2020 年 | 第二期

太古思维

图片来源：可口可乐公司

太古

广告

可口可乐

万众一心 爱武汉

可口可乐中国

本广告产品仅供参考，请以实物为准
[可口可乐] 是可口可乐公司的商标

目 录

2020 年 第二期

01 跨九州

06 连四海

11 说封面

15 探专题

18 结善缘

太古集团在全球经营多元化的业务，包括地产、航空、饮料及食物链、海洋服务和贸易及实业，旗下核心业务多设于亚太区，其中香港特别行政区和中国内地为太古业务的主要运营地，其他业务主要设于澳洲、巴布亚新几内亚、东非、斯里兰卡、美国及英国。集团总部设于英国伦敦。

太古早于 1866 年在上海开设首个中国办事处，现时于北京和深圳设有代表处，代表太古旗下公司进行联系、统筹、磋商及研究工作。集团在中国内地拥有超过 37,000 名员工。太古在中国内地经营的业务广泛，包括地产发展及管理、航空公司的客运和货运、飞机工程及维修、可口可乐饮料生产及经销、食品生产加工及经销、船务代理，以及运动服饰的批发及零售等。

欲查阅更多有关太古集团的业务，请浏览：www.swire.com/sc/

《太古思维》由集团公共事务部负责编辑制作。版权@ 2020
如蒙赐稿，请发送电邮至 Dennisli@swire.com.cn。

扫描二维码，关注太古中国官方微信，了解更多太古在华资讯。

积极推进复工复产，“以人为本”坚持常态化疫情防控不放松

当前，中国内地新冠肺炎疫情防控阶段性成效进一步巩固，复工复产取得重要进展，但同时不稳定不确定因素也在显著增多，各种风险交织叠加。太古集团及旗下各运营公司一方面在确保安全的前提下，积极推进复工复产，为经济社会秩序加快恢复做出贡献；另一方面，坚持常态化疫情防控不放松，“以人为本”地抓紧抓实抓细防控工作。

1

3

2

4

1. 自 2 月中旬以来，太古地产在中国内地所有商场的营业时间均已逐步恢复正常，商场客流量及销售额也实现了稳步增长。在常态化疫情防控面前，各商场始终从细节入手，为运营和防疫做足工作。图为北京三里屯太古里坚持疫情防控不放松，针对关键环节和风险点，如商场主要出入口和洗手间等区域，严格测温及加强深度清洁与消杀，竭力为顾客营造安全安心的购物环境。
2. 2020 年 5 月 22 日，满载医疗用品等货物的“客改货”包机 KA853 从武汉天河国际机场顺利起飞。国泰航空作为第一批以不定期“客改货”航班执飞武汉航线的境外航司，参与助力武汉复工复产，支持全球共同抗击疫情。
3. “客改货”航班成为国内防疫物资运往世界各地的重要途径，国泰航空集团地勤服务合资公司——上海国际机场地面服务有限公司（“SIAS”），在“客改货”航班防疫物资运输中不断创新：使用了柔性装置铺设在客舱地板上让货物轻松向前滑动；让传送车衔接客梯车，疏解装载瓶颈，减少一半的人力传递路线。巧用这些举措让客舱载货不再纯粹依赖“人搬肩扛”，降低了搬运人员的工作强度，有效提升了货物装载效率。
4. 太古可口可乐积极探索新零售的多种方式，以科技更快更好地服务疫情后消费习惯的变化，力求打造线上线下联动的全新购物体验。图为上海申美饮料食品有限公司尝试采用线上云直播的全新形式，以直播为载体，打造立体式多维的营销模式，截止 4 月底累计直播四次，观看人数 73.87 万。

董事局任命

张卓平获任太古股份有限公司常务董事、香港太古集团董事、国泰航空有限公司非常务董事，并担任太古（中国）有限公司主席，于2020年4月14日生效。张卓平现于北京办公。

张卓平现年 48 岁，于 2002 年加入太古集团，起初负责企业融资工作，包括太古于中国内地的项目。他于 2005 年出任太古（中国）有限公司首席代表，专责处理政府关系及业务发展；2008 年调任太古地产有限公司（“太古地产”）商务董事，协助发展太古地产的中国内地策略及评估新项目；并于 2009 年至 2011 年间出任太古地产北京三里屯太古里项目总经理。

