

sphere

#48 2020 
長江和記集團刊物



午夜長和

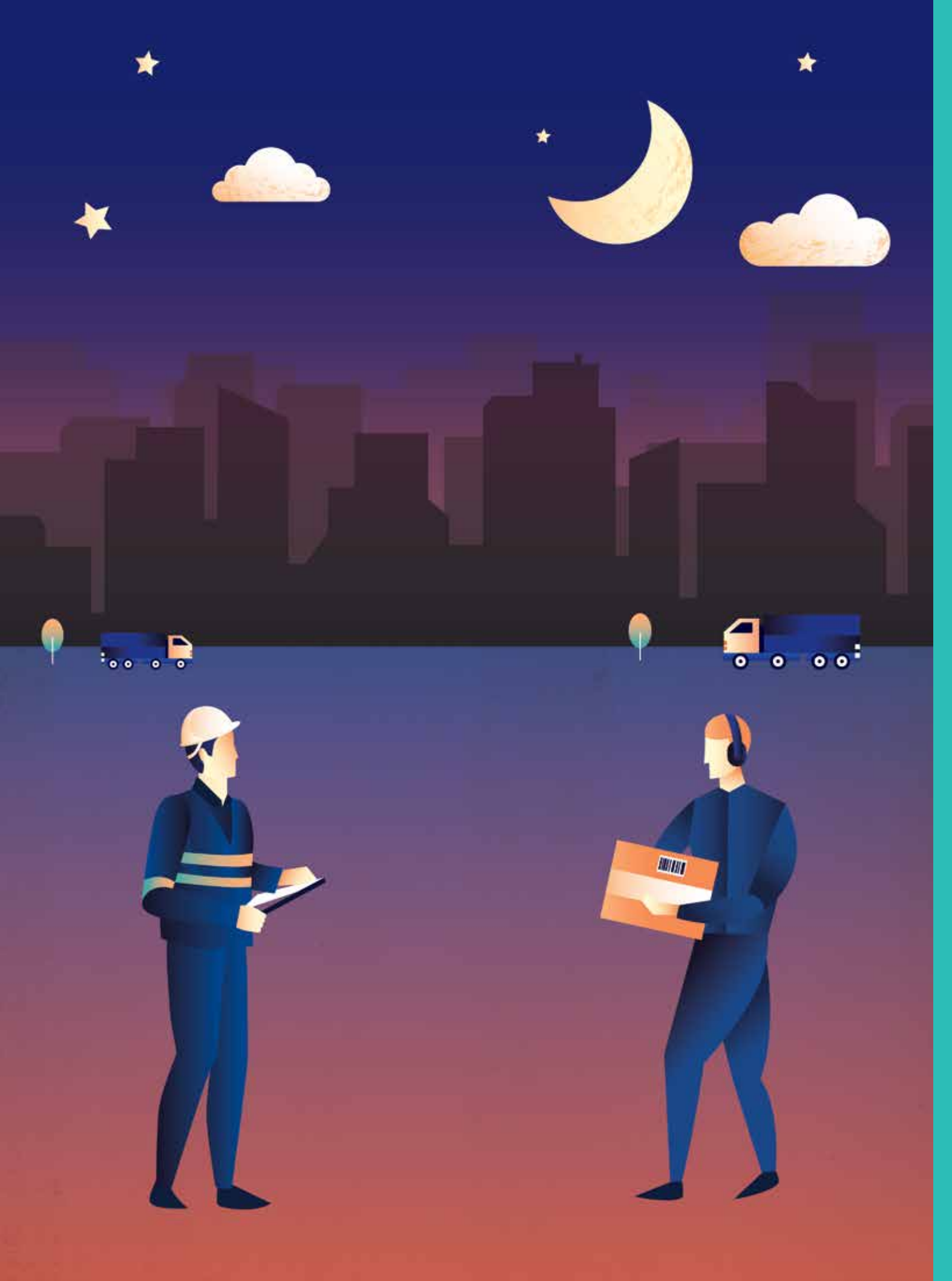
3集團環球整合 14

「應急錢10億」計劃 17

世界語言 20



下載電子版《Sphere》





《Sphere》#48
2020年1月號

封面插圖：李慧勤

在月暗星稀的晚上，長江和記的精英團隊竭盡所能提供優質服務，讓客戶在漫漫長夜裏仍可安枕無憂。



科技必須能照顧人類身心需要，
才有其存在價值。

內文提要

科技添聯繫

科技日新月異，每每教人眼界大開；惟必須能確切照顧人類身心需要，才是成功的科技。

3 深明這個道理，把電訊服務的專業技能、廣闊覆蓋和精湛科技，結合推動音樂發展的熱誠，緊扣客戶心靈。

踏入5G新世代，物聯網、航拍機、無人駕駛汽車等新應用科技蓄勢待發。集團重組電訊業務，整合流動電訊發射塔資產，新成立的電訊控股公司CK Hutchison Group Telecom與其附屬公司CK Hutchison Networks，為邁進5G世代積極裝備。

人類最初發現火，其後又發明電燈，令夜晚不用再等同休息時間。現代文明社會要確保一切運作如常，夜班工作不可或缺。科技在此

擔當著重要角色，協助晚上不眠不休的工作人員，保證燃氣、食品、電力，以至娛樂每星期7天24小時無間斷供應。

集團的夜班員工為客戶辛勤工作，李嘉誠基金會則在艱難時期，為香港中小企解決燃眉之急。基金會推行「應急錢」計劃，撥出港幣10億元協助本港中小企面對經營困難。計劃本著關懷與信任，配合人工智能科技，由籌策計劃、審批申請至發放應金錢予成功申請者，全部在短短數星期內完成。

長和團隊秉持專業的精神，日以繼夜為客戶摯誠服務。□

 CK HUTCHISON HOLDINGS LIMITED

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。

©2020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

香港皇后大道中2號
長江集團中心48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

編輯顧問：
韋漢忠

如有意見及查詢，
歡迎發電郵至
SphereE@ckh.com.hk

目錄

04

集團消息

企業

港口

零售

基建

能源

電訊

及更多!



14

電訊焦點

3集團環球整合

電訊部門進行財務與架構重組，釋放價值並為電訊業務往後拓展作好準備。



封面故事

深宵任務

每當夜闌人靜，便是長江和記深宵精英部隊出動的時候。
他們日入而作，確保石油、燃氣、電力、貨櫃和零售等運作
暢順，致力維持經濟與生活的健康命脈。





20

電訊專題

3以音樂貫通全世界

從歐洲至亞洲，3以音樂作世界語言貫通全球，不僅為客戶送上音樂娛樂，更締造機會助年輕人夢想成真。



17

公益焦點



「應急錢」助中小企紓困

香港正處於前所未見的經濟困局，李嘉誠基金會及時向中小企伸出援手，以助解憂紓困。

集團消息

港口

碼頭慶金禧

和記港口香港國際貨櫃碼頭成立50周年誌慶，特別於2019年12月1日假香港海事博物館舉行「香港國際貨櫃碼頭50周年同樂日」。博物館於當天免費開放，讓大眾探索香港海事的歷史和發展，吸引超過700人次到場參觀。昂然邁向下一個50年，恭喜恭喜！

「電子版堆場便條紙」實現外運貨櫃車操作資訊電子化與數據化。

世界港口日

去年9月，和記港口歐洲貨櫃碼頭鹿特丹舉辦一年一度的「世界港口日」，向員工、顧客及公眾介紹碼頭及其運作，活動包括碼頭導賞、貨櫃堆場運作示範、乘坐跨運車和正面吊機、以及參觀鐵路吊機和自動導航車操作示範。



