

志氣

ASPIRE



港華紫荊燃氣乾衣機

香港中華煤氣與港華燃氣自有燃氣具品牌港華紫荊針對燃氣客戶的乾衣需求，創新研發了國內首款6公斤燃氣乾衣機，為廣大消費者締造更加智能、舒適的優質燃氣生活。

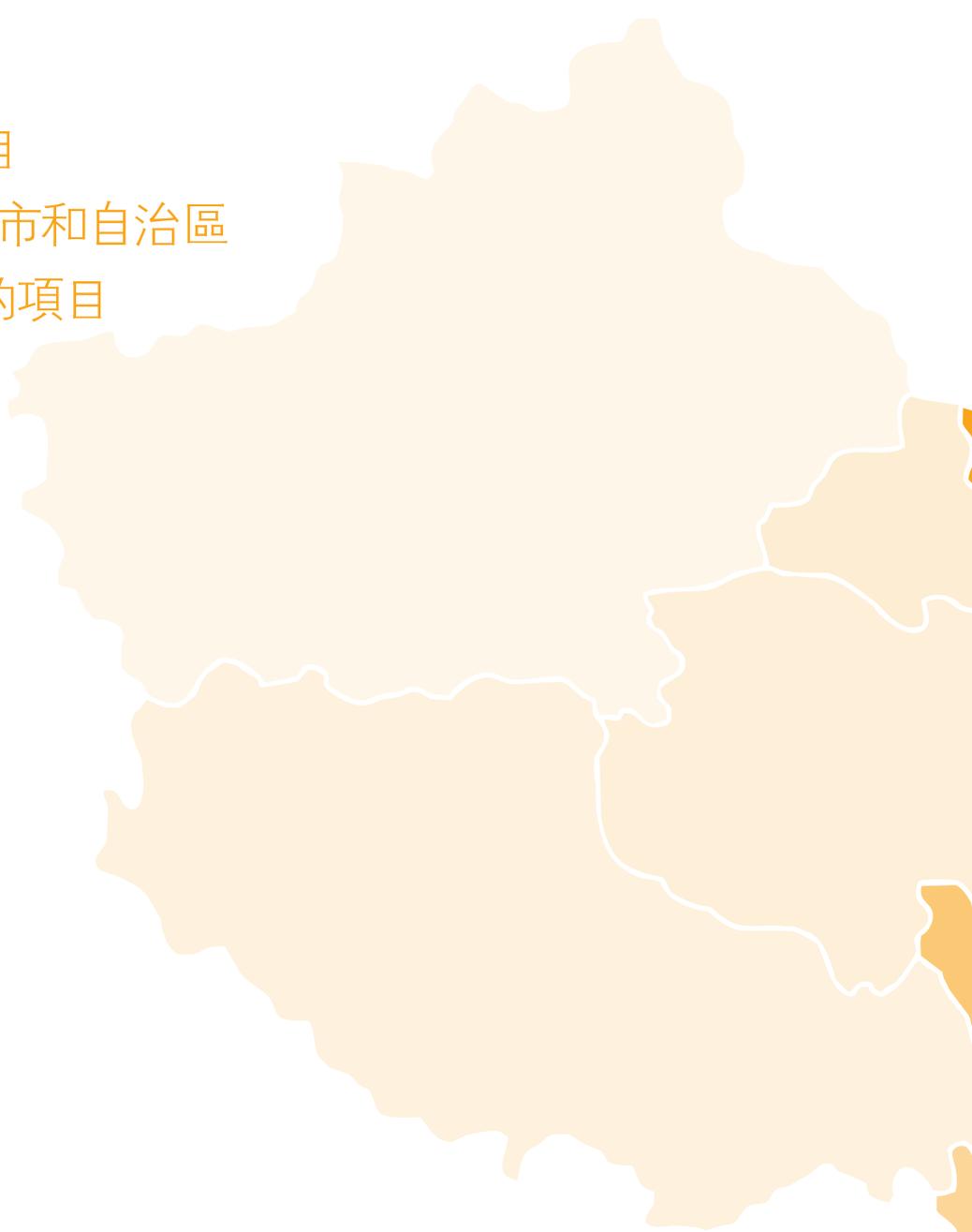
扎根香港

內地經營229個項目

遍布26個省、直轄市和自治區

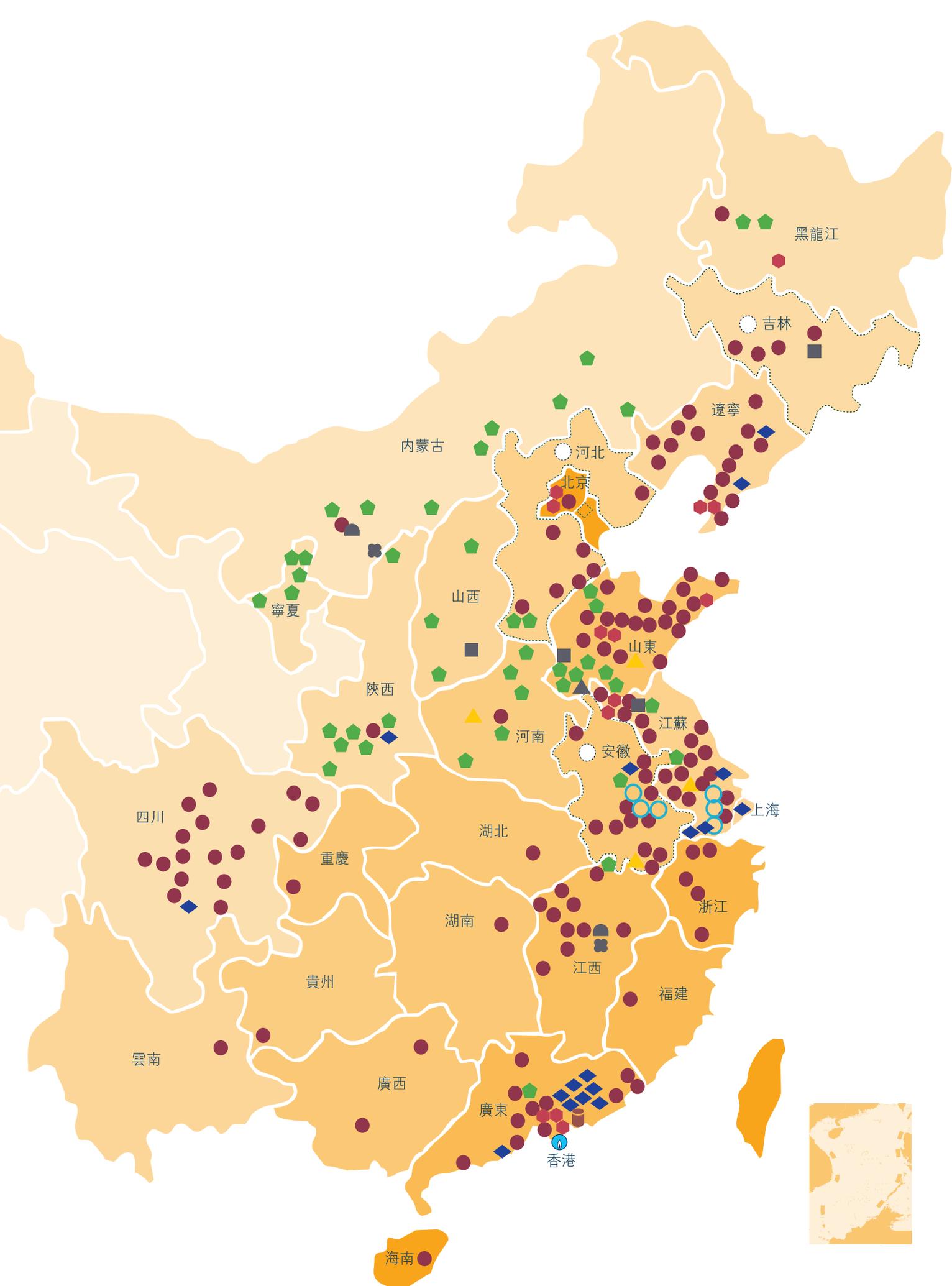
另有1個位於泰國的項目

(至2016年5月底)



- | | |
|---|--|
|  香港中華煤氣集團香港總部 |  電訊 |
|  城市管道燃氣 |  煤礦 |
|  城市高壓管網 / 地下天然氣儲氣庫 |  煤基化工 |
|  壓縮 / 液化天然氣加氣站 |  上游項目 |
|  液化天然氣接收站 |  煤運物流項目 |
|  省內天然氣管網 |  石油開採 |
|  水務 |  其他項目 |







定義新生活 造就新天地

1914年，一位名叫沃森（Watson）的商人進入美國計算製錶記錄公司（CTR）任總經理，當時公司的主要產品為磅秤、製錶機和切片機。憑藉良好的產品質量和訓練有素的銷售人員，公司業務發展很快。如果按照傳統的競爭思路，這家企業的成長路徑應該是在以上幾樣機器上實現成本領先、形成規模優勢，從而成為行業霸主。如果沃森和他的後繼者真的這樣做了，世界上就沒有我們今天看到的IBM公司。從製錶機、卡片統計機到大型計算機再到微型電腦，從網絡服務器到電子商務解決方案及企業業務優化顧問服務等，IBM無不準確地把握客戶需求的變化，從而不斷進化自己的產品和服務，同時引導潮流並以此不斷塑造著客戶的需求。

香港中華煤氣歷經150多年的發展，同樣不斷進行蛻變，調整經營策略，逐漸成長為香港及內地規模最大、經營最佳的公用事業及能源企業之一。當今，我們更需要有銳意創新

的精神，審時度勢，主動出擊，在傳統行業中摸索出一條持續增長的新路。

1862年，公司以煤氣街燈開啓了香港的管道燃氣市場，相較於當時用油燈照明街道，煤氣燈的亮度更勝一籌，亦不用添油，香港也因此成為亞洲率先享用煤氣服務的城市之一。接著，我們專注於推行「進入香港本地家庭」的策略，儘管此時的煤氣使用規模不大、價格較高，但仍有相當一批富裕家庭開始使用煤氣作為烹飪能源。隨著普羅大眾生活水平不斷提高，越來越多的家庭主婦在煮飯和燒熱水時，期望有比木柴和煤炭更方便、更潔淨的能源，針對這一需求，公司適時將經營重心調整到明火煮食市場，從「供亮者」變成「供熱者」。

在競爭激烈的能源市場，要想增強煤氣的競爭力，僅僅自我固守煤氣供應商的角色是不足夠的。我們的關注焦點逐漸從如何增加生產力、如何

鋪設更多管道，轉向了如何為客戶提供更周到、更完善的煤氣服務。以煤氣爐具為例，讓客戶安全使用煤氣這個看似很簡單的事，卻並非煤氣供應商能獨立完成，很多安全方面的事實其實都源自煤氣爐具錯誤的安裝方式、不合格的產品或者欠缺妥善維護和使用。唯有集合能源供應商、煤氣爐具製造商、施工隊伍和服務提供商之力，煤氣服務才能真正做到家、做到位。由於香港市場較小，國際廠商一般很少專門為香港市場開發產品，直接引進的海外產品與香港人的生活習慣及安裝位置等皆存在出入，從而影響了市民選用煤氣爐具的熱情。有鑒於此，香港中華煤氣不再滿足於國際廠商提供的通用產品，而是加大參與力度，直接向廠商建議調整產品的設計和功能。公司於1992年成立市務科，肩負「研發適合香港居住和工作環境的煤氣產品」的重要使命，推出「民房四寶」系列爐具，包括熱水爐、煮飯爐、乾衣機和洗碗碟機，廣



煤氣
Towngas

受好評。進入新世紀，我們陸續推出「TGC」和「簡柏」兩個全新的爐具品牌，利用自身對香港市場和消費的深刻瞭解，進一步優化產品功能及性能，令客戶家居生活更舒適更寫意。

兼具時尚生活展示和客戶中心功能的名氣廊，是香港中華煤氣為香港市民帶來現代煤氣生活概念的又一創舉。名氣廊地處尖沙嘴繁華地區，致力用心為客戶提供最佳購物及餐飲體驗。零售專區備有各種煤氣創意爐具，部分更接駁煤氣，方便客戶當場試用。我們還從世界各地蒐羅優質生活用品，包括廚具、櫥櫃及各式家居用品，讓客戶為家居增添個人風格。除了享受購物樂趣，客戶亦可於名氣廊內的Flame餐廳品嚐明火烹調的精緻美食，同時近距離欣賞西九龍和中環的迷人日落景致。此外，名氣廊更設有自煮天地，為客戶提供私人派對場地，在宴請親朋之餘，亦可使用場內設施親自下廚，展示個人烹飪技術，享受明火煮食樂趣。

為了讓大眾享受更優質的煤氣生活，2010年後，香港中華煤氣相繼推出高級櫥櫃和高級爐具產品。貫徹公司「以客為尊」的服務理念，根據客戶喜好和需求，提供個性化的一站式櫥櫃服務，包括全面的櫥櫃諮詢、設計、安裝，以及配合各式廚具及煤氣爐具，打造時尚、創意俱備的廚房，深受歡迎。

2015年，公司乘勝追擊，以「一站式廚房設計服務」項目進一步推廣現代優質生活理念。我們將Mia Cucina櫥櫃連同TGC爐具一並銷售，為零售客戶及大型物業發展商提供一站式廚房設備組合。隨著市場日漸重視小巧廚房之優雅設計，香港主要物業發展商對此類廚房組合方案之需求亦隨之增多，僅在當年我們就售出超過4000套廚房設備組合。最新「隱藏式櫥櫃」亦於2015年推出，特別適合近年流行的開放式家居設計，我們深信此產品將受到香港新一代的青睞。

從單純地供給煤氣，到為客戶供

應多元煤氣爐具，再到為市民提供家居整體解決方案、締造優質煤氣生活體驗，香港中華煤氣憑藉銳意創新的精神，通過一流的產品和服務，顛覆了煤氣企業給人老派守舊、節奏緩慢、暮氣沉沉的印象，給予現代生活全新定義。未來，望諸位同仁繼續與時俱進，讓煤氣為公眾生活帶來更多價值、更廣的產品系列及最佳的售後服務，我深信通過創新研發及實踐執行，我們一定能夠在傳統行業中打造出一個新天地。

香港中華煤氣有限公司行政總裁
港華燃氣有限公司董事會主席

實現能源結構轉型 促進可持續發展

G20「天然氣日」活動在北京舉行



6月29日，2016年G20能源部長會議、G20「天然氣日」活動聯合開幕式在北京舉行，27個國家和有關國際組織官員齊聚北京，共同推動世界能源可持續發展。本次G20能源部長會議以「構建低碳、智能、共享的能源未來」為主題，是G20杭州峰會的專業部長會議。

中共中央政治局常委、國務院副總理張高麗出席開幕式並致辭。張高麗指出，能源是人類生存和發展的重

要物質基礎，是事關國計民生的戰略性資源。當前，新一輪能源革命蓬勃興起，世界能源未來發展將呈現一些新特徵，主要是能源供給消費低碳化，天然氣和非化石能源有可能成為未來世界的主體能源。他表示，要豐富和完善G20能源部長會議各項機制，加強國際能源合作，開創寬領域、深層次、高水平的開放共享新格局。一是打造能源發展經驗交流的溝通平台，充分發揮G20涵蓋面廣、代

表性強的特點，加強溝通、增進瞭解，實現世界能源包容發展；二是打造能源技術創新成果的共享平台，推動世界各國打破地域限制，共同分享在可再生能源、煤炭清潔利用等方面的先進技術；三是打造能源產能合作的發展平台，優勢互補、共同發展，增強全球能源供給保障能力；四是打造能源基礎設施互聯互通的鏈接平台，共同維護國際能源通道安全，提升區域經濟發展和能源服務水平；五



是打造全球能源治理的開放平台，推動建立互利共贏、開放包容、公平有序的新型能源治理體系。

開幕式結束後，作為G20能源部長會系列會議之一的首屆G20「天然氣日」活動接續舉行。來自20多個國家的政府、企業代表及專家學者共300餘人共聚一堂，圍繞「天然氣促進可持續發展」的主題，就天然氣為能源應用領域提供解決方案、天然氣應對氣候變化、天然氣應對能源轉型等議題交流思想、分享經驗，為全球天然氣行業的發展獻計獻策。專家們認為，全球天然氣資源總量不斷增加，勘探開發技術水平穩步提高，產供銷基礎設施日趨完善，貿易途徑日益增多，未來天然氣將迎來更加廣闊的空間，並會成為清潔、經濟、安全的主體能源。

據悉，本次活動由國家能源局與國際天然氣聯盟（IGU）主辦，北京燃氣集團、中國燃氣學會、中國城市燃氣協會承辦，香港中華煤氣、殼牌、BP協辦，旨在展示天然氣在經濟



性、安全性、清潔性、資源可持續性等方面的優勢，凝聚各方共識，促進全球天然氣行業進步；優化能源結構，應對氣候變化，推動世界能源可持續發展。該活動既是2015年巴黎氣候變化大會之後中國政府落實《巴黎協定》的重要舉措之一，也是中國積極參與國際能源治理活動的關鍵切入點，對中國能源行業意義重大。

在本次G20「天然氣日」活動的歡迎致辭中，國家能源局副局長李凡榮表示，天然氣是潔淨和高效的化石

能源，也是經濟、可持續的清潔能源，在供應穩定性、技術可行性和使用靈活性方面具有獨特優勢，中國對天然氣行業未來的發展前景充滿信心。國際能源署署長Fatih Birol以「轉型中的全球天然氣市場」為題致辭，從天然氣需求的驅動力、LNG的生產能力和進口增速等角度出發，展望了全球天然氣市場的發展趨勢，並針對天然氣供應安全面臨的挑戰、天然氣在能源轉型和應對空氣質量的作用等熱點問題進行闡述。



