

SPHERE

21

新姿 展魅力

創新求變為零售業
經營要訣



目錄

第二十一期 二〇〇八年三月號

編者的話

現

今零售業競爭激烈，潮流瞬息萬變，顧客的消費口味也漸趨「食不厭精、膾不厭細」；商店在鋪面、室內設計和商品陳設方面均須力求滿足不斷提高的市場要求。今期「封面故事」介紹屈臣氏集團在歐洲和亞洲的零售店如何採用嶄新意念，以矚目耀眼的時尚鋪面設計，吸引現代消費群。

此外，我們會前往北大西洋，看看近百年來，國際冰上巡邏隊怎樣在橫越大西洋的繁忙航線上執行任務，搜尋、跟蹤和測繪漂浮的冰山。這支巡邏隊源自一段沉痛的歷史，原來它是在「鐵達尼號」於一九一二年四月沉沒之後成立的。當時這艘全球最大的客輪在首航途中，因撞上一座冰山沉沒，一千五百多人罹難。

接着，我們帶大家前往荷蘭，回首該國與鬱金香的世代淵源。我們同時報導為香港基層癌症病人提供的寧養服務，以及探討為何信用卡會成為現代生活的必備恩物。

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：

info@hutchison-whampoa.com。

2

集團消息

簡訊

和記黃埔集團最新動態

6

潮流新知

高清新視野

帶你進入高清電視的奇妙世界

8

3G熱點

3neXt歡迎你

為你一網打盡手機的最佳應用功能

10

封面故事

新姿展魅力

創新求變為零售業經營要訣

16

社會公益

人間有情

報導為香港癌症病人提供的寧養服務

18

能源專題

破冰群英

特種部隊游弋北大西洋以防海難

22

專題報道

奇妙花世界

細述鬱金香與荷蘭的歷史淵源

26

零售小品

百變信用卡

看看為何信用卡成為現代生活的必備恩物

28

談古說今

舉重若輕

從擔挑到巨型貨物起卸吊機



10



18



22



6

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、蘇盈穎、黃慧貞、陸詠琴 編務、設計及製作：(splash))) (AsiaCityPublishingGroup屬下機構) GregCrandall、JonMarsh、RonLegault、唐志浩、張婉儀、李惠民 電話：2850 5500 分色及印刷：bigboXX.com Limited。©2008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。

和記黃埔有限公司



簡訊



滿懷信心

香港 集團主席李嘉誠先生對長江集團員工在過去一年所作的努力表示衷心感謝，並對二〇〇八年的發展前景充滿信心。李先生在集團周年晚宴致詞時表示，集團去年地產業務繼續有出色表現，而其餘各項核心業務包括港口、酒店、電訊、零售及製造、能源、基建、生命科技等皆取得良好成績。

李先生說：「尤其重要的是，集團業務日益多元化及在國內和海外持續擴展，為同事的前途創造了前所未有的機遇，每一位堅守原則、勇於承擔、裝備自己、工作投入、忠於集團的同事都知道，他們一定會脫穎而出，晉升機會可說比比皆是。集團在各國的投資均朝着令人鼓舞的方向發展，並有鞏固的根基，相信良好的發展形勢仍將持續。」



實至名歸！

港燈在二〇〇六年香港環保企業獎中，贏得「環保實踐創意獎榮譽金獎」的最高殊榮。

煥然一新

香港 九龍酒店進行翻新工程，斥資港幣一千萬元改善其飲食設施，包括互動自助餐櫃台、全新的中式酒家，以及一家設計時尚的酒吧。



巴西風味

香港 香港海逸酒店海景餐廳舉行巴西美食推廣活動，廣獲好評。賓客在充滿巴西色彩的環境中，一邊欣賞熱情澎湃的巴西音樂，一邊享用由大廚 Alexandre Chalela Salzano和Daniel Ribeiro炮製的特色美食。



慈善競跑

泰國 泰國最大的美健產品零售商——屈臣氏——舉辦屈臣氏小型馬拉松賽事，作為屈臣氏「Good Heart Smart Health」社區項目的壓軸慈善活動，該項目的目的是鼓勵泰國人民多運動、保持健康生活。



完美結合

奧地利 在奧地利茵斯布魯克(Innsbruck)，3商店與咖啡店開創嶄新的零售概念，讓顧客在舒適的環境品嚐咖啡，同時獲取有關3產品和服務的最新資訊。**T**



恭喜！

TOM戶外傳媒集團於青島舉辦的「第十四屆中國廣告節」上載譽而歸，共取得長城獎四銀、七銅和二十五項優秀獎的好成績。



港口交易

澳洲和墨西哥 全球領先的港口投資者、發展商和營運商和記黃埔港口，與澳洲布里斯班港口公司簽約，並租用兩個新的貨櫃泊位。和記黃埔港口成立全資附屬公司布里斯班貨櫃碼頭，負責營運這項最新的貨櫃處理設施。

和記黃埔港口同時展開了位於墨西哥聖樊尚港聖樊尚貨櫃碼頭有限公司(Lazaro Cardenas Terminal Portuaria de Contenedores)的首期擴建工程，並與巴基斯坦的卡拉奇港務局簽約，在卡拉奇Keamari Groyne地區興建新貨櫃碼頭。**P**



英國之最

英國 3英國與T-Mobile同意破天荒合併雙方的3G接駁網絡，於二〇〇八年底將覆蓋接近全英國人口。這是全球目前最大型的3G網絡共享協議，將大大提升雙方的3G網絡質素和覆蓋面，加速提供全新的高速流動寬頻服務，除了大幅節省經營成本，更帶來環境裨益。**T**



譽滿神州！

香港 根據《財富》雜誌的最新調查結果，和黃是中國內地最受推崇的公司。在這項調查中，行業分析員和各家競爭對手的行政人員就個別企業的全球競爭力、管理質素和長期投資等九個範疇評分，這項調查覆蓋二十五個國家共二十六個行業的三百四十五家公司。**C**





Skypephone載譽歸來

英國 深受歡迎的3 Skypephone於巴塞隆拿舉行的第十三屆GSMA Global Mobile Awards的「最佳手機」組別中獲得業界一致認同的「高度推薦」。評判團給予高度讚揚：「3 Skypephone除提供專享的Skype通話服務外，更集多元化功能於一身，是前所未見的超值之選！」^T

赫斯基新探索

加拿大 赫斯基能源把新購置的流動半潛水式鑽探設備GSF Grand Banks投入白玫瑰油田區，並繼續在加拿大紐芬蘭和拉布拉多省進行離岸勘探。^I



芬芳成功路

英國 名模Katie Price(又名Jordan)出外工作時，經常乘坐私人飛機，並有兩支攝製隊隨行。她最近到訪The Perfume Shop五家分店宣傳其暢銷香水Stunning，派頭十足，引起各界哄動。Stunning自推出以來，一直在The Perfume Shop暢銷名人香水排行榜中佔一席位。^R



可喜可賀！

為慶祝創刊五周年，TOM集團旗下《AV magazine》於鑽石山荷里活廣場舉行慶祝派對，並把「全屋換晒大抽獎」和「\$5慈善大拍賣」活動所得收益撥捐「願望成真基金」。