阿曼添先進吊機

和記港口蘇哈爾引進阿曼與中東地區首見的新型遙控吊機，除加裝兩台外伸距離達24個貨櫃、以遙距方式操作的岸邊吊機外，尚有八台自動化輪胎式龍門架吊機陸續投入服務，技術提升更臻完善。

無紙口岸

和記港口鹽田國際「電子版堆場便條紙」於2019年7月正式上線，實現外運貨櫃車操作資訊電子化與數據化，提高操作效率、節省紙張、減碳環保。

貨櫃鐵路運輸服務開通

緬甸鐵路於和記港口緬甸國際貨櫃碼頭提供新的貨櫃鐵路運輸服務，首班火車運載原材料至仰光以北的木漿廠；此恆常服務把當地的木漿經和記港口緬甸國際貨櫃碼頭出口到外地。



屈臣氏中國喜迎第三千八分店

屈臣氏中國第3,800家店舖選址雲南省最大的城市昆明，為顧客提供一對一彩妝服務及全面的數碼體驗，進一步鞏固其市場領導地位。



企業

東華長者齊慶生！

長和義工隊為東華三院的長者賀壽，在生日會上表演短劇又一起唱歌，長者們開懷大笑！



年輕新力量

屈臣氏集團首次成立千禧世代企業社會責任委員會，由來自歐亞11個市場14位年輕同事組成，協助集團實踐企業社會責任的目標。委員會全體成員早前齊集泰國美索，參與Give a Smile笑亮童心醫療行動；相關計劃至今已為約1,500名唇顎裂兒童提供免費微笑修復手術，為他們的生命帶來希望及改變。

尖端零售科技

屈臣氏集團科技體驗中心TECHLab於內地科技重鎮深圳揭幕，中心主要開發零售科技，以及進行應市前測試。TECHLab的最新技術包括無人商店、智能貨架、自動支付系統和設有面部識別功能的商店入口。



百佳新概念店隆重登場

香港百佳超級市場旗下TASTE於荃灣開設全新概念店，設計主打懷舊香港元素。而國際美食購物廣場GREAT Food Hall又以全新面貌開幕，匯聚逾12,000款環球精選產品，帶來迎合本地顧客要求的環球美食新體驗。

集團消息

電訊

Wind Tre擴大意大利覆蓋率

Wind Tre與Open Fiber攜手擴大光纖入屋網絡覆蓋，涵蓋意大利更多地區，包括羅馬、馬切拉塔與波隆那。透過加強光纖入屋與流動數據傳送容量，家居住宅與工業大樓均可以超速連線。



3奧地利總部轉用太陽能

3奧地利總部去年10月啟動太陽能系統，日後將依靠綠色能源，為公司總部供電。

奧地利音樂無限

3奧地利獨家提供「亞馬遜音樂無限」服務，客戶可享串流服務優惠，或以優惠價購買Amazon Echo的音樂。相關服務費用一併計入流動電話帳單內，一目瞭然。

斯里蘭卡啟動4G

HUTCH Sri Lanka的全國4G網絡已於2019年啟動，全面現代化的數據中心也同時投入服務。此外，新設置的統一收費系統可在同一平台上計算合約與預付費用。



基建

H21計劃獲二期撥款資助

由Northern Gas Networks牽頭進行的H21項目，旨在將現時的燃氣網絡轉換至百分百使用氫氣，獲英國氣電市場辦公室再批出680萬英鎊資助。款項將用於第二期的研究與開發，以及測試網絡運作與維修程序。

3印尼校園星探

3印尼去年七月至十月推出的校園計劃，除了提供免費數據鼓勵學生使用數碼教學程式外，也舉行天才比賽等活動，發掘青年音樂之星。活動有來自725家學校的10,000名學生參與，至今已有48家學校先後主辦過相關音樂節。



3香港迎接5G世代

3香港宣佈有關5G服務的最新部署，將網羅入門級至高階5G手機供用戶選擇。屆時月費計劃應以100GB為入門數據量，預期每GB 5G數據的價格會較4G更為相宜，讓客戶盡享精彩的5G極速體驗。

香港經濟峰會2020

在新城財經台聯合主辦的香港經濟峰會2020上，和記電訊香港控股（和電香港）執行董事兼行政總裁古星輝分享對運用創新科技，特別是5G和大數據推動新企業營運模式與商機的理念，可見和電香港致力協助推動香港成為世界級智慧城市。



基建

回收再造塑膠廢料鋪路

使用回收再造塑膠廢料鋪路的首輪試驗已在英國素里完成。這項由UK Power Networks與Stanmore Quality Surfacing (SQS)主導，並與素里和肯特郡議會攜手合作的項目，將大幅減少運送往焚化爐或堆填區處理的膠袋與膠瓶。待新路面通過下一輪測試後，SQS將與瀝青供應商合作，以擴大產品的應用。

微電網 大能量

EDL的混能項目是澳洲最大型再生能源微電網計劃之一，已於2019年完成第一期工程。項目利用23兆瓦容量的發電站將太陽能結合天然氣與柴油發電，為Gold Fields旗下的Agnew金礦供電。項目的第二期將加入風力發電和先進的微電網控制系統，預期在2020年中竣工。

水務企業奪兩獎

Northumbrian Water最近榮獲兩項全國大獎，包括透過數碼形式展示公司基建與資產的「建設資訊模式項目」，在《英國優秀建設獎》的數碼建設類別中脫穎而出。此外，Northumbrian Water亦獲頒《智能資產管理全球大獎》以表揚公司運用人工智能存取工程製圖及水處理工程與管道位置圖等電子文件。

其他

和黃中國醫藥科技腫瘤治療重大進展

和黃中國醫藥科技自行研發的靶向抗癌藥物「愛優特®」，去年11月獲納入國家醫保藥品目錄，讓內地更多患者能服用和減輕經濟負擔。該藥自2018年底推出以來，已協助內地數以千計的患者。

公司另一款創新腫瘤藥「索凡替尼」提前一年完成中國非神經內分泌瘤III期臨床試驗，其中國上市申請已獲國家藥監局受理並獲納入優先審評。索凡替尼又獲美國食品藥品監督管理局授予索凡替尼孤兒藥資格，用於治療胰腺神經內分泌瘤。



黑色素瘤抗原疫苗研發新里程

長江生命科技旗下附屬公司Polynoma LLC在美國馬里蘭州舉行的癌症免疫療法學會2019年會上，發表黑色素瘤抗原疫苗免疫療法研究的中期數據分析結果。相關研究取得階段性成就，為公司的科研發展奠下重要里程碑。



和黃書屋落戶海南



上海和黃藥業有限公司的義工團隊造福海南學童，在新學年為海南瓊海萬泉鎮的三家小學興建「和黃書屋」。

生活易2019年獎項大豐收

生活易的數碼解決方案團隊在2019年共囊括14項大獎，包括獲保險業亞洲獎頒發「年度數碼保險大獎—香港」，並在亞洲電子商貿大獎中連奪「最佳流動應用程式電子商貿一金獎」、「最佳用戶體驗一金獎」，以及「最佳電子商貿—金融服務—銀獎」。

深宵任務

夢工場2013年一齣電影《古魯家族》，描述古魯一家過著史前洞穴生活；他們每到黃昏便會躲進山洞，避免夜裏遇到可怕的事。

古時的人只可以日出而作、日入而息，現代人卻無分晝夜。城市發展改善晚間生活和安全，所以一天辛勤工作後，人們都能在夜間作樂，放鬆身心。

時

至今天，晚間工作已成為不可或缺的一環。現代文明必需的石油、燃氣、電力、貨櫃和零售等，都要每周7天24小時無間運作。然而，夜班工人需要對抗倦睏，操作重型設備和主要機械必須更加謹慎。

