

## 香港核心業務

**香港** 去年之經濟狀況遠較2003年理想，而旅遊業復蘇是其中一個主要因素。位於大嶼山竹篙灣之香港國際主題公園已定於2005年正式開幕，預料將進一步增加訪港旅客之人數，以及延長他們逗留香港之時間。為應付來年對燃氣服務需求之增長，公司於2004年投放了大量資源進行有關之預備工作。

### 住宅與商業業務

公司實力雄厚、往績卓越，多年來無懼電力、柴油和石油氣之競爭，在本地燃料市場上穩佔一重要席位。我們去年憑著豐富之業界知識和經驗，推出更具競爭力之服務和產品。隨著2004年地產市道復蘇、就業情況有所改善，以及通縮於下半年消失，公司之煤氣銷售量錄得輕微升幅。

### 煤氣使用量

雖然公司於2004年之住宅客戶數目上升了2.8%，達至154.8萬，但煤氣使用量並沒有錄得同步增長，因為除了年初和年底天氣較為寒冷外，其他

國際金融中心是世界知名金融機構爭相進駐的頂級辦公大樓，又是高級購物及飲食熱點。作為香港的著名地標，它標誌著本地經濟重返上升軌道，每天慕名而來的遊客更是絡繹不絕。





我們於2004年引進了一款輕觸式內炎火嵌入式平面爐，外型流麗，方便易用。

月份相對於歷年之紀錄，均較為乾燥及和暖。與此同時，政府之房屋政策，以及私人發展商之建屋策略，依然限制著新樓宇之供應；而市民可能希望補償於非典型肺炎肆虐期間錯失之旅遊機會，因此去年也有更多香港人出外旅遊。

食肆和酒店受惠於旅客量增長，使商用煤氣銷售量較去年增加了3.8%，有助抵銷較預期遜色之住宅煤氣銷售情況。香港國際主題公園將於2005年9月正式開幕，屆時定必吸引更多訪港旅客，帶來更為顯著之連鎖效益。

### 新產品

公司之住宅客戶十分精明，他們期望購買到物超所值、功能先進之產品，令他們的生活更為方便舒適。我們於2004年3月推出了一款容量更大、

乾衣更快、外表更美觀之新一代煤氣乾衣機，深受消費者歡迎，銷路十分理想。我們又於年內推出了全新系列之內炎火嵌入式平面爐，其特點是配備輕觸式操控功能和安全玻璃面板，而且火力更佳。該系列包括一款組合式設計，備受高級住宅用戶之歡迎。公司之石油氣爐具系列亦於年內增添成員，我們除現有之煮食爐系列外，更於中價市場推出了一款石油氣恆溫熱水爐。

公司去年推出靜音炒爐和麵爐，直接刺激商用煤氣爐具之銷量，促使食肆多用煤氣，尤其是設有開放式廚房之食肆。此外，隨著入住三星級酒店

我們於3月推出了新款高容量之TGC煤氣乾衣機，乾衣時間比其他同類產品為短，省時方便，最能體貼現代家居生活之需要。



之旅行團越辦越多，特別適合小型酒店採用之 Blueflame 熱水系統亦十分暢銷。

### 產品和服務推廣

優質產品，配以優質服務，是我們一直堅持之方向。與此同時，我們明白絕不能滿足現狀。年青一代對我們之要求，與多年來一直支持我們之舊有客戶有所不同。我們深信，加深年青人對公司之認識是一項十分重要之工作。2003至2004學年，煤氣烹飪中心派員到訪接近100間學校，為超過3,000名學生舉行烹飪示範活動。我們亦於2004年為女童軍安排了一系列十分成功之烹飪活動，不但進一步鞏固公司之形象，更讓公司有機會向女童軍推廣烹飪知識和技巧。

我們於年內舉辦了兩次比賽，培養學生對烹調家常小菜之興趣。公司贊助「第六屆全港中學生明火烹飪比賽」，培養年青人之煮食文化；又於6月舉行了一次廚房設計公開比賽，讓參賽者運用公司之最新產品，設計別具創意之時尚廚房。

此等比賽與公司推廣之爐具品牌「簡栢」於9月進行之調查結果互相呼應。該調查發現，很多香

港人視家居生活質素為個人快樂之最重要元素，而且他們越來越重視煮食、與家人用膳，以及裝修廚房和浴室。因此，繼2003年開設第一家現代化客戶中心後，我們於2004年再開設兩家客戶中心。此等以嶄新形象出現之客戶中心，位處人口密集之黃金地段，方便客戶到訪，並提供全面服務，包括以家居實景佈置形式向客戶展示爐具，以及為需要進行簡單室內裝修工程之客戶提供別具創意的意見，而一般零售商店均不會設有



