新生

「對社會有所貢獻……我會感到很有意義，並視此為終生不渝的職志。」 — 李嘉誠

10

電訊科技

預備…

一、二、3G!

3G多媒體通訊即將來臨，請作好準備，迎接令人難忘的全新體驗。



24

零售及製造

菲島零售拓新域

屈臣氏最近進軍菲律賓零售市場，開設個人護理連鎖店。

封面：插圖：Inveig Nodland

出版：和記黃埔有限公司 香港中區夏慤道10號和記大廈22樓 網址：www.hutchison-whampoa.com 集團編輯委員會：張景如、楊明珠、傅秉康
編務：Great Pacific Marketing Services Ltd 製作：Asia City Publishing Group 屬下 little red hen 香港荷李活道301號 分色：Gilcad Graphic International
印刷：Miracle Printing Group。©2002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之意見，並不代表和記黃埔有限公司立場。

和記黃埔有限公司

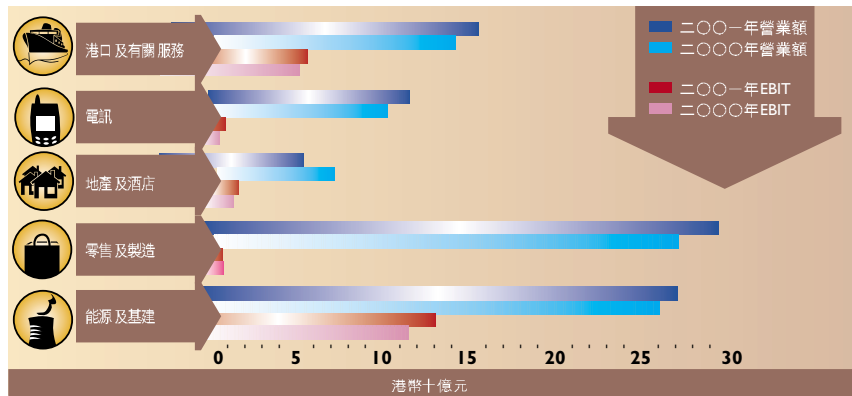


簡訊

集團

和黃集團全年業績

	2001	2000	%
 營業額 (港幣百萬元)	89,038	84,825	+5
 股東應佔溢利 (港幣百萬元)	12,088	34,118	-65
 每股盈利 (港幣)	2.84元	8.00元	-65
 每股股息 (港幣)	1.73元	1.73元	—



和記黃埔有限公司截至二〇〇一年十二月三十一日止年度之綜合純利為港幣一百二十億零八千八百萬元 (約十五億四千九百萬美元)。

每股盈利為港幣二元八角四仙 (二〇〇〇年為港幣八元)。全年共派股息每股港幣一元七角三仙, 與上年度相同。若不包括扣除撥備後之出售投資項目所得溢利港幣三十一億二千四百萬元 (二〇〇〇年為港幣二百五十七億四千二百萬元), 則集團溢利較上年度增加百分之七。

上述業績包括集團出售在VoiceStream之投資所得溢利港幣三百萬元, 以及集團依據定於二〇〇二年交付之遠期沽售合約出售約六億九千五百萬股Vodafone Group股份及約八千九百萬股德國電訊股份所得溢利共計港幣四十三億九千三百萬元。

全年撥備共計港幣三百一十二億六千九百萬元, 包括就若干地產發展項目所作撥備港幣十五億元, 以及就股權投資減值所作撥備港幣二百九十七億六千九百萬元。集團核心業務之營業額共計港幣八百九十億零三千八百萬元, 較二〇〇〇年增長百分之五。集團之利息及稅前盈利共計港幣二百一十八億四千六百萬元, 較二〇〇〇年上升百分之十二。

集團綜合計算之現金及有價證券達港幣一千四百五十三億三千六百萬元, 約相等於綜合計算之借貸總額港幣一千四百六十九億九千二百萬元。詳情請瀏覽www.hutchison-whampoa.com/chilinvestor2.htm。

和記黃埔有限公司

 和記黃埔有限公司 (和黃) 是和記黃埔集團的控股公司, 建基於十九世紀, 是一家以香港為基地之跨國綜合企業。和黃亦為李嘉誠集團的成員公司, 整個李氏集團佔香港股市總市值約百分之十五。於二〇〇一年, 和黃的綜合營業額 (包括聯營公司) 為港幣八百九十億零三千八百萬元 (約一百一十四億一千五百萬美元), 綜合純利約為港幣一百二十億零八千八百萬元。

和黃集團於全球擁有僱員超過十二萬名, 在三十六個國家經營及投資五項核心業務, 包括港口及有關服務; 電訊; 地產及酒店; 零售及製造; 以及能源及基建。

長江基建集團

和黃所佔權益 – 84.6%

	營業額 (港幣百萬元)	股東應佔溢利 (港幣百萬元)	每股盈利 (港幣)	每股股息 (港幣)
2001	3,838	3,323	1.47元	0.63元
2000	3,345	3,228	1.43元	0.60元

香港電燈集團

和黃所佔權益 – 38.87%

	營業額 (港幣百萬元)	股東應佔溢利 (港幣百萬元)	每股盈利 (港幣)	每股股息 (港幣)
2001	10,867	6,507	3.05元	1.63元
2000	10,634	5,535	2.62元	1.515元

和記港陸有限公司

和黃所佔權益 – 50.5%

	營業額 (港幣百萬元)	股東應佔溢利 (港幣百萬元)	每股盈利 (港幣)	每股股息 (港幣)
2001	70.4	680.6	12.16仙	1.5仙
2000*	330.6	(1,037.2)	(24.42仙)	—

* 所列為ICG Asia數字, 該公司已於二〇〇一年九月二十五日改名為和記港陸有限公司。

TOM.COM

和黃所佔權益 – 29%

	營業額 (港幣百萬元)	EBITDA (港幣百萬元)	每股盈利 (港幣)	每股股息 (港幣)
2001	626.6	(192.1)	(19.78仙)	—
2000	89.2	(462.4)	(43.82仙)	—

Hutchison Telecommunications (Australia)

和黃所佔權益 – 58%

	營業額 (百萬澳元)	EBITDA (百萬澳元)	除稅後純利 (百萬澳元)	每股股息 (澳元)
2001	418.6	(112.9)	(137)	—
2000	404.7	(85.2)	(92.5)	—

Partner Communications

和黃所佔權益 – 35% (目前佔 42.7% – 參閱第5頁另文)

	營業額 (百萬美元*)	EBITDA (百萬美元*)	經營溢利 (百萬美元*)	每股股息 (美元*)
2001	736	148.6	23.3	—
2000	476.4	(13.3)	(122.3)	—

* 美元數字均按二〇〇一年十二月三十一日 1 美元兌 4.416 新以色列幣之匯率換算。

赫斯基能源

和黃所佔權益 – 35.1%

	營業額 (百萬加元)	EBITDA (百萬加元)	每股基本盈利 (加元)	每股股息 (加元)
2001*	6,627	2,042	1.63元 (攤薄)	0.36元
2000	5,090	1,499	1.39元	—

* 二〇〇一年度數字反映赫斯基與Renaissance Energy合併後之首次全年合計算業績。



集團

劍橋研究中心開幕

英國劍橋大學一所先進的癌症研究中心於五月十八日正式開幕，由李嘉誠先生及英國科學及創新部部長桑茲伯里勳爵主持揭幕儀式。

研究中心名為和記黃埔/MRC研究中心，是英國醫學研究委員會（MRC）、劍橋大學及英國癌症研究中心（Cancer Research UK）合辦的項目。新大樓的建築工程獲和記黃埔有限公司捐款五百三十萬英鎊資助，而MRC亦作出相同數額的撥款。

擴大獎學金計劃

由於獲得李嘉誠先生及和黃集團捐款港幣二千三百萬元，志奮領獎學金計劃將於未來四年內，每年為香港及中國內地的研究生額外提供六十三個獎學金名額，將現時的名額增加三分之一。志奮領獎學金由英國政府設立，每年資助世界各地的高材生到英國修讀研究課程。

實至名歸

和黃與旗下附屬公司繼續獲得傳媒的高度評價和獎項，備受矚目。在《亞洲財務總監》舉辦的「亞洲區最佳企業年報」（二〇〇〇至二〇〇一年）選舉中，集團年報躋身十大之列（第十名）。在《歐洲貨幣》的評選中，和黃位居「亞洲最佳公司－綜合企業」前列位置，並躋身五大「香港最佳公司」之列（第五名）。和黃於四月份榮獲《Finance Asia》頒發「香港最佳管理企業」及「香港最佳財務管理」獎項，同時在其他範疇亦躋身三甲，包括「香港最佳投資者關係公司」（第二名）、「香港最積極提升股東價值的公司」（第二名）及「香港最積極提高企業管治的公司」（第三名）。此外，《The Asset Benchmark Survey》亦評定和黃為「香港最佳企業管治」的公司。

能源及基建

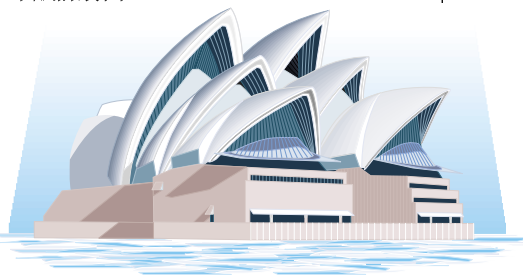
長江基建投標澳洲隧道工程

以長江基建集團為首的財團已獲選為澳洲悉尼中心商業區隧道工程的首選投標者，整個項目涉資八億澳元（約四百五十萬美元）。

長江基建持有入標財團 Cross City Motorway 的五成權益，財團其他成員尚包括 DB Capital Partners 及工程承建商 Boulderstone Hornibrook，分別持有百分之三十及百分之二十權益。

該收費隧道全長兩公里，貫通悉尼東部市郊與西部。到二〇〇六年通車時，該

條隧道的每日汽車流量預計可達九萬五千架次。此項工程預期可於二〇〇二年底展開。



White Rose 油田發展計劃獲通過

Husky Oil Operations（佔百分之七十二點五權益）與其合資夥伴加拿大國營石油公司（佔百分之二十七點五權益）於三月宣佈，雙方決定繼續發展位於加拿大紐芬蘭及拉布拉多東岸的 White Rose 海上油田。