目前，長江和記領導全球的環球業務不但解決了這些憂慮，更令午夜成為工作的黃金時間，操作人員甚至在晚上表現更優秀。以往人類依賴火來劃破黑暗，而現代人掌控黑夜，靠的是人工智能、對人類身心狀況的認識，以及其他先進科技。

夜間操作對經濟有重大貢獻，不僅是日間工作的延續，而是善用了日落後才出現的獨特優勢。

光照倫敦

UK Power Networks燃亮倫敦中部165,000個家庭和商戶，當中包括倫敦市、文娛重地高雲花園和座落於倫敦市中心、世界馳名的倫敦西區劇院區。該地域是倫敦劇院的集





中地、交通樞紐與購物中心，堪稱全市最璀璨的區域。倫敦市的夜間經濟價值超過260億英鎊，僱用逾70萬勞工。市長簡世德為隆重其事，特別委任Amy Lamé為「夜皇」，主管倫敦夜間經濟活動。

Amy Lamé是著名作家、英國廣播電台節目主持人和娛樂企業家，曾任2010至2011年度肯頓市禮賓市長。她於2016年獲委任為「夜皇」，形容自己的職責是「確保倫敦市民不論是工作、出門辦事或消遣娛樂，夜間一切運作如常，倫敦的經濟活動在晚上6時後仍不止息。夜間經濟對首都的貢獻非常重要，僱用全市三分之一勞動人口，帶來數以10億英鎊計的經濟收益。事實上，夜間經濟增長比日間更為迅速。」

劇院和餐廳在晚上依然燈亮如晝，全賴電力公司的員工努力不懈，保持晚間電力供應源源不絕。Amy Lamé非常敬佩UK Power Networks的100位夜班工作人員，特意於晚上抽空探訪。

她會見了UK Power Networks倫敦中部地區經理史文斯，以及負責裝設新配電站、配電予比卡迪利廣場的多位工程師。史文斯領導團隊在夜間進行保養維修、裝設基礎設施，並監察供電表現。

「我們的夜間團隊集中搜尋倫敦地下電纜故障的確切位置，迅速而安全地修復客戶的電力供應，修理任何損毀的設備，並監察總長度達30,000公里及覆蓋17,000個配電站的地下電纜。在大型公眾活動舉行前，我們都會事先作好檢查，以確保電力維持穩定供應。」

倫敦發展非常迅速，電力需求大增，要確保在英國供應最可靠相宜的電力，著實是UK Power Networks的一大挑戰。公司在2015至2023年間，在倫敦的電網投資15億英鎊，包括新增九個配電站。

「夜皇」也注意到這一點，她表示：「在UK Power Networks的工程師和各方人員

努力下，倫敦在晚上保持繁榮活躍，全靠他們，倫敦得以成為一個璀璨的不夜城。我很榮幸能與工程人員見面，參觀相關基礎設施。」

午夜燃氣

在南半球的澳洲，長江基建集團成員公司Australian Gas Infrastructure Group旗下的Dampier Bunbury Pipeline (DBP)，同樣全年無休，每天24小時運作。由澳洲西部北端的丹皮爾，經珀斯輸送天然氣至南部的班伯利，輸氣管道伸延1,600公里。DBP服務對象包括家居用戶，以及供電予數以百萬計礦場和工廠的發電商。公司須按不同地域需求的高低變化，持續調節輸氣管道的壓力，以維持穩定輸送量。

能源生產商對天然氣的需求龐大，需求起跌動輒影響燃氣輸送量。澳洲的能源政策鼓勵廣泛應用可再生能源，尤其是太陽能。許多家庭日間自行發電，惟日落後他們需要依賴電網供電。因此DBP在黃昏時分的高峰期，





如果沒有當值控制員及整個工程團隊，西澳洲數百萬用戶的天然氣輸送與下游供電將會大受影響。

須按供電需求而增加天然氣輸送量。此外，可再生能源組合尚包括風力發電，但其輸出不穩定，每當遇上刮風時更難以掌握，令天然氣輸送量控制更形複雜。

每當天然氣輸送量需求上升時，當值控制員便大派用場。當值工程師需確保壓縮器的壓力保持適當水平，讓天然氣穩定輸出。當需求由高峰下降時，管道系統會進入修復模式。當值控制員便可維持輸送量，甚或完全停止輸出，令管道處於可控的穩定環境，以便進行維修工作。另有兩位工程人員，包括控制室運作監督和控制室運作主管，則候命提供後備支援。

Dampier Bunbury天然氣管道的主幹管道團隊，也會在西澳洲珀斯以北最主要的9號壓縮器站，支援兩位候命工程人員。如果沒有當值控制員及整個工程團隊，西澳洲數百萬用戶的天然氣輸送與下游供電會大受影響。

深海黑夜

赫斯基能源公司的業務同樣不分晝夜，24小時開採石油和天然氣。無論在北大西洋或南中國海，在茫茫大海中進行天然氣生產作業，工業安全至關重要，絕不容許絲毫失誤。

夜間工作最大的挑戰，在於操作員較易因倦睏而分心。因此，工作程序需要更周詳的考慮，確保生產操作和控制室器材監察得宜，一切符合運作規範，以保障工作人員的安全。

根據疲勞管理研究顯示，夜間活動涉及較少體力勞動，但鼓勵員工走動一下，有助保持清醒。員工都會編排兩人一組，採取夥伴制，互相檢測工作，也留意對方會否倦睏。他們太累可要求調配人手頂替，並可隨時到中央控制室緊急求助。

此外，即使實行夥伴制，他們的工作時間也稍有不同——其中一位開始上夜班時，其夥伴已工作了七晚，確保當中一人已完全適應。

而一些特別項目，也適合在晚上時段進行。深海業務監督安達宏深表認同：「我上夜班已超過20年，也寧願在晚上工作，因為大部分時間可不受干擾，專心完成特定項目。」

夜間發揮至佳

能源業務無間運作，集團的零售業務亦然。每天早上在超市新鮮的水果、乳酪、麵包和其他食品一應俱全，現代人已視作必然。要保持最新鮮的食品供應源源不絕，便有賴不同的團隊通宵達旦工作。



赫斯基能源的離岸作業實行夥伴制，同伴間互相提醒協助，克服夜間倦睏的情況。



香港是全球人口最密集的都市之一，百佳超級市場在此經營逾260家分店，服務超過730萬人。貨物每天由貨船、貨車和飛機從世界各地運到，為要求極高的香港人供應最新鮮的食品與其他產品。

像雪糕一類的產品絕不會存倉，而其他貨品則經分發中心直接送到店內。在上水工業區，百佳有50人專門運用先進技術，確保每天把適當的產品送往適當的地點。

來自日本或南美的新鮮水果、本地烘培工場新鮮烤焗的麵包，以及中國出產的新鮮蔬

菜，全部都在午夜處理。一支專責團隊默默地在晚上通力合作，幾乎不發一言；但又會各自聽到不同的聲音，有默契地整理需要運送的貨品。

相關聲音是由語音執貨系統發出，主要透過無線、話音辨識與合成技術，向戴著耳機的員工發出準確指示，指導他們到不同地方存取貨物；員工甚至可自選接受男聲或女聲的電腦指示。