歡渡佳節

香港 六十名來自天水圍和深水埗的學生，前往黃埔新天地家居，參加聖誕拼貼裝飾設計比賽，歡度愉快的一天。^G

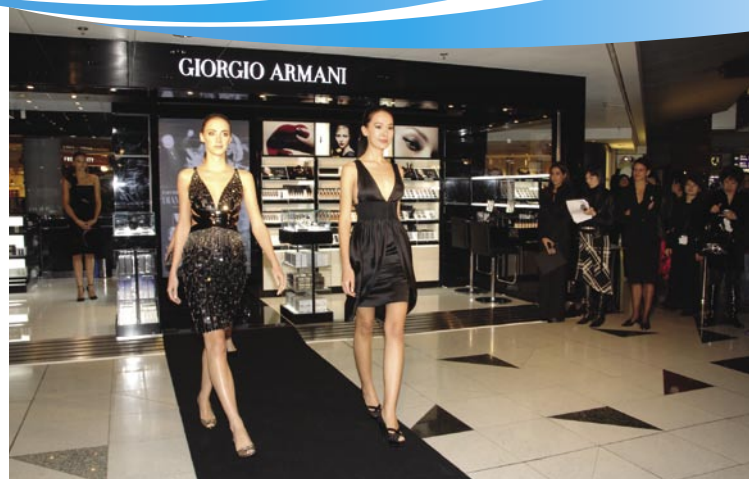


婚宴首選

香港 都會海逸酒店已成為香港市民首選的婚宴場地之一。二〇〇七年，共有一百二十二對新人選擇在酒店的戶外場地海景餐廳舉行婚宴。海景餐廳曾被國際知名旅遊雜誌《Travel Weekly》選為「最佳酒店場地」，其無敵維港景致令大喜日子平添美好的回憶。^H

新店開幕

香港 Nuance-Watson在香港國際機場開設Giorgio Armani美容專門店。該店是Armani在全球的第一家旅遊零售店，開幕當天舉行了一場別出心裁的時裝表演，也成為全球機場之中首創的盛事。®



食也融融

香港 港燈和基督教勵行會為少數族裔家庭舉辦了「食也融融 — 無疆界煮食大使計劃」

活動，讓少數族裔了解中國人過年的傳統習俗和學習製作應節食品。這計劃的目的是鼓勵文化交流，並幫助少數族裔加強融入本地社群。®



積極擴展

加拿大 長江基建集團有限公司（「長江基建」）最近以六億二千九百萬加元（約六億三千六百萬美元）收購一家曾於多倫多證券交易所上市的能源公司TransAlta Power, LP，其後並將之私有化。TransAlta Power持股百分之四十九點九九的TransAlta Cogeneration, LP，擁有位於安大略省、阿爾伯達省和薩斯喀徹溫省的五家燃氣電廠，以及一家位於阿爾伯達省的燃煤電廠。長江基建的能源業務遍及香港、中國內地、英國、澳洲和北美洲。®

佳節顯愛心

香港 一群義工和來自北角海逸酒店的廚師，為將軍澳靈實協會靈實司務道護養院的長者舉行聖誕派對，共賀佳節。®



實時收看

奧地利 3mobile增添五個電視頻道，並可用手提電腦收看。用戶只須把3datacard或3datamodem插進電腦、接駁互聯網、登入www.drei.at再按下3Live! Stream，便可立刻收看，簡便無比！3並同時推出首個專門播放體育節目的流動電視頻道Laola.tv。®





高 清 新 視 野

高清電視的出現，為香港市民開拓家庭娛樂的一片新天地

高清晰度電視(「高清電視」)儼然是數碼電視產品中的貴族，甫推出即大受香港影音科技迷青睞。有了高清電視，安坐家中也能體驗有如置身電影院的視覺享受。北京奧運會開幕在即，和黃旗下的電器零售商豐澤已作好準備，滿足影音市場的需求。

豐澤商品總監吳宗禧表示：「高清電視備受矚目，緊貼最新科技趨勢的潮流一族反應熱烈，而高清電視的優點更是有目共睹。隨著北京奧運會在今年夏天舉行，愈來愈多運動愛

好者將會購買高清電視，在家觀看直播賽事，情況就像二〇〇六年德國世界盃決賽掀起平面電視熱潮一樣。」

那麼，高清電視有何出眾之處？簡言之，高清電視是一種全新的數碼電視制式，為消費者提供前所未見的最優質畫面。目前，大部分家庭使用的陰極射線管電視，其解像度為七百二十(水平像素)乘五百七十六(垂直像素)；高清電視的解像度最高可達一千九百二十乘一千零八十，畫面比普通電視機清晰細緻得多。

為甚麼像素數量如此重要？電視的像素數量愈多，畫面便愈細緻，就像數碼相機的每英吋點數(dpi)一樣，點數愈多列印質素便愈好。

此外，高清電視的闊屏幕畫面，圖像寬高比例為十六比九，能提供媲美電影的一流畫面質素，而且沒有傳統電視廣播通常出現的瑕疵。

畫面的寬高比例又有何重要性？寬高比例是指影像的寬度與高度之比，家庭視像設備兩個最常見的寬高比例是四比三(標準畫面)及十六比九(闊屏幕)。闊屏幕影像是視像技術的大躍進，因為它提供比較大的影像，而寬度也比較符合人類眼球觀看外物的習慣，因此大多數高清電視節目的畫面寬高比例為十六比九。

高清電視的概念源自闊銀幕電影，當闊銀幕電影最初推出時，電影製作人很快洞悉，闊銀幕能提供比傳統窄銀幕更佳的視覺享受。隨着科技日新月異，今天的消費者也可安在家中，透過高清電視得到闊銀幕一樣的完美效果。

香港引入數碼地面廣播，加上電視台推出了多個高清電視廣播頻道，大大提升了高清電視的吸引力。相對模擬制式電視，數碼廣播一般佔有較多優勢。一向以來，香港的電視台都是透過大氣電波傳送節目訊號，再轉為畫面和聲音供家庭觀眾收看。這種傳輸方式常會產生訊噪，對畫面造成干擾，但數碼廣播可以消除這些弊病。

在全球各地，數碼廣播造就了許多新穎的應用功能，例如多功能的節目指南。只要使用數碼解碼器，觀眾便可用遙控器瀏覽節目資料、預告和字幕，方便快捷。當

內容開發商提升創意，觀眾更可以調校攝影角度或閱讀電子雜誌。有些電視台甚至為觀眾提供互動服務，包括用電話或遙控器買賣股票。由於數碼訊號裝載的資料比傳統模擬訊號多，因此高清數碼電視可支援高質素畫面，而解像度是傳統電視機或數碼光碟(DVD)的五倍。

觀眾如想收看數碼電視節目，只須把現有電視機接駁數碼

機頂盒，或購買內置解碼器的綜合數碼電視機。由於模擬廣播要到二〇一二年才完成過渡至數碼廣播，所以消費者不會一下子全部轉用數碼電視機。



消費者可安坐家中享受高清電視的優質效果。



吳宗禧說：「這將是一個漸變的過程，就像其他創新技術最初面世時一樣，人們首先會與同事談論高清電視或前往裝有高清電視的朋友家中實地觀察，當他們覺得高清電視真的很好，便會興起擁有的念頭。我認為，這種換機的趨勢將會陸續湧現，特別是在北京奧運即將舉行之時，高清電視的銷路將不斷上升。」