White Rose 油田發展計劃的重點是建造專用的浮動生產儲存卸油船（「卸油

船」）。卸油船每日的最高產量約十萬桶。卸油船的船身工程合約由南韓三星重工取得，而舷側設備則由 Aker Maritime Kiewit Contractors 負責建造，其產品質素希望達到可以由接駁油船直接運往市場出售的水平。美國公司 SBM IMODCO 將負責設計及製造卸油船的塔樓及停泊系統。

地產及酒店

五星級榮譽

重慶海逸酒店最近獲頒五星級酒店證書，見證其優質的設施與服務。該豪華酒店設有三百九十個客房、高科技商務中心，以及高級康樂設施，包括室內游泳池、網球場、電影院、保齡球場、商場及溜冰場等。



深圳黃埔雅苑第二期大受歡迎



深圳市黃埔雅苑第一期獲得遠勝預期的市場反應，而於今年二月份推售的第二期，亦同樣取得驕人成績。

由於需求甚殷，準買家在開售前一天已排隊輪候，二百八十個住宅單位在短短三天內迅速售罄。整個發展項目提供約三千二百個住宅單位，除了歐陸式庭園之外，還有購物商場、學校及會所等其他設施。

簡訊

電訊

聯繫更完善

香港

和記電訊於五月份在香港正式推出由加拿大 Research in Motion (RIM) 開發的 BlackBerry 無線電郵服務後，其企業客戶現已能夠享有結合電郵、話音、短訊、WAP 無線上網及記事簿功能的全面端對端無線服務方案。

和記電訊現時透過 Orange GSM 雙頻網絡及尖端的 GPRS 技術在本港操作 BlackBerry，並會把這項服務擴展至澳門。和記電訊亦計劃與 RIM 合作發展 3G 服務，向集團在全球各地的 3G 市場引進 RIM 的尖端科技。



TOM集團拓展戶外推廣網絡

大中華區

TOM集團於二〇〇二年第一季度收購中國內地五家戶外媒體公司的控制性權益，包括遼寧鑫星盛世廣告有限公司（於二月份宣佈達成協議）、瀋陽沙諾金廂廣告有限公司、四川西南國際廣告公司、廈門博美廣告有限公司，及福建新奧戶外廣告有限公司（於三月份宣佈簽署諒解備忘錄）。連同今次收購之公司在內，TOM之戶外媒體網絡現包括十二家戶外媒體公司，在二十二個城市擁有面積逾十七萬平方米的廣告位。

TOM亦於三月宣佈就收購廣州鴻翔音像製作有限公司百分之五十權益簽訂協議，打入中國音像娛樂市場。鴻翔是內

地從事音樂、電影及電視製作及發行業務的主要企業。

此外，TOM於一月份與賽爾網絡有限公司合作組成兩家合營公司：賽爾在線信息技術有限公司及北京賽爾在線通信技術有限公司。賽爾網絡是中國教育和科研計算機網 (CERNET) 旗下的商業機構，為中國最大的網上教育服務供應商。雙方的合作包括製造、分銷及出售 CERNET 互聯網撥號接入卡、CERNET 互聯網服務的品牌設計和市場推廣，以及探討發展電訊增值服務的機會。



Hi3G 各項最新發展

瑞典

Hi3G 在選定 3G 服務及內容後，已與瑞典斯安銀行 (SEB) 達成協議，由該銀行為其 3G 客戶提供理財服務、財經新聞及實用資訊等。

Hi3G 亦已取得獨家權利，向其 3G 流動電話用戶提供有關瑞典冰球聯賽的資訊。根據 Hi3G 與 Svenska Hockeyligan 簽訂的協議，Hi3G 有權傳送瑞典冰球聯賽的資訊內容以及贊助有關比賽。

為配合網絡推出計劃的需要，Hi3G 已與 Birka Energi 及 Vattenfall 簽訂協議，在這兩家公司的電線桿及變壓站上面安裝天線與其他設備。此舉符合 Hi3G 的發展方針，即運用現有基建，以符合成本效益與保護環境的方式建設 3G 網絡。

較早前，Hi3G 亦已就 Malmö 地區發射站的項目管理、設計、施工及電訊設施的預裝工程，與 PNB 和 Prenad 簽署框架協議。

軟件供應商

英國

Hutchison 3G 最近與多家軟件供應商簽署協議，為旗下 3G 網絡所需要的中介軟件基建提供主要組件。這些供應商包括：

TTI Telecom International

整合管理 (MOM) 方案

Starbase

Starbase 整合套裝軟件

Autonomy Corp

智能數據操作層級 (IDOL)

Network365

mzone avatar

Tertio

Provident

Ncorp

Ijen

Ascential

DataStage XE

Volantis Systems

Volantis Mariner — 服務供應平台

Schlumberger/Entrust

基建及保安服務

供應商

軟件名稱

收購合資公司權益

香港

和記電訊於四月份宣佈，將會向亞洲環球電訊收購兩家公司在香港各合資公司中所持有之權益，包括亞洲環球電訊在和記環球電訊之百分之五十權益、在生活易之百分之四十二點五權益，以及在和記環球數據中心之百分之五十權益，總代價為現金一億二千萬美元。根據協議，和記環球電訊及和記環球數據中心將成為和黃之全資附屬公司，而和黃將間接持有生活易百分之八十五權益。和黃及亞洲環球電訊並同意繼續互相採用對方的服務。

創意新內容

英國

Hutchison 3G 於三月份與媒體及娛樂公司 Emap 簽訂為期兩年之協議後，即將為 3G 客戶提供英國最精彩的音樂品牌組合。

根據有關協議，Emap 的網絡將提供旗下所有音樂雜誌，包括 Q、Mixmag、Smash Hits 及 Kerrang! 等，以及 FHM、New Woman 及 Empire 等流行消閒雜誌的內容。





電 訊

選定網絡供應商

奧地利

諾基亞已於四月份簽訂合約，為Hutchison 3G Austria提供核心3G網絡，合約價值未見透露。此外，西門子亦於較早前簽署價值約二億歐羅（約一億八千六百萬美元）之協議，為Hutchison提供包括發射站在內的3G無線通訊網絡技術。

一站式便利

香港

首屈一指的網上辦公室文儀用品及服務供應商bigboXX.com在四月份宣佈成立企業禮品中心。該中心現時提供逾一百五十種產品，由桌面文具、紙品，以至印刷與花卉服務等，並可按客戶的具體需要提供服务，以配合大型推廣計劃的要求。

和黃增持Partner股權

以色列

和黃已向Matav Cable購入一千三百七十七萬八千六百六十八股 Partner Communications 股份。和黃在Partner的持股量現增至約百分之四十二點七，而Matav Cable在Partner的持股量則降至約百分之七點五。

3G遊戲計劃

全球

英國Hutchison 3G已與九家公司組成合作夥伴，以開發及供應逾四十種3G制式遊戲。合作公司分別為 iPhone、It's Alive、Supedo、nGame、Codetoy、Simian Industries、Morpheme、Cheeky Wireless及Purple Software。根據有關協議，集團將為旗下全球的3G業務，為客戶提供一系列全新及經典的遊樂場形式遊戲，以及傳統的棋類及紙牌遊戲。

簽署協議

意大利

為預備在意大利推出3G服務，H3G已與Telecom Italia Group簽訂一項漫遊協議。H3G亦另外簽署適用於和黃擁有電訊投資的其他市場的協議，其中包括由阿爾卡特（Alcatel）供應開放服務平台，以支援H3G之多媒體服務；由Ectel供應能實時提供防止詐騙及具保安管理功能的NGN FraudView，並由divine提供管理及分發內容的divine Content Server Enterprise Edition (dCSEE) 平台。

配售票據集資六億澳元

澳洲

Hutchison Telecommunications (Australia) 於四月份宣佈按持股比例配售一批可放棄認購權之可換股票據，集資約六億澳元（約三億二千三百萬美元），用以發展及營運3G流動服務。該批票據為五年期，年息率為五釐半。若行使換股權，每份票據將賦予持有人權利可換購一股Hutchison Telecommunications普通股。

港 口

物流服務更進一步

物流資訊網絡企業（LINE）與裕元工業（集團）於四月成立一家名為寶線物流的合資公司，作為運動鞋及電子廠商的牽頭物流服務供應商。寶線物流並且引進精英電腦股份有限公司及精成電子科技集團為新股東，更會提供綜合管理貨物及資訊流通的物流服務，以協調及管理其客戶的供應鏈運作。LINE與Reebok於二月份宣佈推出環球供應商入門網站—訂單檢視應用網站（OVA），以聯繫Reebok在全球的成衣與球鞋製造商、物流服務供應商，以及其他業務夥伴。



迎接最大郵輪靠泊

全球最大的豪華郵輪Voyager of the Seas 於五月靠泊大巴哈馬島的自由港，在大巴哈馬船塢的乾塢內進行一年一度的全面檢修。該艘皇家加勒比國際郵輪公司的郵輪可容納三千八百四十名乘客。



貨櫃航線首航

汕頭國際集裝箱碼頭於今年四月迎接靠泊該港的「天馬號」貨櫃輪。該艘運載量一百二十六個標準貨櫃的貨櫃輪，標誌著中國廈門外輪代理有限公司來往汕頭與廈門的定期貨櫃班輪服務投入服務。

廈門港口提升處理能力

廈門國際集裝箱碼頭訂購的兩台超巴拿馬型岸邊吊機已於三月交付。連同去年十二月交付的五合輪胎式龍門吊機，是次新購的吊機將使裝卸能力提高百分之四十。於五月，廈門國際集裝箱碼頭成為日本川崎汽船旗下鐘擺快速航線的靠泊港之一。該航線連接北美西南岸 / 亞洲 / 歐洲。



零 售 及 製 造

Priceline 登陸亞洲

Hutchison-Priceline (Travel) 的嶄新Priceline (www.priceline.com.hk) 網上旅遊服務已於四月及五月分別在香港和新加坡推出，正式登陸亞洲。這項服務透過中英雙語交易網站提供，讓旅遊人士自行出價訂購機票及酒店房間。Priceline的合作夥伴包括二十五家亞洲及