UK Power Networks 為倫敦精彩的音樂廳、劇院和娛樂場所供電，照亮全城的夜生活。

「在UK Power Networks的工程師和各方人員努力下，倫敦在晚上保持繁榮活躍。」

Amy Lamé
倫敦市「夜皇」

效率提升，從員工的表現中表露無遺。過去他們需要透過紙上資料讀取指示，往往需時兩星期才達到正常表現水平。新採用的耳機系統騰空員工的雙手雙眼工作，只需三天便達至最佳表現；個別員工的工作速度甚至倍翻。

系統也令員工倍感安心，取貨員要是不確定提存的地點或貨品，可直接向電腦查核。電腦系統也減輕了招聘員工的壓力，因為相對學習圖表指示，低技術員工較接受接收話音指示。而且，在漫漫長夜有可信賴的「交談」對象相伴，工作變得更輕鬆自在。

取貨員確保不同的貨品運抵後會經貨車分發，每天清早為香港人送上所需的食品與消

費產品。要是沒有這批夜班員工，麵包的味道可能會較失色，蔬菜也可能有欠爽脆。

消費者安全至上

百佳新鮮食品分發中心的另一項午夜任務，由全日24小時運作的內地蔬菜農藥殘餘化驗室負責。透過獨有的內地蔬菜「農場檢定」系統，化驗室評核、培訓、查核及監察每個供應農場的種植過程及管理流程，並設立可追溯的條碼標籤系統。每天晚上，百佳會從每個農場的每款蔬菜抽取一個樣本，進行全面的農藥殘餘快速測試，以確保售賣的新鮮蔬菜可安全食用。

夜班取貨員依靠語音執貨系統協助理貨，確保日間店內貨源充足，井然有序。



凌晨時分，樣本都會送到百佳的上水食物安全中心，運用先進的分析儀器，進行嚴格的測試。假如發現樣本超過香港法定的最高農藥殘餘限量，百佳會馬上採取行動，將所有受影響貨品下架。

憑著獨有的「農場檢定」系統，百佳可透過每個菜籃上的條碼標籤，迅速追溯供貨來源，暫停向有關農場購入蔬菜。

接著，負責品質監控的百佳農科專員會到有關農場實地視察，調查問題成因，並採取糾正措施。若情況嚴重，或會永久停止向該農場採購。

「晚上是黃金時間」

和記港口泰國高級營運經理馬志孟胸有成竹地說：「晚上是黃金時間！」

該港口位於泰國的蘭差彭，幾乎是全世界實施最多遙遠控制與人工智能科技的貨櫃碼頭，採用多種不同的技術方案運作。不少情況下，港口晚上的效率更勝日間。

部分原因是晚上較少貨櫃車，該港口鼓勵貨櫃車晚上才來裝卸貨櫃，惟廠家都不願延長工時配合。馬志孟表示，「要是他們與和記港口泰國一樣，實施適當的科技，並領略箇中的優勢，可能會持較開放的態度。」

港口內採用的科技也令貨櫃車作業更方便，例如紅綠兩色的箭咀指示燈在晚間更為清

晰，讓司機可清楚辨別。若有貨櫃車停泊不洽當，自動龍門架可偵測出來，要求司機調整位置。遍佈堆場內的閉路電視又收錄所有活動，有需要時可以翻查檢視。

現代文明必需的石油、燃氣、電力、貨櫃和零售等，都要每周7天24小時無間運作。

假如貨櫃車司機未有將貨櫃從車架妥善分開，新式的吊機亦可偵測得到，避免以往不當操作導致貨櫃車和吊機損毀。現在的自動龍門架能偵測問題所在，並會在意外發生前，小心地將貨櫃放回地面。此外，由於現場是無人操作，貨櫃便不會有機會擊在地面的工作人員，大幅減少這種意外（在不太先進的港口，這種意外仍然存在）。

日照對吊機操作也有影響，因此遙控吊機操作員也比較喜歡夜班工作。同一套遙控技術，

不同時間於日光下產生變化，攝影機的鏡頭拍攝受到光影影響；晚上則照明範圍更廣、更穩定，也不會出現陰影及反光的問題，操作員可看得更清楚。加上閉路電視的解象度大幅提升，較肉眼所見更清晰。過往日間吊機操作員要從40至50米距離望向貨櫃與其卸貨位置，可能會出現盲點；遙控吊機操作員現時則透過科技改善裝卸貨櫃的準確度，同時也減少意外風險。此外，若有物件（貨櫃或貨櫃車）向錯誤的方向進發或太靠近另一物件，掃描器會即時發出警告。

馬志孟又指，地面工作人員通常較喜歡上夜班，其中一個原因是較涼快，這在熱帶地區是一個重要考慮。由於交通流量少，運作步伐也較輕鬆，凌晨3時甚至設有運動時段，以助保持清醒。晚上打點整理妥當，翌日貨櫃場便能以最佳狀態投入運作。

在專注力方面，科技也可幫得上忙。借助視頻識別技術，遙控與自動吊機每次都可正確找到並移動貨櫃。地面工作人員因此可騰出時間，專注檢查非蘭差彭系統所出現的情況，例如經貨櫃車運到碼頭的貨櫃等。

科技大大提高了安全水平，相對於傳統岸邊吊機與輪胎式龍門架吊機，新式遙控吊機有顯著的分別。在2018年，傳統岸邊吊機與輪胎式龍門架吊機分別發生23宗與20宗意外；遙控岸邊吊機只有兩宗意外，遙控輪胎式龍門架吊機更是零意外。



蔬菜在凌晨時分檢測後才送往百佳超級市場，確保新鮮安全。



和記港口泰國善用燈光與攝影技術，營造理想的夜間工作環境，務求全日24小時都有最佳表現。

各個港口都會記錄處理大型船舶的速度，作為表現準則；和記港口泰國的夜班作業在這方面獨領風騷。港口於2019年8月4日，處理Hapag-Lloyd旗下的貨船*Hong Kong Express*刷新了紀錄，在凌晨3時至4時之間，五台遙控岸邊吊機共處理了217個貨櫃，吊機平均每小時裝卸43次。同樣，在同年6月17日凌晨1時至2時，處理*ONE AQUILA*亦創下接近的紀錄，四台遙控岸邊吊機共處理了151個貨櫃，吊機平均每小時裝卸33次。

善用科技以彌補人類夜間倦暈的問題，馬志孟推崇備至。他和他的團隊巧妙運用體操運動及科技，將效率升至最高，同時將意外風險減至最低，向全世界說明在晚上也

可出色地完成任務。對許多人來說，晚上不是工作最辛苦的時間，而是最理想的工作時機。

馬志孟繼續興奮地說：「就像蝙蝠俠一樣，晚上才是黃金時間！」

夜班工作人員可說是無名英雄，他們在晚上工作，確保早上人們起來感覺煥然一新，井然有序迎接新的一天。

長江和記的優秀團隊每夜盡忠職守，確保港口、零售店以至城市的能源設備維持最佳狀態，日夜無間為客戶把關。夜間工作談不上容易，但若懂得掌握竅門，同樣也可以創造佳績。□

夜班工作人員是無名英雄。



碼頭操作員憑藉遙遠控制技術，即使在夜裏也可順利完成工作。

3集團 環球整合

電訊行業發展一日千里，至今已成為了流動通訊與互聯網經濟的重要支柱；每天透過地底電纜和電訊發射塔將數據傳達至用戶，從不止息。

近

年5G技術與物聯網成為全球熱話，要跟上科技的步伐，企業和財務架構必須與時並進，否則只會拖慢技術發展，白白流失商機，錯失成為領頭羊的機會。

長江和記集團早著先機，革新歐亞兩地的電訊業務，規劃現代化架構，注入新動力。新控股公司的財務實力與企業架構，令集團在21世紀的發展前路中盡展優勢。

整合歐洲與港澳業務

集團已著手重組旗下全資與合資擁有的電訊資產，務求為未來增長釋放資產價值。

新控股公司CK Hutchison Group Telecom Holdings Limited (CK Hutchison Group Telecom) 由長和全資擁有，屬集團環球業務的核心部分，2019年上半年盈利貢獻佔集團EBITDA的31%，資產則佔集團總值的28%，其重要性可見一斑。