過渡能源，而是主力能源的地位，是應對氣候變化，實現清潔空氣的中堅力量，也是促進能源轉型的必由之路，將在能源轉型中發揮重要。活動的成功舉辦也預示著IGU將在全球能源治理中發揮更大的作用。

活動獲得了國際權威能源組織、新聞媒體的關注及高度評價，認為此次會議是全球天然氣行業的一次有高度、有深度、有力度的盛會，來自各方面的24位業內專家、學者發表了極富專業性、

前瞻性與實用性的主題演講，為本次活動帶來了一場思想與內涵的饕餮盛宴。

中央電視台、中國政府網、新華社、路透社、鳳凰網、中國石油報、中國電力報、中國能源報、北京廣播電台、北京青年報、首都建設報等國內外主流媒體均對G20「天然氣日」活動進行了報道。

6月28日，陳永堅會同北京燃氣集團、上海燃氣集團、深圳燃氣集團的諸位董事長與國家能源局副局長李凡榮、

司長劉德順進行座談，就推動天然氣有效利用、擴大工商業及居民客戶的天然氣使用量，發展天然氣車船用氣和分布式能源、大力推行「鍋爐煤改氣」增強能源效益，實現節能減排等方面，對中國天然氣的發展和利用提出建議。部分與會代表還到北京日出東方酒店冷熱電三聯供項目進行現場考察。



天然氣在中國能源轉型中的作用



我國第一個大型天然氣項目西氣東輸於2000年獲批立項，一線工程於2004年建成投產，管線全長3900公里，將天然氣從中國西部塔里木盆地輸送到上海。這一龐大的管道項目，不但帶動了中國天然氣從零散城市到輻射全國的發展新篇章，還反映出天然氣在中國短短15年之迅速發展狀況。相比歐美國家，中國天然氣市場非常年輕。

作為世界上最大的發展中國家，過去15年間，在飛速發展的工業化、

城市化帶動下，中國經濟增長及社會發展迅速，國內生產總值由2000年的10萬億元（人民幣，下同），增長至2015年的68萬億元，增幅約6倍，復合年增長率達14%。

於過去15年，國內城鎮居民的人均年可支配收入翻了5倍。這能從中國極速增長的機動車數量、住房數量、智能手機用戶數、互聯網用戶數乃至能源消耗等方面體現出來。

在同一時期，中國的城市化率從36%升至56%，這意味著城市化率每

年平均增長超過1%，預計到2035年中國城市化率將達70%。隨著人口從偏遠地區向鄉鎮、城市遷移，能源的需求亦迅速增加。

然而，城市化、工業化亦對環境產生影響。在中國的能源需求增速加快的同時，發電、交通運輸、能源密集型產業所產生的排放導致了非常嚴重的污染問題，對居民的健康也造成影響。這導致國家迫切需要減少污染物及溫室氣體排放量，實現從傳統化石燃料如煤、石油向清潔能源之快速



轉型。此外，世界的氣候正面對全球暖化的問題。自京都、多哈、哥本哈根會議之後，在2015年11月舉行的巴黎氣候峰會（COP21）上，中國承諾，到2030年其碳排放強度比2005年的水平下降60%至65%。

天然氣是中國目前能迅速代替煤、石油等化石燃料的一種能源，也是兼顧了滿足能源需求持續增長與實現環保之最佳選擇。過去15年，我國天然氣消費量增長了7倍，從250億立方米上升至1930億立方米。中國政府致力爭取到2020年實現天然氣消費量增長至3000億立方米，到2030年增長至4800億立方米。中國的天然氣佔一次性能源的比重由2000年的2.2%增長至2015年的5.9%，政府希望在2020年前將此比重提升至10%。

2000年以前，由於缺乏足夠的氣源及基礎建設，尤其是連接氣源地和主要城市的長輸管線，致使中國天然氣消費量受到限制。中國第一個主要的跨省燃氣管線，即鄂爾多斯至北京的管線，於1997年僅20年前建成，管線全長868公里，年供氣能力36億立方米。

隨著政府在上游發展更多氣源，不少新的主要燃氣管網均已建成或正在建設中，包括西氣東輸工程和幾個從中亞、緬甸、俄羅斯進口天然氣的長輸管線。截至2015年底，中國國內燃氣管網總長已超過8萬公里，總供

氣能力超過2800億立方米。

我們也看到，過去10年中國不斷進口LNG（液化天然氣）。國內第一個LNG接收站位於深圳大鵬。該接收站於2006年接收第一船LNG，每年進口LNG吞吐量達380萬噸。自2006年開始，年接收能力總計超過4000萬噸的11個LNG接收站相繼投運。此外，亦有30個LNG接收站正在規劃當中。

為確保燃氣供應平穩，下游城市燃氣企業亦在CNG（壓縮天然氣）、LNG儲罐等天然氣調峰設施上進行投資，利用地下鹽穴及廢棄氣田和油田進行儲氣的地下儲氣庫也相繼建成。此外，還有一些非常規天然氣如煤層氣、通過生物質轉化的天然氣等氣源。

為實現環保目標，國家正鼓勵擴大「煤改氣」的應用範圍。在工業方面，天然氣發電常用來取代煤炭發電，在一些臨近居民區的地點尤為適用。許多熱電聯供項目正在落地，同時煤窯爐、煤鍋爐的天然氣置換也被大力推動。

由於汽油、柴油機動車所排放的廢氣是空氣污染、溫室氣體之主要來源，故天然氣汽車在交通運輸領域中被廣泛推廣以減少污染物及溫室氣體排放。目前，中國有約500萬輛天然氣汽車，其中有20萬輛是LNG載重車。CNG、LNG加氣站數量亦不斷增加。隨著基礎設施逐漸成型，我們可

以預見將有更多天然氣汽車，特別是LNG載重車投入使用。此外，天然氣應用還拓展至船用領域，即運河、河流及湖泊等。

家庭用氣方面，管道天然氣已普遍應用於熱水、採暖、煮食甚至乾衣。在當今中國，經濟便捷的天然氣供應網絡已經覆蓋超過5億人口。隨著城市化比例進一步提高，我們相信在未來將有更多的家庭用上天然氣。

作為公用事業企業，城市燃氣企業承擔為客戶供應安全、穩定的燃氣並提供專業、高效率的服務之責任。中國能源消費增長預期在未來幾年內保持穩定增長。在中國的能源轉型過程中，天然氣將擔當著替代其他化石燃料以即時改善空氣質量、緩解全球暖化的角色。未來，天然氣面臨的挑戰主要是如何提升其價格優勢、持續擴展天然氣管網覆蓋範圍、使上游供應多元化以實現氣源競爭，以及制定更多的清潔能源政策。

和其他城市燃氣集團一樣，香港中華煤氣集團將繼續增加燃氣基礎設施投資，致力於可靠供應、安全措施、服務改進等方面，力爭在2016年為市場供應天然氣170億立方米，配合國家在「十三五」及以後實現其清潔能源目標和對氣候變化之承諾。

（摘自陳永堅先生在G20「天然氣日」活動上的講話）

出品：香港中華煤氣有限公司

地址：香港北角渣華道363號

網址：www.towngas.com

粵內登字B福田第1022號

承印：深圳市新視線印務有限公司

印刷時間：2016年7月

印刷數量：2000本



如欲瞭解更多香港中華煤氣集團資訊，請掃描二維碼查閱。

目錄 contents

總裁致辭



城事 ————— 3

聚焦 ————— 25

史記 ————— 45



探索 ————— 53

面孔 ————— 61

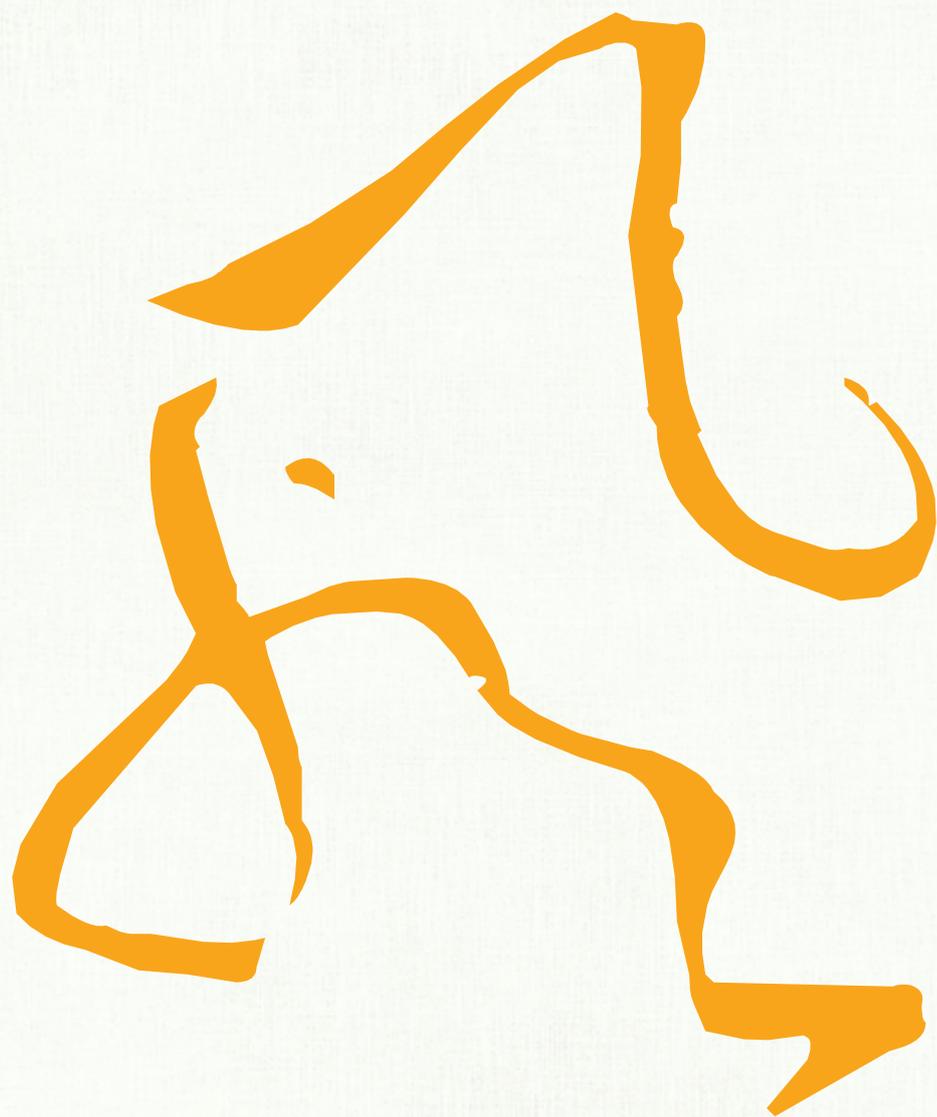
開卷 ————— 65



集錦 ————— 69

天下 ————— 81

東西 ————— 83



城事 · 聚焦 · 史記



名氣家平台及業務正式啓動

名氣家（深圳）信息服務有限公司（以下簡稱「名氣家」）在蘇州舉行平台及業務啓動儀式，致力開拓燃氣綜合保險、家居精品、高端櫥櫃等延伸服務業務。來自港華12家項目企業、商業合作單位的60多位領導出席。活動現場，港華集團高級副總裁楊軍、周衡翔、陳聖勇、朱健穎、劉彥芳共同點亮名氣家LOGO啓動台，與參會嘉賓一起見證名氣家平台及業務正式啓動。

啓動儀式上，楊軍與大家分享了自己一年來對籌建名氣家平台及業務的感想，鼓勵大家對名氣家的業務要有「三心」，即「決心」、「耐心」、「匠心」。他表示，希望將名氣家建設為一個共享的開放式平台，創造共贏的商業模式，為客戶提供健康安全及時尚的廚房用品及高質量的烹調空間，另其倍感溫馨。目前，名氣家的商品銷售（線下）已在華東、華北共11家企業試點，歌仙娜（Mia Cucina）櫥櫃定製業務已在華東、華北、華南設立了9個展銷中心。

張家港易高酸化油（PAO）項目動工

張家港易高酸化油PAO項目動工，香港中華煤氣新興能源業務營運總裁蕭錦誠一行親臨工程現場進行視察。PAO項目所用的棕櫚酸化油是在提煉棕櫚食用油過程中產生的副產品，易高秉承變廢為寶的理念，創新研發出一項經濟效益高、原材料適應性強的催化蒸餾加氫工藝，利用植物資源生產出輕質液體石蠟、環保液態石蠟、石腦油等高價值的化工產品。項目預計於2017年初投產，將有利於解決原料造成的環境污染，實現可持續發展。蕭錦誠充分肯定PAO項目團隊付出的努力，同時強調既要保持嚴謹的質量管理工作，亦要繼續做好成本控制，務求令張家港PAO項目成為易高的一個標桿工程。



易高航空燃油2015年週轉量達607萬噸

由易高負責設計、興建及營運的香港國際機場航空燃油儲存庫2015年週轉量高達607萬噸，為香港國際機場航班提供充足的燃料儲備。該項目共有8個總儲存量達26.4萬立方米的大型儲罐以及2個海上碼頭泊位，是香港目前主要的航空燃油物流基地。自2010年11月全面投入使用至今，易高航空燃油儲存庫每天供應充足且符合質量要求的航空燃料，確保所有起降航班正常運作。



山東嘉祥、東平州城易高加氣站正式營運

山東嘉祥、東平州城易高加氣站陸續正式營運，易高車船燃料高級副總裁林文立到東平州城加氣站，巡視加氣站生產設備區、操作區及辦公區，並檢查加氣站的運營情況與整體的規範化建設。近年來，易高大力發展車船加氣業務，在國內陸續投入運作、在建及籌建中的加氣站達60個，其中已經營運的加氣站有21個，其餘預計於2016年內陸續投入營運。



名氣通拓展雲端新領域

名氣通與香港寬頻、日立數據系統聯合舉辦一站式雲計算解決方案推介活動，展示雲端技術的最新發展成果及市場信息。新一代的雲端平台TGgo結合了名氣通獨有的技術優勢、日立數據系統儲存優勢以及香港寬頻的網絡速度和穩定性，集眾家之所長，旨在為中小企業提供更為高效、低成本的一站式雲計算解決方案。活動現場，名氣通技術副總裁陳文良、銷售副總裁陳志強與業內專家共同探討雲端技術如何優化成本、發揮潛在優勢等問題，三方合作夥伴還共同舉杯慶祝合作圓滿成功。

名氣通哈爾濱1號數據中心加入「黑龍江省新技術新業務推廣應用聯盟」

由黑龍江省現代信息服務推進組、黑龍江省通信管理局和黑龍江省通信學會指導的黑龍江省新技術新業務推廣應用聯盟（以下簡稱「聯盟」）在哈爾濱成立，名氣通哈爾濱1號數據中心擔任聯盟的副主任單位，全面負責聯盟章程擬定、日常具體協調服務和宣傳平台管理以及實現供需對接等工作。該聯盟依託於黑龍江省通信學會，聯合省內47家實力強、資信好的互聯網、電子商務、大數據相關企業和研究機構，打造成為「互聯網+」從業者的組織網絡和服務平台。名氣通哈爾濱1號數據中心希望藉此與本地企業合作，為黑龍江政府、中小企業、農民及大學生創新創業提供安全可靠的IT基礎設施及高質量的網絡服務，為推動黑龍江信息服務產業發展貢獻一己之力。

香港新界東南填埋區堆填氣體管理（後處理）設施進入驗收階段

由卓誠擔任工程總承包商的香港新界東南填埋區「堆填氣體管理（後處理）設施」項目目前進入驗收階段。該設施將剩餘的堆填沼氣經處理後轉化為一種合成天然氣，輸送至香港中華煤氣位於井欄樹的調壓站，與煤氣混合後注入供應網絡供客戶使用。卓誠定期到設備生產廠房，按照已獲批准的檢驗工藝程序檢視及抽檢生產中的設備，要求承包商提供試驗報告及合格證作為記錄及追溯，以確保設備質量及製造過程符合國際及香港中華煤氣的標準與要求。項目啓用後，預計每年可減少二氧化碳排放達5.6萬噸，相當於種植240萬棵樹苗，有助於改善香港環境。



卓裕獲得小型斜坡改善及維修工程合約

卓裕成功從39家合資格承建商中脫穎而出，獲得香港政府漁農自然護理署「小型斜坡改善及維修工程」合約，這是卓裕首次獲得漁農自然護理署旗下的工程合約。工程於2016年5月開展，工期為18個月，主要包括港九新界郊野公園內的小型斜坡改善工程、斜坡修補工程及例行維修工程。



陳永堅榮膺英國能源學會「榮譽會員」稱號

英國能源學會（Energy Institute）「榮譽會員」頒授典禮在香港舉行，香港中華煤氣行政總裁陳永堅憑藉其在能源行業的傑出貢獻榮膺英國能源學會「榮譽會員」稱號。

英國能源學會最早的創始機構成立於1914年，旨在成為能源行業的專業性標桿。2003年，前石油學會（the Institute of Petroleum）與前能源學會（the Institute of Energy）合併組成現在的英國能源學會，成為發展、分享能源行業專業知識、技能與實踐，打造安全、可靠及可持續發展的能源系統的專業性機構，在世界極具影響力。由於英國能源學會對專業性非常重視，其「榮譽會員」資格的評選也十分嚴格，在過去的101年里，全球僅有73位專業人士獲此殊榮。陳永堅憑藉其在能源行業的傑出貢獻，成為香港地區的8位英國能源學會「榮譽會員」之一。