國際性航空公司，以及全球約八千間酒店。旅遊人士可自行定價，預訂遍佈亞太區、美國、加拿大、歐洲、墨西哥、加勒比海區及中美洲的機票及酒店房間，而旅遊點更會不斷增加。



愛心關懷 助新生

「人生在世，能夠在自己能力所逮的時候，對社會有所貢獻，同時為無助的人尋求及建立較好的生活，我會感到很有意義，並視此為終生不渝的職志。」 —李嘉誠



住 在甘肅省蘭州市的張靜，一直都熱切盼望新學期快點來臨。

這個小女孩常常想著在大清早沿黃河岸邊呼吸清新空氣，與同學們有說有笑，一起步行上學。位處中國地理中心的蘭州市，是地勢崎嶇的山區，經常發生地震，但生活環境還算不錯。

可是，就在開學之前幾天，張靜不幸遭遇重大變故。她被一輛汽車撞倒了！那可怕的一刻，將她的生命軌跡完全改變。

張靜幸而保住性命，但卻失掉了左腿。她在醫院醒過來，發覺從前所期待的一切似乎已變得遙不可及。除

了承受身體痛楚外，她還失去了過正常生活的機會。如今她要考慮的不是日後的人生大計，而是如何面對前路

的難關。一次意外，令她感到前途盡毀。

在出事後數個月的休養期間，張靜開始擔心自己可能從此失去上學的機會。每天早上，她用右腿單足蹦到門口，看著路過的學生，有時更忍不住流下傷心失望的眼淚。

時來運轉，她的人生於二〇〇〇年七月出現了轉機。

李嘉誠基金會贊助的甘肅省殘疾人康復中心，以象徵式的收費為張靜裝上了義肢。

張靜很快恢復了活動能力，不但

可以重新走路，更可以到附近一所小學上課，實現上學讀書的夢想。張靜在學校努力學習，結交了許多新朋友，再次綻開燦爛的笑容。

商界人士和新聞記者對李嘉誠先生的名字大都耳熟能詳，但張靜卻從來沒有聽過這個名字。

然而，張靜終於在二〇〇一年二月二十日，認識了當天親臨甘肅省殘疾人康復中心參觀訪問的李嘉誠先生。在場的人士注意到，李先生沒有向政府官員或商界友好派名片，卻將名片送給兩位殘疾女孩，而其中一位就是張靜。張靜也趁這個機會向「李爺爺」驕傲地展示她優異的成績表：語文科取得九十七分，算術更考獲一





百分滿分。她甚至以義肢表演踢毽子，令在場人士嘖嘖稱奇。

李先生很高興地對她說：「將來科技進一步發展，你還可能參加賽跑。」

高中一年級學生田楠也有機會跟李先生見面。她自幼聾啞，但透過殘疾人康復中心的資助和幫忙，學會了說話，而且可以像其他健全學生一樣上學。

李先生鼓勵她：「忘掉過去，未來會更美好！」

李嘉誠先生還告訴這兩位小女孩，有需要時可與他聯絡。翌日返回香港後，李先生更寫信鼓勵他們。

當天會面的情景，將永遠留在李先生和兩位小女孩心中。

李嘉誠先生於一九二八年在潮州出生，在中國大陸長大，也曾經歷過人生種種考驗。父親李雲經先生是小學校長，從小就培養兒子的學習熱忱和崇高的理想。

一九四〇年，為躲避日軍侵華戰亂，李氏舉家逃難到香港。來港後不

久，李嘉誠先生於十二歲開始了學徒生涯。到了十五歲，李先生在一家錶帶公司找到第一份工作，並在父親身故後肩負起家庭重擔。

李嘉誠先生精明能幹，十九歲已當上錶帶公司總經理，更於二十二歲

……於六百六十四 個較貧困的區縣 成立殘疾人服務 中心，造福近 一千五百萬人。

自資創業，其後的發展可說是家喻戶曉。李先生眼光獨到，攻守有度，現已成為亞太區最成功的企業家之一。

雖然事業有成，但李嘉誠先生從沒有忘記自己的根。隨著業務不斷壯大，李先生開始為香港和中國內地以

至世界其他地區的教育和醫療事業作出重大貢獻。經過逾半個世紀的奮鬥，李先生認為事業成功的最大好處是能夠幫助不幸人士，從他造福數以萬計人士的捐款數字來看，足見李先生成就之大。

不久之前，李先生和中國殘疾人聯合會攜手推出「長江新里程計劃」，為殘障人士提供更多援助。這項為期五年的計劃，旨在提供教育和醫療援助，加強殘疾人士與公眾社會的聯繫，並鼓勵殘疾人士建立自信和自力更生，從而幫助他們積極投入社會。

「長江新里程計劃」的目標包括成立二百個義肢裝配中心，同時培訓四百名專業裝配員，每年提供一萬五千副義肢，在六年內讓六萬名殘疾人士受惠。這項計劃的長遠目標是在二〇一五年之前，為全國二十三萬名殘疾人士提供義肢。自計劃推行以來，已有二千二百名殘疾人士以只等於成本十分之一的費用，獲得裝配義肢。

該計劃的另一個目標，是在六年內為失聰學童培訓五百位老師，並成



STOCK IMAGES (2)

我們的人生某個階段，總會需要別人幫助和關懷。李嘉誠基金會恩澤遍施，致力幫助社會上有需要的人士。

立一所聽力語言康復技術學校。

「長江新里程計劃」還打算在內地中西部的十二個省份成立盲人學校，並培訓三千位老師，以教導失明兒童，希望將盲童入學率由目前的百分之四十提高至百分之八十。此外，該計劃將向逾二萬五千名盲童提供財政援助，並培訓三萬五千名盲人成為盲人保健按摩師。

「長江新里程計劃」將於六百六十四個較貧困的區縣成立殘疾人服務中心，造福近一千五百萬人。

李嘉誠基金會恩澤遍施，而統計數字背後往往包含了很多重建新生的動人故事。像田楠和張靜等重拾說話和活動能力的例子，可說數之不盡。對李嘉誠先生來說，造福社群的最大滿足感，莫如知道基金會每個數字背後，都是一段扭轉命運、改善人生的故事。



無法衡量的回報

如果你擁有港幣四十五億元，你會怎樣使用？這樣一大筆巨款對誰來說都是一個天文數字，但李嘉誠先生在過去二十二年來，卻用了這巨額金錢來幫助他人，造福社群。

李先生超卓的營商才能人盡皆知，難得的是他樂於將他的部分財富撥捐公益，回饋社會。

他的捐獻惠及教育、醫療、文化及福利事業，所帶來的積極影響既深且廣，



遠非金錢所能衡量。由於這些善款，數以千計的人士才得以接受更好的教育、改善健康、提升文化水平等，這些得益是無法估量的。

基金會於今年三月推出了中英文網站，詳列其活動消息，讓社會人士加深認識發揮助人精神的重要性。

這個網站易於使用，而且內容豐富。瀏覽者可從中進一步認識基金會的宗旨和目標、資助項目詳情，以及有關的傳媒報道資料。

網站亦透露李先生這位商界強人的內心世界，揭示他重視教育、樂於助人的思想和人生觀。網友還可以看到李先生非商業的一面。網站登載了李先生的訪問紀錄、報道文章，以及香港電台較早前拍攝的「傑出華人系列」中一輯紀錄

片的片段，介紹李先生的奮鬥事跡。由他早年的艱苦歲月開始，細述他如何自強不息，終於出人頭地，開創了一番輝煌的事業。

李先生本身沒有機會接受正規的教育，但他酷愛閱讀，自學成功。他認為教育是現代社會最重要的基石，因此對推動教育事業不遺餘力。

基金會網站還載有李先生所贊助的得獎紀錄影片「知識改變命運」的精彩片段。該片由著名中國導演顧長衛先生執導，影片描述四十多名人士如何以知識改善命運和前途的感人事跡。影片引起香港及內地觀眾的熱烈迴響，令人深切體會終身學習的重要意義。

網友亦可瀏覽基金會其他意義深長、具有實際效益的資助項目，而基金會本身也有不少成功的故事。以汕頭大學為例，它是基金會其中一個最大型、最成功的教育項目，獲得基金會捐助約港幣二十億元，至今已培養了大約兩萬名畢業生。

在李先生眾多的投資項目中，李嘉誠基金會是李先生唯一沒有金錢回報的「業務」，但其意義非凡，可說是李先生最重視的一項投資計劃。



有關李嘉誠基金會上述和其他資助項目的詳情或受惠者的真人真事，歡迎到網站 www.lksf.org 瀏覽。各位讀者也可以透過基金會網站上的信箱致函李嘉誠基金會。



預備… 一、二、3G!

全新的3G多媒體通訊即將來臨，有一家公司正傾盡全力，務求令3G的登場
能為世界通訊業掀起一股新浪潮。



圖 像一幅，勝過萬語千言。這正是3G（第三代）流動多媒體通訊與2G流動電話的重要分別之一。在不久的將來，當我們使用3G流動手機與人通話，不但可以像2G一樣互相聞問，更能親眼目睹。

3G的崛起，並不表示2G流動電話將會成為絕響。然而，當3G服務按計劃於今年秋季在英國面世，並繼而在意大利、香港和瑞典推出後，我們的生活勢將出現重大變化，而和黃將會在這場變革中擔當領先的角色。

在過去兩年，電訊經營商動輒投資數十億元競投3G牌照，希望藉此在電訊領域大展拳腳。但熱潮過後，卻有分析員認為，千辛萬苦爭奪回來的3G牌照，不過是一紙合約，所付出的價格過於高昂。

但是，亦有人指出3G牌照「物有所值」。英國Ovum研究總監Jeremy Green說：「UMTS頻譜就像房地產和其他商品一樣，供應有限，又不怕過時，而和黃對房地產業務並不陌生。」

和黃集團至今已取得八個3G牌照，每個牌照的投標價完全在嚴格限定的預算之內，而且和黃「精打細算」，對不符合經濟效益的牌照敬而遠之。

由於沒有目前歐洲普遍尚在經營的2G網絡和服務的包袱，因此和黃可以



放手發展3G基建，同時簽訂多項重要的資訊內容協議，務求令未來的3G服務精彩紛陳。

摩根大通證券的毛偉康表示：「與不少歐洲電訊分析員的看法相反，〔和黃〕認為2G業務是一種負累，因為2G經營商並沒有適合管理、監察或提供3G產品的組織架構。我們相信，對3G業務表示悲觀的是2G經營商。這些經營商擔心3G的推出會侵蝕現有2G業務的利潤，所以他們的悲觀論調是不難理解的。」

和黃集團董事總經理霍建寧對3G的前景感到十分樂觀：「我愈投入這項業務，我的信心便愈大。」他說：「3G的建設工作已大致完成，我們現正處於貫徹落實的階段。」

開創先河

在未來數月，和黃旗下的3G公司將以一個全球品牌推出這項嶄新的服務。這項服務最先會在英國和意大利面世，然後相繼在香港、瑞典、澳洲、丹麥、以色列和奧地利推出，逐漸開拓與現有服務完全不同的全新流動多媒體世界，情況就像當年電視廣播面世後，慢慢壓倒電台一樣。