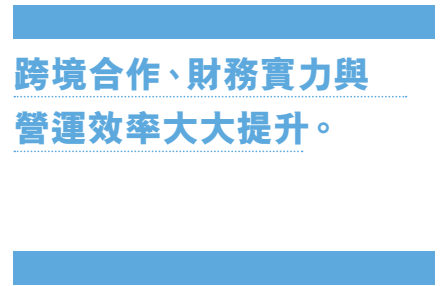
在原有架構下，和記電訊香港控股有限公司（和電香港）持有香港與澳門的3業務與相關電訊資產。同樣，歐洲電訊業務中每家公司都是獨立實體，包括全資擁有的3英國、意大利Wind Tre、3奧地利與3愛爾蘭，以及持有六成權益的3瑞典與3丹麥。發射站與發射塔等資產均由各歐洲公司各自擁有。



它們一直相互合作，例如歐洲3集團開創先河，聯手促成豁免3客戶在旗下六個歐洲市場的漫遊費用。

新業務架構整合後，歐洲及港澳各家電訊公司都納入CK Hutchison Group Telecom麾下，大大提升了跨境合作、財務實力與營運效率。

財務方面，整合後控股公司享有較低的借貸息率，令資金籌措更靈活，對槓桿率有直接影響，尤其是與收購意大利Wind Tre相關的債務。息率調低後，未來數年單單Wind Tre已可每年節省超過1億歐元的利息支出。



跨境合作、財務實力與營運效率大大提升。

若說CK Hutchison Group Telecom於長和的重要性不容低估，Wind Tre於CK Hutchison Group Telecom的分量也不能小覷。2019年1月至6月期間，Wind Tre貢獻CK Hutchison Group Telecom的EBITDA盈利為54%。

新控股公司分別獲評級機構標準普爾、穆迪與惠譽給予A-、Baa1和BBB+的優越財務評級，足證其財務實力提升已獲世界主要評級機構肯定。

財務實力加強，同時節省利息成本，營運效益自然更高。統一採購有利提高與環球供應商議價的本錢，增強聚焦於技術開展與頻譜收購能力，以提高競爭力，迅速回應客戶需求。CK Hutchison Group Telecom突破單一公司的經營限制，取得更大規模效益，推動跨境協作。

電訊資產架構重組的另一重要部分，是於CK Hutchison Group Telecom之下創立另一實體企業：CK Hutchison Networks Holdings Limited (CK Hutchison Networks)。

更上一層樓

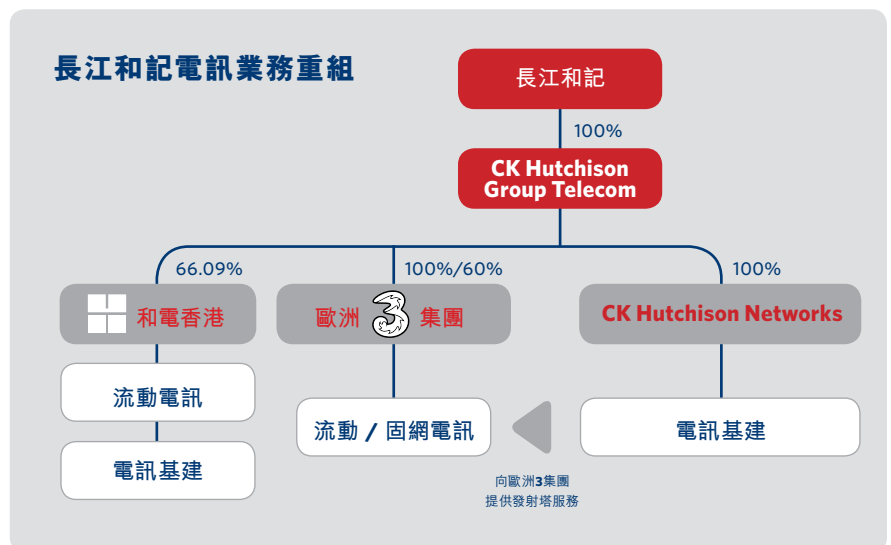
3集團致力開創新服務，為客戶帶來先進流動電訊科技。發射塔將數據由電纜傳輸到無線

電波，再傳送往客戶手機，不久將來料可提供更廣泛的服務，是電訊業務的其中一重要元素。

發射塔肩負傳送語音訊號與數據的任務，主宰人類日常生活各個範疇：來電通話、音樂串流、互聯網搜尋資訊、社交媒體聯繫等，各適其適。推而廣之，傳輸功能可應用到其他流動服務供應商之上，以供操作航拍機、

收發車輛數據，或接收感應器與監察器的資料。物聯網普及後，發射塔接通所有無線器材，世界互聯互通，無遠弗屆，威力無窮。

CK Hutchison Group Telecom將集團的歐洲發射塔資產合併至CK Hutchison Networks一家公司內，目前持有在歐洲各地共28,500個發射塔；日後港澳地區9,300個發射塔資產，也可能注入其中。