以煤氣推動的製熱機組，在特別設計的密室中均勻散發出熱氣，令剛噴上顏料的九巴巴士迅速乾透，比傳統的方法快捷得多。



## 香港核心業務

### 我們之**客戶中心**

充分展現時尚魅力，讓顧客置身於舒適寫意之環境裡，選購最新款之高級煤氣爐具。中心之服務員親切有禮，樂意聆聽客戶之需要，並提供專業意見。







## 香港核心業務

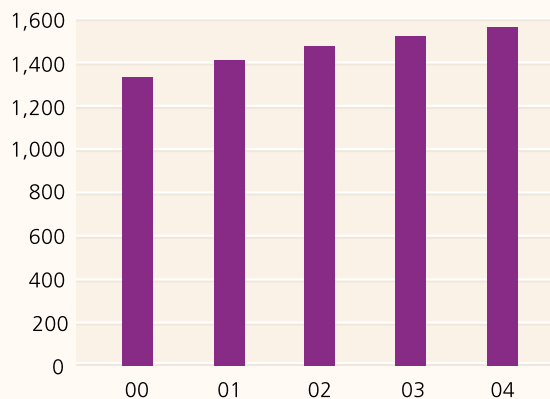


煤氣烹飪中心推出全新網頁，提供各類烹飪示範及實習課程、美味食譜，以及烹飪錦囊，以激發不同年齡階層之香港人對烹飪之興趣。

此項增值服務。新概念客戶中心既能增添客戶向我們購買產品之意欲，也可省卻客戶四出找尋師傅進行小型改裝的麻煩，有助公司樹立一個積極關心客戶需要之公用事業機構形象。

### 客戶數目

公司(千位計算)



### 推陳出新

公司之高級消閒購物中心名氣廊，於去年繼續推廣「開放式廚房食肆」及「自煮天地」，這兩個意念吸引了全港各區不少食肆爭相仿效。

我們又於2004年通過與區議會之合作，進一步加強公眾對氣體安全之認識。各區的區議員參觀了大埔煤氣廠，了解我們之氣體安全措施，區議員又透過其他不同場合，反映社區對煤氣服務之意見。此外，我們更多參與實際之地區工作，例如在制定地區發展，以及全年策略計劃等工作上提供協助，務求憑藉我們在公用事業上之豐富經驗，為社區提供專業適時之意見。

為加強與客戶之連繫，我們還於2004年針對最基本之服務元素，推行了一連串改進措施。我們推出了「專業服務培訓系列」，集訓練及考核於一身，以提升前線僱員之客戶服務水平和推銷技巧。我們又加強了客戶調查工作，並鼓勵光臨客戶中心之市民填寫意見表，即場表達對公司之意見。此外，我們於8月為公司之客戶關係管理系

## 2004年煤氣公司服務承諾成績

可靠程度	源源不絕的煤氣供應（超逾99.99%）	99.997%
	因維修或其他工程而需暫停煤氣供應 （三天前預先通知客戶）	100%
	12小時內恢復煤氣供應	99.95%
安全程度	緊急搶修隊 （90%遇求助時於30分鐘內抵達現場） <sup>1</sup>	94.24%
預約服務	於兩個工作天內提供維修及安裝服務	平均1.08天
效率和方便程度	客戶服務熱線（來電於四聲鈴響內接聽）	96.55%
	一個工作天內接駁或截斷煤氣供應	100%（因應客戶的要求）
	截斷煤氣兩小時後到客戶中心退回開戶按金	99.96%（因應客戶的要求）
服務質素	高效率 <sup>2</sup>	8.69
	親切、誠懇和專業的服務 <sup>2</sup>	8.80
處理客戶意見	於三個工作天內處理書面建議	95.29%
	兩星期內解決問題或告知客戶解決方法和所需時間	95.23%