雖然分析員對3G的推出時間有不同的看法，但普遍都認同3G將會是推動科技業下一個發展階段的主要力量。

英國Yankee Group Research無線服務研究總監Declan Lonergan說：「短期而言，我們對3G業務的前景會採取比較務實的態度。但是長遠來說，我們基本上認為3G必定大有可為。和黃正憑藉一些新奇的意念，進軍這個充滿機遇的市場。」

和黃集團已簽訂多項合約，預備為3G用戶提供前所未有的豐富資訊內容。

3G通訊當然仍會提供話音功能，但其數據輸送速率遠遠較2G為快，能發揮多媒體的威力，創造一個無線應用環境，包括提供複雜的彩色圖象、優質的影音效果和商業用的高速檔案傳輸。3G服務將包括娛樂、新聞、時事、體育和多媒體短訊傳送，應用範圍之廣泛

前所未見。

經營3G業務有成的公司肯定會獲得豐厚回報，但實際收益有多大，卻是眾說紛紜。

從事3G推廣的獨立機構UMTS Forum最近發表的一項研究報告指出，到二〇一〇年，3G服務每年的營業額將高達三千二百二十億美元。

該機構的主席Bernd Eylert博士表示，並非只有「科技專才」或早著先鞭的電訊公司才能享有3G服務所帶來的發展機遇，其實每個人都能從中得益。不過，他建議電訊經營商應該多與客戶聯繫，並從現時大行其道的2G短訊服務(SMS)中吸取教訓。目前很多父母都需要子女從旁指導，才懂得應用這項功能。他表示，3G的多媒體功能(MMS)應該易於操作，使用起來才能帶來更大樂趣。

和黃從一開始便以此作為發展方針。3G服務背後的技術設施固然重要，但讓客戶享有更精彩的感觉，亦同樣是3G的成功要素。正如霍建寧所說，2G為客戶提供現已習以為常的電話便利，而3G則更進一步，帶來「視覺體驗」。

展望未來，電影片段和錄像明信片將隨處可見。父母可以在辦公室觀察子女的一舉一動，目送子女上學甚至提醒他們梳好頭髮才出門！商界人士可以舉行視像會議和交換複雜的資料，完全無需見面。至於急症病人，醫療人員可以在病人抵達醫院前掌握他們的主要生理機能數據，提高施救的成功機會。

說來奇怪，歐洲人熱愛的足球運動，極可能成為帶動3G服務大行其道的重要契機。香港人也許比較熱愛賽馬，而澳洲人則酷愛板球運動，但和黃至今簽訂的多項主要內容協議，很多都與足球有關，包括提供聯賽盃賽事的二十秒精華片段，讓球迷無論何時何地均能欣賞精彩鏡頭。

足球在促進溝通方面的威力絕對不容小覷。當蘇格蘭聯賽盃決賽於今年五月在格拉斯哥舉行時，當地的流動電話公司需要設立多個臨時發射站，以應付



「3G的建設工作 已大致完成，我們 現正處於貫徹落實 的階段。」

比賽期間突然增加的五萬個電話通話量。

除了提供足球資訊外，3G亦能提供客戶所需要的個人化服務，包括配合他們在特定地區的活動需要。舉例說，假如你是某支球隊的支持者，你可能想知道隊中球星在與你相距數哩外的地方舉行簽名會的細節。此時，3G流動手機不但能為你提供有關資訊，甚至能為你指示前往簽名會的路線！

以往，這樣神奇的功能只是科幻小說的素材，現在很快就可以讓公眾普遍享有。3G傳送資訊內容和應用服務的速度和方式，是2G與2.5G（即GPRS）所望塵莫及的。

H3G Italy聯席行政總裁Bob Fuller強調：「有些流動電話經營商指3G提供的服務與GPRS大同小異，只不過速度較快而已。這種說法其實大謬不然。

「3G是一個全新的市場，與以前的技術完全無關。3G採用寬頻網絡，比GPRS快十倍，但在服務方面，只有3G才能保證即時、真正的多媒體和互動功能，令客戶切實體驗優質服務的『真正感受』。」

現在距離3G服務推出的時間只是短短數月，觀察員將會密切注視有關的進展和即將出現的重大商機。

蓄勢待發

Hutchison 3G UK於二〇〇〇年五月在英國成功投得A級牌照，獲批五個3G牌照之中最大的頻寬。於短短十八個月內，該公司由寥寥數名職員擴大至擁有一千五百名全職僱員和六百名合約僱員，僱員人數在未來兩三年更會增至大約三千名。

該公司董事總經理Colin Tucker表示，英國3G項目的籌備工作已大致完成，其中3G手機、網絡及中介設備等均已準備就緒。

和黃不希望像某些GPRS電訊商那樣，在推出GPRS服務時，竟然沒有相關設備可供顧客購買。因此，和黃在推出3G服務的第一天，便會同時提供摩托羅拉與NEC公司製造，能支援多媒體功能的3G手機，讓用戶可以毫無窒礙地在2G、2.5G及3G系統之間隨意遷移，往來無阻。

不過，手機運作所需要的核心網絡基建亦同樣重要。

Tucker說：「我們可以從兩個層次了解手機背後的基建設施。第一層是為手機提供聯繫的流動通訊網絡，而第二層是確保能夠解讀內容的應用平台。」

流動通訊網絡的作用是提供聯繫，其設施包括交換機、發射機和光纖等。和黃挑選了多家供應商進行網絡工程，包括諾基亞、西門子-NEC、186k、北電網絡、愛立信和摩托羅拉。

Tucker解釋說（參閱第13頁另文報道）：「在無線網絡上面的是應用平台。由於我們需要快速推行發展項目，因此決定選用大型的現成軟件組，包括計費系統、傳送內容的ISP等。我們對這些軟件作出修改，然後以EAI（企業應用系統整合）把它們連結起來。EAI就好像一條聯繫這些組件的高速公路，所有通訊活動都是在這個層面上進行的。」

過去，大多數2G網絡架構實際上

都採用整套已結合的軟件，因此更新起來較為困難。有見及此，和黃側重採用多種現成的軟件，透過一個標準介面聯繫起來，迅速建立起複雜的功能組合。

Tucker說：「如果我們決定安裝更為先進的系統，那只要更換一種軟件便可以了，無須整套換掉。」

和黃在發射站選址方面亦花了不少心思，盡量選擇現成的發射站，以加快施工進度和減低對環境的影響。

3G服務將會提供來自許多來源的內容，和黃已將這些內容能夠傳送到手機所需的技術「轉化」工程已經外判，由BBC承辦。

Tucker補充道：「由於我們大量購買某類器材與軟件，通常都能節省不少金錢。同樣道理，由於我們將能夠吸引大批的用戶和觀眾，所以我們能夠以較優惠條件簽訂內容協議。」

變革浪潮

目前的流動電訊經營商通常是根據收費率為客戶提供有限數目的服務套餐，但3G則有所不同。它能搜集客戶的興趣、消費模式與日常活動的資料，從而實行「個人對個人」的市場推廣模式。因此，Hutchison 3G UK市務及策略總監Lisa Gernon形容3G的出現，將造成

流動電話業務推廣趨勢的「大轉移」。

Gernon說：「我們並非傳統的流動電話公司。3G的特點在於將廣播、媒體和互聯網服務合而為一。我們的服務將全面刺激客戶的感官世界，讓客戶享受來自真實生活的個人體驗。一天到晚，人們不是上班，便是外出，因此3G必須全日為他們帶來精彩的體驗，除了他們熟悉的日常事物，更提供不斷探索的樂趣。」

Gernon指出，Hutchison 3G UK簽訂有關英國超級足球聯賽的內容協議，只是未來無限精彩資訊的其中一小部分：「這些協議並非只為男士而設，因

系統架構優勢

為了提供最完善的客戶新體驗，Hutchison 3G設計了一套資訊科技基礎架構，讓能夠擴大容量、操作靈活的共用平台可綜合處理複雜和多元化的數據。

整個平台由多個軟件程式組成，能「解讀」不同來源的資訊，並接駁至企業應用系統整合（「EAI」）的層次，形成一條匯聚所有通訊的「高速公路」。

憑著這個系統架構，各種控制程序和組成部分能夠與基本應用軟件互相溝通，使整個系統的功能運作暢通無阻。



所有資料於截稿時均正確無誤。

為很多女士也一樣喜歡欣賞足球賽事。我們還會陸續提供音樂、遊戲、娛樂，甚至飲食指南，數之不盡。」

目前來說，很難估計哪種應用功能會被廣泛接受，但成功之道，將離不開完善的客戶關係管理(CRM)系統，因為它將能帶來市場推廣方面的優勢。Hutchison 3G UK已選擇 E-piphany 作為其全球通用的平台，這種平台與網上零售商亞馬遜公司所採用的平台相似。

Gernon說：「我們不希望將3G手機變成一台袖珍電視機，因為3G服務只會提供客戶喜愛的資訊。五年後，我相信人們如果沒有了3G，必定會覺得手足無措，這正是通訊科技不斷演進的

自然發展。」

H3G Italy的Bob Fuller預期，3G將能帶來無限的新商機。他說：「意大利人喜愛電視、時裝、足球和流動通訊。事實上，意大利是歐洲第二大的流動電話市場，在該國五千八百萬人口中，流動電話普及率達百分之八十七，流動電話服務的開支更佔國內生產總值百分之二。」

H3G Italy已委託愛立信和西門子-NEC建設3G網絡工程。該公司亦與意大利主要的流動電話經營商Telecom Italia Mobile (TIM) 簽訂互聯和共用發射站的漫遊協議，並與意大利十一支足球勁旅簽訂了內容協議，其中包括過去

十屆意大利聯賽盃的盟主。

H3G Italy亦與部分股東接近達成協議的階段。這些股東都是出版界、互聯網和新媒體的翹楚，其中包括控制La Repubblica的CIR、持有Il Corriere della Sera的HDP，以及歐洲主要互聯網服務供應商Tiscali。

由今年第四季度開始，3G服務將在意大利五十個主要城市推出。至二〇〇二年底，3G的覆蓋率預料將達百分之四十五，而到二〇〇四年更將高達八成。在現階段，H3G Italy將以漫遊協議來滿足市場的需求。