陳永堅獲頒香港教育學院「榮譽院士」名銜

香港教育學院授予香港中華煤氣行政總裁陳永堅「榮譽院士」名銜，以表揚他的卓越成就以及對香港教育學院和社會做出的傑出貢獻。陳永堅熱心社會事務，曾擔任多個政府公職，也十分關心教育事務。在擔任香港管理專業協會李國寶中學校董期間，陳永堅推動以英文為主要教學語言，以德智體群美為重點，使不同國籍、學科的學生能相互學習。在擔任職業訓練局轄下委員會成員期間，陳永堅致力提升金屬品製造技術的職業教育水平，使之與國際接軌，他亦先後出任香港教育學院校董會成員及副主席，為提高教育學院整體運作效率做出貢獻。

石油及能源

名次	公司名稱	總部所在地	2014營業額	2015營業額	2015增長率	2015純利	2015增長率
1	中國石油天然氣股份有限公司	中國大陸	244,449.7	244,449.7	0.0	1,716.6	70
2	中國石油化工有限公司	中國大陸	91,000.8	91,000.8	0.0	7,821.2	74
3	中國海洋石油有限公司	中國大陸	55,007.9	44,703.9	-18.7	929.9	-
4	中國神華能源股份有限公司	中國大陸	45,995.4	49,427.1	7.5	1,151.3	-
5	中國長江電力股份有限公司	中國大陸	37,133.6	4,378.3	-11.3	11,755.5	-
6	中國核能電力股份有限公司	中國大陸	22,165.5	3,060.3	-86.6	402.3	56
7	香港中華煤氣有限公司	香港	21,673.8	4,053.2	-81.4	911.4	60
8	華能國際電力股份有限公司	中國大陸	19,407.7	20,413.3	5.2	1,716.6	70
9	電能實業有限公司	香港	18,250.7	273.2	-98.5	7,821.2	74
10	中國廣核電力股份有限公司	中國大陸	17,888.2	3,384.7	-81.1	929.9	-
11	浙江浙能電力股份有限公司	中國大陸	16,615.1	7,151.3	-57.0	1,151.3	-
12	國投電力控股股份有限公司	中國大陸	15,825.5	5,364.7	-66.1	11,755.5	-
13	國電電力發展股份有限公司	中國大陸	13,435.6	1,435.6	-89.3	402.3	56
14	中國中煤能源股份有限公司	中國大陸	11,755.5	11,755.5	0.0	11,755.5	-
15	華潤電力控股有限公司	香港	11,755.5	11,755.5	0.0	11,755.5	-
16	華電國際電力股份有限公司	中國大陸	11,755.5	11,755.5	0.0	11,755.5	-
17	大唐國際發電股份有限公司	中國大陸	11,755.5	11,755.5	0.0	11,755.5	-
18	龍源電力集團股份有限公司	中國大陸	11,755.5	11,755.5	0.0	11,755.5	-
19	陝西煤業股份有限公司	中國大陸	11,755.5	11,755.5	0.0	11,755.5	-
20	四川川投能源股份有限公司	中國大陸	11,755.5	11,755.5	0.0	11,755.5	-

鋼鐵及金屬

名次	公司名稱	總部所在地	2014營業額	2015營業額	2015增長率	2015純利	2015增長率
1	中國鋼鐵股份有限公司	中國大陸	244,449.7	244,449.7	0.0	1,716.6	70

香港中華煤氣入選2015全球華商1000排行榜

香港中華煤氣入選由《亞洲週刊》舉辦的2015全球華商1000排行榜，名列第60位，在石油及能源組別中排名第7，在入選排行榜的99家香港企業中排名第9。《亞洲週刊》創刊於1987年，是具有國際影響力的中文時事週刊，廣受全球華人關注。該刊評選的「全球華商1000排行榜」以嚴格的國際標準為評審尺度，根據企業最近3年在平均營業額增長率、平均純利增長率和企業創新等方面的業績，選出市場表現最強的1000家華商。



香港中華煤氣榮獲多項營銷服務類獎項

香港中華煤氣一直秉持追求卓越的服務理念，為客戶提供全方位的六星級服務，先後獲得社會各界授予多項營銷服務類大獎。

香港中華煤氣榮獲香港市務學會頒發「市場領袖大獎——公用事業組別」獎項，該獎項旨在表揚於市場推廣、品牌定位、宣傳策略、售後服務等方面均表現出色的企業。

香港中華煤氣在由《東週刊》主辦的「香港服務大獎2016」中獲得「環保企業大獎」殊榮，並第6次獲頒「香港服務大獎—公共能源」。「香港服務大獎2016」旨在嘉許用心為客戶提供優質服務及產品的企業，及為慈善、企業社會責任事業不遺餘力的機構、團體及名人。此次連中雙元，足證公司多年來在服務方面的卓越表現備受認可。

此外，煤氣烹飪中心零售業務發展主任蕭港威憑藉其積極協助客戶的優質服務精神，在香港零售管理協會週年晚會暨頒獎典禮2015上，榮獲「傑出服務獎——基層級別零售（服務）組——公用事業組別」，足證公司真摯待客的態度得到各界認同。

企業環境 Corporate Environment 頒獎暨開展禮



香港中華煤氣榮獲多項環保類獎項

香港中華煤氣致力保護環境，憑藉出色的環保表現榮膺多項環保類大獎。

香港中華煤氣連續6年在內地舉辦「優秀減碳項目大賽」，有效引導內地項目企業減少碳排放，積極推動社會、經濟、環境和諧發展，貢獻豐碩，因此榮獲由國家環境保護部主管的中國環境報理事會授予「2015年度綠色企業管理獎」。

近年來，除了採用潔淨的天然氣、含硫量極低的石腦油和堆填區沼氣作為原料生產煤氣，以減少溫室氣體排放、改善空氣質量外，香港中華煤氣還採取地下備用管道作套管的方法鋪設煤氣管，不但節約工程時間及成本，亦避免90%建築廢料及60%二氧化碳的產生。同時，公司在總部北角大樓安裝了無油磁浮冷凍機組，有助減少近47%的耗電量，相等於每年節省100萬度電。得益於此，公司榮獲由香港工業總會和中國銀行（香港）頒發的「中銀香港企業環保領先大獎」製造業金獎。

而在由香港綠色建築議會主辦的「香港綠色建築議會認證計劃頒獎典禮暨「和綠共進」發佈儀式」上，香港中華煤氣憑藉遠大直燃型吸收式冷熱水機組獲評「『綠材環評』標籤認證之冷水機組『銀評級』」。「綠材環評」標籤認證是一個實用與認受性兼備的認可，便於業界及市民挑選安全、高效率及可持續性的建築產品。直燃型吸收式冷熱水機組使用環保潔淨的煤氣或再生能源作為燃料，為商業大廈及中央空調系統提供冷水、採暖熱水與衛生熱水，並利用餘熱大幅提高製冷與製熱效率。目前，本港主題樂園及不少工程項目皆已引入及採用此機組以助提高效率，節省成本，也為公司創造綠色商機。



香港中華煤氣員工奪得「全港傑出職安健員工嘉許計劃」銅獎

在香港立法會勞工界議員、勞工顧問委員會僱員代表、職業安全健康局與勞工處合辦的「全港傑出職安健員工嘉許計劃」中，由香港中華煤氣提名的公司企業物料供應部員工古桂忠奪得銅獎。「全港傑出職安健員工嘉許計劃」已連續舉辦8屆，旨在響應「世界工作安全健康日」，表揚各行各業致力推動本地安全文化的優秀員工。本次評選共有來自190家機構、企業、工會提名的480位優秀員工參加，競爭激烈。古桂忠憑藉積極參與公司職業安全健康活動，修讀香港勞工處、職業安全健康局及公司舉辦的安全課程，努力推動職業安全健康文化的表現獲此殊榮。



香港中華煤氣櫥櫃品牌Mia Cucina榮獲「2015年度優質櫥櫃承辦商」稱號

在香港專業驗樓學會舉辦的「建造及裝修業優秀大獎」頒獎禮上，香港中華煤氣櫥櫃品牌Mia Cucina榮獲「2015年度優質櫥櫃承辦商」稱號，並獲由香港專業驗樓學會頒發「品質檢定認證書」。「建造及裝修業優秀大獎」旨在表揚過去一年表現卓越的業界團隊，已連續舉辦4年，主辦方香港專業驗樓學會的評審標準以專業、嚴謹和客觀公正聞名，在業界有極高的認受性。



華衍水務榮獲「2015年度中國水業最具成長性投資運營企業」稱號

在2016第14屆水業戰略論壇上，華衍水務憑藉其在內地水務市場對項目的投資及穩健運營，榮獲「2015年度中國水業最具成長性投資運營企業」稱號。本次評選經過3個月的激烈角逐，通過6大維度、5大方陣、網絡評選與實地考察結合等多種形式，最終評選出綜合獎「十大影響力企業」及6個專項獎。

華衍水務首次參加「海洋王」杯全國QC大賽即獲獎

在第十四屆「海洋王」杯全國QC大賽上，蘇州清源華衍星港街水廠1+1>2小組憑藉《降低水廠脫水機房板框壓濾機故障時間》榮獲全國QC小組成果發表賽一等獎。本次大賽共有來自全國各地200多支隊伍、450多名隊員參加，參賽隊伍主要來自傳統製造業、移動電信業，電力業等行業，蘇州清源華衍是參賽隊伍中的唯一一家水務公司，也是華衍水務首家參賽並獲此殊榮的企業。



名氣通大連1號數據中心榮獲「2015至2016年度優秀數據中心」獎

在第6屆中國數據中心產業發展大會（以下簡稱「DCIC大會」）上，億達名氣通旗下的名氣通大連1號數據中心榮獲「2015-2016年度優秀數據中心」獎。DCIC大會由中國數據中心產業發展聯盟（以下簡稱「中數盟」）和中科仙絡諮詢服務有限公司聯合主辦，是以國內外數據中心研究機構、數據中心產業用戶、數據中心解決方案供應商、數據中心產業發展聯盟專家委員會為主導的迄今為止最具影響力的數據中心行業會議。中數盟是一個全國性的非營利性行業自律聯盟，成立至今在數據中心行業發展中一直發揮著示範性和標桿性的作用，由其制定詳細標準的「優秀數據中心」獎素有數據中心行業「奧斯卡」之稱。本次參評的數據中心多達96家，名氣通大連1號數據中心憑藉綠色建材、中立數據中心、雲計算服務以及專業高效運維管理的優秀表現，得到專家評委的一致青睞，順利捧回「2015-2016年度優秀數據中心」獎。

陝西易高加氣站榮獲「優秀服務型企業」稱號

由西安市工商、商務、稅務、財政、外管、海關、社保等多個部門組成的評審小組，對西安市多家外商企業進行了綜合評定，旨在表彰外商投資企業對西安市經濟建設和構建和諧社會所作的突出貢獻。陝西易高加氣站憑藉優質的服務水平和卓越的生產管理理念，榮獲西安市「2015年度外商投資優秀服務型企業」稱號。



卓裕榮獲「公德地盤優異獎」

由香港發展局及建造業議會合辦的「第22屆公德地盤嘉許計劃」頒獎典禮舉行。該計劃旨在表揚及嘉許在安全及環保方面有傑出表現的公司、工程工地及員工，作為同行的模範。卓裕及均安建築公司合作成立的均安—卓裕聯營公司憑藉其中一項工務工程合約——大埔白石角填海區供水計劃-第2階段第2期，從眾多參賽的工程項目中脫穎而出，榮獲「公德地盤優異獎」；均安—卓裕聯營公司旗下分包商世盈工程有限公司亦獲得「模範分包商」稱號。



香港中華煤氣舉行「4.11事件十週年專題研討會」

針對2006年香港佐敦谷北道發生的一起燃氣爆炸事故，香港中華煤氣居安思危，舉行「4.11事件十週年專題研討會」，邀請公司管理人員分享事件的處理經驗，介紹公司如何積極創新，以降低類似事件發生的幾率。香港中華煤氣行政總裁陳永堅，香港中華煤氣執行董事暨公用業務營運總裁、港華燃氣執行董事暨行政總裁黃維義，香港中華煤氣商務總監黃霖生，香港中華煤氣工程總監敖少興等領導及同事共210人出席。



香港中華煤氣2015年度「優秀減碳項目大賽」賽果出爐

連續第6年舉辦的香港中華煤氣「優秀減碳項目大賽」賽果出爐，內蒙古易高甲醇廠憑藉「火炬氣回收利用」項目奪得大賽冠軍及「最有創意獎」，蘇州清源華衍「污水處理廠進水泵高效運行」項目獲亞軍，內蒙古易高甲醇廠「富裕整齊汽輪驅動循環水泵」項目獲季軍。此外，泰國易高油氣項目、山西易高液化廠、阜新港華、馬鞍山港華同時獲得「減碳優異成績獎」。

本次大賽的參賽項目涉及城市燃氣、水務、油氣及化工等多個業務範疇，也是首次有集團海外項目企業參加，減碳成效為歷年之最。比賽旨在鼓勵各項目企業推行具創意及成效的減碳方案，2015年參賽項目共為集團新增年減碳量逾2.9萬噸，6屆比賽累計年減碳量達9.4萬噸，相當於集團每年種植超過400萬棵樹所吸收的二氧化碳總量。



TCIS 20週年慶暨3.0正式發佈會舉行

TCIS (Towngas Customer Information System) 20週年慶暨3.0正式發佈會在中山舉行，香港中華煤氣、港華燃氣高管，內地70餘家項目企業總經理及IT行業龍頭逾100多人親臨會場，共同見證這一盛事。

作為燃氣行業中最先進及最全面的計費和客戶管理系統之一，TCIS是由卓銳高科自主研發並擁有獨立自主知識產權的信息化產品，其採用國際先進的面向服務架構開發，能實現燃氣業務標準化流程管理。融合最新雲計算技術的TCIS 3.0支持數據中心雲平台應用，同時增加了不少實用的功能，更深層次地規範了業務流程，例如可滿足企業階梯計費需求；新增多種抄收模式；靈活管理各種訴求；增加了工商戶安檢和預付費管理；燃氣具銷售流程中擴充了訂單銷售和單品管理；加入了自定義查詢、自定義報錶管理；支持移動應用，支持IC卡充值、交易寶、支付寶等多種支付模式；提升客戶體驗，在提高系統運行性能和穩定性的同時，極大降低綜合投入和運維成本。卓銳高科總經理胡桂祥表示，卓銳高科將秉承「卓越服務、銳意創新」的經營理念，為集團內外客戶提供專業雲計算、資訊化諮詢和解決方案等信息化服務。

發佈會最後，香港中華煤氣行政總裁陳永堅總結了信息化推動集團服務管理進程所取得的成果，同時指出TCIS 3.0不但有利於企業開展各種數據查詢、監控和提升客戶服務水平、降低客戶管理成本，更有利於集團發揮大數據挖掘和區域統籌優勢，提高生產力和整體競爭力，希望各項目企業積極落實。



香港中華煤氣贊助「與可持續發展目標對話」國際論壇

由香港中華煤氣贊助、塞拉利昂青年商會與 APAC Ideas for Action 青年計劃 (APAC I4A) 聯合舉辦的「與可持續發展目標對話」國際論壇在香港舉行。來自世界銀行、國際金融公司、匯豐銀行、港鐵公司等企業的高管作為嘉賓出席本次論壇，分別就私營企業、金融科技、社企投資、社會創新等不同領域的可持續發展議題展開討論，使近200名與會的青年學生加深瞭解全球以及當地的可持續發展進程。香港中華煤氣企業安全及風險管理總監鄭超靈在論壇上分享了公司在可持續發展方面的經驗，並和與會嘉賓交流意見。

香港中華煤氣設立「煤氣飲食業管理課程獎學金」

香港中華煤氣支持由香港稻苗學會及職業訓練局舉辦的飲食業管理課程，並設立「煤氣飲食業管理課程獎學金」頒發予成績優異的學員。公司持續致力於推動香港本地飲食業發展，希望通過設立獎學金鼓勵更多學員報讀相關管理課程，為飲食業培訓人才，進一步提升飲食業的專業水平。



香港中華煤氣舉行大型消防演習

香港中華煤氣聯合香港消防處在大埔煤氣廠舉行了一次大型消防演習，模擬石腦油缸發生火災，參演的緊急應變小組成員迅速啟動缸頂注泡系統及滅火炮車控制火情，並配合隨後到場的消防人員進行滅火及搶救工作。本次演習增強了公司有關部門與消防處在火災事故中的合作，有助於提升雙方的滅火及搶救能力。



港華首屆「專業發展計劃」學員畢業

由中華煤氣工程學院與港華聯合開展的首屆「專業發展計劃」畢業項目發佈會在蘇州舉行。作為該項目首屆畢業生，4位由港華西南區域選送的精英在現場用英文進行畢業工程項目發佈後，從香港中華煤氣執行董事暨公用業務營運總裁、港華燃氣執行董事暨行政總裁黃維義手上接過畢業證書。接下來，他們將向英國燃氣專業學會提交申請，經面試審核後即可獲得國際認可的工程師資格。

「專業發展計劃」是由中華煤氣工程學院主導的面向集團內地年輕工程師的培訓項目。自從港華於2013年8月獲香港工程師學會認可，成為內地第一家也是唯一一家可實施年輕工程師培訓計劃（簡稱「A計劃」）的公司之後，同年年底中華煤氣工程學院便聯合港華以「專業發展計劃」（Professional Development Scheme，簡稱PDS）為名在國內推行，為更多的年輕工程畢業生獲取國際認可的工程師專業資格提供渠道。首屆「專業發展計劃」以港華西南區域為試點，得到西南區域辦的大力支持。第二屆「專業發展計劃」已於2015年開展，共有7名來自深圳及山東的同事參加。未來，中華煤氣工程學院和港華會繼續將「專業發展計劃」延伸至其他區域，為集團在燃氣業界建立最可靠、最專業的工程師團隊。