1 平均為19.67分鐘。

2 根據獨立資料研究公司於2004年1月至12月每月進行的客戶調查結果計算得分。以10分為滿分，承諾取得8分以上的成績。

統進行重大更新，以便公司更有效處理一切與爐具銷售、安裝工程，以及維修保養有關之事宜。

公司於年內成功推行上述工作，令我們在銷售、安裝及客戶服務等各方面，均得以更上層樓。我們於5月榮獲香港工業總會頒發Q嘜優質服務認證，表揚我們在產品和服務供應上之出色表現，令公司成為全港首家獲得此項殊榮之公用事業機構。此外，一如往年，我們於2004年繼續貫徹履行服務承諾，成績卓越，足以證明公司獲獎乃實至名歸。

## 煤氣供應

我們於2004年在煤氣供應之工作上有三大重點：一、由於天然氣將於2006年引進香港，我們須積極部署有關工作；二、繼續拓展煤氣供應系統，以滿足日後之需求；三、致力提升公眾安全。

## 天然氣效應

公司於2004年10月在立法會介紹了即將把天然氣引進香港之計劃。由2006年起，天然氣會由位於深圳之液化天然氣接收站，經過一對長34

## 香港核心業務



公里、直徑450毫米之海底管道，輸送至公司之大埔煤氣廠。為符合天然氣之特性，公司已改裝了四部煤氣生產機組，並將於未來兩年內完成另外四部機組之改裝工程。天然氣作為煤氣生產原料，將取代我們現在每年約60%之石腦油使用量。

公司一直努力不懈尋找更多方法提升成本效益、保持燃氣供應之穩定性，以及保護環境。天然氣將減低我們對石油產品之依賴，令公司免受原油價格波動所帶來之影響。它是一種十分潔淨而又符合環保原則之燃料，有助改善香港之空氣質素。

### 網絡建設與延伸

2004年，我們成功將公司之監控及數據收集系統升級至第三代，並更新了公司之地理信息系統，進一步加強我們對燃氣輸配網絡之監察和操

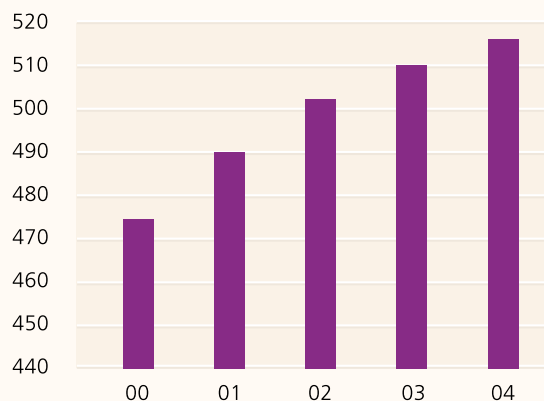
天然氣將於2006年局部取代石腦油作為生產煤氣之原料。天然氣將由廣東省深圳市之液化天然氣接收站，經過兩條海底管道運送至公司之大埔煤氣廠。

控。鑑於香港現正進行不同之基建工程，我們有需要擴建公司之管道網絡，以及提升其安全水平，因此監控工作顯得格外重要。公司現正於新界東部興建一條長24公里、直徑750毫米之東部輸氣管道，預計於2006年落成，屆時不但會進一步擴充我們之管道網絡，更可提升我們之煤氣儲存量。

我們去年致力將燃氣網絡拓展至香港國際主題公園，其中一條13公里長之主管道已於2004年4月完成。我們現正鋪設公園內之其他煤氣管道，並

### 每公里街喉客戶數目

(公司)







為公園其中一項水上歷險活動之火焰特技效果，進行有關之安裝工程。

### 提升安全表現

過去兩年發生了一些電訊公司沙井爆炸事故，此等事故均牽涉鑄鐵管道，因而影響了公眾對此等管道之信心。公司為釋除公眾疑慮，決定更換餘下30公里長之鑄鐵管道，並已於原訂之兩年期限內，即2004年12月完成有關工程。我們現正研究沙井線筒堵塞方法，盼望日後能在政府推動

下，獲電訊公司引進使用，以加強沙井之密封程度，提高安全水平。

對於那些在公司之管道附近進行掘地工程之非本公司承建商，我們於2004年繼續與他們加強聯繫。公司為他們預備相關工程之圖則，視察他們之工作，並為他們提供安全方面之意見和訓練。自從我們於1997年，推出了致力減少第三者損毀煤氣管道之計劃以來，有關之損毀數字已大幅減少了75%。

## 香港核心業務

公司亦於年內加強了定期防漏檢查之工作。我們於2003年為金屬配氣管道進行了兩次檢查，到了2004年則增加至三次。此外，在餘下之鑄鐵管更換之前，我們每月均檢查此等管道一次，以策萬全。總括來說，與世界各地大多數燃氣公司相比，我們之檢查系統更為嚴格，公司於2004年之煤氣洩漏事件，相比2003年也減少了16%。