第 28 次中国区健康与安全促进会

2020 年 5 月，太古集团中国区健康与安全促进会第 28 次会议在线召开。来自太古股份有限公司、太古地产、太古可口可乐、港机集团、太古糖业、太古酒店、太古资源、重庆新沁园等集团下属公司及相关职能部门的代表连线参与了此次云会议。

新冠肺炎疫情期间，如何确保员工身心健康和企业安全复工复产是本次会议关注的焦点。围绕这一主题，与会代表们详细介绍了各自公司的疫情响应及风险防控举措和经验，并分享了抗疫工作中的亮点和挑战。疫情既是考验，又是激励，让与会成员进一步认识到健康与安全管理的职责重大。集团中国区健康与安全促进会也将持续与各成员公司戮力同心、共克时艰，协助构建更加安全健康的工作和社会环境。

颐堤港在线商城“颐享 GO”正式上线

2020 年 4 月，经过紧密有序的筹备，颐堤港在线商城“颐享GO”正式上线，为颐堤港的新零售阵营再添利器。“颐享GO”基于微信小程序，无需额外下载软件或打开其他网站，直接通过微信进入颐堤港小程序即可轻松使用。

颐堤港在线商城带来了轻量、快捷的购物体验，以及便利的物流服务，可以实现购物当日极速送达。消费者只需动动指尖，就可以直观浏览各种心仪商品，随时随刻下单。同时，购物完成后即可直接积分；享受“颐美荟”会员礼遇；支付时直接关联各类礼金券，立享减免。

首批上线的租户覆盖了时尚服饰、美妆、家居、餐饮、家电数码、珠宝配饰、母婴童装、运动和美容美发等多个品类，另有多家租户正在筹备中，将作为第二批陆续入驻在线商城。

广州太古汇迎来爱马仕全新旗舰店

2020 年 4 月，爱马仕广州太古汇专卖店重装启幕，这也是爱马仕目前在广州唯一的一家旗舰店。爱马仕于 2011 年入驻广州太古汇商圈，与广州太古汇共同见证这座城市的活力、创新和繁荣。现今，店铺迁址至太古汇中庭旁隅，坐拥上下两层，营业净面积共 511 平方米。

现代简约美学巧妙融合当地传统制砖与珐琅工艺，底层的透明玻璃幕墙内部精心排布，木质屏风遮挡烈日的同时流泻光影卓绝的诗意之美，吸引顾客步入店内探索爱马仕精选的匠心之作。此番焕新拓店，盎然开启爱马仕法式优雅在穗城的崭新篇章，承载着品牌对中国市场的信心与期待。

兴业太古汇助力“五五购物节”

2020 年 5 月，上海市政府宣布启动“五五购物节”，发动上海千企万店开启“全城打折季”，通过线上和线下的系列联动活动，让消费者真正“嗨购”起来。

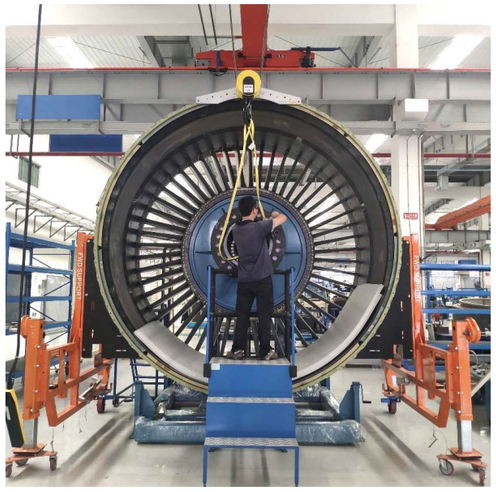
位于南京西路商圈的“上海活力发声地”兴业太古汇积极响应，联动场内多家时装、美妆、餐饮品牌，推出精选商品五五折、指定产品秒杀等活动；同期，商场内还有逾 50 个品牌参与“满 500 减 100”、“满 1000 减 200”的满额立减活动，用超低折扣与“不打折”的质量服务助力“五五购物节”，提振消费信心，促进消费回补，释放“上海购物”的内在潜力。

港机复合材料服务新增 GE90 发动机风扇机匣维修能力

港机集团旗下晋江太古飞机复合材料有限公司（“港机复合材料服务”），已取得为波音 777 飞机的 GE90 发动机风扇定子组件进行预防性维修检查及相关修理的技术能力。

位于中国福建省晋江市的港机复合材料服务于 2009 年成立，是一家专注于复合材料维修、修理及大修的服务供应商，提供飞机发动机短舱、雷达罩及航空部件维修服务。通用航空（“GE Aviation”）则是 GE90 发动机的原设备制造商。