Fuller說：「我們的明確目標是以『爆炸性』的市場發展，一舉成功。我

3G萬花筒

個人化的多媒體通訊即將成為現實生活的一部分。3G手機無需接駁電線，亦能在轉瞬之間處理龐大數據，威力驚人。

試想想：未來的3G手機，將能夠傳送串流影音檔案，例如即時新聞及體育報道、自選音樂、多媒體短訊、即時的特定地區資訊、流動電子商貿、互動式遊戲，甚至遙距監察功能等。

3G將為現代生活開拓一片新天地。除了提供各種配合個人需要的服務之外，3G更能助你探索現實世界的無限精彩。有了3G，無論你是否身在辦公室，都可以隨時存取重要資料，令工作安排更加靈活，並且能大大提高產品和服務的供應效率。

隨著3G科技的不斷進步和開拓實際應用範圍，無窮的發展潛力將會得到發揮。富想像力的嶄新功能將會陸續推出，進一步提高商業運作和消閒活動的便利，為我們的生活增添繽紛色彩，並且化繁為簡，讓我們有更多時間享受人生。

以下例子闡述3G可以發揮的效用。

(註：文中的人名與情節純屬虛構，目的只為說明3G可能提供的應用功能。)

遊戲玩樂

在倫敦學藝術的鍾愛麗發現，3G手機幾乎在任何方面都能派上用場。3G是理想的通訊工具，她可以藉此享受與家人和朋友交換「明信片」和卡通的無窮樂趣，甚至可以展示她最新的藝術「傑作」。

她已經把時裝、美容、星座和倫敦舞蹈社名單等資料加入書籤欄，讓她可以隨時獲取有關資料。她最喜愛的功能是在巴士、公園和工作室等不同地點欣賞心愛的音樂錄像短片，完全不受時間和地點限制。3G手機更會預告她的偶像在倫敦演出的日期，讓她即時使用手機訂購門票。如果她的開支已超出她一星期的預算上限，3G手機亦會發出訊號提醒她注意。

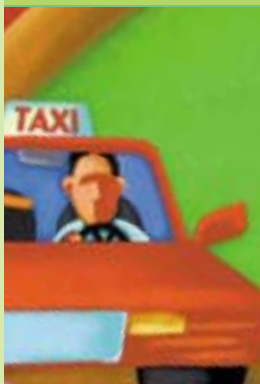
除了玩樂方面的用途，3G亦是做研



究的好幫手。透過3G手機，鍾愛麗可以上網瀏覽大量資訊，有助她進行藝術史的研究工作。

她說：「我花了很少時間，便很輕鬆地取得所需的資料。」

她唯一不滿意的地方，是她的男朋友Ron經常借用她的3G手機，觀賞足球比賽短片和大玩互動遊戲！



物流服務

位於哥特蘭島的GotCab計程車公司深明服務質素與效率的重要性。為了精簡業務運作，該公司特別為每名司機提供一部3G手機。透過不斷運作的「全球定位系統」功能，中央控制中心能即時知悉每輛計程車的所在地點。司機亦可使用系統中的導航功能，隨時查閱街道圖、交通情況報告和天氣資料。顧客只要致電中央控制中心，附近的計程車便可迅速前來接載。此外，透過定位系統，顧客更可使用3G手機直接聯繫和召喚附近的計程車，甚至利用3G電子錢包付款。

們的頻譜較大，技術無與倫比，加上最精彩的內容和最優秀的人才，定能滿足客戶的需要。」

瑞典與丹麥將緊隨英國及意大利推出3G服務。Hi3G Access董事總經理Chris Bannister表示，這個安排讓我們公司有機會借鑑先行者的經驗。與其姐妹公司一樣，Hi3G將會提供最精彩的體育內容，包括足球和冰上曲棍球。

鑑於北歐流動電話市場的發展一直非常成熟，因此Hi3G初期將針對那些不大相信宣傳伎倆的商界專業人士。

Bannister說：「在歐洲，北歐人普遍熟悉科技之道，當地的個人電腦普及率、上網瀏覽率和互聯網銀行服務均領先其他國家。」

先其他國家。」

「北歐的流動商貿服務試驗比歐洲其他地區都多。當地人熱衷追求新科技，因此我們希望以市場推廣優勢配合3G服務，為客戶提供實質利益而非宣傳花招。」

Hi3G已與兩個競爭對手成立了一家合資公司3G Infrastructure Services，在瑞典各主要城市以外的地區建設共用的UMTS基建網絡。這項合作能大大減輕發展成本，並讓電訊商能在重要的領域上自由競爭，為客戶提供優質的內容和服務。

雖然3G全面的資訊內容和應用功能尚未揭盅，但以其覆蓋全球約一億七千

萬人口的影響力，和黃於今年推出的3G服務，勢必成為全球矚目的焦點所在。

Tucker興奮地說：「無論批評者怎樣說，3G的潮流將是無可阻擋，人類的生活亦將會變得更加多姿多采。」

荷銀亞洲證券藍籌綜合企業研究部主管John Godfray對H3G在五月舉行的簡介會有此看法：「3G的發展潛力令人振奮。我現在明白為何霍建寧兩年前告訴我，這是他參與的最精采絕倫的項目。我們（分析員）對整個計劃簡直嘆為觀止！」

如今一切已經就緒，客戶正密切期待，現在差不多是時候讓3G隆重登場了！



浪漫情懷

米蘭銀行家羅密奧正在羅馬公幹。雖然光是開會已使他分身不暇，但他仍然抽空致電花店東主瑪莉，為太太朱麗兒訂購一束鮮花，慶祝兩人結婚五周年紀念。瑪莉利用3G手機的攝錄機，讓羅密奧觀看店內不同款式的花束。羅密奧選妥花束後，便將太太的地址和送花時間連同一張電郵賀卡傳送給瑪莉。最後，羅密奧在3G手機上輸入付款密碼結賬，前後只需六分鐘便完成了整項交易。

接下來，瑪莉便騎上送貨單車，使用她的3G手機找到前往朱麗兒辦公室的最短路線。朱麗兒收到花束後芳心大悅，隨即向丈夫發出附有香吻與玫瑰花的多媒體短訊道謝！



商業與消閒

黃偉志明白掌握時機的重要性，並且分秒必爭。像很多香港市民一樣，他事業有成，經常留意股市動態，懂得享受生活，並且熱愛賽馬活動。周三晚，黃先生從廣州的工廠乘渡輪返港。當時快活谷馬場的賽事正進行得如火如荼，他不想錯過任何一刻。他看過3G手機傳來的出賽馬匹資料，認為「順利錢」這匹馬的勝算頗高，於是立即透過3G手機下注，將款項自動從他在香港賽馬會的戶口中扣除。他跟著用手機高解像度的小熒幕觀看賽事，結果「順利錢」以一頸位之微勝出，賠率為六倍，為他帶來一筆小橫財。

黃先生一直渴望擁有一個明朝古董花

瓶，這筆意外之財正可以讓他一償心願。他毫不猶豫，馬上進入蘇富比拍賣行的網站出價競投。黃先生覺得今天的財運不俗，於是隨即進入他的英國股票交易戶口，買入一批股票。

當渡輪逐漸靠近碼頭，黃先生的3G手機熒幕出現了一個轎車的圖標。他按下圖標，便與在碼頭外等候的司機聯絡上，吩咐他盡快載他前往馬場，爭取時間吃一頓簡單的晚飯和觀看餘下的兩場賽事。快到馬場的時候，黃先生的3G手機的熒幕上出現了一個多媒體短訊，原來他已經成功投得明朝古董花瓶。由此證明，分秒必爭真的非常重要！







耀目香江 生璀璨

百多年來，香港電燈公司一直提供
不可或缺的能源，致力推動
香港的發展。

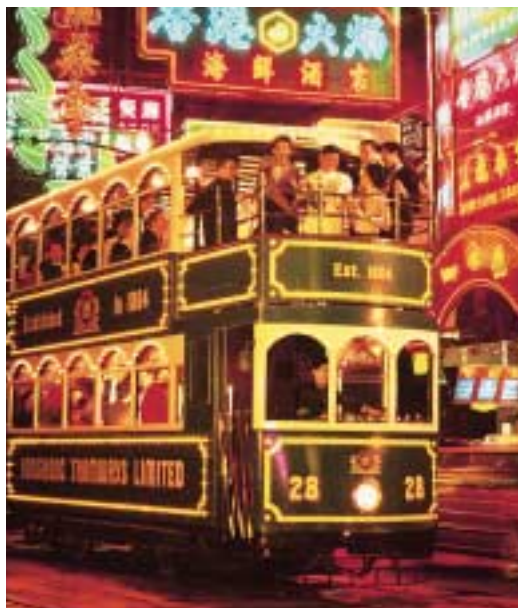


試 想像一下，香港一早起來沒有電力供應的情景：住所的電燈亮不起來，電水鍋、電飯煲和熱水爐全都無法使用。尚未梳洗、肚子空空的上班一族趕著出門，但發覺寸步難行。電車以至地下鐵路全部停駛、電動扶梯和電梯無法啟動、電視台和電台停止廣播、工廠機器無法操作，連股票市場也要暫停買賣。到夜幕低垂，有「不夜城」之稱的香港陷入一片漆黑，平日艷麗璀璨的霓虹燈黯然無光。

由於有香港電燈公司提供源源電力，香港島大停電的機會可謂近乎不可能發生，其五十三萬六千名客戶只能憑空想像大停電的情景。過去一百一十二年來，該公司為繁盛的港島中環區供應能源，並讓全島居民享有穩定的電力供應。

香港能以經濟活力揚名國際，而港燈百多年來提供源源不絕、效率昭著的電力供應可記一功；其驕人的供電紀錄，更可見證公司穩健的管理作風以及對運用最先進科技的一份承諾。

香港電燈集團有限公司（香港電燈公司的母公司）董事總經理曹榮森說：「以供電可靠性衡量，我們是全球電力工業中最卓越的公司之一。我們去年連續第六年創下百分之九十九點九九九的供電可靠度，全球能夠與我們媲美的城市，屈指可數。」



港燈為香港島供應電力，帶來動力與光明。圖左至右：香港聯合交易所；港島電車；山頂凌霄閣。

往績卓越

港燈於一八九〇年十二月一日開業，透過發電量一百千瓦的灣仔發電廠，首次為中環提供街燈照明。

隨著經濟不斷發展，香港的用電需求亦與日俱增。港燈遂於一九一九年在北角增設一座三兆瓦的發電廠。一九六八年，港燈在鴨脷洲的一座先進發電廠正式投產。該電廠發展完成後，提供一千零六十一兆瓦的裝機容量，以配合香港逐步躍升為國際大都會的用電需求。

南丫發電廠於一九八二年投產。為了減少油價波動帶來的影響，該電廠主要採用燃煤而非燃油來發電，並以燃氣輪機為後備發電裝置。今日，南丫發電廠是港島及南丫島唯一的發電廠，其裝機容量達三千三百零五兆瓦，包括八台燃煤發電機組和七台燃氣輪機。