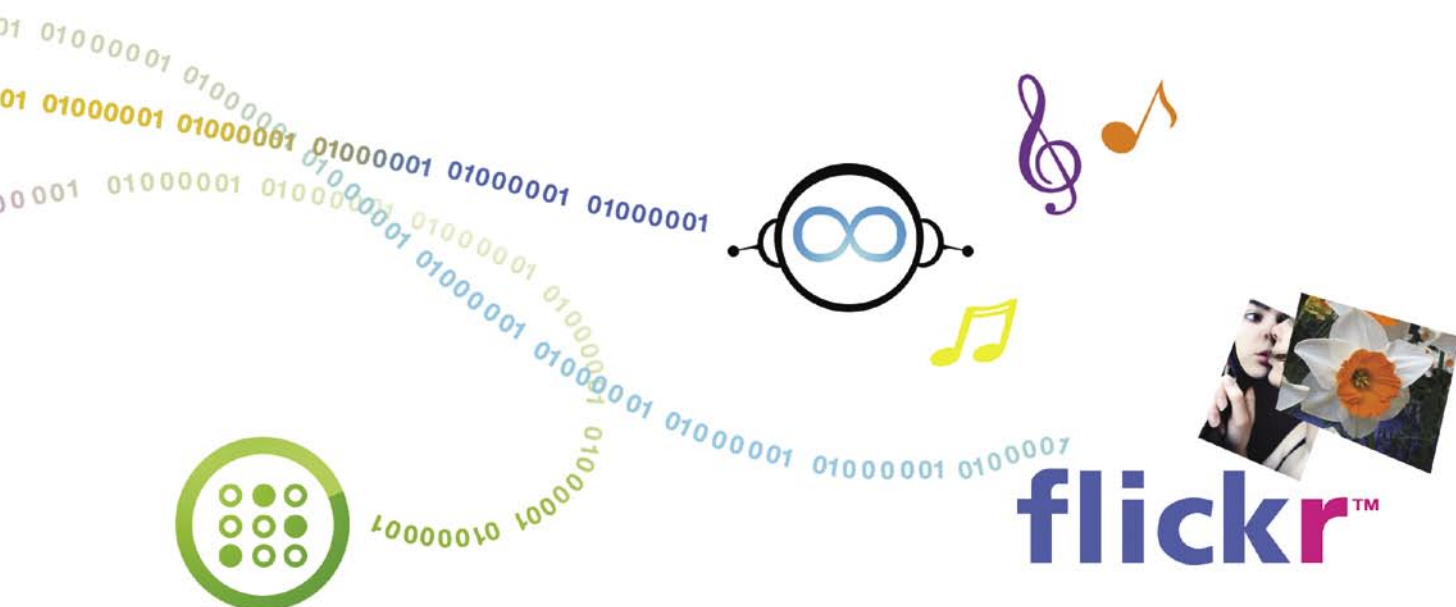
3G服務為現代生活增添不少新姿采——高速互聯網接駁、電郵存取、視像通話、音樂下載、流動電視和其他多項功能等，萬般便利一手在握。然而，隨著科技日新月異，3G手機的嶄新應用功能也不斷湧現，對科技不熟悉的用戶可能會錯失善用精彩服務的良機。

3neXt網站的出現，把這個煩惱一掃而空。這個網站以3的X-Series和流動寬頻客戶為對象，幫助他們盡握3G電話的裨益，而且網站的功能還在不斷擴展，威力日增。

就以Comvu的播客(podcaster)應用功能為例，3neXt的英國環球科技策略項目經理史迪(Mike Stead)說：「有了這項應用技術，當有大事發生，3用戶便可以利用流動電話作現場直播，把實況傳送到世界各地。」

3G添良伴

3neXt助手機發揮最大威力



他續說：「這等於說每個人都可以自設電視台，你可用手機向親友發送短訊，請他們登入一個網頁，觀看影片。這項實時分享的功能就在你的手機裡，唾手可得。」

3neXt的服務對象是科技門外漢，這批主流客戶實際上不是經常留意手機應用潮流。史迪說：「大多數人都不知道手機已擁有全面上網的功能，因此我們推出簡單的整合服務，讓一般消費者也可輕易掌握有關功能。」

這項技術用法簡便，3客戶只需登入www.3neXt.mobi，便可瀏覽不同的應用功能並直接下載到手機。目前，3neXt共有十二項應用功能和六個流動網站，而且每星期都會增添新項目。

這項嶄新服務讓用戶透過手機進入全新的數碼世界，在這些網站中，樂迷可透過MyStrands音樂網站下載心愛歌曲和唱片集到手機，還可根據個人的收聽喜

好獲得音樂網誌和推介名單。Kyte網站更進一步讓用戶以手機自拍電視節目和短片，可說正中YouTube迷下懷。Mobile Gmaps則是免費的應用軟件，可供存取地圖和衛星圖像，不怕迷途。用戶更可使用scanR服務，以具有拍照功能的手機掃描、複製和傳真在筆記、印刷文件和名片上的資料。

**這項嶄新
服務讓
用戶透過手機
進入全新的
數碼世界**

3neXt正在建立一系列連結，以供下載軟件和登入不同網站，並邀請客戶評論上述各項產品。3neXt還鼓勵客戶交流使用上網手機的心得、竅門或其他趣事，為此建立了一個網誌，以及在著名社交網站Facebook設有3neXt群組。

史迪說：「3neXt可吸引更多使用3，令3G服務更加普及。在不久將來，不同國家和地區將相繼推出3neXt網頁，以配合和黃在全球的推廣

計劃。」



新姿展



魅力

創新求變為零售業經營要訣



現

今零售業競爭激烈，潮流瞬息萬變，顧客的消費口味也漸趨「食不厭精、膾不厭細」；商店在鋪面、室內設計和商品陳設方面均須力求滿足不斷提高的市場要求，因此，創新求變已成為現代零售業者的金科玉律。任何零售集團要保持市場領導地位，不能不細察消費心理的微妙轉變，靈敏回應。

在歐洲和亞洲，屈臣氏集團旗下零售店採用嶄新意念進行大規模翻新項目，並聘用頂級設計師構思耀眼奪目的鋪面設計，以吸引二十一世紀的消費群。創新的室內陳設可以營造一個活潑、親切的環境，為顧客帶來舒適的購物體驗。在歐洲，Superdrug、Kruidvat、Trekpleister、蔓麗安奈(Marionnaud)和ICI PARIS XL等商店最近分別換上全新形象，得到市場的熱烈回應；而香港的豐澤和屈臣氏也於近月引入最新的概念店形式。

屈臣氏集團董事總經理黎啟明說：「翻新項目的一個重點，是為集團旗下每家商店提供一個寬敞舒適的購物環境，讓顧客盡情享受邊逛邊買的樂趣。這樣，他們才會持續回來惠顧，成為我們的長期顧客。相對一些經常革新的商店，消費者可能會覺得光顧多年的商店已變得平平無奇，因此，我們希望透過這次的店舖翻新項目，締造一個現代化、時尚和煥然一新的形象。」

「消費者的期望愈來愈高，他們除了要求質量好和物有所值的產品，更講求愉快的整體購物體驗，這包括多元化的選擇、最方便選購的貨物陳設形式，以及友善和具專業知識的銷售人員的服務。購物已成為一種娛樂，我們希望集團旗下店舖的設計既實用，又能提供無窮的購物樂趣。」

為保持鮮明突出的形象，零售商勇於突破傳統，法國連鎖店蔓麗安奈便請來著名法國設計師高博文(Philippe Kauffmann)助陣。這位修讀藝術和社會學出身的設計大師最先從事電影和音樂行業，後來轉投建築和設計。高博文品味不凡，曾承接各種各樣的項目，包括為著名時裝品牌香奈兒(Chanel)設計商舖形象。

他這次負責蔓麗安奈翻新項目的設計，任務指示雖然簡單，但卻甚具挑戰性。他需要為新店的設計藍本構思一個全新概念，



蔓麗安奈進行大規模翻新項目，締造現代化、時尚和煥然一新的形象。



翻新後的ICI PARIS XL



翻新後的豐澤



翻新後的Kruidvat



為店鋪建立時尚鮮明的新形象
是關鍵的致勝之道，但更重要的是要
確保這些轉變為每位顧客所受落。

翻新項目的 重點是提供 一個寬敞 舒適的 購物環境



藉此告訴大家，蔓麗安奈是一個能帶來良好感受的購物樂園。另一個要帶出的訊息是，蔓麗安奈商店能吸引男女老幼，不論是需要閃電式購物的心急人，或是喜歡悠然溜躑的有閒階級，都會覺得滿意。此外，這設計要讓位於不同城鎮的商店均能彰顯蔓麗安奈集團的特色，但又不失本身的獨特個性。