新增的服务范畴包括为复合材料面板及风扇定子组件的其他金属部件进行超声波检查，至于 GE90-100/115 发动机风扇定子组件的预防性维修检查，则按照原设备制造商的要求，为达到五万小时飞行时数的指定发动机作检查。港机复合材料服务已应用这项新增的技术能力，为一些亚洲航空公司客户的发动机风扇机匣提供维修服务。



技工为 GE90 发动机风扇机匣进行维修检查。

太古可口可乐 2019 年致胜中国大奖颁奖典礼

2020 年 4 月，“太古可口可乐 2019 年致胜中国大奖颁奖典礼”于安徽省合肥市召开。受疫情影响，本次年会在精简现场参会人员并做好各项防护措施的前提下顺利进行。太古可口可乐多位高管与国内 12 个省市的 13 个装瓶厂及太古可口可乐中央服务参会代表们，莅临现场共享荣耀时刻。同时，现场也通过网络直播连线的方式将颁奖典礼的盛况呈现给未能到场的两万多名员工。

典礼共颁发 23 项重量级大奖给 2019 年在各领域表现出众的装瓶厂。太古可口可乐行政总裁苏薇通过视频连线，向所有员工带来祝福和期望，并颁发“最佳装瓶厂”金奖给安徽厂，河南厂则获得“最佳装瓶厂”银奖。太古可口可乐走过满载辉煌的 2019 年，走进充满挑战和期待的 2020 年，重塑信心、保持热情，携手踏上“致胜 2025”新征程。

太古可口可乐第三度投资河南，加码中国消费市场

2020 年 3 月，郑州太古可口可乐饮料有限公司（“郑州太古可口可乐”）与郑州国家高新技术产业开发区管委会，就建设“郑州太古可口可乐扩容重建智能化绿色工厂项目”成功签约。这是太古可口可乐第三度投资河南，也是其在中国区最大的单笔投资，展现了太古可口可乐在豫经营发展的强烈信心，也彰显了太古集团投资和发展中国业务的承诺。

新厂项目总占地约 186 亩，预计总投资不低于人民币六亿元，两年内建成投产。建成后，其生产技术及工艺将达到世界级水平，年生产能力将达到人民币 23 亿元，持续助力河南经济的快速发展。新厂项目将支持可口可乐全品类战略的加速实施，为河南消费者提供更多元的产品选择。

新厂项目也将升级展现“与环境共生、在乎绿色环保”的理念：从设计之初即定下追求卓越的节能理念，与清华大学合作采用最新科技成果，同时以美国绿色建筑委员会“能源与环境设计先锋奖（LEED）”金级认证为标准，建设一个低碳环保的绿色工厂。

浙江太古可口可乐全国首发“欢响瓶”

2020 年 5 月，浙江太古可口可乐饮料有限公司（“浙江太古可口可乐”）在杭州市正式量产 OWG（“One Way Glass”，即“一次性玻璃瓶”），这也是全国首发的“欢响瓶”项目。

随着消费升级时代的到来，越来越多的消费者追求高品质、高颜值、轻口味的汽水产品。可口可乐这次打造的高端经典玻璃瓶汽水——“欢响瓶”系列，集时尚外观和丰富口感于一体，将带给消费者全新的饮用体验。OWG 将作为高端汽水产品的主力包装进军餐饮市场，弥补目前可口可乐系列产品在中高档餐饮渠道中高价值产品的空缺，也是开拓餐饮渠道的有力竞争武器。浙江太古可口可乐为生产 OWG 斥资人民币 1,400 万元购买全新的生产设备，它的高价值链，将会给公司带来更可观的利润。

2019年度业绩

太古股份有限公司

收益		港币百万元 85,652	+1%
公司股东应占基本溢利		港币百万元 17,797	+109%
每股基本盈利	'A' 股	港元 11.85	+109%
	'B' 股	港元 2.37	
每股全年股息	'A' 股	港元 3.00	–
	'B' 股	港元 0.60	

太古公司上半年表现令人鼓舞，盈利持续回升，多项业务取得坚稳的业绩，但最终二零一九年仍是充满挑战的一年。香港特别行政区的社会事件及全球贸易磨擦（尤其在下半年），均直接或间接影响公司旗下多项业务的需求。