以國際標準衡量，佔地五十公頃的南丫發電廠的規模並不算龐大，但安裝了全球最先進的科技設施，電廠整潔及運作暢順，突顯不需要太多人手操作。

港燈發電科技服務工程師甘永輝表示：「發電廠的大部分控制程序已經電腦化，但在監察全面運作方面，人的因素仍然不可忽視。」

成事在人

曹榮森對員工讚不絕口。他說：「雖然科技是優質服務的關鍵所在，但公司的成功發展，主要有賴一班全情投入、經驗豐富的員工。」

「南丫發電廠的工作環境，有利新員工（主要是大學工程

系畢業生）向較資深的員工學習。我們在員工培訓方面不遺餘力，確保他們能在持續的專業培訓中提升技術水平。公司透過模擬系統，不斷磨練員工的工作技能，並選派不少員工到海外接受進一步培訓。」

以香港的標準衡量，港燈的員工流失率甚低，每年只有百分之三至百分之五，而且主要是由於員工退休。在港燈的員工之中，甚至有「三代同堂」一起為公司效力的例子。

曹先生又說：「與員工保持溝通，是非常重要的。公司上下目標一致，大家都明白必須悉心盡力，確保供電運作暢順。」

港燈專注提升運作效率和生產力，取得了驕人的成果：在過去十年，按每名員工平均計算的售電量提高了百分之八十三。

中央控制

南丫發電廠生產的電力，通過海底電纜輸送至香港島。港燈的科技優勢，在鴨脷洲的系統控制中心內表露無遺。該中心採用業內最先進的設備，在寧靜而高效率的環境中，遙控發電程序、輸電系統，以及三千四百四十四個客戶電力分站。工程師透過整面牆壁般大的監察熒幕監控整個輸配電網絡，可在數分鐘內準確有效地找出故障位置和完成補救工作。

港燈系統控制部總工程師鄭可祥表示：「世界各地的電力公司一般採用與我們類似的分區電力站系統來配送電力，但只有少數公司以中央系統遙控配電網絡，至於能採用像鴨脷洲系統控制中心這種科技的公司，就更如鳳毛麟角。」客戶若有緊急求助事故，大部分都會在中心工程人員的預計之內。

……過去
十年，按每名
員工平均計算
的售電量
提高了百分之
八十三。

竭誠服務發光熱



一九九七年六月三十日午夜，舉世矚目的香港回歸大典在香港會議展覽中心隆重舉行，現場冠蓋雲集，包括中國國家主席江澤民、英國王儲查理斯王子等。

當全球的目光都集中在這項歷史盛事時，集團董事總經理曹榮森領導的特別工作小組卻在幕後努力不懈，確保供電網絡不會在這個歷史性時刻出現任何輕微的干擾或波動。

在回歸大典之前六個月，這個工作小組一直貫徹落實精心部署的周詳計劃，以防萬一。他們合共投入相當於一千五百個工作日的工作量，並動員一百三十多名人員於慶典當晚當值，隨時候命。

當然，港燈人員的默默耕耘並沒有引起注意，但卻令顧客稱心滿意。

曹先生指出：「我們希望盡力為客戶提供方便，公司員工都以達到客戶服務標準為己任。我們制訂十八項服務標準，確保所有服務均達致最高水平。舉例說，二〇〇一年的服務標準包括：電力若有中斷，恢復供電的平均時間不超過兩小時；客戶服務中心櫃檯服務的平均等候時間少於三分半鐘；客戶緊急服務中心的電話熱線候接時間平均少於十秒。」

一如過往，公司員工全部達到或超越十八項服務標準，表現更勝去年。

作為緊急服務隊其中一位最資深的員工，龍漢坤相信公司每年所獲得的嘉許，足以見證其對客戶服務的堅定承諾。

港燈於二〇〇〇年及二〇〇一年，收到客戶一千七百三十封嘉許信。

龍漢坤本人每年便收到客戶三十至四十封的感謝信，同時亦榮獲公司頒發多項服務大獎。

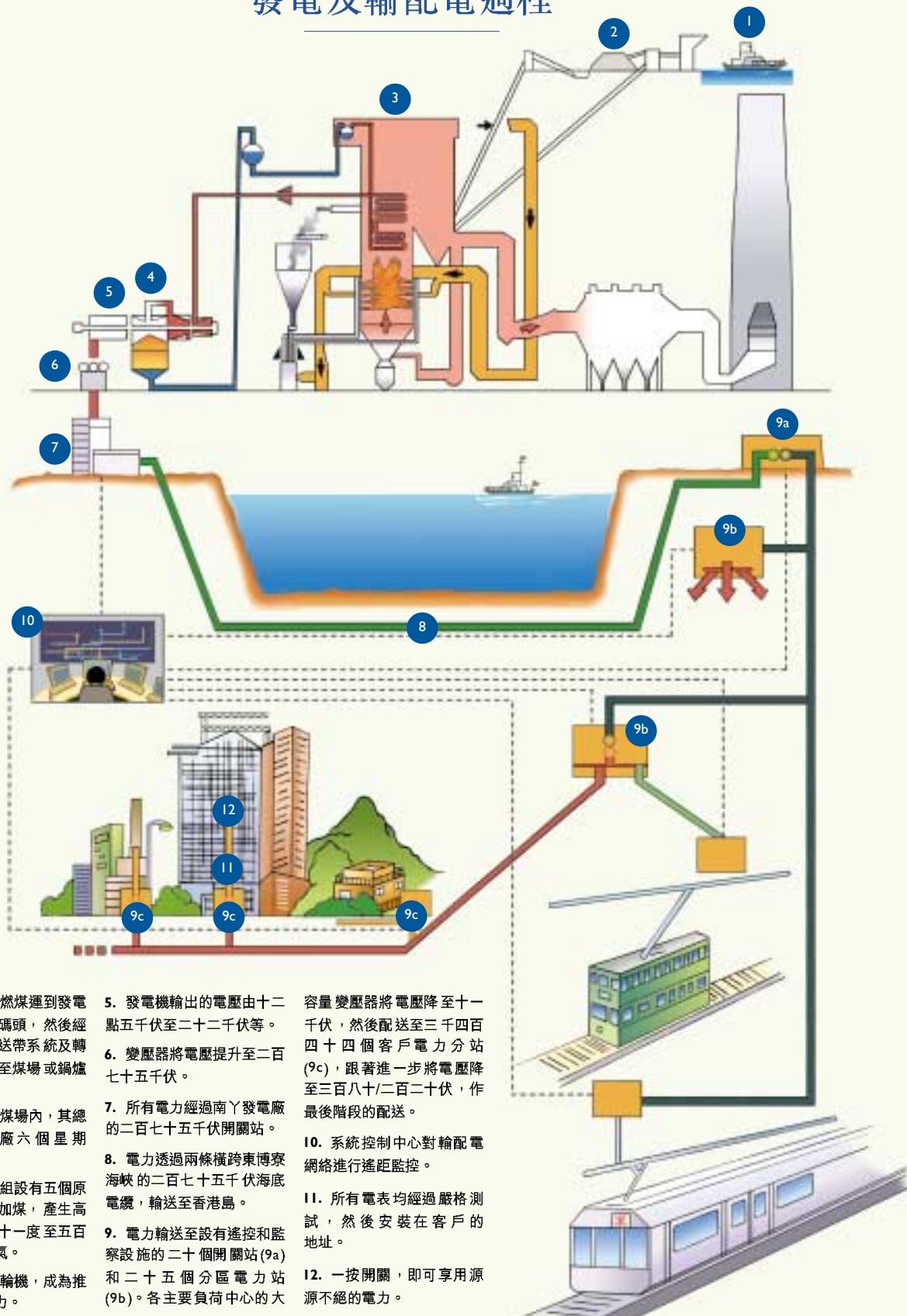
他表示：「熱心助人，是客戶服務最重要的元素，我們要讓客戶感到員工的服務熱誠是真正發自內心。」

港燈率先於一九九四年一月推出電費優惠。今天，受惠者已遍及不同層面的弱勢社群，包括正在領取或合資格領取公共援助的長者、殘疾人士、單親家庭，以及失業人士。

此外，港燈更於一九九三年六月率先推出用點字印製的電費單，方便失明人士。

對大部分人來說，這些多方面照顧客戶的服務並未有引起社會的注意，但對受惠者卻發揮了極大的作用。港燈便是憑著這種悉心盡力的服務態度，令客戶都感到稱心滿意。

發電及輸配電過程





南丫發電廠(左圖)及
煤場(上圖)鳥瞰圖。

HONGKONG ELECTRIC (6)

鄭先生表示：「客戶報告的緊急事故，極少機會令我們感到措手不及。」為了使客戶安枕無憂，港燈的電力供應可靠度雖然已達百分之九十九點九九九的極高水平，但系統控制中心仍盡力確保時刻達致甚至經常超越此一水平。

擴展業務

在過去數年，香港電燈集團採取積極拓展的策略。

憑著穩健的回報，加上獲得標準普爾給予的信貸評級與香港特區政府所獲得的「主權」評級相同，港燈能以極具競爭力的條件，取得拓展業務所需的融資。

曹榮森憶述：「去年澳洲天氣非常炎熱，這對我們來說是十分好的。」

不過曹先生所指的並非夏日的澳洲海灘，而是港燈在澳洲維多利亞省及南澳洲省進行的公用事業投資項目。

二〇〇〇年一月，港燈國際有限公司（香港電燈集團的全資附屬公司）和長江基建集團有限公司聯手，購入南澳洲省主要配電公司 Electricity Trust of South Australia (ETSA) 為期二百年的配電業務經營權。二〇〇〇年八月，港燈國際與

長江基建再度出擊，收購維多利亞省五家配電/零售公司之中最大的Powercor Australia Limited (Powercor)。

透過這兩項總值五十五億六千五百萬澳元（約三十一億美元）的交易，港燈國際與長江基建成為澳洲最大的配電商，為超過一百四十萬名客戶服務。

兩家澳洲公司均錄得穩健的回報。而去年出售Powercor的零售業務，更為港燈國際帶來港幣三億四千四百萬元（約四千四百萬美元）的一次過收益。

曹先生指出：「集團的投資方針是著眼於有穩定回報、風險較低的公司。這亦是我們收購澳洲電力公司背後的理念，因為澳洲的電力公司屬於受管制業務，享有按固定公式計算的回報。」