蔓麗安奈董事總經理柏加里尼(Laurence Paganini)說：「蔓麗安奈是法國著名品牌，擁有強大的業務網，而各家商店都擁有本身的歷史和個性。面對顧客不斷提升的需求，蔓麗安奈必須提供獨特、優質的服務，並須在分店網內融合共同的特色，以確立品牌的定位和價值。」

「這個大型翻新項目顯示了蔓麗安奈全體員工對集團共同信念的認同。自開業以來，這些信念為集團塑造了獨特和親切的形象，並貫徹於服務之中，例如美容顧問與顧客之間的良好關係。我們的員工向以專業著稱，令我們引以自豪。我們希望透過店舖的設計概念，充份體現我們對這些基本信念的承諾。」

高傳文和他的小組推出創新意念，把藝術感性與實用元素融為一體。新概念店的核心主題是空間運用，顧客每次到來，不管是自己一個或在朋友或店內美容顧問陪同下，都可以隨意發掘每個零售區產品的特色。店內明亮的櫃台採用「遊戲桌」的設計，讓顧客可隨意觸摸各樣商品。這種鼓勵探索的櫃台設計，其產品陳列方式就像美容雜誌的版面編排一樣，重視以鮮明色彩來吸引注意。

商店的翻新項目除了具體將新形象突顯出來，更含蓄地展現了蔓麗安奈專業美容顧問的廣博知識和細心服務，以及集團在健美產品領域的豐富經驗。蔓麗安奈是法國的市場領導者，在短短二十年內，集團已在十二個歐洲國家設有一千二百五十家分店。

在大變「新」後，蔓麗安奈的招牌無人不知 — 它摒棄以往的中性色調，轉用彩虹七色。招牌以紫紅色為主調，輔以青檸和珊瑚色調，再配上柔和的白色，營造活潑、動感的效果。

和黃集團旗下的另一美容連鎖店Superdrug設立的新一代概念店，也是以鮮色為主調。該品牌在英國和愛爾蘭共有九百家商店，舖面上用粉紅和閃銀色，配合其他新穎設計。

Superdrug行政總裁蘇德蘭(Euan Sutherland)說：「無論是分佈在繁華的商業區或各大住宅區，我們的商舖都十分鮮明突出，原因是招牌採用了粉紅和銀的特別色調。店內的收銀處也十分明亮，加上安裝了音效動態影像顯示屏，可以刺激顧客的購物慾。」

「Superdrug與供應商緊密合作，在新一代店舖設立銷售專櫃，有些分店更以嶄新的桌上展覽設計取代傳統的陳列櫃台，並安裝電視屏幕和特別照明。新一代概念店向供應商展示Superdrug多姿多采的品牌形象和豐富的產品系列，如今年新推出的獨家化妝品牌包括Famous by Sue Moxley、Elite Models、Taxi London和Outdoor Girl等。」

翻新前





零售業是 容不得一刻 的停滯， 更不能 固步自封

除了更改店舖設計，員工制服也耳目一新。為了使新一代概念店的員工與一般Superdrug商店的員工有別，新店員工均穿上時尚的全黑制服，並佩戴該店True Spirit珠寶系列中的粉紅珠、手鐲和皮帶。

蘇德蘭說：「新一代概念店並不僅是形象上的改變，而是關乎顧客整體的體驗。我們設計了顧客滿意度調查，向顧客收集有關所有商舖包括新一代概念店的意見。透過這些渠道，我們得知顧客非常喜歡新店的概念。」

「顧客體驗是商舖設計的主要考慮因素，為了強調悠閒的氣氛，商舖設置美容專區，並擴大通道，讓顧客有更多空間溜躑。對顧客來說，美容顧問的獨立意見十分重要，也是公司發展策略的重要一環，並且是Superdrug擴展美容產品業務的一股主要動力。」

為了加強培訓美容顧問，Superdrug推行新的模式，讓倫敦區分店的員工在倫敦時裝學院接受訓練。Superdrug亦會每季安排美容顧問接受主要供應商的專門訓練，以確保她們得到推銷最新產品的知識。

一切轉變看來深為顧客受落。光顧了Superdrug接近十年的Roberta Whitter說：「我一星期總會到Superdrug購物一次，新店的通道更加寬敞，顧客再也不用擠來擠去，瀏覽起來倍感舒適寫意。」Roberta還喜歡惠顧附近的水療中心和到名牌店購買減價貨，她又說：「商店的色調更鮮艷，感覺更清新，我就很喜歡它那種粉紅色的主調。Superdrug的化妝品和護髮產品也比以前豐富，而且價格仍然超值。」

劉俊廷五年前從香港移民歐洲，在法國史特拉斯堡一家科技公司工作，平日常在當地的ICI PARIS XL店購物，他說：「在ICI購物是一種享受，全新設計的櫃台，使瀏覽商品和試用樣本時更加便利。」

此外，根據公司進行的廣泛顧客調查和搜集所得意見，革新形象後的Kruidvat商店深受顧客歡迎。顧客形容商店的新面貌予人鮮明、清新和井然有序的感覺，更盛讚間隔設計更加寬敞。

黎啟明先生認為，所有翻新項目在多方面都是成功的。他說：「零售店現在涵蓋不同的客戶群，包括年輕一族，即Y世代，以及嬰兒潮時代出生的中年人士。店舖必須迎合兩者的需求，而非只取其一，因此，雖然我們努力為店舖建立時尚的新形象，但也要確保這些轉變為每位顧客所受落。」

屈臣氏集團的店舖翻新項目進展十分順利，而事實上零售業是容不得一刻的停滯。零售業者既不能故步自封，更需不斷緊扣消費脈搏，迅速回應市場需求。





人間有情

寧養服務惠及香港末期癌症病人



李

嘉誠基金會覆蓋全國的「人間有情」寧養服務計劃最近由內地伸延至香港，為香港基層末期癌症病人提供優質的寧養服務，令病人在生命的最後旅程中得到舒適的照顧，活得更有尊嚴。

香港每年約有一萬人死於癌症，約佔全港死亡人數的三分之一。癌症病人固然飽受肉體和精神折磨，痛苦不堪，他們的子女、兄弟姊妹、父母和配偶一樣感同身受。這種痛苦的經歷不會很快過去，病人需要接受長期治療，效果可能只是暫時性，而且復發情況相當普遍。因此，李嘉誠基金會推出「人間有情」香港寧養服務計劃，希望為末期癌症病人和其家屬減輕身心痛苦及帶來希望。

計劃將包括修建醫管局醫院聯網內八所寧養中心，及提升社區家居護理服務。這些中心採用色調柔和與雅緻的家居設計，在溫馨、寧靜、舒適的環境下，為末期癌症病人和其家屬提供專業照顧及設備。這項綜合計劃非常全面，服務範圍

包括症狀舒緩、情緒輔導和精神支援。寧養服務隊伍的成員包括醫生、護士、社工和心理學家，全面照顧每名病人和其家人的需要。

基金會主席李嘉誠先生說：「生命的尊嚴是無價的，不但是我們社會價值觀的重要一環，也是文明社會的標記。寧養服務的意義，在於一群有奉獻心的前線醫護人員，付出時間和心血，對面臨生命終結的末期病患者予以關懷和尊重。」