聚焦



獨辟蹊徑覓藍海 引領時代創新天

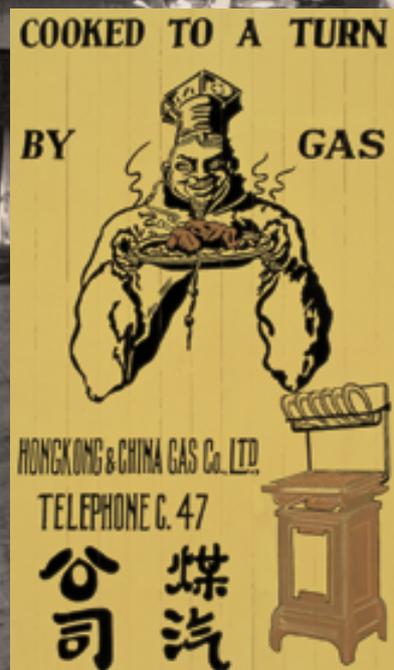
20世紀初，從500盞煤氣街燈和24公里地下管網起步的香港中華煤氣獨辟蹊徑，尋覓香港公用照明市場之外的「藍海」——用煤氣烹飪。從供應爐具、推廣明火煮食到打造一站式廚房，為客戶提供高品質的生活方式，百年來，香港中華煤氣一直繃緊了「競爭」這根神經，不斷挖掘新的創意，在近乎於飽和的香港民用市場上，一次又一次地實現「華麗轉身」。

獨辟蹊徑，探尋市場新「藍海」

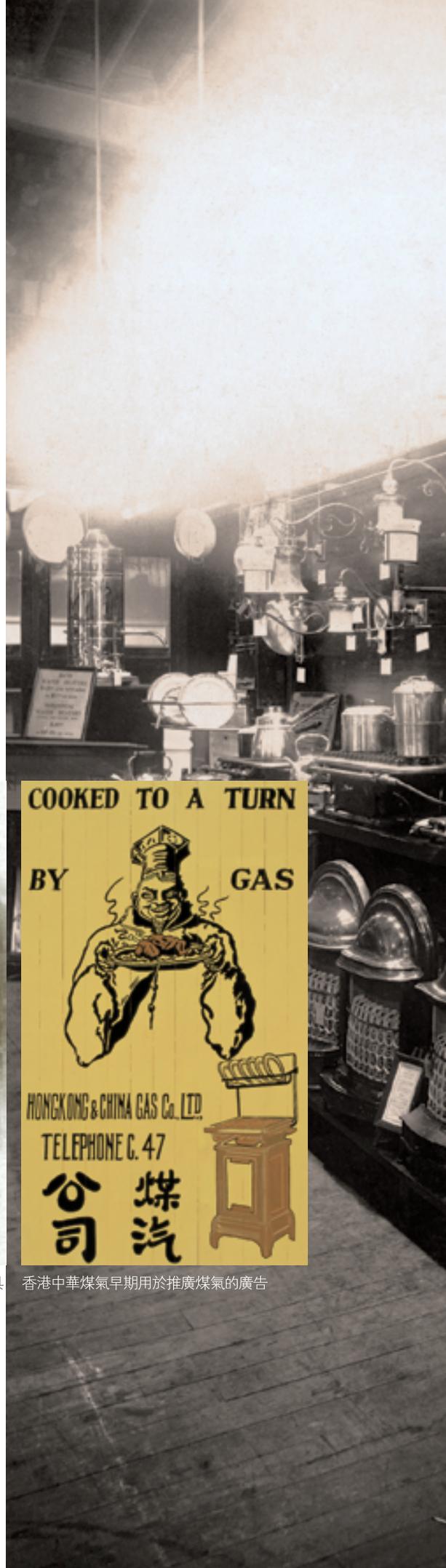
20世紀初期，隨著香港華人數量越來越多，以及由香港亞熱帶氣候形成的沐浴習慣，香港中華煤氣敏感地意識到，習慣用明火烹飪的中式餐飲和洗澡應該是煤氣應用的有利市場。其實早在1880年，香港中華煤氣就已推出家用煤氣爐具，並陸續開發熱水器、取暖爐、煤氣風扇、煤氣熨斗等多種下游產品。20世紀20年代，公司在當時香港最高檔的百貨商場——連卡佛設立陳列室，展示各種各樣新潮又實用的煤氣用具，其中就有由公司工程師大衛·梅耶改良設計的新款中式爐具，同時打出「用煤氣煮食」的廣告語，努力打開新市場的大門。但由於當時煤氣管道只集中在港島中區，加上煤氣爐具從國外進口、價格昂貴，用煤氣煮食是富裕人家才能享受的新鮮生活，普通家庭仍以柴火煮食。



1880年，香港中華煤氣從國外引進家用煤氣爐具



香港中華煤氣早期用於推廣煤氣的廣告





YOUR TOWELS will no longer have that clammy feeling if you use an "EWART" Gas-Heated Towel Rail. A most useful, Economical and Ornamental Device and it costs \$85⁰⁰ only.

COMFORT, ECONOMY AND HEALTH
A... ECONOMY... HEALTH... AND REQUIRE GAS FIRES

Comfort and Economy
THE FLETCHER

1920年代，香港中華煤氣在連卡佛百貨公司陳列的一系列煤氣爐具



1958年，香港中華煤氣首條海底煤氣管道鋪設工程圓滿竣工。隨後，公司又不斷加快投資建設進程，在市區擴展煤氣管網。1967年，煤氣供應已遍及市區，包括港島淺水灣和九龍區的觀塘、荃灣2個工業市鎮。但在煤氣供應未及之地，「火水」（煤油）、石油氣依然是香港市民烹飪和燒水洗澡時使用的主要能源。由於火水和石油氣的儲存器具容積有限，氣體耗盡時需重新更換，費時失事；此外，儲水式熱水爐需等上半小時才能燒好熱水等問題，也讓

客戶的使用體驗不容樂觀，這些都給供應和應用更為穩定的煤氣留出了競爭空間。

20世紀70年代，憑藉先進的製造能力和巨大的貿易範圍，香港製造業迎來蓬勃發展，服務業興起，全港收入水平大幅提升，中產和白領階層的廣泛出現為煤氣的普及奠定基礎，也為公司開拓煤氣爐具民用市場埋下伏筆。70年代中期，香港房屋委員會邀請香港中華煤氣為其轄下的葵湧麗瑤邨提供煤氣，成為公司與社會實現效益良性循環的開

端。隨著香港公共屋邨陸續落成，加上新建樓宇的湧現，香港中華煤氣的客戶增長勢如破竹，由1974年底的5萬戶上升至1989年的70萬戶，煤氣網絡覆蓋地區也伸延至港島、九龍和新界，包括筲箕灣、荔枝角、沙田和元朗等地。煤氣管網趨於完備，而煤氣爐具市場亦極具潛力，香港中華煤氣進軍下游市場的腳步開始不斷加快，公司的組織結構也開始從簡單的生產型向銷售型和服務型延伸。

20世紀70年代，香港中華煤氣受香港房屋委員會委託為香港公共屋邨提供煤氣，成為公司向銷售型及服務型企業轉型的契機之一





20世紀90年代，經重新設計的「煮飯寶」銷量倍增



自1995年首度面世以來，煤氣乾衣機連續數年登上全港乾衣機銷售冠軍寶座

本著為市民提供優質生活的理念，香港中華煤氣從世界各地蒐羅爐具，更參與產品開發，優化爐具功能和外型，向客戶提供適合生活需要的優質產品。1987年，公司推出廣受歡迎的「煮飯寶」，該產品創新性地將煮食爐和飯煲合二為一，節省空間的同時又能起到合理利用能源的作用，極其適合香港的居住環境。1992年，公司決定把

原來的市場拓展部提升為市務科，由一名總經理主管。這個架構調整可以視作香港中華煤氣決心在下游更大範圍施展拳腳的預兆。以「研發適合香港居住和工作環境的煤氣產品」為使命的市務科很快體現出其戰略意義，1995年，針對香港窄小的居住環境和天氣潮濕的特點，香港中華煤氣推出了一款特別為本地設計的煤氣乾衣機。這款乾衣機體積

小巧、配有防水外殼，可安裝於露台，且乾衣時間少於傳統電動乾衣機，加上操作簡易、所乾衣物更為柔順，面世不久就贏得極佳口碑，迅速登上全港乾衣機銷量榜首，紀錄一直保持至21世紀，成為當之無愧的冠軍產品。

細分市場，多元品牌引青睞



香港中華煤氣推出「民房四寶」系列，產品包括恆溫熱水爐、「煮飯寶」、乾衣機和洗碗碟機



香港中華煤氣推出TGC、簡栢兩個自家品牌，拓展市場

煮飯寶和煤氣乾衣機、煤氣抽濕機等產品的風靡，讓香港中華煤氣對民用市場的發展前景更有信心。由於爐具的設計需要因應使用地的氣候條件及居住環境而變通，如果僅僅是在原有廠家的產品上加以改良，並不能充分滿足市場需求。任何追求高品質生活的人都渴求擁有一個舒適的家居環境，而作為家居生活的重要組成部分，爐具用品的品質自然也是客戶選購時重點考量的要素。2000年，香港中華煤氣推出自家爐具品牌TGC，由公司專業產品開發團

隊主導，與優質廠家合作，研製出一系列多功能現代化爐具，包括座台式煮食爐、嵌入式平面爐、恆溫熱水爐、煤氣乾衣機、抽油煙機、櫃爐及嵌入式煤氣焗爐等。

為了衝破市場上現有品牌已然建立的「壁壘」，香港中華煤氣在產品設計和市場推廣上做了很多工作，深入挖掘客戶的需求，繼而引導、創造客戶新的需求。TGC的品牌定位為面向中、高端客戶，在設計時，特別顧及產品的外觀、創意及實用性，並依據大眾生活模

式的變化推出新功能。例如隨著香港經濟起飛，生活節奏加快及婦女出外工作，家庭烹飪的時間大大減少。為此，TGC為許多家用煮食爐具加入時間調控的功能，方便忙碌的都市人群。另外，TGC也為熱水爐加入溫度調控功能，部分熱水爐為恆溫設計，一開即熱，客戶可根據自身需要調校溫度；而針對香港狹小的居住空間，TGC不斷縮小熱水爐體積，最薄型號只有70毫米厚，這些創意及實用兼備的產品為客戶帶來更多方便，成為新一代爐具的標桿。



遍布港九新界的客户中心和销售门市方便客户选购各式炉具



2000年代，香港中華煤氣以「家·多點新意」為主題宣傳TGC，喚起民眾對家的概念

中國人對家庭有非常深厚的情結，因此，在TGC面世之初，香港中華煤氣便以「家·多點新意」為宣傳重點，配合各種媒體宣傳及合作活動，在突出爐具以人為本、著重創新的精神外，喚起市民對家的概念。此外，公司在全港設立多個銷售點，並在各大樓盤進行路演，由專業銷售人員介紹產品特性，方便客戶參觀、瞭解各款爐具的信息，令其對產品增添信心。由於TGC產品以創新的設計及先進的智能功能為本，廣受客戶歡迎及讚賞，短短幾年之間便成為香港家喻戶曉的品牌。

TGC的成功給香港中華煤氣注入了一劑「強心針」，2003年，公司再接再厲推出另一自家爐具品牌SIMPA（簡栢），迎合追求簡約主義的客戶，開發一系列嵌入式平面爐、座台煮食爐、熱

水爐、櫃爐及抽油煙機等產品。其設計和出品均以香港人生活為藍本，質量及實用兼備，造型簡單、線條優美，部分爐具的控制旋鈕經人體工程學的計算，設計成「S」字形，無論慣用左手或右手的使用者，在調校火力、水溫時都得心應手。此後，香港中華煤氣針對日益細分的民用爐具市場，先後推出面向大眾市場的品牌MEO（美奧），以及面向高端市場的法國時尚品牌Scholtès，為市民提供更多元的選擇。

目前，香港80%的管道煤氣爐具由香港中華煤氣銷售和供應，但對於這家「百年企業」而言，危機感和競爭意識從來不是一個遙遠的抽象概念。如何在日趨飽和的香港市場中找到新的業務增長點，香港中華煤氣似乎已經找到了自己的答案。

創新模式，增值服務受好評

早在20世紀初應對來自電力的競爭時，創新求變的精神就已經化入香港中華煤氣的骨血。1937年，公司獨創新猷，為廚師學徒和中外女士舉辦烹飪班，吸引客戶在家中使用煤氣煮食。1977年，煤氣烹飪中心正式成立，邀請導師、美食泰斗現場烹飪，希望通過社會的普遍關注，推動中華美食和「明火煮食」的影響力。此舉廣受歡迎，開設的烹飪班一開始接受報名便迅速額滿，煤氣烹飪中心的知名度逐漸提高，飲食界的重量級人物乃至國際名廚自然慕名接受邀約，前來獻藝，學員大開眼界便更加熱衷於繼續學習廚藝，形成良性循環。據前煤氣烹飪中心經理、名廚及烹飪導師黃婉瑩回憶，香港著名國際級大廚、香港富臨飯店創辦人及總廚楊貫一曾蒞臨煤氣烹飪中心示範如何用鮑魚炮製美食，並表示自己是明火煮食的擁護者，烹煮鮑魚時必須用煤氣，方能更好地控制火候，保證食物的口感。

踏入21世紀，香港中華煤氣的管理層意識到，年輕一代的生活模式已經發生轉變，客戶的消費水平和消費品味不斷提升，早期以方便客戶繳交煤氣賬單、預約檢查維修及提供各項查詢服務而設的客戶中心也需要隨之轉型。因此，公司增設客戶服務熱線、互聯網及自動繳費系統等多種服務渠道，並將客戶中心的角色升級為集售賣煤氣爐具、推廣明火煮食、提供客戶服務三大元素於一體的客服平台。



客戶中心採用一站式概念，以實際應用環境展示所有爐具，為客戶提供各式各樣的產品及體貼服務





名氣廊創新的「餐飲+銷售」模式，讓客戶在享受美食的同時也可選購各類廚房用品

2001年，香港中華煤氣引進一站式消費概念，成立名氣廊（Towngas Avenue），打造「餐飲+銷售」模式，以實際應用環境展示所有爐具，讓客戶在享受餐飲服務的同時，也可以選購爐具、烹飪書籍、家居用品等各類優質產

品和服務，啟發客戶的優質家居生活靈感。考慮到現代生活節奏快，許多市民雖然對烹飪的興趣與日俱增，但由於工作繁忙，不能常常抽空到煤氣烹飪中心上課，名氣廊率先推出「互動式餐廳」（Interactive Café），客戶在用餐之餘

也可學習烹飪，多渠道推廣明火煮食文化。這種經營模式深受客戶歡迎，也得到餐飲業界的一些酒店及餐廳效仿，紛紛推出烹飪班以推廣煮食文化。



名氣廊的Flame餐廳開辦的親子烹飪生日派對服務也吸引了許多家長和小朋友參加



名氣廊的Flame餐廳設立「團隊烹飪工作坊」，通過煮食增強團隊凝聚力，廣受歡迎

近年來，香港的出生率不斷上升，父母對食物安全及培養孩子的自理能力也越來越重視，常會安排孩子參加不同類型的活動。名氣廊亦配合推出暑假兒童烹飪課程和親子烹飪生日派對，讓父母與子女共同分享煮食的樂趣。此外，名氣廊還開展了全港獨有的「團隊烹飪工作坊」（Team Building Cooking Workshop），主要舉行各種富有趣味、具有啟發性的團體

訓練活動，令外界公司或機構通過煮食及分組互相合作，建立團隊精神，加強凝聚力，廣受企業歡迎。

百年來，隨著外部經濟、社會環境的不斷變遷，香港中華煤氣不斷持續調整自身的功能定位，創新模式，通過不斷為客戶提供更多增值服務，引導客戶消費需求。



名氣廊內設有自煮天地，為客戶提供私人派對場地，令其與親朋好友共同享受明火煮食樂趣



延伸業務，開闢「一站式廚房」新高地

俗話說：「窮看廳堂，富看廚房。」隨著生活水平日益提高，人們對廚房家居設計、廚房用品選用也越來越講究。這一點在彈丸之地的香港顯得尤為突出，由於居住環境狹小，香港的廚房設計特別注重整體性和空

間利用率。房地產發展商為了符合市場需求、提升銷售額，更傾向於將新樓盤打造成「豪宅家居」，廚房正是「豪宅化」的重點項目，櫥櫃和爐具也首選歐洲品牌。有鑒於此，香港中華煤氣管理層經過深入的研究和探

討，決定開拓意大利高級櫥櫃品牌Mia Cucina的設計服務，並引進法國爐具品牌Scholtès，為客戶提供一站式廚房設計服務（Total Kitchen Solution），打造極具個人品味的優質廚房。