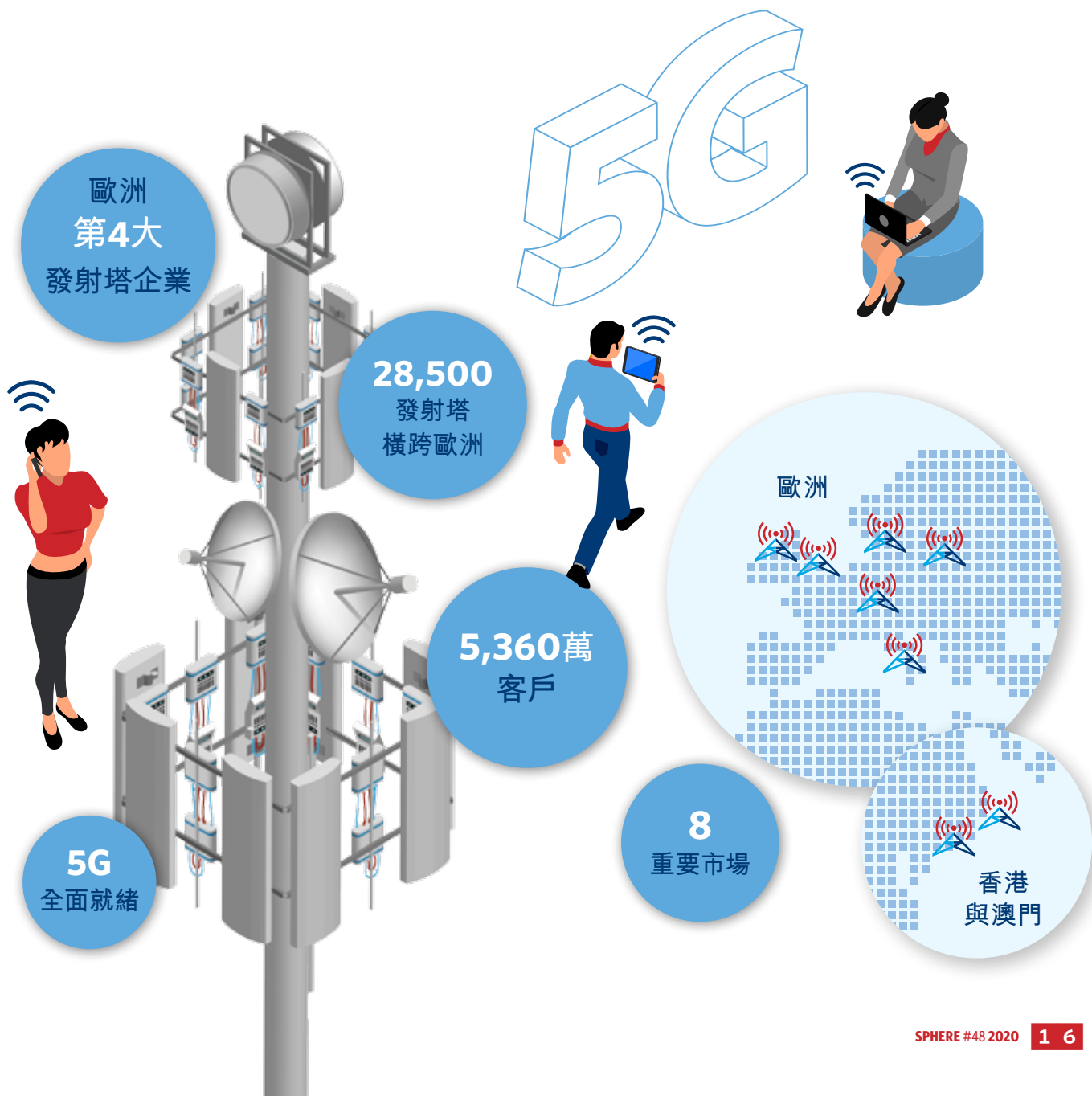
**科技發展每天推陳出新，
5G、物聯網、航拍機、
無人駕駛汽車與流動
雲端運算等，都對電訊
網絡的需求有增無減。**

合併發射塔資產及共同管理具有重大優點，甚受投資者歡迎；整合後CK Hutchison Networks成為歐洲第四大發射塔持有企業。投資者又認為，合併資產有助提高透明度，讓他們更容易評估公司的租賃比率（每個發射塔的平均電訊商用戶數目），以及判斷其收益增長潛力和評定每個發射站的潛在價值。

CK Hutchison Networks更可開發連串相關服務，由提供發射站空間至供電予發射塔器材，以及發射站策劃、設計、建設及接駁管理等。

新趨勢

科技發展日新月異，5G、物聯網、航拍機、無人駕駛汽車與流動雲端運算等，都對發射塔的需求有增無減。只有企業架構與財政穩健的環球企業，才能駕馭瞬息萬變的科技發展，迅速回應市場需求。集團整合電訊業務，建立CK Hutchison Group Telecom和CK Hutchison Networks，正是為邁進21世紀作最佳準備，積極迎接未來。 □



「應急錢」 助中小企紓困

香港本地經濟自2019年6月開始面臨前所未有的挑戰，不少行業因而經營困難，中小企更首當其衝，生計大受影響。

為

解飽受打擊的中小企燃眉之急，李嘉誠基金會及時伸出援手，在2019年10月宣佈推出「應急錢10億」計劃，襄助最受影響的行業，包括飲食、零售、旅遊與小販同業，與本港中小企一起渡過難關。

助飲食業紓困

眼見飲食業經營狀況每況愈下，營業額大跌、失業率升至八年新高，不少食肆甚至面臨結業威脅，基金會為紓緩即時財困，第一期「應急錢」計劃首先支援飲食業。

除了建立一個快捷簡易的申請平台外，基金會又與飲食業商會協作，確保中小企能輕易掌握網上申請程序。業界商會甚至為不諳電腦技術的傳統商戶提供支援，協助他們提交申請。在申請期完結後不足兩星期，合資格申請者即獲發港幣60,000元資助款項。

與零售業共渡時艱

第二期資助對象是零售業，尤其是最受影響的五大類別：衣物、鞋類及有關製品；電器及其他未分類耐用消費品；書報、文具及禮品；中藥；藥物及化妝品。零售商可獲發港幣30,000元資助；而最受影響的五大類別商戶，並參與強積金計劃，更可獲港幣60,000元資助，以支持他們對員工和社會的承擔。



應急錢計劃時間表

10月 29日	11月 8至17日	11月 18至24日	11月 26日	11月 26日 至 12月 1日	12月 2日	12月 6日	12月 10日	12月 13日
公佈「應急錢10億」計劃	第一期飲食業申請期 (共10天)	 第二期零售業申請期 (共7天)	第一期申請完結至發放資助 (9天)	 第三期旅遊業與小販同業申請期 (共6天)	公佈壓軸電腦抽籤資助詳情	第二期申請完結至發放資助 (12天)	第三期申請完結至發放資助 (9天)	宣佈壓軸電腦抽籤至發放資助 (12天)



眾志成城，各界伸出援手，義拍拍攝「應急錢」計劃的申請視頻指南。

(由上至下) 天文台前助理台長梁榮武先生；職業足球教練陳婉婷小姐(牛丸)；及沙畫師謝惠芝小姐的傑作，同為香港中小企打氣。

襄助小販與旅遊業

香港有不少設於旺區的小販攤檔，只由一、兩個人或家庭式經營。他們同樣受影響被迫休業多天，生意額大受影響。

旅遊業也同樣大受打擊，10月份旅客人數按年下降44%；11月的降幅更驚人，達到56%。這不單對旅行社而言是災難性的衝擊，依靠佣金收入的旅遊從業員也難以維持生計。

這兩個行業屬於計劃第三期的資助範圍，超過5,400個本地持牌小販符合資助資格，僱用不足50人的小型旅行社也同樣獲得資助。這些處於水深火熱的持牌小販與小型旅行社，都在申請期完結後短短九天內，全數獲得資助。

壓軸電腦抽籤資助

基金會增設第四期資助，特意為未獲撥款的首兩期合資格申請者進行壓軸電腦隨機抽籤，務求協助更多中小企化解危機，在非常時期為他們帶來一線曙光。

科技增效率 專業添仁情

對處於水深火熱的中小企來說，支援計劃若耍花太長時間構思、落實和審批申請，最終發放資助時可能早已結業了。正因如此，基金會決意以先進科技配合高效執行力，令撥款能火速到位。

基金會以最信任的態度，訂定最簡易的批核過程，務求令申請程序更簡單直接，撥款可迅速送達。本著相同理念，一眾合作夥伴眾志成城，迅速達成任務。基金會特別感謝香港上海滙豐銀行、羅兵咸永道會計師事務所、胡關李羅律師事務所、Google Cloud、生活易、WeLab與香港郵政等多家跨國與本地企業全情投入，成就「應急錢」計劃。

計劃平台所運用的人工智能與雲端技術，正好展示智能城市科技如何能大幅節省處理時間，提升效率。Google雲端Vision AI僅需三天，便與由「生活易」構建的申請網站無縫整合。生活易行政總裁馬宗傑表示：「10月29日公佈計劃後，整個申請平台在14天內已建構完成。」生活易團隊竭盡所能設計與建設網站，讓中小企能輕易地提交申請。