港燈對收購時機的掌握亦恰到好處。曹先生說：「公用事業公司的股價於九十年代中期達到歷史高峰，但經歷一九九七年的全球金融風暴後，已回落至較為合理的水平。以前我們認為公用事業公司股價偏高，但現在我們希望鞏固集團在澳洲的收購成果，以及進一步拓展我們的投資項目。」

在最近數月，港燈計劃通過其持有百分之二十六權益的



Union Power Development，在泰國興建一座投資額達港幣九十八億元（十二億六千萬美元）、設有兩台七百兆瓦機組的燃煤發電廠。

該發電廠與泰國的國營泰國發電局訂有購電合約，所以亦能提供非常穩定的回報。此項發展計劃正處於等候泰國政府審批的最後階段。

港燈的投資理念明顯帶來卓越回報，因此自然贏得股東的信心。二〇〇一年，公司的純利上升百分之十八，達港幣六十五億零七百萬元。

曹先生指出：「在港燈的一萬六千三百名股東之中，大部分是因為公司穩定的盈利能力才投資港燈的。」

光明前景

由於電力已經成為生活上的必需品，世界各地的政府普遍對電力工業實施某種形式的規管。

港燈與香港特區政府訂有管制計劃協議。這協議被視為能夠平衡公用事業公司的客戶與股東之間的利益。

管制計劃規定電力公司收取合理電費並提供可靠服務，藉此保障消費者的利益，而另一方面電力公司的股東則可從長線投資中享有指定的「准許利潤」。

管制計劃協議將於二〇〇八年屆滿，曹先生深信新的協議亦能為各方所接受。

本著長線發展的方針，港燈已開展南丫發電廠第四期工程，以應付每年以百分之三至五的幅度持續增長的電力需求。

有些評論員相信，一個全面開放的電力市場將較為符合香港市民的利益。但亦有人認為開放電力市場之舉難以實施，尤其是因為本港極度缺乏適合興建電廠的地點，而且市場規模較小。

電力市場的高度開放，相信並不能夠為消費者節省電費支出，亦無法進一步提高已接近完美的供電可靠度。雖然港燈是其供電區內唯一的電力供應商，但其運作仍然具有高度競爭力，在不斷提高營運效率之餘，更致力平衡客戶、環保和股東的利益。

由往績可見，港燈在接近一百一十二年來均能夠全面配合業務運作的環境，並已作好充分準備，燃亮香港的璀璨未來。



南丫發電廠的行政大樓。

默默耕耘為環保

在一百年前，當大家對「環境保護」的概念仍十分陌生的時候，港燈已採取措施，致力改善香港這個繁榮都市的環境。一九〇二年，港燈的灣仔發電廠所排放的黑煙對港島中環商業區一帶環境構成影響。港燈對症下藥，立即向英國訂購除煙設備。港燈主席更在其後的股東大會上保證，港燈未來不會再排放黑煙，在座股東立即報以熱烈的掌聲。

在百年後的今天，港燈仍持續認真地履行企業應盡的社會責任。港燈與政府環境保護署緊密合作，多年來投資港幣四十九億元（約六億二千八百萬美元）推行環保計劃，把各項環保標準提高至遠遠超過現行法例所規定的水平。

港燈集團董事總經理曹榮森表示：「我們盡力確保運作符合環保原則，例如實行嚴格的控制措施來防止空氣、噪音及海水污染。此外，我們將廢物循環再造，並積極保護和改善自然環境。我們在切實可行和符合商業原則的情況下，盡量採用最先進科技，將電廠運作對環境所造成的負面影響減至最低。」

為保持空氣純淨，港燈以煙氣脫硫裝置系統除去煙氣中至少九成的二氧化硫排放物，並在燃煤鍋爐安裝低氮氧化物燃燒器，把煙氣中所含的氮氧化物濃度降低達三分之二。鍋爐的煙氣經靜電除塵器進一步淨化後，再經二百一十五米高的煙囪排放出去，遠離人煙稠密的地區。在同一時間，港島及南丫島的監測站不斷監察環境空氣質素。

此外，港燈還推行全面的廢物循環再用策略。負責提升電廠效率的發電科技服務工程師甘永輝表示：「現在南丫發電廠沒有循環再用的廢物已經很少了。舉例說，我們會出售發電過程中產生的煤灰及石膏，作為建築材料之用。」

電廠所在地眺望西博寮海峽，環境清幽宜人，港燈高度重視保護四周海域的水質。當地的垂釣人士證明該處的游魚甚多，這大概是由於發電廠為機器降溫後所排出的暖水，吸引了大量游魚聚集。另一方面，公司亦與其他機構共同贊助有關使用煤灰來製造人造珊瑚的研究項目，以配合海洋保育。

電廠的地理位置增加了環保工作的難度。海底電纜在港島南面登陸，電力卻需要輸往用戶集中的港島北面，南北之間被景色優美的山巒所阻隔。要解決這個問題，傳統的做法是敷設架空電纜。然而，架空電纜的成本儘管較低，卻會破壞景觀，並需要在沿途的一些郊野公園進行挖掘工作。



輸配電科總工程師阮水師指出：「有見及此，港燈為環保著想，決定捨易而取難，特別開鑿兩條隧道貫通山巒，把電纜藏在地下，因而保持港島郊野的自然景色。」

在供電網的另一端，港燈致力確保其二十個開關站、二十五個分區電力站及三千四百四十四個客戶電力分站，均能與所在環境融合無間。阮水師解釋道：「我們以與大自然融為一體作為設計這些分站的大前提。由於分站的位置各有特點，所以每個分站均經過特別設計，與周圍環境相配合。」

此外，港燈亦資助再生能源及其他燃料的研究，並贊助一項在蒲台島及南丫島上進行的風力研究計劃。另一方面，港燈還贊助香港大學進行太陽能發電研究，並投資購入電動汽車供內部使用。

港燈對推動能源效益亦同樣重視，除了贊助香港科學館的能源效益中心外，更為小學提供能源效益的教材。

港燈亦推行及贊助香港及內地的企業植樹計劃。以南丫島來說，島上超過半數的樹木便是由港燈種植的。

二〇〇〇年六月，香港特區政府通過港燈的南丫發電廠擴展計劃，並指出由於新機組採用較為清潔的氣體燃料，所以當所有機組落成後，每年的煙氣總排放量將大幅下降百分之六十，而發電量則會大增百分之四十三。

政府在公佈時指出：「與一般看法相反，南丫發電廠擴展工程將會減低整體的煙氣排放量，為環保帶來重大裨益。」

由此可見，港燈在為新世紀的用電需求作好準備之餘，亦將繼續努力，為下一代創造清潔、安全的環境。

零售及製造



菲島零售 拓新域

菲律賓政府去年向外商開放零售市場後，屈臣氏趕緊行動，先拔頭籌。



在菲律賓，當地人民的社交應酬、購物消費、娛樂飲食等均集中於大型商場，這種活動在當地又稱為「逛商場」(mall)。菲律賓是全球排名第二的最年輕國家，佔半數的人口不足二十歲，而且當地天氣炎熱，街頭玩樂難以成為潮流，於是長達一點五公里、樓高數層的超級大型商場應運而生，成為菲律賓的現代消閒活動中心，吸引年輕人聚集，人如潮湧。

舒適的空氣調節固然是吸引遊人流連的原因之一，但超級大型商場還有很多精彩特色。除了流行曲歌星現場演唱外，遊人還可欣賞全國最受歡迎藝人節目的戶外電視轉播，以及艷光四射的模特兒在台上表演時裝。

商場內，戲院播映最新的賣座電影、大型美食廣場為川流不息的顧客供應快餐、大型遊戲機中心發出隆隆聲響、互聯網咖啡店盡是長長的人龍。商場還全日播放動人樂韻，以滿足菲律賓人對音樂的熱愛。

逛商場，當然離不開購物消費。菲律賓人天性愛美，他們樂意將高達百分之二十的收入用來購買時裝、美容及護理用品等。當地的女孩子很年輕便懂得化妝，男孩子也習慣在練習籃球後塗一點體香劑，而成年男士對



PATRICK LUCERO (9)

修甲和足部美容等都能夠接受。

把握商機

由於受到菲律賓商貿法例的嚴格規限，國際零售商一直對這個新興市場躊躇不前。然而，這種情況最近已出現改變。菲律賓政府去年通過了《零售業自由化法案》(Retail Liberalisation Act)，為外國零售商打開投資大門。

根據該國的統計數字，菲律賓國民每天平均收入只有六美元，有些外國企業因此望而卻步。然而，這個收入數字其實有誤導成分，因為如果將菲律賓多達八百萬海外勞工的匯款計算在內，大部分家庭的收入其實遠超過這個數字。

屈臣氏以香港為基地，是和記黃埔有限公司旗下的國際保健、藥物及

美容品零售集團。對屈臣氏來說，菲律賓標誌著零售業的一個黃金商機。因此，屈臣氏挾其品牌在亞洲「家喻戶曉」的優勢，先拔頭籌，進駐這個新開放的市場，而且擴展步伐驚人。

屈臣氏集團創辦已有一百七十四年歷史，是亞洲最著名的貿易集團之一，旗下屈臣氏個人護理連鎖店多達六百三十間，遍佈香港和中國大陸、澳門、台灣、新加坡、馬來西亞及泰國。這些商店的設計能靈活配合不同市場的特點，同時保留屈臣氏標榜的「探索」購物主題，以簡單的消費意念：「健康、美態、歡樂」，銷售琳瑯滿目的產品。屈臣氏便是透過結合購物消閒的不同精彩元素，每星期吸引二百萬人次的顧客光顧。

屈臣氏正在菲律賓推行集團歷來最龐大的擴展計劃，今年內ShoeMart集團旗下逾六十間分店將會換上屈臣氏的品牌標誌。另外，屈臣氏將開設十五間新店，並計劃於未來五年開設至少一百五十間新店。屈臣氏在菲律賓的頭兩間旗艦店已於四月二十六日隆重開幕，分別位於大馬尼拉市兩個最大型、最著名的高級商場內。

菲律賓屈臣氏個人護理商店董事總經理談學睿表示：「我們根據菲律賓新通過的法例，在貿易及工業部登記

為國際零售投資者，登記號碼是0001。我們相信這個市場的發展潛力非常龐大。」

完美配搭

屈臣氏透過與ShoeMart (SM) 集團的合營項目，進軍菲國零售市場。SM集團擁有菲律賓最龐大的商場投資、發展及經營業務，穩居業內領導地位。該集團擁有及經營十一間超級大型商場，其中七間位於馬尼拉市區，其餘分佈於甲米地、宿霧、怡朗、邦板牙和達沃。