Mia Cucina Curva櫥櫃系列以弧線設計營造時尚、獨特的線條美

與其他歐洲品牌的刨花板相比，Mia Cucina特別選用歐洲進口7層夾板，能有效減少櫥櫃受潮及增加載重能力，更加堅固耐用；設計時，充分利用廚房的每一寸空間，盡量減少裝修收口，還可根據客戶需要安裝升降收納櫃或採用可調節櫥櫃高度的設計，靈活方便。公司還專門設立專業團隊，為客戶提供上門量尺寸、出具設計方案、工程監督的全方位保障。此外，有著90年品牌歷史的Scholtès 爐具同樣用料優選，多款優質產品包括煤氣煮食爐、嵌入式焗爐、抽油煙機、洗衣乾衣機及冰箱等廚房產品一應俱全，且爐具在研發時就融入國際級法國大廚和米其林星級廚師的烹飪經驗，將最理想的專業烹飪程序設置其中，成為客戶的信心之選。公司將Mia Cucina與Scholtès完美結合，推出一站式廚房設計服務，由專職團隊籌劃廚房裝修的整個過程，包括規劃、設計、銷售、安裝及售後服務，每項細節均由公司負責緊密跟進，節省房地產發展商與多個供應商協調的時間和程序，並為有裝修需求的客戶排憂解難，把關工程細節，確保廚房整體既實用亦充滿時尚感。



香港中華煤氣通過「一站式廚房設計服務」拓展B2B業務，反響熱烈



多家客戶中心升級為「Total Kitchen Solution」陳列室，模擬實際使用環境，深得客戶喜愛

為了進一步引發客戶對新產品的認識及渴求，除在各大報刊雜誌及香港中環大型戶外廣告牌刊登廣告外，香港中華煤氣還在電視台投放30秒「Total Kitchen Solution」廣告，特寫不同樂器的音樂震撼力與品牌產品互相輝映，表達Mia Cucina櫥櫃與Scholtès爐具的完美搭配就如同交響樂團中不同的樂器協奏而成的優美樂章，精臻完美。此外，香港中華煤氣也和著名電視台（電視廣

播有限公司）合作，冠名贊助16集綜藝節目《Towngas特約：明星愛廚房》，提供Mia Cucina櫥櫃陳列室進行拍攝，邀請不同的星級明廚及名人嘉賓分享其入廚心得、生活趣事及感動時刻。同時，公司亦邀請了人氣藝人於Mia Cucina櫥櫃陳列室內拍攝烹飪短片，以輕鬆有趣的手法為愛人、家人、朋友及孩子烹調開心驚喜的菜式，並上載於Towngas網頁及Facebook、YouTube等

網絡平台，吸引了許多美食愛好者的關注。

配合充分預熱的市場氛圍，公司特別將多個客戶中心改裝為「Total Kitchen Solution」陳列室，每月邀請不同房地產發展商專責工程項目的職員前往參觀，讓其親自觸摸、感受產品品質，深入瞭解產品功能。客戶還可以在由法國名廚授課的烹飪體驗課程中親自使用爐具和配套櫥櫃，好評如潮。體驗



香港中華煤氣於香港北角總部大樓開設全新旗艦陳列室，採用一站式概念，以實際應用環境展示所有爐具，並為商業和住宅客戶分別設置示範廚房

過的客戶都一致認同Mia Cucina櫥櫃能將廚房空間利用得淋漓盡致，Scholtès煮食爐具也能提高整個廚房的實用性，讓他們更加享受烹調過程。

在體驗消費模式的驅動下，許多房地產發展商願意採用全新一站式廚房設計服務。2014年至2015年期間，Mia Cucina櫥櫃業務在新樓盤的營業額獲得5倍增長，香港中華煤氣合作房地產發展商由3家增至12家。據問卷調查數據

顯示，超過60%的受訪者表示廚房翻新時考慮使用「Total Kitchen Solution」的設計服務，超過90%的受訪者認為公司的品牌優質卓越，更有超過80%的受訪者認為公司的產品比其他歐洲品牌更加物超所值。此外，「一站式廚房」產品先後榮獲Reddot Design Award、BIA Award、GOHOME Best Kitchen Design Award等多項大獎，「Total Kitchen Solution」以及「Cook for Love」市場

策劃項目更同時榮獲素有市場推廣界「奧斯卡」之稱的2015年HKMA / TVB傑出市場策劃獎優異獎，客戶接受度及市場認可度可見一斑。

應時造勢，引領生活新方式

好的公司滿足需求，偉大的公司創造需求。香港的年輕一代生活繁忙，為了工作可以廢寢忘食，在家中吃飯的時間屈指可數。由於明火煮食對保持食物色香味美、飲食健康和環境保護均有裨益，香港中華煤氣也致力向所有人，特別是較少下廚的年輕人推廣這種健康的生活方式。2014年4月，公司推出「Cook for Love」網上遊戲，民眾在Facebook上分享與家人、朋友用明火烹調家常菜的像片、短片或承諾「我決定今晚回家吃飯」，即可贏取積分換取名貴廚具、煤氣烹飪中心親子烹飪課程、香港海洋公園門票等豐富獎品。活動一經推出，傳播力及感染力驚人，響應人數超過158萬人次，電視廣告「Cook for Love」上載至YouTube後，觀看人次超過50萬。

2015年，公司進一步拓寬「Cook for Love」網上遊戲的接觸面，遊戲包括全城行動篇、校園篇及煤氣員工篇，鼓勵每一個參加者在Facebook專頁分享他們為摯愛親自下廚的像片和視頻，參加者除了可以贏取廚具和隨機抽選豐富獎品外，還能參與公益。公司代表參加者送出「煮餸易」飯菜包給低收入或單親家庭，讓他們在繁忙工作之餘，可以利用短短10至15分鐘，煮出健康、



香港中華煤氣利用公益行動鼓勵民眾參與「Cook for Love」網上遊戲，讓更多的人能輕鬆享受明火煮食的好處

美味的菜式，共同體驗明火煮食的好處。

與此同時，香港中華煤氣在煤氣烹飪中心創立了全港首個專為親子而設的烹飪中心——「Towngas KIDchen」，提供可調節高度的Mia Cucina櫥櫃及明火爐具，讓父母和孩子一同享受下廚之樂。此外，公司還走訪不同中學推廣明火煮食，並在煤氣烹飪中心舉辦免費烹飪班，燃起年輕一代對煮食的興趣。而針對追求完美廚藝的成年人，公司則以「美食藝術」為吸引點，與法國知名廚師協會Disciples Escoffier 合作，引入亞洲首個米其林名廚教授的法國Escoffier烹飪藝術文憑課程（Disciples Escoffier Diploma in

Culinary Arts），啟發對烹飪富有熱忱的學員用法國菜表達自己對身邊人的關愛，並讓他們體驗生活及烹飪的高層次品味，扭轉新一代成年人覺得「烹飪是麻煩、費時及過時」的舊觀念。

此外，香港中華煤氣升級手機應用程序服務，附設「精選食譜」功能，為忙碌的香港人提供每日的煮食新意。客戶可隨時瀏覽逾千款網上食譜，更可按難易度及烹調方法搜索自己喜愛的菜式，配合烹飪教學短片，任何人都可以輕鬆煮出健康美食與親友共享。公司還在煤氣烹飪中心、名氣廊及20多家客戶中心銷售多款優質家居用品，包括廚具、餐具及食品等，產品以明火烹調及時尚為主，務求吸引更多年輕人享受入



香港中華煤氣引入法國烹飪藝術文憑課程，啟發學員用下廚表達關愛

廚樂趣。

未來，香港中華煤氣會繼續遠赴歐洲，蒐羅更多優質的建材，為客戶量身打造最合適的廚房設計；研發並推出一系列Mia Cucina嵌入式廚房爐具，包括煤氣煮食爐、焗爐、洗衣乾衣機及冰

箱等，打造單一品牌星級廚房；逐步翻新櫥櫃陳列室，展示全新櫥櫃設計及陳列Mia Cucina的爐具。公司將不斷努力革新，引領香港民眾享受更加優質、健康、舒適的煤氣新生活。



香港中華煤氣升級手機應用程式，加設「精選食譜」功能，推廣明火煮食的健康生活方式

領



《領先的背後》封面

上期說到香港中華煤氣開始進行多元化的嘗試和發展，之後開發煤層氣成為香港中華煤氣進軍上游突破性的一步棋，與此同時，公司勇於肩負企業社會責任的舉動為自身樹立了良好的品牌形象。

后



山西港華煤層氣液化一期工程順利投產

作為領先者，香港中華煤氣似乎只有通過承擔風險來開拓前面的道路——重啟英國商人格蘭當年的勇氣，去承擔不確定性。而香港中華煤氣重啟的這個不確定性，第一步棋就是在國家的壟斷之外，開拓新的氣體能源。

選擇什麼作為新的氣體能源？在諸多可能里，香港中華煤氣首先選擇的是煤層氣。陳永堅和蕭錦誠把易高的第

一個點切進了山西。在所有要素都已經齊備的情況下，易高選擇與資源的擁有者——山西晉城煤業集團合資開發。由香港中華煤氣出資70%和所有技術，晉城煤業集團出資30%，建成了投資6億元人民幣的山西易高煤層氣液化項目。

易高的投入項目實際上對於港華眾多苦於「冬供」缺氣的城市燃氣企業來說，是大旱之甘霖。當整個市場上氣

源極端匱乏的時候，港華各個企業可以依託集團優勢得到煤層氣的供應。而對於香港中華煤氣來說，易高煤層氣項目的作用在於它突破的是整個上游，而且規模如此之大，僅僅這一個項目就是整個亞洲最大的煤層氣利用項目。

香港中華煤氣的上游之旅已經全面展開。



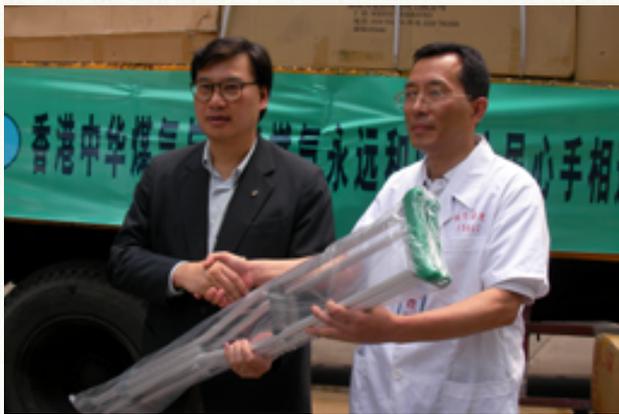
易高位於山西省的先進液化煤層氣廠一直運作順暢

由於採集分散、數量較小，因此煤層氣幾乎全部都通過車載運輸。所以氣體必須液化，將煤層氣降溫至零下162攝氏度是一道必需的工藝。如果採用國外工藝，由於存在專利保護和製冷劑進口，費用很高。就煤層氣開發的流程和下游的氣價來說，經濟上不可行。

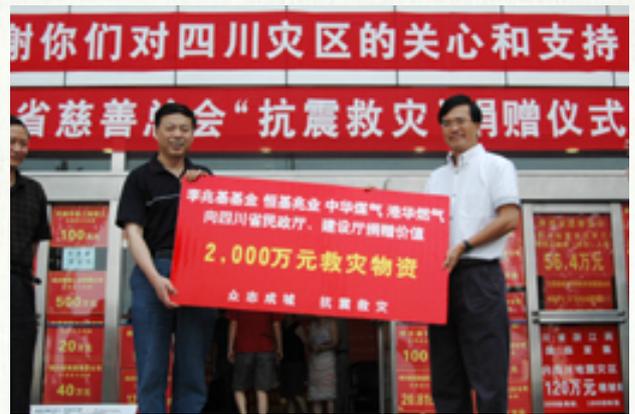
國內雖然也有企業擁有這種工藝的技術，但都沒有投入使用過。

這需要一個大膽的先行者來打破。最終，易高決定採用國產的循環混合製冷技術，接納成都深冷公司成為合作夥伴。合作取得了成功，這對於國內的循環混合製冷技術來說意義非凡。因

為在香港中華煤氣的冒險嘗試之後，會有大批的跟進者，國內的循環混合製冷技術之窗，一下子被打開了。而香港中華煤氣也得到了自己的收益，由於對國產技術的率先使用和合作者的巨大收益，它獲得了進一步的話語權。



香港中華煤氣行政總裁陳永堅親自向災區醫院捐贈醫療物資



李兆基基金、恒基兆業、香港中華煤氣、港華燃氣向汶川災區捐贈2000萬元救災物資



香港中華煤氣捐助的救災物資抵達災區後，當地災民領走臨時帳篷時露出欣喜的笑容



港華義工前往災區前線開展救援活動

2010年對於常州建設高等職業技術學校2008燃氣班的學生來說比較特殊，因為從這一年開始，他們將告別學生時代，進入港華四川公司的員工行列。學校為孩子們舉行了單獨的畢業典禮，對於他們來說，這一天來之不易。他們的命運都被汶川地震改變了。

作為香港中華煤氣的董事局主

席，李兆基在地震後就與香港中華煤氣的決策層商議，定下救災的基調是：出錢、出力、見實效。港華內部的義工隊，在這個時候作為一種機制起到了重要的作用。2008年5月29日，第一批港華義工隊到達汶川、理縣；6月6日，第二批義工隊到達青川；6月13日，第三批義工隊到達青川、武平。他們攜帶的

物資包括帳篷、食品、雨衣，甚至拐杖。

7月和8月，港華的第二批捐助開始。災區的十多所學校得到了港華送來的電腦、課桌椅，以及一大批教學設備。11月和12月，第三批捐助開始，主要向多位農民的北川和青川老百姓運送過冬物資和農具。



由港華資助建立的常州建校四川班的孩子們參加入學典禮

作為港華派遣到賑災前線的高管，楊松坤目睹了汶川震後的現狀之後，「有一種內心幾乎無法遏制的衝動，想為這個地方做點什麼。」他與常州建設高等職業技術學校校長黃志良取得了聯繫：「黃校長，建校能不能針對四川招一批學生？」得到肯定

的答覆後，兩個人開始商討可能會遇到的困難，其中包括港華未來能否給學生們安排就業。

這次通話之後沒幾天，香港中華煤氣高層給出了回覆，這些四川學生的未來就確定了下來——港華可以為他們未來畢業後的就業提供崗位。之

後，港華在四川和江蘇教育部門的全力配合下，從貧困家庭中找到了30個孩子，把他們送出了四川，送到了常州。無疑，港華的這個舉動讓常州和四川的一大批人都記住了這個叫做港華的公司。在慈善領域的認真、細緻和周到。

公司之間競爭的極致，是爭奪消費者的印象，也就是消費者心目中的亮點。在商品和服務大致相同，或者具有一定差異性的情況下，消費者願意選擇的是他心目中印象非常好的公司，而不是商品和服務本身。因此公司在競爭中必須爭奪的是其作為一個整體在消費者心目中的良好印象。

香港中華煤氣長期堅持兩個活動，一個是為香港社會中的老人送湯，一個是每年發起的「萬糴同心為公益」活動。前者關懷社會，後者傳播中華文化。這些活動對於可以參與進來的消費者來說，無疑會讓他們耳目一新：燃氣公司原來也是非常重視消費者印象的。

港華在旗下所有的燃氣企業中推廣「萬糴同心為公益」活動，而更進一步的，當然是它會在之後的安檢、抄錶、客服電話等各個接觸的要素中加強這種已經開始形成的消費者印象。在香港中華煤氣的實踐中，所謂「聽得到的微笑」，指向的就是「萬糴同心為公益」活動中表現出來的那個和藹可親的品牌形象。



港華攜手旗下企業共同開展「萬糴同心為公益」活動，傳遞溫馨暖意

由於這些活動的持續開展，香港中華煤氣已經在眾多香港市民的心目中產生了這種印象。因此陳永堅可以相當有把握地說，香港中華煤氣在香港市民中的印象是一家重視服務的公司。

——摘自《領先的背後》

（完）

一
野

探索 · 面孔 · 開卷

改變來自於創新。除資本之外，香港中華煤氣成功發展的優勢，在於其在150多年歷程中所先行的做法，其內部持續革新的氛圍和制度，其為員工成果投資的能力和決心。正是對傳統的顛覆和創新，使得香港中華煤氣可以不斷地在公司組織內獲得前行的動力。

科技創新 保障水質

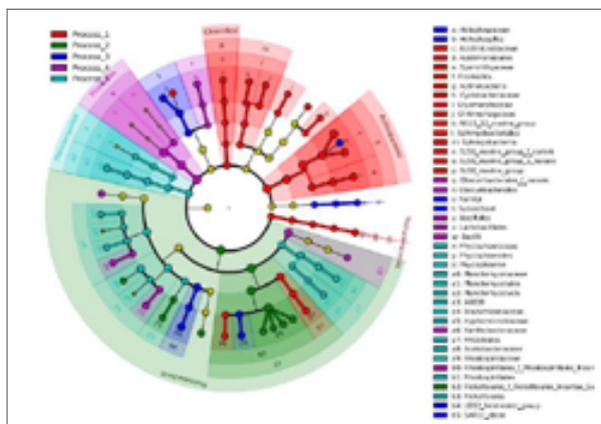
華衍水務自2005年進入內地水務市場以來，一直以「打造中國一流的水務公司」為目標，致力於為客戶提供安全可靠的飲用水，同時竭力保護和改善水源環境。公司積極創新研究，努力踐行集團G=i x i的發展理念，成功申報並參與了國家「十二五」水專項的研究與創新，取得了一系列研究成果，在水務的生產運營和水質管理中進行了有效的應用。