二零一九年股东应占综合溢利为港币九十亿零七百万元，较二零一八年减少百分之六十二。主要撇除投资物业价值变动后的股东应占基本溢利为港币一百七十七亿九千七百万元，增加百分之一百零九。撇除两个年度重大的非经常性项目后，二零一九年的经常性基本溢利为港币七十二亿二千一百万元，二零一八年则为港币七十四亿八千九百万元。国泰航空业绩倒退是导致此减幅的主要原因。二零一九年的股息维持于二零一八年的水平。

港机集团于二零一九年录得应占溢利港币八亿二千五百万元，而按百分之一百基准计算的二零一八年应占溢利则为港币九亿九千三百万元。撇除两个年度的非经常性项目后，港机集团于二零一九年的经常性溢利为港币十亿五千九百万元，而二零一八年则为港币九亿五千一百万元。溢利上升，主要反映港机（美洲）的亏损减少及香港航空发动机维修服务公司的工作量增加。

太古可口可乐于二零一九年的经常性溢利为港币十五亿八千四百万元，二零一八年则为港币十三亿五千四百万元。收益（包括一家合资公司的收益及撇除对其他装瓶公司的销量）增加百分之五至港币四百四十七亿一千九百万元，销量亦增加百分之二至十七亿八千六百万标箱。中国内地、台湾地区及美国方面的收益及销量均录得增长，反映在管理收益增长方面取得成果。香港特别行政区方面的收益及销量均告下跌。

海洋服务部门于二零一九年录得的经常性亏损为港币十三亿四千七百万元，而二零一八年则为港币十一亿二千二百万元。该等数字已撇除二零一九年太古海洋开发集团的减值支出、一项重组拨备及出售船只亏损总计港币二十二亿八千七百万元，以及二零一八年太古海洋开发集团的减值支出及撇销港币三十九亿一千一百万元。离岸业市道仍然艰难，船只使用率上升，但离岸支援船供应过剩，继续对船只租金构成压力。

贸易及实业部门于二零一九年的经常性溢利（撇除非经常性亏损净额港币四亿九千三百万元）为港币四千一百万元，而二零一八年则为港币一亿六千四百万元。此业绩主要反映太古资源于下半年的业绩倒退及出售漆油业务（录得溢利），其影响因未有录得冷藏仓库业务（在出售前录得亏损）的亏损而被局部抵销。

（左至右）太古地产有限公司行政总裁白德利、太古股份有限公司主席施铭伦和太古股份有限公司财务董事刘美璇出席太古股份有限公司 2019 年度业绩新闻发布会。

太古地产有限公司

收益	港币百万元 14,222	-3%
公司股东应占基本溢利	港币百万元 24,130	+138%
每股基本盈利	港元 4.12	+138%
每股股息 第一次中期	港元 0.29	+7%
每股股息 第二次中期	港元 0.59	+4%

主要撇除投资物业估值变动后，二零一九年股东应占基本溢利增加百分之一百三十八至港币二百四十一亿三千万元。这主要反映出售两座位于太古城的办公楼及香港特别行政区其他投资物业权益的溢利。

二零一九年的经常性基本溢利（不包括出售投资物业权益的溢利）为港币七十六亿三千三百万元，而二零一八年则为港币七十五亿二千一百万元，增幅主要反映来自中国内地物业投资的基本溢利上升。二零一九年，来自物业投资的经常性基本溢利上升百分之三，中国内地和美国的物业组合以及香港特别行政区的办公楼组合录得满意增长。

二零一九年的租金收入总额为港币一百二十二亿七千一百万元，而二零一八年则为港币一百二十一亿一千七百万元。香港特别行政区办公楼物业组合的租金收入由于续约租金上调、租用率坚挺，以及于二零一八年第四季开幕的太古坊一座的全年租金收入而有所增长。然而，这不足以抵销香港特别行政区零售物业的租金收入下降，此乃由于二零一九年下半年的租金支援及零售销售额下跌所引致。撇除租金支援，香港特别行政区的零售租金收入总额略为下降。中国内地的租金收入总额上升百分之八，主要由于续约租金上调、零售销售额上升及租用率坚挺。在美国，由于租用率改善及零售销售额上升，租金收入有满意的增长。