李先生親予讚賞前線的寧養工作人員：「雖然你們的工作最終總是面對令人傷感的結局，但卻值得社會嘉許，因為你們所做的，為病人在痛苦中帶來希望，將他們的痛苦轉化成平和、舒適與尊嚴。」

寧養服務也為病人家屬、特別是小孩、提供心理和哀傷輔導服務，與他們共度親人患病期間和痛失摯親的日子。計劃將會提供八千節心理輔導服務，並估計可以惠及七百五十名兒童和五百個家庭。醫管局預計，服務提升後，可讓額外



「生命的尊嚴是無價的，
不但是我們社會價值觀的重要一環，
也是文明社會的標記。」



日間寧養中心讓病人
在寧靜舒適的環境下得到
專業團隊的照顧。

五千名癌症病人受惠，計劃同時會增加二萬個日間寧養服務的名額和一萬二千次家居探訪。

計劃受到醫療界的熱烈歡迎，瑪麗醫院臨床腫瘤科榮譽臨床助理教授廖敬賢醫生說：「以往要匯聚如此多專才的全面醫護隊伍是十分罕見的，現在投入這些資源並集中在腫瘤科，可以大大改善對癌症病人的服務，減輕他們的焦慮。」

廖醫生續說：「開關溝通渠道，協助病人選擇最適合自己的醫療方法，可令病人的人生觀完全改變，變得更加樂觀積極。無論病人是否末期病患者，醫療的意義都是在於讓他們在患病期間享有更佳的生活質素，直至生命終結為止。」

計劃涵蓋全港，八家參與這項寧養計劃的醫院包括：瑪麗醫院、東區尤德夫人那打素醫院、葛量洪醫院、伊利沙伯醫院、基督教聯合醫院、瑪嘉烈醫院、威爾斯親王醫院和屯門醫院。

除了李嘉誠基金會捐出港幣四千二百萬元外，香港醫院管理局也將為計劃提供港幣二千三百萬元撥款。醫管局主席胡定旭對基金會的支持深表謝意，他說：「寧養服務是癌症治療的核心部分，早於病人確診為末期癌症開始，即可接受寧養服務，隨後再根據跨醫護專科的評估，去制訂全面照顧病人身心及社交需要的服務計劃。李嘉誠基金會的慷慨捐獻將有助推廣寧養服務，惠及有需要的病人。」

李嘉誠先生是在中國內地推動免費寧養服務的先驅，基金會早於一九九八年開展「人間有情」寧養服務計劃，至今已有逾六萬五千名負擔不起專業醫療照顧的癌症病人受惠。二〇〇八年，服務將擴展至全國二十八所寧養院，每年受惠病人達一萬八千名。至目前為止，基金會捐助內地和香港寧養服務計劃的總額已超過港幣二億四千萬元。



能 源 專 題

破冰 群英



特種部隊游弋北大西洋以防海難



近百年來，國際冰上巡邏隊(International Ice Patrol)一直在橫越大西洋的航線上，搜尋、跟蹤和測繪漂浮的冰山，這支由國際社會資助的巡邏隊在「鐵達尼號」於一九一二年四月沉沒之後成立。鐵達尼號是當年全球最大的客輪，但在首航途中撞上一座冰山沉沒，一千五百多人葬身大海。

冰上巡邏活動隨即於同年展開，當年只有兩艘美國海軍船隻在加拿大最東部的省份——紐芬蘭岸外的格蘭德班克(Grand Banks)巡邏。美國海岸巡邏隊一九一四年接手冰上巡邏任務，並駕駛大力士C-130運輸機執勤，一直維持到今天。巡邏隊的指揮官羅傑信(Scott Rogerson)說：「成立這支巡邏隊的起源來自鐵達尼號慘劇，我們的任務只有一個目標，就是防止類似悲劇重演。」當年鐵達尼號在紐芬蘭聖約翰斯(St John's)以南約五百哩處沉沒，自此冰上巡邏隊每年都舉行紀念活動，把花圈和花束拋入大海，追悼這艘失事的船隻和罹難的乘客。

巡邏隊的任務是測繪「所有已知冰塊的範圍」，為船隻有可能碰到冰山的大片海洋劃定界限。巡邏隊的巡邏範圍位於紐芬蘭東北部海岸與美國東海岸費城之間，北緯四十八度至四十度的水域，面積約五十萬平方哩。

搜尋冰山的季節一般於二月中旬開始，並維持到七、八月初。海岸巡邏隊的飛機配備左右和前方兩種觀測雷達，以網格隊形飛行，高度在北大西洋上空六千呎到八千呎。

冰山一旦穿越北緯四十八度，冰上巡邏隊就會格外留神。指揮官羅傑信說：「我們擔心這個位置對海上運輸產

生威脅，只要那裏有冰塊，我們都有信心找到。

可惜的是，在格蘭德班克附近，全年只有三分一時間有良好的視野。」

巡邏隊的巡邏範圍位於紐芬蘭東北部海岸與美國東海岸費城之間，北緯四十八度至四十度的水域，面積約五十萬平方哩。

雖然能見度低，但肉眼可以輔助電子感應器的不足，從C-130運輸機窗口外望，機員有時能察覺雷達探測不到的冰山。

儘管雷達經常能準確顯示海上物體的位置，但未必能次次把冰塊和漁船區分開來。

指揮官說：「兩者的輪廓相似，但肉眼觀察也能確定冰山的大小和形狀。舉例說，像一座小型體育館般大的冰山，存在的時間肯定長過像小屋子一樣的冰山。我們需要知道這點，如果雷達分不清楚，那我們可用肉眼觀察來補救。」

冰上巡邏隊每季平均會找到二百五十座冰山，但實際數字變化很大。在二〇〇五年和二〇〇六年，在北緯四十八度以南總共只找到十一座冰山；但在二〇〇二年和二〇〇三年，冰上巡邏隊平均每季卻找到九百座冰山。去年查察到的冰山，則有三百二十四座。

羅傑信說：「雖然有些年分查察到的冰山數量較少，但這並不代表危險會大大減低。只要有一艘船和一座冰山於同一時間在同一地點出現，便可能出現問題。」

格蘭德班克經常被形容為北大西洋中暴風雨最密、濃霧最多，也是最危險的地方。它是冰山必經之路「冰山巷」(Iceberg Alley)的所在地，大多數冰山會沿著這條路線向南漂



冰上巡邏隊每年都舉行紀念活動，追悼鐵達尼號慘劇。

移到加勒比海，最後在大海中融化。

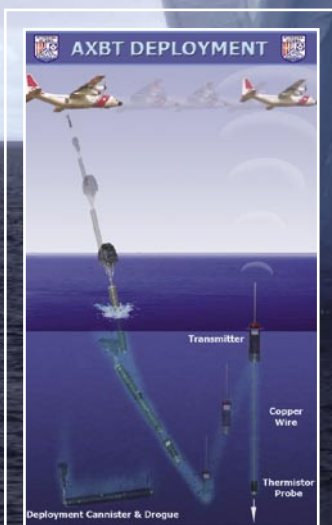
冰山長達兩年的旅程始於西格陵蘭冰川，這裏每年有多達一萬五千座冰山與主冰原分離，並緩慢向南漂移。大部分冰山在拉布拉多海流推動下，穿過格蘭德班克。

在這裏，冰山穿過國際航道，並在三個海上油田——希伯尼亞(Hibernia)、特拉諾瓦(Terra Nova)和白玫瑰(White Rose)——附近漂流，對往來船隻以至

油田的鑽油塔和生產平台構成威脅。這三個油田的營運商分別是埃克森美孚、加拿大石油及黃旗下的赫斯基能源。

在冰山季節，處理冰塊是這些油田的日常工作之一。希伯尼亞平台建於一個水泥基座之上，在設計上能承受一座一百萬噸重冰山的撞擊力。在特拉諾瓦和白玫瑰油田，若有冰山漂得太近，生產船隻會迅速解除與海床的接駁裝置，以策萬全。