在國家「十二五」規劃期間，華衍水務承擔了國家水體污染控制與治理科技重大專項「江蘇太湖水源飲用水安

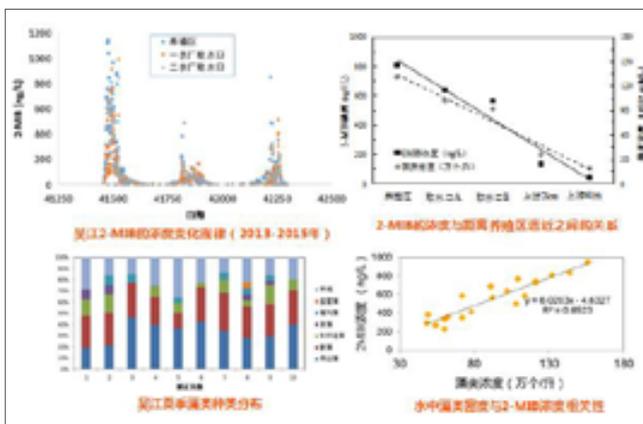
全保障技術集成與綜合示範」子課題——「吳江市東太湖微污染水源飲用水水質安全保障關鍵技術研究與示範」的研究任務。公司從實際生產中亟需解決的問題出發，對東太湖微污染水源深度處理技術、東太湖微污染水源飲用水消毒技術、東太湖微污染水源調度、應對突發污染應急技術及協同管理等幾個方面進行了深入研究，並且根據研究成果編製了《江蘇省太湖地區飲用水深度處理工藝選用指南》，申請或授權國家專利7項，開發出飲用水中溴酸鹽控制關鍵技術，並將該技術應用於吳江華衍

第二水廠深度處理工程，使出廠水溴酸鹽指標達到國家生活飲用水衛生標準要求。同時，公司結合相關研究成果，建設吳江區龍頭水達標示範工程，確保20萬人口的龍頭水水質合格。

通過積極參與「十二五」水專項的研究，華衍水務一方面比較及時地解決了吳江華衍第二水廠含溴離子源水、臭氧-活性炭工藝中的溴酸鹽超標問題，為客戶提供了更加安全優質的飲用水；另一方面，公司技術人員的專業知識與素養、科研能力、分析思考能力都有了顯著的提升。飲用水中溴酸鹽控



水淨化處理過程中微生物多樣性分析研究



水源臭味物質污染源研究

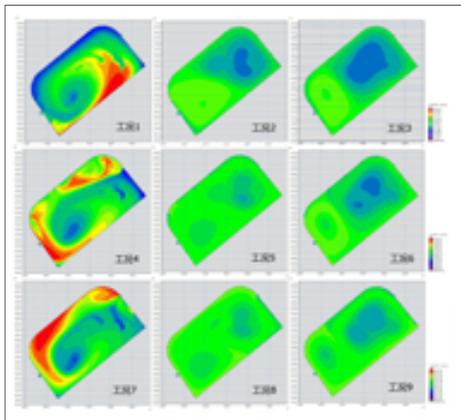
制關鍵技術得到了行業內相關專家的肯定與一致好評，擴大了華衍水務在行業內的知名度。

2016年是國家「十三五」規劃的開局之年，華衍水務結合「十二五」水專項的研究成果與自身的運營生產需求，積極申請國家相關科技重大專項，努力提升研究與創新能力，促進企業健康快速發展。一方面，公司踴躍參加行業內調研座談會，就進一步提供高品質更安全的飲用水、管網漏損控制與生產工藝節水、水廠生產以及供水節能降耗等關鍵技術與國內外行業專家進行深入

探討，以期探究出合適的解決方法，形成核心競爭力；另一方面，公司積極申報國家重大科技研究項目，其中「市政管網運行安全保障技術集成及管理模式研究」課題已經通過「公共安全風險防控與應急技術裝備」重點專項專家初次評選，目前正在籌備復評。此外，公司還主動參與水體污染控制與治理科技重大專項「十三五」太湖流域（蘇州）調研座談，與蘇州水利局、蘇州水務集團等單位就太湖流域飲用水水質提升關鍵技術、城市供水系統綜合技術集成與示範等課題納入國家「十三五」水專項研

究做好前期準備。

核心技術是企業發展的不竭動力，華衍水務利用自身的人才與技術優勢，結合國家經濟社會發展方向，不斷研究創新，在確保向客戶提供安全可靠的飲用水的同時，提高自身的核心競爭力，積極應對行業挑戰與競爭，促進企業快速健康發展。今後，借助集團各個層面的支持，華衍水務將繼續發揮自身優勢，不斷創新，為成為中國一流的水務公司而努力奮鬥。



水源水庫污染物濃度研究



中試基地

產品質量檢測系統助力品質管理

一直以來，港華輝信致力於為客戶提供品質優良、安全可靠的聚乙烯管件。近日，公司從英國引進了最新的產品質量檢測系統，為生產具有國際一流水平的聚乙烯管件保駕護航。

新產品質量檢測系統由產品檢測工作站（圖1）和產品檢測數據庫系統（圖2）組成。設計獨特的產品檢測工作站採用了先進的紅外線條形碼識別技術（圖3），可快速讀取產品的型號、

規格、序號等基本信息。插上連接接頭通電後（圖4），可自動檢測每個管件的線圈電阻，識別電阻和焊接時間等電性能參數。

每個管件的檢測結果通過位於頂部的指示燈實時顯示出來。黃色燈亮為條形碼正確讀取，綠色燈亮為合格通過，紅色燈亮為不合格。整個檢測操作簡單直觀、方便實用，最大限度地避免了人為失誤的可能。

檢測工作站還會將採集到的管件電性能參數數據通過網絡儲存到產品檢測系統的數據庫中，檢測日期、檢測人員、產品序號、線圈電阻、識別電阻等信息（圖5）將在數據庫中永久保存，確保整個生產和檢驗過程的可追溯性。數據庫將按照批號實時統計該批產品的檢測情況（圖6），方便檢測人員隨時掌握產品的檢測進度，及時糾正漏檢、不良品誤放等人為失誤。

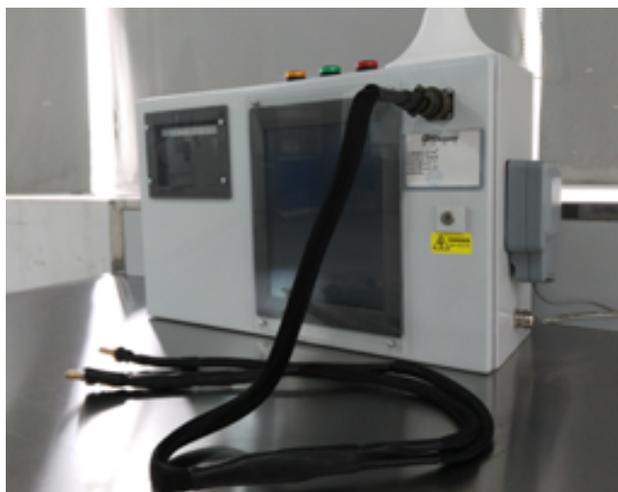


圖1：產品檢測工作站



圖2：產品檢測數據庫系統



圖3：紅外線條形碼識別技術

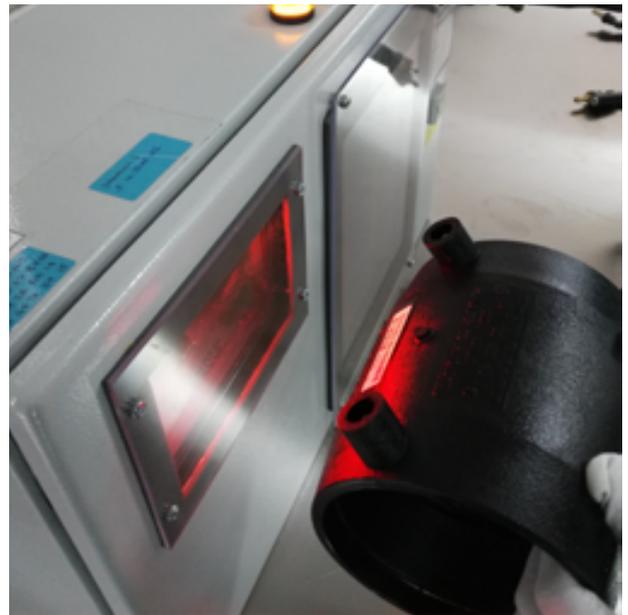


圖4：自動檢測管件的線圈電阻

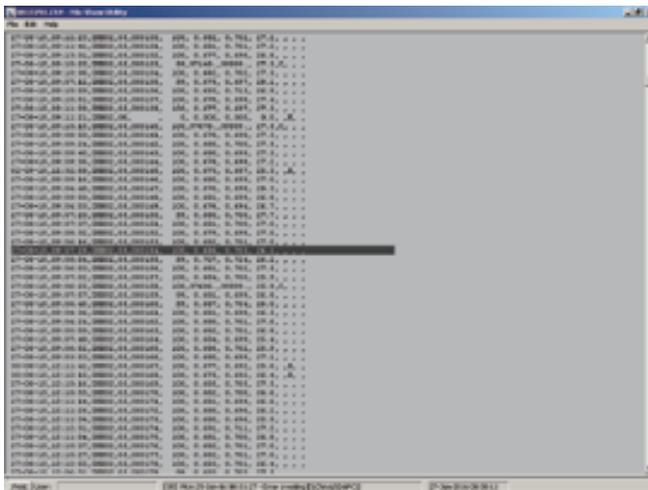


圖5：數據庫

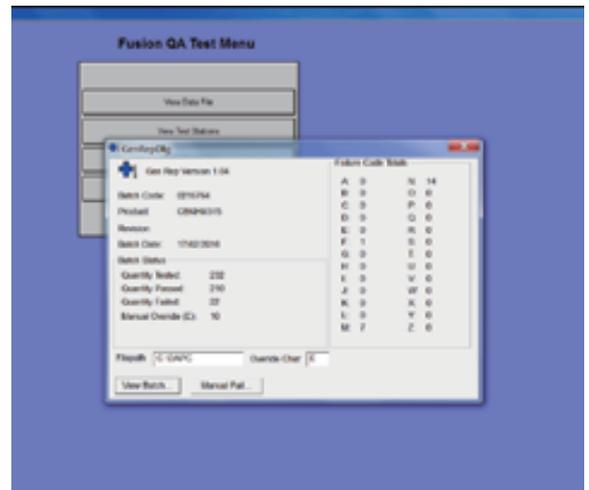


圖6：數據庫實時統計產品的檢測情況

易高車用加氣站 標準化建設持續創新

加氣站標準化建設是易高在車船燃料業務方面一直努力不懈的發展方向。經車船工程部全體同事的不懈努力，結合加氣站建設的實踐經驗與易高自身的需求，現已制定出一套完善的管理制度文件，包括《香港中華煤氣集團內地加氣站設計手冊》、《易高加氣站形象裝修手冊》、《易高加氣站二次裝修手冊》、《加氣站施工管理指引》、《採購手冊》以及完善的HSE管理制度和維護管理制度，為實現公司加氣站在質量、安全、成本以及後期營運維護的全方位標準化建設管理奠定了基礎。

加氣站的建設管理充滿挑戰和困難，以傳統磚砌體站內建築物的土建工程施工為例，一方面需要嚴格落實易高建站的高標準，確保每個建成的加氣站

都符合公司要求，另一方面卻又必須面對施工單位規模小、施工人員技術及管理水平較低的現實情況。這就使得我們

需要增加監管力度，加大在成本、時間等方面的投入。在管理成本上升的同時，也對我們的管理人員提出了更高要



模塊站房及全攪工藝分期建設加氣站效果圖

求，增加了管理難度。面對挑戰和困難，我們需要積極探索新的方法與思路，以打破現實困難的局限。

易高加氣站堅持努力開拓全新的建站模式，通過長時間的考察研究，目前正在嘗試通過與大型的集成建築廠家合作，利用其在模塊化設計、製造以及安裝技術方面的優勢，將加氣站內的建築物採用工廠模塊化生產、然後運至現場直接安裝的方式，替代傳統的現場施工建設的磚砌體與鋼筋混凝土的建站模式及採用工藝設備撬裝的設計模式，最大化縮短建設工期與降低工程費用。同時，通過工廠預製模塊化生產，也進一步提升了加氣站建設的標準化程度，方便了加氣站建設的管理工作。

目前在建的廣州白雲穗豐村加氣



模塊站房工廠預組裝現場圖

站、榆林神木敏蓋兔村加氣站正率先嘗試此種創新建站模式。另外，易高在投資方面，將針對一些項目考慮採取加氣站分期投資建設的思路，首期投資建設

營運之後，視加氣站的實際營運情況決定是否追加投資建設，從而最大化地降低投資風險。



港華紫荊創新市場營銷模式

單條廣告拍賣2200萬，著實讓「網紅」們吸足了眼球，同時也讓我們看到了「網紅」文化的市場價值潛力。其實，「網紅」文化發展時間不算短，從「網紅」特點來看，現在的「網紅」屬於第三代，第一代「網紅」們以文字安身立命，為文字時代的網絡紅人；第二代「網紅」則以更為豐富的圖片+文字形式走紅的；第三代「網紅」是寬頻時代的網絡紅人。

當然，不管是第幾代「網紅」都有一定共通點，而這些共通點對於品牌市場推廣也有值得借鑒的地方。

一是有鮮明的個性特點。不管第幾代「網紅」，都有比較鮮明的個性特點：個性言論、高顏值、幽默搞笑、富二代、醜化，因為在形形色色的現實生活中，需要更多獨具特色的事件、人物才能引起大眾的關注、傳播，從而滿足人們的娛樂需求。作為一個品牌，也是同樣的道理，擁有獨特品牌個性，才會讓消費者更容易接受。簡單地說，就是給品牌塑造一個鮮明的超級符號，可以是品牌文化，可以是產品創新，也可以是品牌服務。在近幾年的品牌推廣過程中，港華紫荊在原先「明火烹飪文化」

符號的基礎上，增添了一個親情的符號，在全國推廣「我給媽媽做菜」大型品牌公益活動，融合家庭孝道文化，將品牌元素有溫度地傳播給消費者，從而使得品牌更具活力和親和度。

二是有豐富的內容營銷。從「網紅」的發展歷程可以看出，不論是文字「網紅」、圖片「網紅」，還是寬頻時代「網紅」，都需要有好玩的、新穎的內容傳播，才能持續走紅。另外，不同領域的「網紅」還有一個共同的特點，就是在相關領域特殊的專業性，他們能夠更精準地瞭解粉絲需求，製作相關的內容（如圖片、視頻）進行傳播，提高消費轉換率。所以，在品牌或產品的傳播上，需要對目標客戶的消費習慣、特點、需求進行更深入的研究，針對這些需求策劃持續、系統的傳播內容，也就是營銷方案。在港華紫荊燃氣乾衣機產品推廣上，我們將產品的目標客戶群分為追求品質生活人群、有嬰幼兒家庭、家庭主婦三大類，分別從「高品質生活必需品」、「呵護寶寶柔嫩肌膚」、「乾衣更快更柔順」三個推廣主題進行區分推廣和線下促銷活動，更具針對性地向不同客戶群進行宣傳，從而避免泛



港華紫荆採用不同主題推廣燃氣乾衣機，對目標客戶群進行針對性宣傳

人群傳播的資源浪費。

三是運用自媒體資源。互聯網的飛速發展帶來的自媒體資源快速擴張，讓「網紅」成為了可能。在不到三年時間，自媒體概念借著微信訂閱號、知乎、鈦媒體、荔枝FM、B站等平台的

東風崛起，迅速發展成為一個龐大的生態圈，而「網紅」文化向「網紅」經濟的轉化，便是通過這一生態圈實現的。港華紫荆作為目前國內最具規模的城市燃氣集團自有燃氣具品牌，對客戶信息的瞭解是其他燃氣具品牌無法比擬的，

在這樣一個先天優勢下，更應該通過目前豐富的自媒體資源聚攏和培育自己的客戶關係圈，從而形成一個穩定的市場壁壘，將優勢轉化成實際產品銷售。



編者按：在過去的150多年，香港中華煤氣立足香港，輻射內地，實現城市燃氣、水務、新能源、電訊等多元業務蓬勃發展，實與各業務板塊員工們的不懈努力密不可分。本期「面孔」欄目從四大業務板塊中各挑選出一名員工，通過分享他們在日常工作中的傑出表現，一窺香港中華煤氣集團員工們的風采。



姓名：鄧建邦 企業：香港中華煤氣

2009年，正值全球金融海嘯，鄧建邦通過香港中華煤氣大力支持政府所推出的「大學生畢業計劃」，進入公司客戶服務課的零售安裝部實習。2年後，他正式加入香港中華煤氣，成為緊急服務組的一員。

日常工作中，鄧建邦需要處理各類緊急事故。在大型停氣事故中，他更擔任現場臨時指揮中心的通訊協調角色，利用多種通訊軟件在緊急情況下統一作出指示及收發最新信息，井然有序地統籌、安排不同部門、組別的同事各司其責。同時，他負責香港國際機場的氣體檢測系統項目，帶領前線同事處理各項檢測、維修和數據更新等工作。香港國際機場是全球客貨量最高的機場之一，公司不僅要滿足客戶需求、確保客戶安全，更需要顧及各國旅客對香港中華煤氣的印象。鄧建邦懂得善用資源以提高工作效率，倡導前線同事全面使用平板計算機來收集數據，經過準確分析，將相應的結果提交到不同部門，從而提升整個客戶服務課的團隊表現，也

間接減少了緊急事故的發生。

2014年，鄧建邦外派到綿陽港華進行為期10個月的業務交流。曾獲得「燃氣安全微電影比賽」冠軍的他，秉持「安全第一」的理念，利用創新手法在綿陽港華多方面推動安全使用燃氣的文化。

鄧建邦常說：「十分感激公司和領導一直給我機會，也感謝各部門同事的教導和愛護。」數年間，他始終積極參與公司各部門的不同事務。早年，他被委任加入業務流程重組的工作小組，讓部門、同事可以從細節中作更深遠的部署，提升整體的協調和生產力。作為「Ocean 13」SQS大使團的成員，他大力執行各項創新計劃，改革了SQS過往所採用的賽制和評分方法，打破單一注重降低成本的概念，加入安全、服務、環保、科技和工序等公司重要理念作為評分標準，大大提升了不少部門對SQS的參與度，藉以提升公司的創新文化。現時，他被委派到特別小組參與零售市務及營業部利用社交媒體發展公司