二零一九年的物业买卖基本亏损与美国的住宅单位有关，部分被出售香港特别行政区殷然项目的停车位及应占出售中国内地成都远洋太古里办公楼及停车位的溢利所抵销。

二零一九年酒店业务录得亏损，主要由于下半年香港特别行政区酒店业绩转差（反映社会事件）。中国内地和美国的酒店业绩有所改善。

新型冠状病毒肺炎疫情对公司在中国内地的零售投资物业带来不利影响。预计二零二零年的零售物业租金收入将会下降；个别零售租户会因应其业务状况获提供暂时性租金支持。在不影响与租户长期关系的情况下，将尽可能节省成本。在中国内地，尽管当前存在新型冠状病毒肺炎疫情的影响，长远而言，预料国际零售商及餐饮业经营者对零售楼面的需求强劲。

在广州及北京，由于中心商业区有新楼面供应以及需求疲弱，预期二零二零年办公楼空置率将会上升及租金受压。在上海，预计二零二零年来自国内及国际企业的需求疲软，但由于静安中心商业区租用率高企及新楼面供应有限，上海的办公楼租金预料会相对坚稳。

凭借公司平衡的投资组合及稳健的财务状况，公司有足够的实力抵御此艰难时期带来的影响，并在将来环境改善时受益。

（左至右）太古地产有限公司财务董事龙雁仪和太古地产有限公司行政总裁白德利出席太古地产有限公司 2019 年度业绩分析员简报会。

国泰航空有限公司

收益	港币百万元 106,973	-3.7%
股东应占溢利	港币百万元 1,691	-27.9%
每股盈利	港仙 43.0	-27.9%
每股股息	港元 0.18	-40.0%

二零一九年对国泰航空集团来说充满挑战。尽管地缘政治及贸易磨擦带来艰难的环境，但由于为期三年的企业转型计划初见成效，集团于二零一九年上半年取得良好的表现。然而，受到香港特别行政区社会事件于下半年升温及中美贸易磨擦加剧影响，进出境旅客量大幅下跌。随着香港特别行政区经济步入衰退，集团的经营环境变得极其严峻，因此一般较上半年为佳的下半年业绩跌幅远超预期。

国泰航空集团于二零一九年录得应占溢利港币十六亿九千一百万元，而二零一八年则录得应占溢利港币二十三亿四千五百万元。二零一九年的每股盈利为港币四十三点零仙，而二零一八年则录得每股盈利港币五十九点六仙。

国泰航空集团于二零一九年下半年录得应占溢利港币三亿四千四百万元，而二零一九年上半年及二零一八年下半年则分别录得应占溢利港币十三亿四千七百万元及应占溢利港币二十六亿零八百万元。国泰航空及国泰港龙航空于二零一九年下半年录得应占亏损港币四亿三千四百万元，而二零一九年上半年及二零一八年下半年则分别录得应占溢利港币六亿七千五百万元及应占溢利港币十二亿五千三百万元。

整体而言，客运及货运业务的收益率于二零一九年严重受压，两者均低于二零一八年。下半年香港特别行政区的社会事件使运载率、机位预订量及乘客运载人次大幅下跌。访港客运量大受影响，尤以短途及中国内地航线为甚，而离境客运量亦同样下跌。头等及商务客舱需求疲弱，以致集团须更加依赖收益率较低的过境客运。二零一九年运载的乘客人次较二零一八年下降百分之零点七。

中美贸易磨擦压抑全年的货运需求，使其显著低于二零一八年，但货运需求于二零一九年后期的旺季期间回升，反映新兴消费产品、特殊的空运货物及假期前的货物补仓。从中国内地及香港特别行政区出口至跨太平洋及欧洲市场的业务于年内后期取得较令人鼓舞的表现。然而，二零一九年货运业务的表现远逊预期。

集团在年内大部分时间受惠于油价下降，但美元强势却带来不利影响。每可用吨千米的非燃油成本减少百分之二点七，反映集团在成效卓见的企业转型计划下，专注提升生产力及效益。

出席国泰航空集团 2019 年度业绩新闻发布会的国泰航空高管团队：（左至右）财务总裁马天伟、行政总裁邓健荣、主席贺以礼、顾客及商务总裁林绍波和营运及航空服务总裁韩兆杰

集团在二零一九年五月推出新的品牌方向「志在飞跃」，致力实践对顾客的承诺。「志在飞跃」代表着集团不断求进，致力超越顾客的预期。尽管下半年出现不少挑战，在顾客服务方面却获得近年最全面的提升，包括大幅增加机上娱乐节目的内容；在头等及商务客舱提供新的寝具、用品及餐膳选择；提升离港长途航班经济客舱的餐膳；以及重开经翻新的上海浦东机场贵宾室。这一切都是专为顾客而设的行动，致力增加航班的吸引力。