儘管冰上巡邏隊把冰塊留給石油公司處理，但會為石油公司搜集冰塊數據。總部在聖約翰斯的Provincial Aerospace Ltd監控位於紐芬蘭石油區的冰山和海上冰塊，並把這些數據傳達巡邏隊。冰上巡邏隊又跟其他機構合作，包括加拿大冰雪服務署(Canadian Ice Service)和美國國家冰雪中心(US National Ice Centre)，並使用一個同步數據庫來互通發現冰山的消息。



為幫助搜集數據，冰上巡邏隊裝設了海洋浮標來跟蹤海流，並使用衛星來測量水溫。



電腦模擬系統也被用來預測漂移中冰山的方向，為幫助搜集數據，冰上巡邏隊裝設了海洋浮標來跟蹤海流，並使用衛星來測量水溫。羅傑信指揮官說：「我們已逐漸了解到當冰山向南漂流時，海洋裏所產生的變化。」冰上巡邏隊把海面溫度、風向、浪高和海流都輸入模型中，以預測冰山漂移的方向，其後向海員發出地圖和簡報。

這個系統看來的確有用，鐵達尼號悲劇發生後，在冰上巡邏隊負責的水域內，再也沒有發生過船隻撞上冰山而造成的傷亡事故。那麼，為甚麼不乾脆摧毀這些冰山呢？答案是，摧毀一座冰山並不是那麼容易。巡邏隊說，擊碎一座七萬立方呎的小冰山(重達一千九百六十噸)需要一千磅的常規炸藥，而摧毀一座普通冰山，往往需要多一百倍的炸藥。

即使在今天這個擁有雷達、感應器和衛星的高科技時代，船隻仍有可能出事。一九九三年，冰上巡邏隊跟蹤到一千七百座冰山，而有三艘遠洋輪撞上了冰山。二〇〇四年，一艘漁船正面撞上一座冰山，船頭粉碎。

指揮官說：「紐芬蘭格蘭德班克是世界上最危險的航運區，因為這裏有鑽油塔、有冰山、有公海、視野差、越洋船隻.....還有漁船。即使有今天的先進技術，只要這些環境因素一日存在，冰山仍然會對格蘭德班克構成威脅。」



赫斯基採油忙

赫

斯基能源的總部位於卡爾加里，是格蘭德班克白玫瑰油田的營運商，擁有加拿大東部岸外貞德盆地(Jeanne d'Arc Basin)九個勘探許可證。自二〇〇五年十一月起，赫斯基在白玫瑰油田生產輕質原油。

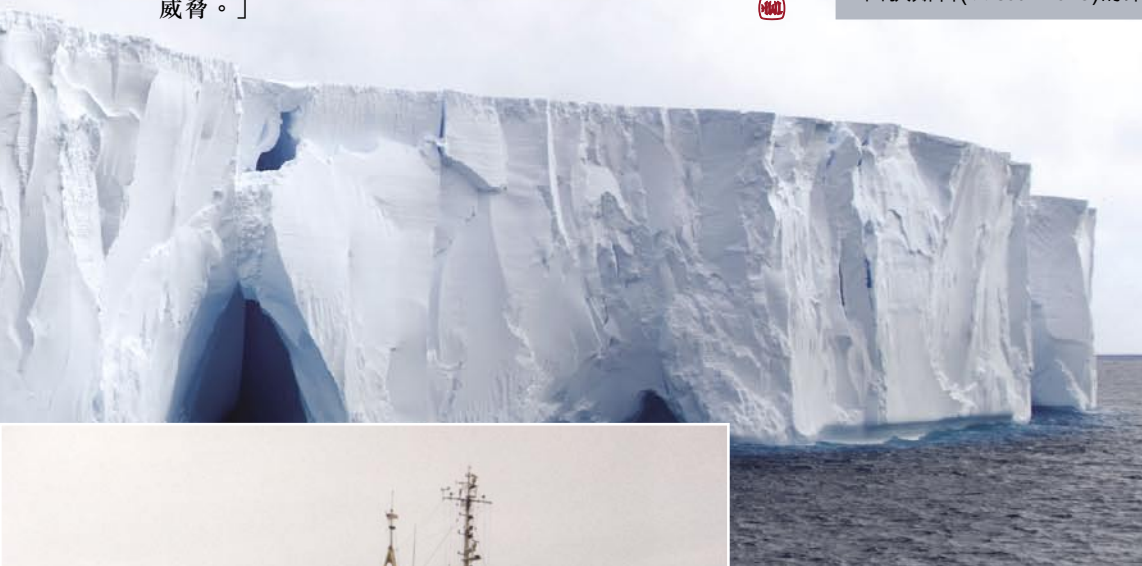


紐芬蘭岸外有三個已投產的油田，其中最小的產量二億五千萬桶的白玫瑰油田，但在開發三個衛星油田後，預計該油田的規模將擴大一倍。第一個衛星油田被稱為 North Amethyst，赫斯基預期可於今年夏天獲得規管當局批准開始鑽探，並計劃於二〇〇九年底或二〇一〇年初開採出第一桶油。

今年夏天，赫斯基將策劃初步的勘探活動，為白玫瑰油田、其三個衛星油田和五個勘探許可證的地區搜集地震數據。工作人員將使用聲波來測繪海床下的地質，並找出潛在的鑽探目標。

赫斯基同時是紐芬蘭離岸特拉諾瓦油田的項目夥伴。

去年，赫斯基獲得了格陵蘭離岸三個勘探許可證，公司擁有其中兩個勘探區的多數股權，並與格陵蘭國家石油公司Nunaoil AS建立起夥伴關係。公司又與Esso Exploration Greenland和Nunaoil合作，開採稱為西狄斯科(West Disko)的第三塊油田。



肉眼可以輔助電子感應器的不足，從C-130運輸機窗口外望，機員有時能察覺雷達探測不到的冰山。



鬱金香與荷蘭的文化淵源



提起荷蘭，我們不期然會聯想到自行車、木屐和芝士，還有在鬱金香處處吐艷的翠綠田野上，懶洋洋地轉動着的大風車。除了這些傳統印象外，這個先進的國家更以新舊交融、百花齊放的文化特色名聲遠播。

這種對立而又融和的美感，最能體現於阿姆斯特丹這個歐洲其中一個最美麗的城市。最佳例證是當地舉目皆是，以飛檐、尖頂和鐘樓為特色的文藝復興風格建築，其中著名舊教堂(Oude Kerk)的八角形鐘樓聳立於市中心，曾經是港口往來船隻的燈塔；庭園森森的貴族市政廳，則與當地一些歐洲最出色的現代建築和基建設施互相輝映。

阿姆斯特丹全市有五十多家博物館，記載了這個民族在各方面的悠久歷史，並展現出荷蘭如何發展成為世界上其中一個最自由、最包容的社會。除了全國最大的國立博物館(Rijksmuseum)深受歡迎外，這裡還有「安妮之家」(Ann Frank House)，也就是二戰時期猶太小女孩安妮·法蘭(Ann Frank)與家人逃避納粹德軍而匿藏的地方，安妮還在日記中記載了這段悲慘經歷；梵高博物館則紀念梵高這位生前飽受煎熬的曠世藝術奇才。這些博物館吸引大批遊客參觀，令荷蘭人引以自豪。