業務的項目，發揮G=i x i的精神，向年輕一代推廣溫馨明火煮食文化，推動公司業務增長。

鄧建邦積極參與公司內外的各類活動。他曾有5個建議報告入選常務董事大獎（MD Award）的最終評選，並兩度奪得優異獎。作為公司義工隊隊長、康體會委員及行山會會長的他，還積極為公司籌辦不同類型的義工、康體活動，如林內嘉年華、盲人觀星傷健營以及各項球類比賽等，並擔任不同類型活動的主持人，以身作則地感染同事們投入參與。此外，身為一位年輕的工程師，鄧建邦是香港特別行政區教育局委任的學界校董，不時去各校開展講座，將作為一位工程師的心路歷程、經歷的成功與挫折和年輕一代分享，藉此鼓勵及啟發新生代回饋社會。

2015年，鄧建邦榮獲香港中華煤氣「2015年度傑出僱員」稱號，此項殊榮將鼓勵他持續努力，多方拓展能力。



姓名：向東福 企業：蘇州清源華衍

凡是蘇州清源華衍的員工，不論新老，人人都認識阿福。

阿福名叫向東福，1米75的標準個頭，眼睛很大，前額微禿。好在他前面的頭髮自然微卷，遮住了一部分微禿的額頭，所以仍是「老帥哥」。加上他為人和善，待人誠懇，在公司內外人緣極好。

阿福於2004年進入公司，從事後勤管理工作已超過10個年頭，目前擔任總經理辦公室後勤主管，分管食堂、消防、安防、綠化、車輛、保潔等後勤工作。雖然事情又雜又多，但他能把每樣事情都打理得井井有條，令眾人心服口服。

來過蘇州清源華衍食堂用餐的人，都會被公司營造的「家的感覺」所驚艷，幕後功臣就是我們的阿福。食堂用的每一樣食材，他都親自把關購買，不僅保證食品安全，還十分注重營養價值，十年如一日，用心做好每一餐，用心做好每一菜。奧灶面是蘇州極具特色的一道傳統麵食，製作

工藝較為複雜，光是面湯就需要熬製4、5個小時。為了讓員工在食堂也能吃上奧灶面，阿福不怕麻煩，潛心研究幾個月，終於做出了味道更鮮美、營養更豐富的奧灶面，深受員工喜愛，經常供不應求。針對目前員工日常飲食過於精細的問題，食堂又推出紅薯、芋頭、玉米、雜糧粥等粗糧食品，讓員工合理飲食，保持健康體質。不僅如此，食堂還根據傳統節日的飲食習俗，推出節日美食，增添節日氣氛，元宵節提供湯圓、清明節提供青團子、立夏提供咸鴨蛋、端午提供糉子……除此以外，還有你想不到的烏米飯、豆瓣飯等時令飯菜。這裡雖然沒有山珍海味，但有比家更細緻、更溫暖的體貼與關懷。

每天早上6點30分，阿福會準時從家裡出發至菜場買菜，7點50分到達公司，對安防、消防和衛生等工作進行抽查，9點到食堂指導員工工作，直至12點30分午餐結束，才能稍稍休息一會兒。除了日常工作，萬能的阿福

還要處理很多突發事件，例如「一樓的熱水器打不著火」、「衛生間台盆漏水了」、「門衛道閘不靈敏了」、「廚房蒸爐壞了」等等。雖然他辦事效率高，但一天8小時的工作時間仍然遠遠不夠。經常到食堂晚餐結束，他才能安心坐在辦公室處理一些文件。

同事們常會問阿福：「你經常這麼晚回家，妻子有意見嗎？」「有什麼意見，沒意見的！」一次偶然的機會，我見到阿福的妻子，與她隨便聊了幾句，「他老是在公司忙，但也沒有辦法呀，他熱愛自己的工作，只能全力支持他！」真是「不是一家人，不進一家門」啊！

這就是我們的阿福，熱愛工作的阿福，平凡而又不平凡的阿福。



姓名：潘曉晨 企業：常州港華

2008年，潘曉晨加入常州港華高中壓巡檢班。高中壓管線一般位於人煙較少的郊區，比起繁忙的都市管線，巡檢起來顯得更為枯燥，但是潘曉晨從未介意過。每天，他都會把自己管轄內的高中壓管線至少巡查一遍，而這一查就是近100公里。他說，這些燃氣管線是常州市的命脈，關係到太多人的生活，不僅是他的工作，也是他的責任。

潘曉晨永遠記得剛進高中壓巡檢班的時候，帶他的楊漢民師傅對他說的第一句話：「你要認真工作。」一晃7年，從學徒到獨當一面，當年懵懂的小伙子也做起了師傅，帶上了徒弟，對「認真」二字也有了自己的理解。每次工程交底，潘曉晨總會早早趕到現場勘察管線，同時對項目負責人多番叮囑，避免管線挖破現象發生。到目前為止，

他交底的項目均為零事故。

調壓器的安裝雖然與高中壓巡檢沒有直接關係，但是本著學習相關知識的目的，潘曉晨毅然報名參加了全國調壓比賽的選拔賽。隔行如隔山，沒有任何基礎知識和相關工作經驗的他在最初還是遇到了種種困難。每次培訓後，他都會把不明白的地方記錄在本子上，得空了就拿出來琢磨，再不懂就去請教相關的老師傅。久而久之，本子記滿了、翻爛了，被請教的老師傅們都誇他悟性好。

對於技能而言，實踐是根本，為此潘曉晨付出了比別人更多的努力。每次得空他就會摸上調壓器的練習台，反覆拆裝，仔細到每一個細節。手套磨破了，人也一天一天瘦了，但是他的眼神卻越來越堅定、越來越自信，技術也越

來越熟練。終於，他從選拔賽中脫穎而出。面對榮譽，他十分謙遜，說自己在比賽中看到了很多很有經驗的老師傅，他們不僅技術熟練，而且對待工作認真的態度和鑽研的精神更值得自己學習。

「師傅，認真是什麼？」潘曉晨的徒弟看著他，眼中充滿了新人剛上崗的稚嫩和好奇。潘曉晨深有感觸：「認真就是熱愛，要熱愛你的工作！」



姓名：梁中興 企業：卓裕工程

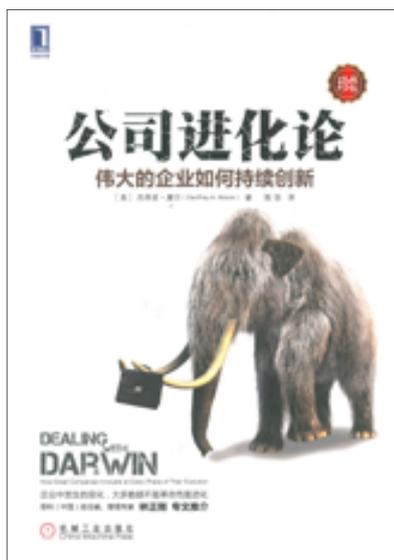
梁中興於2013年加入卓裕工程，現任職工程監工，目前的主要工作是監督九龍東區配氣管網建設工程的進度及進行質量驗收。入職初期，作為一名管道鋪設技工，梁中興一直保持積極、勤快、不怕困難、勇於挑戰的精神，全心投入配氣管網建設工程相關技術的學習與鑽研，他的座右銘是「不怕不會做，就怕不肯做」。

梁中興於2014年加入SQS創新小組。他結合自身工程技術經驗以及將工序簡單化的創新思維，加入創新的設計理念，為改良路面閘門井及井蓋的項目出謀劃策，最終協助小組創造出外形新穎、兼具實用性及安全性於一身的全新閘門井及井蓋，此項目獲得SQS公司杯賽的優異獎。

作為一位年輕的建造業從業員，梁中興一直保持著與公司其他同事分

享、交流的習慣，在年輕一輩的工程技術人員中樹立了積極向上的榜樣。此外，他還被推薦參加2015年度香港建造業活力大使選舉，成功脫穎而出，成為新一屆的建造業活力大使。他分享經驗，向公眾及業界宣傳建造業，致力提升年輕一代對建造業工作的認識，也藉此大大提升了公司在業界的口碑和形象。

除了完成日常工作，梁中興還加入了香港中華煤氣康體會，兼任康體會委員（義務），協助康體會籌辦各類型康樂、體育及公益活動。他十分熱愛體育活動，是康體會屬下籃球隊隊員。他與籃球隊曾於2014年代表香港中華煤氣參加香港工商杯籃球賽，取得優異成績；他還在2015年參加康文署舉辦的深水埗區男子籃球比賽，勇奪第4名的佳績。



《公司進化論：偉大的企業如何持續創新》

作者：傑弗里·摩爾

自國務院總理李克強提出「大眾創業、萬眾創新」的口號後，創新越發成為每一個企業在發展過程中繞不開的命題。在摩爾看來，所有公司都有機會去創新，但並不是所有的創新都能對公司的發展形成正面作用。如何結合企業發展模式和階段，制定適合的創新戰略，使公司在商業世界中創造競爭優勢，實現業務持續增長，是摩爾想要說明並解決的主要問題。

在書中，摩爾詳細總結了14種創新類型，並通過詳實的案例分別說明每種創新類型的適用範圍，企業的管理團隊可以通過認真梳理、分析自己公司的業務類型，選擇適合的創新類型巧妙加以利用，為公司創造具有競爭力的核心。

摩爾的其中一個極具啟發意義的觀點是：管理層應該將創新視為向量。由於同一個方向的向量相加才會實現總和的增長，否則會抵消其效果，創新也是類似的。一旦企業選定了其中一種創新類型，就應該圍繞這一類型開展創新

及管理工作，確保資源不被浪費。制定好創新戰略後，企業的管理層還需克服一個來自於內部的障礙——組織內部的慣性，方能實現業務持續增長的願景。

在摩爾看來，慣性是企業當前戰略的集合，是前一次創新的遺產，它是維持企業穩定不可或缺的一環，但正因如此，慣性也在一定程度上成為創造新的變革時的阻礙力量。為了更好地理解創新和慣性，摩爾提出了「核心」、「外圍」2個概念，核心指的是能讓企業脫穎而出，創造可持續競爭優勢的源泉，是創新類型的具體表現；外圍則是指並不創造競爭優勢的一切事情，包括為了實現對利益相關方做出的主要承諾、和競爭對手保持一致而滿足市場既定性能標準所做出的努力等等。企業如果想要獲得可持續競爭的優勢，就必須不斷重新評估自己的外部和內部，不斷從外圍提取資源重新分配給核心，並通過重新設計工作流程增加對核心的相對貢獻，實現資源循環，確保戰略的成功實施。



《免費》

作者：克里斯·安德森

伴隨著互聯網成長的一代人對「免費」已經習以為常，甚至如安德森所言，不管我們是否曾經聽過或理解「接近零邊際成本」這一概念，數字經濟學理念已經深深地嵌入我們的DNA里。在書中，安德森詳細解釋了「免費」的歷史、免費經濟的規模、建立在免費基礎上的全新商業模式及充裕思維原則等重點。

21世紀的免費不再像是20世紀那樣僅是一種帶噱頭性質的推銷手段，而是基於電腦字節基礎上的經濟學。由於價格趨勢是由技術本身決定的，某種商品數量越多，價格就會越便宜。互聯網時代，處理器、儲存器、帶寬的價格已經越來越低，因此任何在線的東西，其邊際成本都趨近於零，可視作是「免費」的。任何人都可以在線「免費」使用電子郵箱服務、社交網站，瀏覽視頻、獲取海量的新聞信息……這股巨大的力量也開始影響著線下的商業模式，最直觀地體現這一點的就是新媒體對傳統媒體的衝擊。

雖然人們特別是年輕的一代已經越來越習慣免費，但這也不禁讓人產生疑問：如果一切都是免費的，那企業的贏利點在哪裡？又是怎樣生存下去的呢？安德森認為，每一種充裕都創造出一種新的匱乏。企業需要學會善用充裕思維，當發現一種商品或服務不再收費時，就應該到價值轉移的更高層次去尋找商機。以數字產品為例，由於互聯網的世界裡，關注度和聲譽本身就是可以被轉換為金錢的，因此，企業如果想要打開市場，可以採取免費加收費的商業模式，即通過95%成本微乎其微的產品來獲取巨大的市場份額，並從5%的付費產品中獲得可觀的收益。

可以預見的是，在互聯網時代的浪潮中，免費是其中一股無可避免的強大潮流，企業唯有找到適合自己的免費商業模式，重新界定市場、創新性地從中轉換出現金，依舊可以持續不斷地實現業務增長與贏利。

不 了

集錦・天下・東西



1

2

1、2 香港中華煤氣龍舟隊在香港大埔區龍舟競賽中勇奪佳績，榮獲「廠商杯」冠軍。自1985年成立以來，公司龍舟隊會在每年的3、4月開始進行操練，並代表公司參加各項龍舟賽事，直至8、9月所有賽程結束。目前，公司龍舟隊已參加過百餘場比賽，獲獎無數。自1991年香港大埔海濱公園舉辦龍舟比賽以來，公司龍舟隊共奪得「廠商杯」16冠8亞的驕人成績。



2 1
3

1、2、3 為支持殘疾人士，香港中華煤氣邀請為推廣殘疾人士工作而建立的「創業軒」品牌共同舉辦展銷活動。香港中華煤氣執行董事暨公用業務營運總裁、港華燃氣執行董事暨行政總裁黃維義，香港中華煤氣企業人力資源總監範潔儀等親臨現場選購各種手工類產品。

此外，香港中華煤氣聯合香港聾人福利促進會舉辦全港首個「『愛共融』——聾健雙親節烹飪比賽」，以此促進家人之間的溝通。黃維義表示，希望能通過活動向社會各界傳遞一個信息：聽障人士與常人的能力並無差異，只要有合適的工作崗位，一樣可以發揮所長。

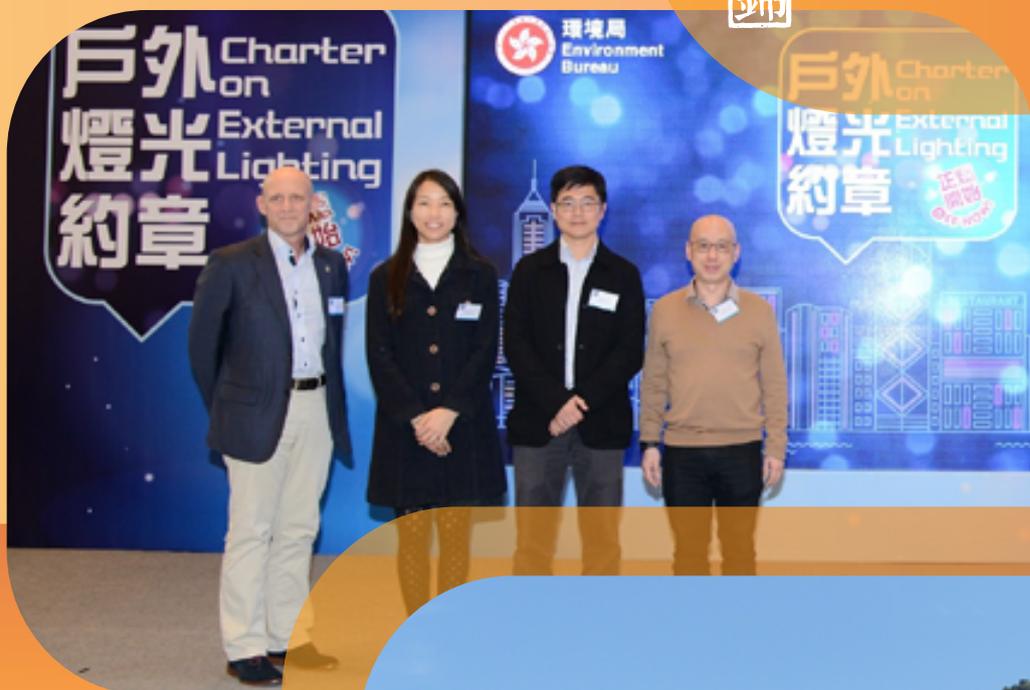




1 3 4
2 5

1、2 香港中華煤氣首次舉辦「暗黑『糉』廚」工作坊，邀請香港首位完成馬拉松的視障選手傅提芬與煤氣烹飪中心導師一同指導參加者在蒙眼狀態下包裹糉子。活動還安排了多項感官測試遊戲，考驗參加者的聽覺、觸覺等，親身體會視障人士日常所面臨的挑戰，以此宣揚「共融」概念，並為公司2016年的「萬糉同心為公益」活動拉開序幕。

3、4、5 端午佳節，港華旗下企業積極開展「萬糉同心為公益」活動，63家企業共1259名港華義工為全國各地的福利機構、社區需要關愛家庭、留守兒童、環衛工人和建築工人等包裹、贈送糉子逾4.6萬顆及價值逾20萬元的節日禮品，義工服務時數達4779.5小時，活動受惠人數達8931人。這是港華連續第6年舉辦「萬糉同心為公益」活動，截至目前，港華已包裹、贈送愛心糉子逾43萬顆給有需要人士。



1

1 香港中華煤氣簽署《戶外燈光約章》，承諾在午夜時分關掉北角總部大樓、馬頭角煤氣廠、大埔煤氣廠，8個客戶中心以及名氣廊餐廳的戶外燈光，為附近居民帶來更好的作息環境，支持保護環境，以盡社會責任。