本文档内的非法定账目（定义见《公司条例》（第 622 章）（该条例）第 436 条）并非指明财务报表（定义如前所述）。截至二零一八年十二月三十一日止年度的指明财务报表已根据该条例第 664 条送交香港公司注册处处长。截至二零一九年十二月三十一日止年度的指明财务报表并未但将会根据该条例第 664 条送交香港公司注册处处长。就截至二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度指明财务报表已拟备核数师报告。该等报告无保留意见或以其他方式修订，亦无提述核数师在不就该报告作保留意见的情况下，以强调方式促请有关人士注意的任何事项，以及并无载有根据该条例第 406(2) 条或 407(2) 或 (3) 条作出的陈述。

本文件可能载有若干前瞻性陈述，反映公司对未来或未来事件的信念、计划或期望。此等前瞻性陈述乃基于多项假设、当前估算及预测而作出，因此可能存在一些内在风险、不确定因素或其他非公司所能控制的因素。事件的实际结果或结局或会因一些因素而导致出现重大及 / 或不利的分别，这些因素包括集团营运业务的经济环境或行业（特别在香港特别行政区及中国内地）出现变化、宏观经济及地缘政治不明朗、竞争环境改变、汇率和利率及商品价格变动，以及集团确定和管理其所面对的风险的能力。此等前瞻性陈述的任何内容均不得或不应被用作为未来的任何保障或声明的依据，或其他方面的声明或保证。公司或其董事、高级人员、雇员、代理人、联系人、顾问或代表，概不会就更新此等前瞻性陈述，或因应未来事件或发展修改此等陈述，或提供有关此等陈述的附加资料或更正任何不准确资料承担任何责任。

欲了解各公司的业绩，请访问我们的网站：
www.swirepacific.com
www.swireproperties.com
www.cathaypacific.com

太古地产发布首份港岛东“社区营造效益报告”

2020 年 4 月，太古地产正式发布《创新衍变港岛东及太古坊的发展》社区营造效益报告，研究探索优质社区所具备的要素，并深入探讨社区营造与日俱增的重要性。

报告以太古地产制定的“社区影响评估框架”为核心，厘定不同范畴评估社区的要素，包括“硬件”投资（如基建设施及公共空间）和“软件”方面的投入（如社区参与及社区计划），以及这些范畴之间的相互影响。报告根据框架界定的经济民生、社区活力、社群福祉及社区抗御力四大范畴，阐释港岛东社区的独特个性，并从经济、社会和环境多角度反映港岛东的社区特色，展示这个经济多元、非常宜居及具抗御力的社区的影响。

国泰航空公布港币 390 亿元资本重组计划

2020 年 6 月，国泰航空公布一项资本重组计划，以助维持竞争力及营运，同时继续履行对香港特别行政区的承诺，支持香港特别行政区作为国际航空、金融及商业枢纽。

该计划共分三部分，旨在为国泰航空提供充足的资金以应对全球航空业下滑，并提供一个稳定的财务平台，让国泰航空全面检讨业务及进行业务转型，以反映环球旅游市场的新势态。

资本重组计划由三个部分组成：

- A 部分：国泰航空在取得必要股东批准的前提下，向香港特别行政区政府发行港币 195 亿元的优先股及分离认股权证
- B 部分：国泰航空在取得必要股东批准的前提下，向现有股东配发港币 117 亿元的供股股份
- C 部分：香港特别行政区政府向国泰航空提供港币 78 亿元过渡性贷款，并可实时提取使用

港机集团收购 Jet Engine Solutions 以扩展全球发动机支援网络

2020 年 3 月，香港飞机工程有限公司（“港机集团”）宣布已收购 Jet Engine Solutions, LLC（“JES”）。JES 是一家以美国得克萨斯州达拉斯市为基地的发动机维修、修理及大修服务供应商，专门为商用飞机发动机提供快速维修及退租服务。港机集团扩展全球发动机支援业务的策略除了涵盖 JES 的收购外，还包括在荷兰阿姆斯特丹附近一个新启用的全球发动机支援服务点。这个全新设施具备欧盟航空安全局（EASA）145 部许可，距离荷兰阿姆斯特丹史基浦机场仅 20 分钟路程。港机全球发动机支援凭借在美国、欧洲，以及集团位于香港特别行政区总部的设施，将在全球为客户提供最高标准的品质及迅速的支援服务。