### 企業社會責任

公司積極履行企業公民責任，並緊貼社會人士之需要，務求與時並進。公司關心身處之社區，並主動與僱員和公眾建立更密切之關係。

公司最近數幾年逐漸改變其參與公益事務之形式。以往公司主要參與或贊助個別之公益活動，現在則較為注重建立長期之夥伴合作關係，以便與受惠者更緊密接觸，深入了解他們之需要。此外，我們會配合其他社會福利措施，集中資源幫助生活境況最艱難之人士。

長者永遠是我們最關注之一群。很多長者均十分期待公司義工隊探訪他們。義工隊作定期探訪時，會為長者免費剪髮，並奉上愛心老火湯。他們亦很喜歡義工所舉辦之傳統節日活動，因為此等活動令他們回想起昔日之快樂時光。2004年，公司進一步擴闊「萬糰同心為公益」之參與層面，將包糰材料送到參與計劃之學校，鼓勵學生帶回家中，與家人一同享受包糰樂趣。同時，區



我們舉辦之「萬糰同心為公益」活動，既能推廣包裹鹹味糰及甜味糰這悠久傳統，同時亦能為公益金籌募善款。

議員、公司僱員，以及一眾義工於6月期間包裹美味糰子，送贈予長者的活動也深受歡迎。同年9月，我們舉辦了「愛心月餅顯關懷」活動，向長者送贈健康月餅，長者們紛紛展露真摯笑容，箇中喜悅不言而喻。

長者為我們建立了很多優良傳統，而年青一代則是社會未來棟樑，因此公司希望透過一系列外展活動，培養他們之才能，啟發他們思考，並增強他們解決問題之能力。2004年，我們與香港版畫工作室攜手合辦了一個專為新來港兒童而設之藝術計劃，為60多名兒童安排了一系列以臉譜繪畫、素描和版畫為主題之工作坊，以激發參加者之創意、提升他們之藝術造詣，並擴闊他們眼界。我們亦於5月為僱員之女兒成立公司小女童軍，協助她們發展潛能，並且培養她們服務社群之精神。我們之青少年義工計劃亦秉承同樣精神，於夏天舉辦了多個培養領導才能和自信心之活動。其中一項重頭戲名為「陽光歷程——義工新『煮』意」，參與計劃之義工設計了健康食譜，並即場為來自弱勢社群之參加者炮製美味菜式。



中秋佳節期間，公司義工隊成員為30名長者舉行了生日派對。執行董事暨營運總裁關育材與一眾電視藝員參與當天活動，與長者打成一片，樂也融融。



煤氣長者優惠計劃之成功，引發我們於2004年4月聯同社會福利署和香港社會服務聯會，進一步為殘疾人士推行同類計劃。此計劃為經常需要接受援助之殘疾人士，提供煤氣費折扣及基本收費豁免等優惠。同月，我們推出了另一項以長者為對象之服務，安排技術員每次上門進行定期安全檢查時，順道為使用平安鐘之長者免費測試平安鐘，以確保其24小時運作正常。

公司僱員以樂於助人見稱，2004年他們繼續秉承此精神，全力協助社會上有需要之人士。一如往年，我們於公益行善「折」食日，以及公益綠識日所籌得之款項均名列前茅。此外，公司憑著



「煤氣和氣暖萬家」活動，於一個全國性、兩年一度之「第六屆中國最佳公共關係案例大賽」中，贏得社區關係組別之銀獎殊榮。

在回顧2004年之際，我們不能不提及令人深感悲慟之南亞海嘯大災難。香港人為救災工作慷慨解囊，充分表現無私精神，而公司亦聯同主要股東恒基兆業地產集團向賑災基金合共捐出超過港幣800萬元，當中包括公司按僱員所捐出之善款總數而作出之等額捐款。香港成為全球人均捐款最高的地區之一，作為其中一家企業，公司亦深感自豪。由於救災工作仍在進行，公司將繼續留意有關情況，盡量加以援手。

公司相信青少年可透過參與不同之社區活動，培養對生活之熱誠。我們於12月為一眾小學生舉行了曲奇餅製作活動，讓他們有機會與家人及社會上之弱勢社群，共同分享獨特之自製聖誕禮物。