2

2 香港中華煤氣環保工作委員會在彌勒山－北大嶼山郊野公園植樹區舉辦「跟著垃圾去旅行」活動，帶領大家通過追蹤垃圾的蹤跡瞭解人們的生活對郊野公園造成的影響。同事們通過在曾被山火燒毀的土地上重新種植樹苗及導賞活動，瞭解郊野公園垃圾問題，並實踐綠色公民責任，合力清理被隨處丟棄的垃圾，為保護郊野環境出一分力。



3
4
5

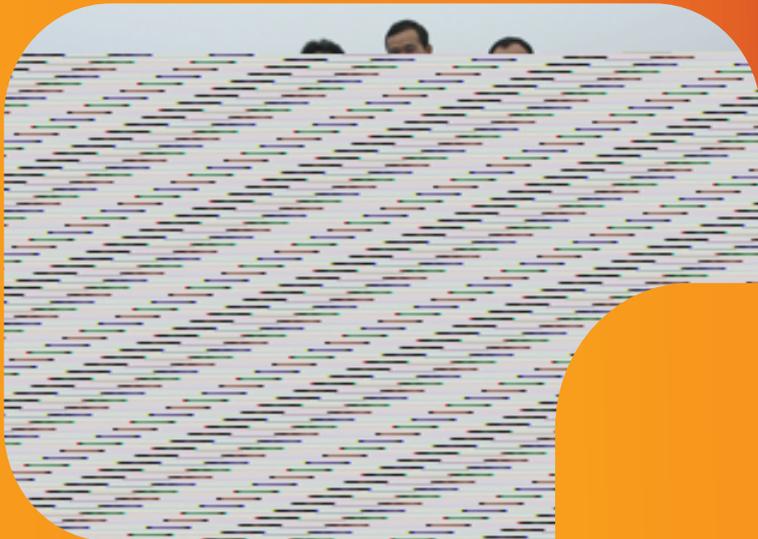
- 3、4 為提高大家關注空氣污染問題的意識，香港中華煤氣連續3年贊助並支持由健康空氣行動舉辦的「索氣大作戰」，派出隊伍參加「索氣大作戰6——萬花同行」城市定向比賽。公司4位隊員在比賽中以優異成績奪得「訓身投入大獎」企業組冠軍。
- 5 香港中華煤氣繼續贊助及支持由環保觸覺舉行的「綠步郊野2016」慈善遠足籌款活動，並組織同事及其家屬參與，藉此增強大家的自然保護意識。本次遠足路線是曾被評選為「最佳市區遠足徑」的香港島龍脊，參與活動的同事除可飽覽將軍澳釣魚翁、東龍洲及赤柱半島一帶的景色外，亦通過沿途的多個自然教育站瞭解環保知識。



1

2

1、2 港華舉辦「低碳創意SHOW」活動，倡議旗下企業發揮創意，開展符合當地情況的各類低碳活動。目前，共有近30家企業舉辦了各有特色的植樹、低碳出行、低碳宣傳及低碳作品徵集等40餘項活動，共植樹2500餘棵，綠化面積超6600平方米。



1
2
3

- 1、2、3 蘇州清源華衍聯合蘇州市中心血站舉辦無償獻血活動，共有50位員工採血成功，獻血量約1.3萬毫升。蘇州清源華衍水務已連續6年組織無償獻血活動，累計405人次參加，獻血逾10萬毫升。
- 2 蕪湖華衍組織開展第二屆迎「五一」徒步大賽，公司高管及120多名員工參加，路程全長約10公里。活動旨在倡導員工們樹立綠色發展、低碳出行、健康生活的理念，增強團隊凝聚力、培養員工樂觀向上的精神、展現員工團結友愛的良好風貌。
- 3

園小学 园区清源华衍水务有限公司 地簽約揭牌儀式



1

2

1、2 為幫助小學生瞭解水資源現狀，培養和提高青少年的水法制、水憂患意識，引導全社會樹立愛水、惜水、護水意識，華衍水務發起了「和水做朋友」——小學生親水實踐課程項目，通過校企合作，開展校內、外實踐活動，讓孩子們意識到水不僅僅是生活必需品，更是一種重要的、不可再生的資源。蘇州清源華衍更與蘇州工業園區新城花園小學舉行德育教育基地簽約揭牌儀式，拉開小學生親水實踐課程序幕，後續還將組織學生參觀水廠和污水處理廠、舉行節約用水徵文及繪畫比賽等。



1

2

3

1、2、3 泰國易高堅持不遺餘力地篤行企業社會責任，先後資助泰國當地舉辦的泰國記者節、羽毛球比賽、夏日足球比賽、潑水節等活動，進一步加強與當地社區的關係，促進社會共融。

泰國易高積極協助泰國政府致力於婦女兒童生活素質的提升，支持各類婦女兒童的公益活動。在婦女節活動中，泰國易高贊助了活動中的婦女獎項，又捐獻善款用於改善當地婦女權益；資助泰國當地政府建設的兒童教育中心，讓當地兒童有更好的學習環境；捐贈愛心善款購買自行車給當地貧困學生，讓他們節省每日徒步上學的時間。



- 1 為美化廠區環境，增加同事們的綠化環保意識，易高甲醇廠開展了「你我攜手，美化易高」植樹活動。一棵棵小樹苗陸續扎根沃土，盡現勃勃生機，原先的黃土地被一片綠色覆蓋。此次活動不僅為易高甲醇廠增添了一抹盎然的綠意，更激發了同事們愛林造林、保護環境的意識，培養了大家集體協作的理念和團結一致的精神。



中國石油與莫桑比克國家石油公司簽署合作框架協議

近日，在中國國家主席習近平、莫桑比克總統菲利佩·雅辛托·紐西的共同見證下，中國石油集團董事長王宜林與莫桑比克國家石油公司董事長奧瑪爾·密達在北京共同簽署了《中國石油天然氣集團公司與莫桑比克國家石油公司合作框架協議》。

根據協議，雙方將全面推動在油氣勘探開發、生產、天然氣加工和銷售領域的合作。中國石油將積極參與莫桑比克國內油氣勘探開發和油氣生產等項目，積極推動在莫桑比克的氣田服務領域合作，利用中國石油現有人才培訓機構和設施，為莫桑比克培訓石油技術和管理人才。

據瞭解，中國石油2013年開始參與莫桑比克的海上天然氣勘探開發和生產，其中4區項目是中國石油在東非地區首個超深海大型天然氣及LNG項目，也是中國公司在莫桑比克最大的單體項目。同時，中國石油還在物探、管道建設、工程承包、設備供應等油田服務及工程建設領域開展了與莫桑比克的合作。

莫桑比克國家石油公司是莫桑比克唯一的國家石油公司，成立於1981年，主營油氣領域的研究、勘探、生產、煉化、運輸、儲存及石化產品銷售等，擁有莫桑比克石油公司、莫桑比克天然氣管道公司、莫桑比克國家石油工程公司、德爾加多角港口公司等多家公司。

我國首個自主技術大型LNG項目開建

中國海洋石油總公司（以下簡稱「中海油」）福建LNG接收站的2座新增LNG儲罐現已正式開工建設，這是我國首次採用完全自主技術進行設計、建設和管理的16萬立方米大型LNG全容儲罐建設項目。標誌著我國大型LNG全容儲罐技術已實現完全自主化，對推進國家「十三五」期間加強LNG接收站儲氣調峰能力、加快我國海上油氣戰略通道建設具有重要意義。

LNG全容儲罐是LNG接收站的重要儲存設備，也是LNG接收站投資最大的單體設施。一座16萬立方米儲罐直徑約82米，高約50米，體積之大可容納疊放三架波音777飛機。LNG要求在零下162攝氏度的低溫中儲存，因此對儲罐結構和技術提出了更為嚴格的要求。長期以來，全球僅有少數幾個發達國家掌握了大型LNG全容儲罐核心技術。

從2006年國內第一個LNG接收站中國海油大鵬LNG投產至今，中海油不斷實現技術突破，在國內率先全面掌握了大型LNG全容儲罐核心專利技術，其中地震譜設計技術等9項技術填補了國內技術空白，儲罐三維全模型和多點接觸有限元計算技術屬全球首創，達到世界先進水平。根據估算，採用中海油自主設計的LNG儲罐技術後，LNG儲罐的工程總承包價格可降低20%左右。

我國新能源汽車開啓「快跑」模式

2015年我國新能源汽車產量突破37萬輛，成為全球最大新能源汽車市場。國務院總理李克強在2016年政府工作報告中提出，要加快建設城市停車場和新能源汽車充電設施。此前舉行的國務院常務會議已確定進一步支持新能源汽車產業的五項措施。種種信息表明，新能源汽車將開啓「快跑」模式。

以上海為例，2015年上海新能源汽車累計推廣應用逾4萬輛，成為全國最大的新能源汽車消費城市。上海消費者購買新能源汽車享受國家和上海的兩級補貼，在居住或工作的地方有充電樁設施的前提下，免費發放新能源乘用車專用牌照額度。給力的政策，令汽車牌照拍賣模式下的上海市民對新能源汽車表現出很大的熱情。2016年上海將加大對新能源汽車充電設施建設的支持力度，優化充電樁設施建設的佈局規劃，積極鼓勵各路資本參與充電基礎設施建設運營，同時將廣泛應用互聯網智能化手段，幫助消費者打通從尋找充電樁到最後支付的各個環節。

工業和信息化部部長日前表示，新能源汽車代表著產業調整的方向，預計2016年比2015年有一倍以上的增長。交通運輸部運輸服務司司長也表示，未來還要進一步優先發展新能源公交車，到2020年，在城市公共交通領域，新能源車要達到20萬輛。

歐洲智慧城市助力改善環境

歐盟實施的一系列智慧城市建設工程，在改善交通、促進節能減排方面成效顯著。

瑞典斯德哥爾摩徵收「道路堵塞稅」，在道路上設置路邊監視器，利用射頻識別、激光掃描和自動拍照等技術，實現對一切車輛的自動識別。車輛安裝的應答器標籤與控制點接收器通信，並觸發自動繳費。此舉令斯德哥爾摩交通堵塞水平降低25%，溫室氣體排放量減少40%。

荷蘭開展輪船接入電網項目，在阿姆斯特丹港口的73個靠岸電站中配備了154個電源接入口，便於游船與貨船充電。船長可以使用電話系統，輸入個人賬號，與靠岸電站連接，從船隻賬戶上自動支付費用。整個項目僅使用電力能源，減少了二氧化碳的排放量。

為促使市民使用碳排放量最少的交通工具，丹麥哥本哈根通過統籌規劃，力保市民在家門口1公里處就能使用到軌道交通。1公里路內的交通則依賴群眾基礎深厚的自行車，除修建3條自行車高速公路以及沿途配備修理等服務設施外，政府還為自行車提供射頻識別或全球定位服務，通過信號系統保障出行暢通。

美國加州水處理系統向多樣性和創新性轉變

美國加利福尼亞州（簡稱「加州」）地處美國西海岸。人口增長、水質調控、設施老化以及氣候變化使得加州面臨更加嚴峻的水資源短缺形勢。

在加州，市政水資源再利用主要分為污水處理和雨水回收兩個系統。污水處理系統是通過市政污水處理設施後，將污水轉化為直接飲用水和不可飲用水。不可飲用水用於城市景觀或農田灌溉，間接補充了地表水或地下水系統。雨水回收方面，加州採取低影響開發技術，關鍵在於實現了原位收集、自然淨化、就近利用。低影響開發主要通過綠色基礎設施（如生態植草溝、下凹式綠地、雨水花園、綠色屋頂、地下蓄滲、透水路面）的建設來控制徑流污染，減少污染物排放，實現開發區域的可持續水循環。

殼牌油管洩漏近9萬加侖原油流入墨西哥灣

近日，荷蘭皇家殼牌集團證實，其位於墨西哥灣的水下油管發生洩漏，導致2100桶、近9萬加侖原油洩漏流入墨西哥灣，形成長達21公里、寬3公里的油污帶。殼牌發言人史密斯發表聲明說，公司已經關閉了距美國路易斯安那州海岸145公里的格萊德油田，包括4口海底油井。

據美國生活資訊新聞網Examiner報道，殼牌已於事發後派遣5艘船隻進行油污回收及清理工作，並部署水下機器人以確定洩漏源頭和石油流向，截至目前回收了1826桶油水混合物。

美國安全和環境執法局派遣由工程師、檢驗員組成的7人小組調查洩漏原因，並對如何加強現有安全環境管理體系提出建議及整改方案。目前，殼牌修復受損出油管線的計劃已獲批准，美國安全和環境執法局將指定一名監督員在修理船上監督修復操作。

現在油污帶繼續向西移動，殼牌正密切跟蹤其移動走向，暫時沒有接到野生動物受影響的報告。



愛綠自行車充電系統

愛綠 (I-GREEN) 自行車充電系統可以將自行車移動時產生的動能轉化為電能進行儲存。

將它安裝在自行車車輪旁邊的車架上，打開上面的風葉，就可以實現充電系統與自行車的對接，車輪上的車條帶動愛綠的風葉飛速旋轉，即可將動能轉化為電能。

在需要的時候，還能方便地利用愛綠來給手機、ipod等隨身電子產品充電。

鹽水供電燈

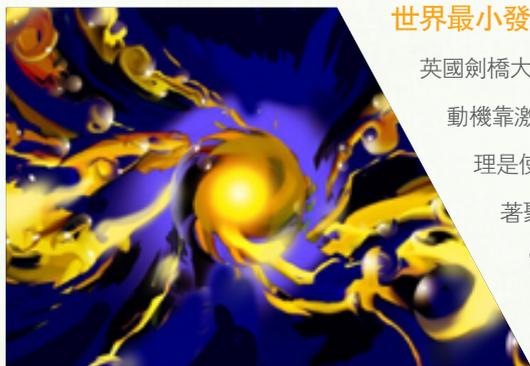
菲律賓工程師Lipa Aisa Mijena帶領的三人團隊發明了「鹽水供電燈 (The Saltwater-powered Lamp)」，將豐富的海水作為原料來源，利用化學反應發電，將海水轉化成電力的整個過程都安全無害。這款便攜式燈具只需一杯海水就可以持續發光8小時，以每天8小時計，燈具的壽命可長達6個月至1年，期間無需更換任何零件。這款燈具也可以在緊急情況下為手機充電。



世界最小發動機

英國劍橋大學的科學家製造出世界上最小的發動機，這款被命名為「螞蟻」(ANTS)的發動機靠激光、金納米顆粒以及範德瓦爾斯力(分子間作用力)的運用而工作。其工作原理是使金納米顆粒嵌在水質聚合物凝膠中，當納米發動機被激光加熱到某一溫度，隨著聚合物包裹層將凝膠內的水排出，會存儲大量能量，迫使金納米粒子緊緊依附。

當這一裝置冷卻時，聚合物吸收水並膨脹，此過程會產生巨大驅動力，使聚合體像爆炸那樣瞬間分裂成許多金球。科學家稱，該發動機比現存的任何發動機的功率都大，可用於納米級別的用具。





煤氣 Towngas

香港中華煤氣成立於1862年，是亞洲具規模的能源供應商之一。公司業務由香港擴展至內地26個省級地區，業務範圍涵蓋本港及內地城市燃氣、城市水務、新興環保能源、電訊和設備工程等，服務中港兩地數以千萬計的客戶。



港華燃氣已在國內發展131個城市燃氣項目，業務遍布23個省、直轄市及自治區，客戶數目發展逾2100萬戶，成為內地最具規模的城市燃氣集團之一。



華衍水務於長三角地區成功開拓經營了7個項目，業務涵蓋自來水生產和輸配、污水處理、工業廢水處理、中水回用、管網工程建設、純淨水生產和銷售等領域。



易高主要開發低排放、少污染的新興能源業務，研發低價值資源轉化為高價值能源及綠色物流服務等，並運營沼氣利用、加氣站業務、香港航空燃油儲存庫和泰國陸上油氣開採項目。



名氣通電訊作為電訊及基建供應商，利用歐洲先進的燃氣管道光纖技術Glass-In-Gas (GIG) 為客戶提供卓越的電訊基建及網絡服務。公司在國內運營多家優質數據中心，為諸多知名企業、國際級網絡服務商定製各種低成本、高效能服務。



卓誠工程提供專業顧問、項目可行性研究、項目風險評估、工程項目管理、廠房設備安裝及調試服務。



卓銳高科作為一家科技信息化管理諮詢服務公司，擁有一系列自主知識產權的燃氣行業軟件，為客戶提供軟件產品研發、實施和應用集成、硬件銷售等一站式IT服務。



卓裕工程是香港主要採用非開挖式技術的工程公司之一，為客戶提供專業顧問服務及外包工程服務，承接樓宇設備、土建、水管及其他各類管道基建工程等。



港華輝信主要生產及供應燃氣管與水管專用的聚乙烯管件，並推廣英國輝信集團研製的全自動聚乙烯焊接設備及引進多家國際知名燃氣專用設備供應商的優質產品。



卓度計量主要業務為開發、生產及銷售智能錶計解決方案，以微機電系統 (MEMS) 技術為基礎，為民用、工商業燃氣客戶提供先進、準確和高效的計量設備及智能抄錶解決方案。



卓通管道專業供應聚乙烯管材、管件及相關配套產品，並配有世界尖端水平的檢測設備，可滿足國家標準要求的幾十項物理性能指標的檢測。



港華紫荊系列產品包括燃氣灶、抽油煙機、消毒碗櫃、熱水器、採暖兩用爐及燃氣乾衣機等品類，為大眾提供更優質、安全、可靠的燃氣具及服務。



名氣家致力開拓新的延伸服務業務，包括燃氣綜合保險、家居精品、高端櫥櫃等，為客戶提供健康安全及時尚的廚房用品及高質量的烹調空間。



為客戶供應安全可靠
的能源
並提供親切、專業和
高效率的服務
同時致力保護及改善
環境