太古轮船启用“长沙号”和“西安号”

2020 年 3 月，太古轮船旗下的班轮运输部门太古船务宣布，其首艘载箱量为 2,400 标准集装箱的新船——内燃机轮“长沙号”（MV *Changsha*）投入使用。该船被部署于太古船务的东南亚至巴布亚新几内亚和所罗门群岛的航线服务。此次新船部署显示了太古船务对该地区坚定而持续的承诺。太古船务在 2020 年计划将有八艘支线集装箱船交付，“长沙号”是其中一艘。

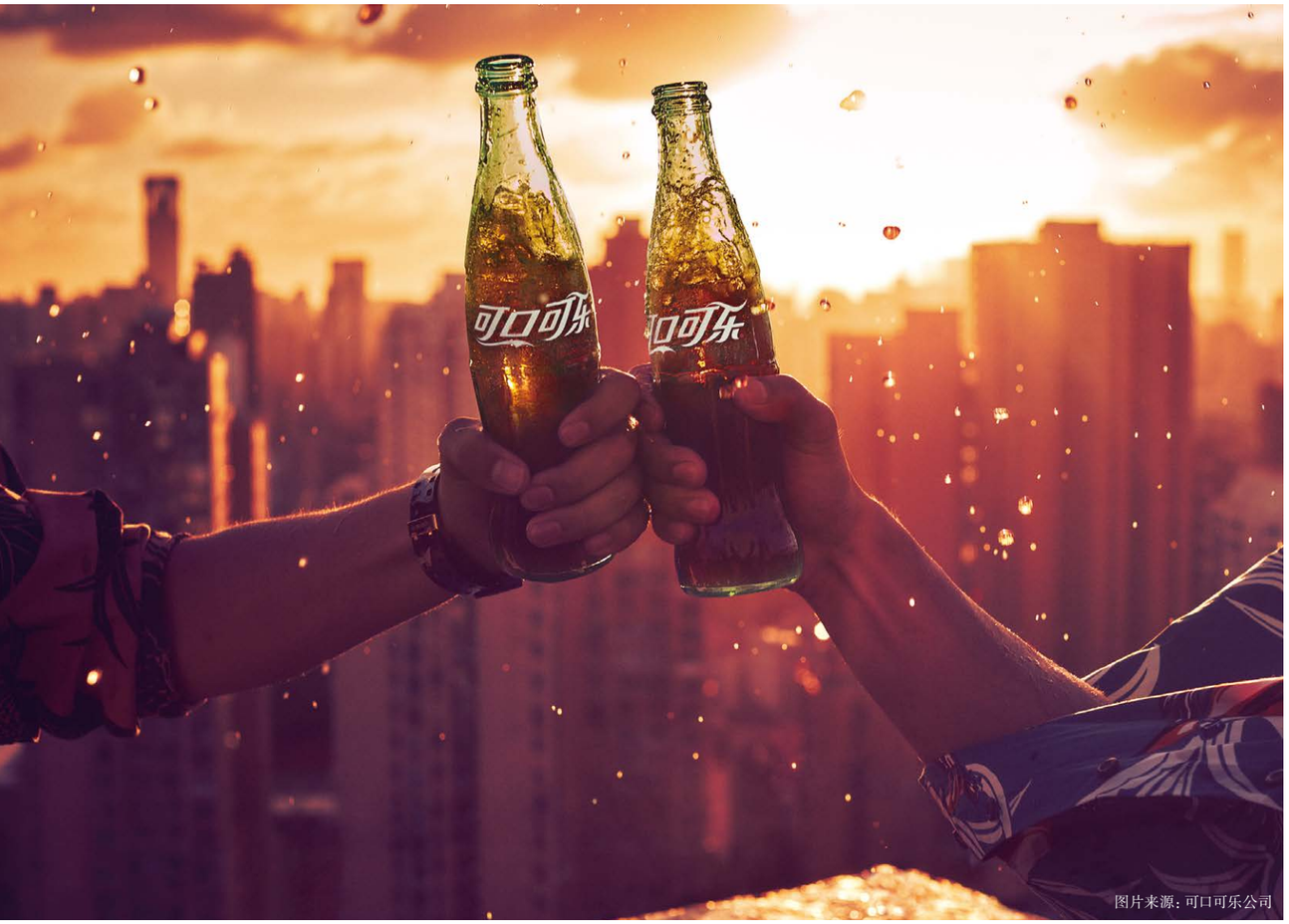
2020 年 5 月，太古轮船旗下的干散货交易部门太古散货宣布接收并入列了一艘最新交付的原木船——“西安号”（MV *Singan*）。“西安号”将服务于全球贸易，并着重聚焦太平洋与南大西洋的原木运输。该船的姊妹船“松江号”（MV *Sungkiang*）正在同一个造船厂建造并计划于 7 月初交付。太古散货拥有世界上最大的灵便型原木运输船队之一，这两艘船将巩固公司在该市场的地位。