超過六成申請透過手機或流動裝置提交，申請者只需上載商業登記證、相關牌照與鋪面近照等，非常簡單。「應急錢」計劃的網站設計非常用心，透過科技主導的新平台服務社區，除展現了科技力量如何能讓中小企同樣受惠，更能體現基金會相信香港市民本著互信互助精神，以誠對待。

明智運用科技是「應急錢」計劃其中一項重要元素，申請網頁採用了Google雲端人工智

申請方式



流動電話

61%



桌面電腦

38%



平板電腦

1%

申請及資助概覽



資助總額(港幣)

10億900萬



獲資助單位

28,000+



申請總數

43,000+



資助比率

66%

基金會以最信任的態度， 訂定最簡易的批核過程。

能技術自動偵測、摘錄和分析圖像中的相關文字，並透過光學字符識別技術準確地自動輸入所辨識的相關申請資料。Google雲端香港主管Lucy Werner指出：「Google雲端Vision AI只需五秒時間就能辨識每個圖像中的相關文字…平均每宗申請會在八分鐘內完成提交，所以基金會僅需三星期便能處理超過43,000宗申請。」

過去，不少申請者都遇過繁瑣的申請程序，「應急錢」計劃的便捷因此更獲他們的稱許。基金會得到大量申請者、商會和受助人的支持和迴響，收到超過18,000個來自受助商戶的致謝訊息。

計劃共發放港幣10億900萬元，讓香港逾28,000家商戶在水深火熱時得到適切的幫助，紓緩即時財困。「科技增效率，專業添仁情」正是計劃能迅速高效完成的主要元素，基金會與合作夥伴相信香港市民本著互信互助精神，同舟共濟，共渡時艱。

中小企業家一直靠自己艱苦奮鬥創業，基金會在他們急需支援時鼎力襄助，期望他們「心堅石穿，雨過有時，天晴有時，大家不要放棄，一起加油共建未來。」□

特別鳴謝：



滙豐



pwc

胡關李羅律師行
WOO KWAN LEE & LO

Google Cloud



ESDlife



WeLab

Hongkong Post
香港郵政

3以音樂 貫通全世界

電訊聯繫全球，語音通話、文字短訊，代表著形形色式的人與人之間的接觸。智能手機普及，把日常溝通與娛樂集於一身，聽歌作樂更是當中最受歡迎，全因音樂是世界共通語言。



音

樂無國界，能衝破文化差異，聯繫不同族群。**3**深明此道，不論在愛爾蘭、香港以至印尼，皆善用音樂聯繫現有和潛在客戶，誠如**3**愛爾蘭推廣活動經理柯寶恩所言：「全賴音樂為人類建立聯繫。」

音樂巨星搖籃

愛爾蘭只有480萬人口，卻孕育出不少譽滿全球的樂壇巨星——U2、Enya、Westlife、Sinéad O'Connor... 各有不同風格，影響力與受歡迎程度不容置疑。柯寶恩認為「愛爾蘭人都熱愛音樂」，因此**3**愛爾蘭選擇以音樂作為媒介，是最自然不過的事。

數年前，**3**愛爾蘭與當地最大音樂表演場地訂立長期合作關係，冠名「**3**綜藝館」，更由殿堂級樂隊U2揭幕。當地最受歡迎的音樂會，門票常常於數分鐘內沽清。**3**愛爾蘭尊

尚計劃**3** Plus的客戶則坐享絕對優勢，可在公開發售前24小時優先購票；客戶在場內更有專享的酒吧與貴賓室，以及其他獨特的品牌體驗等。

愛爾蘭音樂天空

除此之外，**3**愛爾蘭更大力支持當地最大型、最出色的音樂節：電子音樂之旅和音樂經緯線。

電子音樂之旅是愛爾蘭最大型的音樂盛會，而**3**愛爾蘭是活動的主要贊助商。2019年，**3**在電子音樂之旅啟動「音樂由我創」新秀舞台，邀請多位本地樂手與國際新星演出，並在音樂節主場地為觀眾精心安排手機充電與休閒空間。如此盛會當然一票難求，但**3** Plus尊尚計劃的客戶則可輕鬆自在地，透過手機應用程式率先購票。

頂尖樂手雲集

「**3**綜藝館」。

新秀舞台

「音樂由我創」由**3**愛爾蘭獨力精心炮製，突破傳統贊助宣傳框框，不僅透過贊助音樂達至品牌宣傳，更提供現場演出機會，特意創造平台推薦新晉愛爾蘭音樂人，貢獻當地樂壇。





3愛爾蘭客戶可優先購買電子音樂之旅等當地最熱門的音樂節門票。

網上盜版問題與社交媒體平台發展改寫了傳統音樂行業生態，昔日的音樂宣傳模式已不合時宜。剛起步的藝人支持者不多，需要助力才能更上一層樓。3愛爾蘭220萬客戶基礎化身龐大穩健的聽眾群，而「音樂由我創」更是最佳推進器。

於2018年，3愛爾蘭與業內專家合作，物色了三組有才華、有熱忱及開始有支持者的當地樂壇新秀，協助提升他們的知名度和開發新觀眾群。專業團隊邀請業內最著名的導演製作三輯世界級音樂視頻，並以雷霆萬鈞之勢在各大電子與電視平台播放，務求讓他們的音樂演出備受注目，結果錄得650萬收看率！這項獨一無二的計劃廣受當地傳媒關注，取得價值超過160萬歐元的報道。在一個只有480萬人口的國家，650萬收看率足以證明「音樂由我創」在當地大受歡迎。

音樂上游

「音樂由我創」在2019年展開第二擊，順應全球音樂製作潮流，以「協作」為主題，撮合不同界別的音樂人創作多首膾炙人口的歌曲，讓新晉音樂人自行決定合作夥伴，鼓勵他們合力炮製原創樂曲，並支持他們製作與播放世界級的音樂視頻。



「全賴音樂 為人類建立聯繫。」

3愛爾蘭推廣活動經理
柯實恩

由三位愛爾蘭年輕樂手組成的女子樂團，推出大熱歌曲與音樂視頻《蝴蝶》一夜成名；另一組合創作的歌曲《聲音牽動》也同樣爆紅，在Spotify的串流量達426,000。兩個音樂視頻在YouTube的點擊率超過450萬次，在其他社交媒體的串流量亦錄得330萬。換言之，3愛爾蘭共製造了2,440萬次播放率，大大提高了這些樂手的全球知名度。

音樂攸關

「音樂由我創」在愛爾蘭獲得極大迴響，由品牌贊助以至直接支持音樂，都吸引到客戶注意。多項計劃錄得總媒體報道價值逾350萬歐元，而數字仍在上升中。

獨立研究調查顯示，認識3愛爾蘭支持當地音樂的客戶，與品牌聯繫的感受更深，也更願意繼續使用3的電訊服務——音樂成為保留客戶的有效工具！3愛爾蘭奠定貢獻樂壇的地位，與當地對音樂的熱情互相輝映，緊扣愛爾蘭人的心。

心動香港

香港也有類似愛爾蘭的尊尚客戶計劃——「3Supreme」。為了增強品牌知名度和抓緊客戶的心，3香港選擇起用深受普羅大眾喜愛、多才多藝的音樂人為品牌代言人。

音樂人張敬軒為3香港演出兩輯電視廣告，助品牌更深入港人的心。其中一輯廣告描述他與多位貌似的演員，哼著他譜上新詞的流行曲，一同使用3的「世界更自遊」外遊服務環遊世界。另一輯則由他演繹3Supreme