SM集團亦是菲律賓最大的綜合企業，業務遍及銀行業、房地產發展、水泥製造業、旅遊及娛樂等。SM集團的領導人施至成，是菲律賓其中一位地位顯赫的商界大亨。

屈臣氏集團零售非食品部行政總裁尹輝立表示：「我們和ShoeMart磋商多年，希望將屈臣氏的零售概念引進菲律賓。然而，在菲律賓政府修例之前，我們只能擁有當地零售業務的少數股權，不符合我們至少持有管理控制權的要求。現在，我們在合營項目中佔六成的多數股權，而合資夥伴則

佔四成。」

雙方能夠建立合作關係，實在有賴SM集團主席施至成的女兒Teresita Cy-Coson從中穿針引線。Teresita Cy-Coson是ShoeMart最新擴展大計的掌舵人。她於一九九〇年接手管理ShoeMart連鎖店，將這家公司由單純經營鞋業，成功轉型為一個積極進取的非耐用品零售及商場經營集團，並引進在菲律賓仍屬非常創新的貨品條碼等科技。

Teresita Cy-Coson表示：「零售業是充滿活力的行業。零售商必須求新

投入社區



當 T. R. Colledge 醫生於一八二八年在廣州創立屈臣氏藥房時，藥劑師擔當著醫療服務前線人員的角色。他們根據顧客陳述的病情，開出藥丸或藥水。

這是「舊式」藥劑師的角色。若病人病情嚴重，藥劑師當然會囑咐他們快去看醫生，但對於一些常見的小毛病，藥

劑師還是有足夠的醫藥知識和經驗為病人推薦藥物的。

多年來，藥房在香港公共醫療服務方面的重要作用已顯著減弱。藥劑師不再被視為社區醫療服務的專業人士。如病情嚴重，我們會去看醫生。若感到輕微不適，我們會到藥房自行購買成藥，至於購買甚麼藥物則往往只能靠廣告指引。

與此同時，公共醫療服務亦起了巨大變化。傷寒、霍亂等惡疾已不再肆虐，取而代之的是一些慢性疾病。現代人變得更長壽，但生活節奏卻比以前緊張，因此較易患上心臟病、癌症或糖尿病等疾病。

只要及早診斷及治療，大部分的「現代都市病」均不會有致命的危險。但可惜的是，現在已再沒有那些「舊式」藥劑師，能為不適的客人診斷身體發出的警告訊號。結果往往使慢性疾病延綿經年，到了病情惡化，便更難醫治。

為了針對這個問題，屈臣氏借鑑其創辦人的做法，結合公營及私營機構的力量，以恢復藥房在公共醫療方面的重要角色。

這個名為「健康知己」(Pharmacy Self Care)的合作計劃結合屈臣氏、香港中文大學藥劑學院、葛蘭素和拜耳等大型製藥

公司的資源，加上醫療護理專業人員的配合，以提升香港市民的健康意識，並為他們提供簡單而實用的健康資訊和專業意見。

「健康知己」計劃已率先在屈臣氏個人護理商店推行，最終會推廣至香港全部藥房。訓練有素的屈臣氏藥劑師和健康活力大使會向顧客提供意見和指導，以至健康資訊單張、風險因素自我測驗和簡單的風險檢查工具等。

該計劃的第一個目標是針對糖尿病。糖尿病是香港最嚴重、增長最快速的慢性疾病之一，估計患者多達六十萬人，而其中半數並不知道自己患上此病。

此外，屈臣氏藥劑師和健康護理顧問還會就頭痛、咳嗽和傷風等十一種常見疾病提供專業意見，並派發正確服用維他命的資料。

中文大學藥劑學院李詠恩博士表示：「我們積極支持這項能夠緊密配合市民醫療需要的計劃。以香港目前的情況，藥劑師需要肩負更積極的角色。」

這項計劃乃以澳洲藥劑協會制訂的一個項目作為藍本。該項目在澳洲已推行了十五年，成效卓著。

屈臣氏地區市務董事潘朗韜表示：「我們希望能改變市民對藥劑師的看法和使用藥房的方式。這項計劃反映屈臣氏致力為市民解決日益重要的保健問題，體現服務社群的精神，並且重現其當年作為廣州社區藥房的角色。」



菲律賓人天性愛美，他們樂意將高達百分之二十的收入用來購買時裝、美容及化妝用品等。

求變，緊貼消費者的口味，這樣才能保持領導優勢。」

本土策略

ShoeMart透過與屈臣氏成立合資企業Watsons Personal Care Stores (Philippines) Ltd，將可確保本身在菲律賓零售業的領導地位。這項合作計劃並非只是照搬屈臣氏在香港的經營模式。合資企業的業務分為三個範疇，其中的保健及美容產品專門店將盡量模仿香港屈臣氏的經營模式，售賣化妝用品、美容及健康產品。

另一方面，屈臣氏更會將SM集團旗下百分之六十的Family Drug藥房換上充滿現代氣息的新設計，提供處方藥物，並與傳統藥房公開競爭。尹輝立指出，菲律賓的醫生一般只會為病人處方，很少為病人配藥。

因此，當地人看病後，有八成是到藥房配藥。

尹輝立說：「在菲律賓，藥房亦是民眾獲取醫療服務的主要渠道。人們在配藥之外，還會向藥劑

師請教醫藥健康問題。」

屈臣氏更會接手管理十六間ShoeMart百貨商店內的美容及化妝品專櫃。

……屈臣氏 正在菲律賓 推行集團歷來 最龐大的擴展 計劃……

根據屈臣氏過去十五年在六個國家和地區擴展業務的經驗，每項新的擴展計劃都會帶來新挑戰。

負責監督菲律賓分店網拓展計劃的談學睿表示：「我們將為屈臣氏商店增添菲律賓色彩，主要是從商品採購及銷售入手，特別是貨品的包裝份量。」由於菲律賓國民的可支配收入

較低，因此消費者比較喜歡購買份量較少的產品。

「在香港，剃鬚膏的一般份量是七十五克，菲律賓則是二十五克。潤膚露也一樣，標準裝的容量一般只有五十毫升，而不是二百五十毫升。藥物方面，香港市民喜歡一次過購買整個療程所需的藥物，但菲律賓的消費者卻喜歡每次購買一天的劑量。舉例說，他們會購買五顆藥丸，而不是一次過買二十五顆。這和當地消費者的負擔能力有關，人們會視乎當時的個人經濟狀況購物，量力而為。」

提升價值

雖然新的《零售業自由化法案》規定外資零售商的貨品必須有百分之三十在菲律賓本地採購，但此項規定對屈臣氏並無影響，因為屈臣氏一向從寶潔(Procter & Gamble)、高露潔及吉列等跨國公司進貨，而這些公司在菲律賓均設有完善的生產設施。

更重要的是，屈臣氏的業務擴展計劃將為菲律賓人帶來大量就業機會。談學睿說，以每間分店聘用約二



十名員工計算，菲律賓屈臣氏的員工總數至少將達五千人。

菲律賓貿易及工業部部長Manuel A. Roxas II表示，和黃集團進軍菲律賓市場，預計可為當地注入新血和現代經營意念。他說：「毫無疑問，和黃集團進軍菲律賓零售業，將可為消費者提供更加物有所值的產品和服務，並會提升本國零售服務和供應鏈業務的營運效率。和黃集團的參與，除了見證菲律賓本土經濟的強勁動力，更會刺激本地製造業。我們特別感到高興的是，這些新藥房將以相宜的價格出售藥物。」

另一方面，Roxas深信，透過屈臣氏的環球零售網，菲律賓產品將會行銷全球。

在菲律賓，進口產品的售價通常較高，但屈臣氏不經中介人而直接向製造商訂貨，因此能夠盡量降低進口貨的售價。正如談學睿所說：「人們都喜歡以相宜的價格購買進口產品。」

此外，招聘人手亦不成問題。談學睿說：「菲律賓的失業率高達百分之十一至十二，但國民的教育水平相當高，而且他們較喜歡在聲譽良好的公司工作。菲律賓的藥房只會僱用大學理科或護理學的畢業生，在我們的應徵者之中，大學畢業生大不乏人。」

他表示，屈臣氏計劃「首先進軍各主要城市」，但也會把握機會擴大分店網的覆蓋地域。他說：「我們正與菲律賓其他大型商場的经营商洽談合作機會，包括Ayala和Robinson's等，同時四處尋求商機，包括機場、醫院以至大學校園等。」

尹輝立補充說：「整體而言，菲律賓市場的前景非常理想，我們在當地的發展計劃進展理想，如能保持這個步伐，集團在未來五年的分店擴展目標有可能大大提高，由一百五十間變成三百間。」



屈臣氏藥房櫃檯的職員大都是大學理科或護理學的畢業生，顧客在配藥之外，還會向他們請教健康問題。

台灣合作計劃

屈臣氏正為台灣的個人護理商店引進英國Boots品牌的產品，為消費者帶來更多選擇。

雙方在正式合作之前，曾於二〇〇一年七月先進行試驗，獲得消費者的踴躍反應，成果令人滿意。

屈臣氏集團零售非食品部行政總裁尹輝立表示：「屈臣氏引進獨特的Boots產品，為顧客帶來了更多『探索』購物的樂趣，這些額外的選擇和便利，獲得了他們的高度讚賞。我們與Boots的合作，標誌著零售業又一大突破，我們相信顧客會因此得益，達到『健康、美態、歡樂』的目標。」

屈臣氏於今年三月開始引進Boots品牌的產品，預計可於二〇〇三年年初完成有關工作，參與的屈臣氏個人護理商店約有一百間。Boots在此項計劃的投資淨額約二百萬英鎊（約二百九十萬美元）。

屈臣氏的優質零售連鎖店網絡遍佈台灣全島，所提供的廣泛產品系列與信譽昭著的Boots品牌正好互相配合。因

此，這項合作計劃不但能為顧客提供更全面的購物體驗，更名為兩個合作夥伴提升價值。

根據合作計劃，屈臣氏將在店內撥出約百分之十的店舖面積，陳列八百至一千二百種Boots品牌的美容及個人護理產品。屈臣氏希望透過提供這些競爭對手所欠缺的特色產品，刺激顧客人數和銷售量。

屈臣氏於一九八七年進軍台灣市場，現時在台灣全島經營二百二十三間個人護理商店。Boots則於大約十八個月前打入台灣市場。兩家公司正考慮將合作計劃擴展至屈臣氏在亞洲的其他經營點。