另外，當地縱橫交錯的運河也是特色之一。荷蘭有接近兩成的國土被水覆蓋，故運河無處不在。在阿姆斯特丹的水道上，船屋穿梭往來，美麗如畫的風光彷彿永恒不變。

然而，荷蘭最著名的象徵相信莫過於一朵卑微的山花——鬱金香。這種花與荷蘭結緣數百年，除了玫瑰外，血紅色的鬱金香也被視為完美愛情的象徵。有些品種的香味濃烈刺鼻，有些花瓣滑如綢緞，有些則閃耀種種豔麗色彩，例如鮮橙色、火紅色、淺粉紅，紅黑色到象牙白、淡黃色、酒紅色……姹紫嫣紅、千姿百態、無窮無盡。

每年春回大地，鬱金香處處盛放，花園和郊野一片花團錦簇。每年十月尚未入冬之

鬱金香與荷蘭結緣數百載



奇妙花世界





每年春回大地，
鬱金香處處盛放，花園和
郊野一片花團錦簇。



荷蘭小檔案

人口：一千六百四十萬

面積：四萬一千八百六十四平方千米
(一萬六千一百六十四平方英里)

人均國內生產總值：三萬八千六百美元

主要出口：金屬製品、化學產品、食品

互聯網網域：.nl

際，花農都會種植成千上萬的鬱金香球莖，期待來年三月到五月春天時盛開。素有「歐洲花園」美譽的庫肯霍夫(Keukenhof)是全世界最有名的鬱金香公園，栽種逾百種鬱金香，數量達到七百五十萬枝，據說是世界上最多人拍照的景點。

庫肯霍夫公園二〇〇八年慶祝開放五十九周年紀念，並將推出一個以中國北京奧運會為主題的特備項目。從二〇〇八年三月二十日到五月十八日期間，公園將以突顯中國深厚歷史文化的不同活動體現此主題，包括奧林匹克展覽會和「紫禁城」花園，花園裡面更會展出許多採用中文或奧林匹克名稱的新品種。

公園發言人卓利斯(Annemarie Gerards)說：「這個春天，庫肯霍夫公園將處處綻放奪目耀眼的色彩，令遊客目不暇給。」

「城裡中國」(China in Town)將介紹中國傳統服飾，突出中國不同民族的特色。卓利斯說：「這個項目的靈感，來自中國民族服裝的傳統手工藝和富象徵意義的圖像。我們邀請了現代設計師前往中國取經，包括研究侗族和苗族等中國少數民族的傳統服裝、頭飾、首飾和鞋飾。」

卓利斯表示，公園在二〇〇八年的目標，是希望增加三成半中國遊客數目。多年來，庫肯霍夫公園一直是歐洲最受中國遊客歡迎的五大景點之一。

當然，文化聯繫不僅僅局限於鬱金香節；十二月，荷蘭將在香港舉辦「設計營商周」(Business of Design Week)。這項名為「開放思維 — 展示荷蘭設計」(Open Minds—Presenting Dutch Design)的活動，涵蓋服裝、建築、通訊和產品設計領域。

展覽的焦點將集中在荷蘭卓有成就的三個民生範疇：水、食品 and 花，以及城市生活。

同時，還將為學生舉行一系列大師班和交流活動，而香港的荷資公司屆時也會推出配合設計營商周主題的活動項目。

鬱金香並非只有觀賞用途，它也是一門很大的生意。根據庫肯霍夫公園資料，世界上逾百分之五十三的鬱金香球莖生產區位於荷蘭。全世界的球莖貿易規模目前達到十一億美元，而荷蘭就佔了球莖出口總值約八成。

以上寥寥幾個數字，並無法道盡鬱金香的精彩故事。在早年的荷蘭，發生了一宗與鬱金香有關的故事，反映人類的無窮貪婪和慾望，一名花農的兒子范爾頓(Sjoerd van Eeden)對此津津樂道。范爾頓夥拍兩個朋友於二〇〇五年在市中心創建了阿姆斯特丹鬱金香博物館(Amsterdam Tulip Museum)，向遊客介紹鬱金香如何從一種罕貴的花卉發展成為荷蘭人鍾愛的名花。

鬱金香確實源於何處已經無從稽考，但范爾頓說鬱金香傳入荷蘭之前，在土耳其伊斯坦堡的蘇丹王花園裡已可見到它的芳踪，這種花更在十七世紀掀起荷蘭的一股投機熱潮。

他說：「那個時期被稱為『鬱金香狂熱』，鬱金香的價格被炒得足以與房地產比高，結果導致了災難性的金融崩潰，可說是資本主義歷史上第一次的金融泡沫。大多數歷

史學家認為，阿姆斯特丹是世界上第一個真正的資本主義城市。阿姆斯特丹股票交易所則是全球第一個，也是最古老的股票交易所，它和『鬱金香狂熱』引發的災難屬於同一時期。這種鬱金香球莖的投機買賣，是早期資本主義失控的一個例證。」

范爾頓指出，他的博物館每星期都吸引大批來自香港和中國內地的遊客，博物館還為他們提供中文導遊手冊。

館長更為熱衷園藝的香港人提供了一些建議，他說：「鬱金香必須種在室外，由於它們來自中亞地區，需要生長於嚴寒之地，因此在香港往往無法種植成功。如果香港遊客希望買一些鬱金香球莖，我會建議他們選擇孤挺花(Amaryllis)。

「這種鬱金香的球莖很大，可置於室內用泥土在花盆裡栽種或直接用水養殖，栽種後大約六個星期便會開花，長出幾枝兩呎長的花莖，每枝可開四至六朵花蕾。這無疑是最適合香港人和在香港最受歡迎的鬱金香球莖，而且絕不用擔心有心栽花花不發！」

阿姆斯特丹 股票交易所 是全球最古老的 股票交易所



歐洲門戶

荷

蘭是國際公認的歐洲門戶，鹿特丹是世界上最大的港口，毗鄰歐洲各大城市，因此在鹿特丹方圓五百千米範圍內，人口多達一億七千萬，密度之高等於是紐約或東京這些大都會的三倍。

和記黃埔港口的北歐區董事總經理兼歐洲貨櫃碼頭(ECT)主管韋斯特(Jan Westerhoud)說，和記黃埔有限公司早已注意到鹿特丹作為貨運樞紐的潛力，並加以發揮。ECT是鹿特丹港口的的主要經營商，於二〇〇二年被和記黃埔收購。

他說：「和黃對這個港口的運作發揮了很大的作用，我們學習了他們深厚的市場知識和嚴謹的理財方針，得益不淺。這個市場蓬勃發展，我們在過去四年每年均錄得雙位數字的增長。」

韋斯特指出，發揮此增長潛力的關鍵因素是，通過鐵路或駁船設施來擴展或提升內陸的貨運聯繫。他說現在鹿特丹內河碼頭附近的新建Euromax碼頭首期項目將於今年九月竣工，而內河碼頭的駁船泊位應可於六月完成。歐洲貨櫃碼頭目前的年吞吐量為六百萬個二十呎標準貨櫃，Euromax碼頭首期落成後，預計其處理能力將增加二百三十萬個二十呎標準貨櫃。

和黃在荷蘭的業務範圍除了港口以外，旗下屈臣氏集團也透過Kruidvat在當地經營業務。Kruidvat是荷蘭保健和美容產品零售業的翹楚，而在鄰國比利時也是名聞遐邇。

Kruidvat一向以超值的貨品價格著稱，並領導荷蘭零售業的潮流，出售古典音樂唱片、書籍和電子產品等藥店較少見的貨品。Kruidvat的發言人麥斯(Jose Mes)說：「我們所做的和所出售的每件貨品，均務求實踐品牌承諾，就是永遠物超所值、永遠出人意表。」