張敬軒對音樂、美食與生活態度的堅持，與3的品牌形象相輔相成（左）。
3 Supreme尊貴客戶的優越禮遇：在張敬軒開設的高級餐廳用膳，在悠揚樂韻中享用米芝蓮星級美饌（右）。

尊貴客戶的尊尚生活，優越禮遇包括在其開設的高級餐廳用膳。

只有最尊貴的3 Supreme客戶，才可參與一票難求的城中盛事，在張敬軒開設的仙后餐廳，一邊享用由米芝蓮三星廚師 Bruno Ménard 主理的盛宴，一邊欣賞天后小野麗莎的演出。在懷舊的巴洛克式環境下享用美饌的同時，沉醉在巴西爵士樂悠揚的樂韻中，感覺妙不可言。

3 Supreme也設有貴賓服務，張敬軒便曾在一段短片中粉墨登場，飾演3的員工，為3 Supreme尊貴客戶提供優越服務。

憑著音樂才華和風趣幽默的一面，張敬軒吸引廣泛的「粉絲」層，涵蓋年輕消費者以至成熟的時尚精英，是位非常合適的代言人，加強了3品牌在各個階層的地位。在競爭激烈的市場中，3香港的後繳客戶流失率連年改善，充分印證了這個市場推廣企劃的成效。

印尼業務主打年輕人

在亞洲的另一端，3印尼亦善用音樂接觸當地的年輕人。

印尼是全球人口第四密集的國家，共有逾2億7,000萬人口；2017年的年齡中位數，僅僅超過30歲。換言之，該國一半以上人口

不足30歲，逾1億3,500萬人。對於印尼的年輕人來說，音樂、人際關係與公眾人物在他們生活中佔很重要的地位。

透過中學與大學的藝術領袖，3印尼引發年輕人的創意和能量。他們縱然收入有限，但互聯網數據使用量高，消費模式也以此為先。他們對產品的影響力非常大，不但引領新一輩的消費者，甚至會成為長輩的消費選擇指引。

3印尼在全國推行連串推廣攻勢，打進當地年輕人的生活。最先以「3印尼之聲」音樂大賽與宣傳「創意重生」系列揭開序幕，最後由「敢創日」創意匯演完美作結。



「3印尼之聲」的優勝者來自印尼全國各地，盡展當地年輕人的多元音樂才能。

透過中學與大學的藝術領袖，3印尼引發年輕人的創意和能量。



「敢創日」超大型盛事，吸引了12,000名印尼年輕人參加；現代與傳統藝術交融，全面釋放年輕族群的創作精神。

「3印尼之聲」大賽

自2017年起，「3印尼之聲」透過在印尼各地舉行現場音樂盛事，提升當地音樂奇才的知名度。年內，3先後在印尼13個城市32個地點舉行活動，有超過200支獨立樂隊參加比賽。3印尼在當中挑選出10位作曲新秀，邀請專業音樂製作人協助他們把作品提升至「專業水平」，支持新晉樂手的發展。

其後，「3印尼之聲」發掘的新秀有機會和應邀出席的當紅歌手，在首都雅加達和東爪哇城市瑪琅同台演出。優勝者獲得演出的機會，也可以廣為巨星的支持者所認識。比賽的前10名作品，更會在3印尼的各大平台推廣，包括在手機應用程式「敢創+」上架發售，歌手可與3印尼瓜分下載所得收入。

位列前10名的二人組合「櫟癭」，更獲選為3品牌大使。櫟癭是印尼一種具療效的植物，與這支二人組合的結他與歌聲不謀而合——療癒心靈。組合鍾情於簡約打扮，捨棄華衣錦服，將注意力全數集中在他們的音樂上，以音樂細訴他們的故事。櫟癭樂隊又一起帶

領3印尼的全國活動「#活出真我」，鼓勵印尼年輕人無懼挑戰，盡情發掘自我，發揮創意所長。3印尼在推動當地音樂創作方面不遺餘力，奠定音樂創意品牌的領導地位。

音樂要突破地域界限，滲透至遠離雅加達的地區越見困難，因此在全國物色新晉樂隊尤為重要。3印尼希望支持當地不同地區的所有年輕人，商務總監蘇善彤說：「樂隊即使來自遠離首都的地區，也應該獲得更多曝光的機會；3可以讓更多音樂愛好者認識他們。」

彰顯協同效益

為了增強「3印尼之聲」的傳播力量，公司安排了一系列活動加以配合。

手機應用程式「敢創+」是3印尼的旗艦程式與數碼平台，「3印尼之聲」的得獎樂曲在此一應俱全，集儲存、宣傳與串流於一身，為「敢創+」手機應用程式逾2,900萬用戶服務。用戶更可在比賽過程中，利用此程式投選心儀的參賽者。

勇敢創意溫床

「創意重生」系列是3印尼支持當地年輕族群創作精神的另一平台，在全國25家大學舉行「#引以為傲的野心」巡演揭開序幕，並提供特惠數據套餐，方便學生瀏覽網上媒體，以助他們參與「創意重生」賽事的主要項目，如創作短片、電子跳舞音樂和電競比賽等。

電子跳舞音樂甚受當地年輕人歡迎，大賽吸引了95位滿有抱負的唱片騎師參與。以往電台唱片騎師只挑選歌曲在大氣電波播放，而現代的唱片騎師則搜羅不同的節錄或原創音樂，創出新的旋律與節奏，通常還摻雜著客串歌手的歌聲。世上最頂尖的唱片騎師的薪酬可高達數千萬美元，3就是要提攜印尼這方面的人才。

3印尼大力支持當地年輕人，過萬名參加者透過不同的媒介參與比賽。賽事由2018年12月起一直舉行至2019年2月，最後出線者齊集雅加達，參加最精彩的創意匯演「敢創日」。

電子森林

「敢創日」在印尼最重視個人藝術創意的文化城市萬隆舉行，為期一天的超大型盛事吸引了12,000人參加。

「3印尼之聲」的舞台以電子森林為主題，由鐳射光、LED燈和設計師精心營造的燈光效果交織而成，優勝者可與一眾印尼巨星同台演出。全國矚目的「敢創日」在社交媒體產生了大量貼文，主導社交媒體的篇幅，成為當天最熱門的話題。

帶動更多更多

「敢創日」的成功印證了3聯繫年輕一代的非凡能力，其後他們更趁勢推出其他特惠計劃予年輕創作人，包括專為印尼青年而設的數據入門計劃，可無限量收看YouTube與Viu的高數據用量計劃，助現職藝人提供更多創意靈感。

印尼的情況與愛爾蘭一樣，對品牌產生了實在的正面影響。社交媒體貼文帶動「敢創+」的下載次數，由舉行前至「敢創日」舉行期間增至2,900萬；品牌知名度也按年提升3%。「敢創+」推出數年，音樂下載更已開拓出新收入來源。

音樂聯繫

音樂是世界的共通語言，長江和記的電訊部門所提供的客戶體驗，豈只一般的音樂傳送！

3集團重視音樂傳播，更注重音樂背後的意義和夢想，決意運用精湛的傳播專業，支持音樂人追尋夢想與理想。3期望為他們搭建平台，支持他們創作一首首富有意義的優美樂章。與一眾支持的客戶一樣，樂見音樂人打進全國甚至國際舞台！□

「3可以讓更多音樂愛好者
認識這些新晉樂隊。」

3印尼商務總監
蘇善彤

「3印尼之聲」的舞台以電子森林為主題，由鐳射光、LED燈和設計師精心營造的燈光效果交織而成。



「#引以為傲的野心」計劃為3印尼的年輕用戶提供創作空間，讓他們盡情發揮，一展所長。