屈臣氏集團在荷蘭市場的其他零售連鎖店更包括ICI PARIS XL和另一個保健和美容品牌Trekpleister。



百變 信用卡

信用卡曾一度
被視為富裕人士
身份象徵，但現已
成為一般人日常
必備的恩物



未來數年，最新的高科技玩意可能是信用卡電話。使用這款手機，只須輕觸幾下按鈕，即可訂購產品和服務以至支付賬款。信用卡電話也可預訂國際航班機票，只要輸入信用卡付款資料、下載電子機票，然後到機場辦理登機手續，彈指之間便可完成一連串操作，方便快捷。

以上並不是科幻小說的情節，為手機植入信用卡晶片的技術已經存在，只要銀行和信用卡公司認為時機成熟，便可將這種技術推而廣之。

信用卡現在成了日常生活的必需品，很難想像以往只用支票或現金付款的日子。二十年前，信用卡在普羅大眾之中還是相當罕有，能一卡在手的多是有錢有閒、經常周遊列國的上層階級。

英國人白禮文(Nigel Beatty)在二十五年前開始接觸信用卡業務，大半生都是在研究信用卡的發展，他最近在香港協助重新推廣ComPass Visa信用卡。該卡其中一個特點是以Europay



信用卡的普及讓現代人享受網上購物的方便與樂趣。

萬事達卡(EMV)的高科技晶片取代舊式磁帶，大大提高了保安功能，並可以為長期客戶度身訂造優惠和獎賞。

白禮文對信用卡的用途和歷史瞭如指掌，對EMV晶片的優點如數家珍。EMV晶片有更高的保安功能，加強了製造假卡的難度和成本，使騙徒難以施其技，因此亞洲其他地區和世界各地也相繼採用這種保安技術。這種保安功能可大大減少信用卡被複製或資料被盜取的風險，所以廣為公眾受落。

現在出外旅遊，無論是公幹或度假，如果沒有一張信用卡傍身，都會感到諸多不便。酒店往往要求房客在登記入住時

刷卡繳付按金，租車公司不會受理沒有信用卡資料的預訂，而愈來愈多航空公司鼓勵客戶使用信用卡在網上訂票。

白禮文是英國信用卡顧問公司Aconite的高級顧問，同時更擔任星展銀行信用卡新計劃的項目經理，他說：「信用卡的使用率逐年穩步上升，我們預期將續有新卡和新產品面世。」

「目前卡的種類五花八門，包括信用卡、預付卡和扣賬卡等，並廣泛受落。Visa卡在世界各地都通行，在外遊時簽賬付款更成為主要使用範疇。信用卡行業現已打破地域限制，只供本地消費的信用卡愈來愈少，而信用卡的發展前景更是無可限量。」

年輕的一代現在視信用卡和網上繳費為家常便飯，在他們眼中，支票屬於上一代的產物。旅行支票曾經為外遊人士帶來不少便利，但現已風光不再。

信用卡熱潮也帶動起消費主導、活在當下的社會心態，分期付款已不再是甚麼令人慚愧的事，這種購物慾是刺激全球經濟增長動力之一。

中文大學財務學系副教授蘇偉文說：「在一定程度上，信用卡釋放出大眾的消費能力。我想年輕一輩比較容易接受新事物，樂於使用信用卡交易，而較年長的一輩則主要使用信用卡來延長還款期；但不管怎樣，信用卡永遠無法完全取代現鈔。」

雖然信用卡自八〇年代才在全球漸趨普及，但其基本概念並不新鮮。商人讓客戶賒賬是一個古老的營運模式，美國公司西聯(Western Union)將其發揚光大，於一九一四年推出了第一張金屬卡讓相熟客戶延遲付賬，成為全球信用卡的鼻祖。

到了上世紀中葉，大來信用證的推出使信用卡經歷了另一項重大發展。這種信用卡實際上是一種消費卡，讓商務人士在外公幹時可提高消費額，毋需攜帶現金也可隨意消費。

近年來，信用卡的增長主要是由Visa、美國運通和萬事達卡帶動。這些公司不斷研發技術，使信用卡的功能更加先進，從舊式的機器壓印單據，變成磁帶刷卡，使交易時間縮短至數秒之間，至近年更加入內置晶片。

由星展銀行與和黃組成的合營項目ComPass Visa，早於十二年前推出了全球首張EMV兼容的晶片信用卡，為持卡客戶提供多重優惠，包括香港首創的即時現金回贈獎勵計劃，範圍涵蓋和黃集團旗下多家商戶，包括超市、電訊服務供應商和個人護理產品專門店。

星展銀行與和黃更於二〇〇六年大力革新ComPass Visa，推出一系列新猷，包括提高信用卡的安全功能，並為長期客戶提供更多額外獎賞和優惠。

新卡由策劃至推出，都需要投入龐大的資源。星展銀行信用卡及私人貸款業務副總裁容偉說：「新產品的籌備時間往往長達兩年，並需要一支超過十五人甚至多達五十人的專責隊伍，參與不同發展階段的工作。」

儘管現金交易不可能完全被取代，但在現代社會，信用卡已是無孔不入，每日全球的簽賬額更是以億元計，可見信用卡已是大多數人的消費理財工具。



COMPASS創新猷



香港人注重效率、愛用新科技，信用卡因而成為帶動消費潮流的動力。

本港人口逾六百九十萬，其中三百四十萬人符合信用卡申請資格。

在這批合資格的人士中，超過五十萬人持有ComPass Visa，可見此卡擁有非常高的市場滲透率。

ComPass Visa將與和黃旗下的生活易網站聯手推出全新的合作計劃，讓客戶獲得更多優惠。

生活易是於二〇〇二年推出的一站式入門網站，為市民提供政府和商業機構的各種資訊和服務，當中的婚姻資訊網頁「新婚生活易」，其每月瀏覽次數更高達五十五萬人次。根據城市大學最近進行的一項調查，逾九成三準備結婚的人士都會瀏覽生活易網站，以取得有關籌備婚禮的最新資訊。

ComPass Visa夥拍生活易於三月底推出一個以婚禮為主題的小型網站，並設立一個專屬會，為會員提供諸如婚宴、婚紗攝影、蜜月旅行等資訊和優惠。

ComPass Visa更會為客戶提供預先批核現金透支的特惠利率、提高臨時信貸限額和其他相關服務等，使簽賬消費更加方便。香港婚宴行業估計今年的營業額將逾港幣一百零一億，有了ComPass Visa這些特別優惠，即將共偕連理的新人當會喜上加喜。

此外，ComPass Visa與生活易的策略性合作將繼續擴展至照顧客戶其他重要的人生階段，例如生兒育女、新居搬遷，以至子女教育基金等。



舉重若輕

談 到人類最早期的商貿往來，相信很多人的腦海都會浮現小貨船在碼頭旁起卸貨物的熟悉畫面。數千年來，各大洲的國家和城市發展商貿，互通有無，大大推動了社會進步和經濟繁榮。在近代，香港致力滿足進口商、出口商、付貨人和航運公司與日俱增的貨運需求，其貨運港地位舉世無匹。

當年... 最早期的「起重機」十分原始，只是用竹竿加上人力搬運大量貨物，以當時來說確是既簡單又有效的方法。百年前，在九龍的黃埔碼頭和亞洲各地港口，經常可以見到這種貨物起卸的情景。

今日... 港口經營商革新了貨櫃運輸業的面貌，碼頭工人以前用起重機把板條箱一個個吊起裝到貨船上，現在強大的岸邊吊機已取而代之。岸吊每次可吊起兩個二十呎標準貨櫃，每台平均每小時可運轉四十四次，大大縮短貨輪的停泊時間。在葵涌這個全球其中一個最繁忙的港口，香港國際貨櫃碼頭營運四十六台岸吊，其中三十七台有雙吊提運能力。