“长沙号”

太古思维 | 说封面

闪亮的未来

值此太古与可口可乐携手共庆合作 55 周年之际，《太古思维》采访了两家公司的高管，听他们分享成功合作之道，以及如何谋划未来的持续增长故事。



图片来源：可口可乐公司

“在商业世界，我无法想象有其他合作可与之媲美。”在谈及太古同世界最大饮料企业及品牌之一可口可乐长达 55 年的伙伴关系时，太古可口可乐主席贺以礼不吝溢美之词。

伙伴关系稳定延续至第六个 10 年这样的说法还不足以充分描述双方的成功合作，更具说服力的是这种合作以超越预想之方式发展与繁荣。1965 年，太古收购香港汽水厂及其在荔枝角的装瓶厂，从此成为可口可乐及其品牌在香港特别行政区的特许装瓶伙伴和经销商。

时至今日，太古已同可口可乐在中国内地、香港特别行政区、台湾地区和美国四个市场展开合作，服务专营区域内的 7.36 亿人口。在特许经营模式下，可口可乐公司负责品牌开发、核心营销、消费者研究、产品组合、研发和饮料主剂的生产。装瓶合作伙伴负责装瓶、包装、经销、客户关系和商业执行。

贺以礼将这种合作称之为“一种极度有效的共生关系”，他解释道：“全球装瓶体系赋予可口可乐在全球扩张方面的优势，使其能更快速将产品推向市场。不同市场会在具体系统及形式方面各有差异，但这套体系总能够保证合作双方协同工作，共创价值。”他还补充说：“可口可乐对全球合作伙伴的坚实承诺，正是其能在全球获得成功的根基所在。这些关系都建立在几十年的互信基础之上。”

可口可乐公司亚太区总裁兼全球首席营销官马诺洛 · 阿罗约（Manolo Arroyo）也认同这种相互依存和共享目标的观点。“太古和可口可乐拥有共同的价值观和发展策略，”他说。“在我看来，我们坚实而长远伙伴关系的秘诀在于我们所拥有的共同目标——畅爽世界，因我不同。以受喜爱的品牌、可持续发展的方式，共创共享美好的未来。”

太古可口可乐行政总裁苏薇（左）和主席贺以礼（右）

图片来源：可口可乐公司

可口可乐公司亚太区总裁马诺洛 · 阿罗约展望两家企业的美好合作前景。

在 2019 年实现优异的业绩增长后，贺以礼和马诺洛 · 阿罗约一致认为，太古可口可乐所覆盖的市场仍拥有着巨大的增长潜力。但他们也意识到，在庆祝这一里程碑的同时，双方也应该不失时机地去思考如何凭借累积的丰富经验来确立和制定面向未来的成功战略。

持续扩张

1965 年的世界与今日大相径庭。一个小的细节体现在，当年香港供货商使用的黄色运货卡车，如今已被身披可口可乐红的车辆取而代之。但相比今日与过往，大多数的经营变化更蕴含于表面之下。1965 年时，太古可口可乐仅装瓶及经销三个饮料品牌，如今这一数字已经扩展至包括可口可乐和雪碧等气泡饮料、果汁、能量及健康饮品、茶饮料以及饮用水等在内的 61 个品牌。太古的装瓶厂从当初的一座发展为 26 座（中国内地 18 座、香港特别行政区

和台湾地区各有一座、美国六座），饮料产量扩大了400倍。按销量计算，如今的太古可口可乐是全球第五大可口可乐装瓶商。

之前担任中国区执行董事、去年正式出任太古可口可乐行政总裁的苏薇表示，太古与可口可乐的合作发展过程包含三个重要阶段。第一阶段始于 1978 年太古在美国首次获得可口可乐的特许经营权，并在之后的 10 年中在美国市场实现持续扩张。之后是 1989 年出现的一个关键转折点，当时可口可乐邀请太古成为其重返中国内地市场的合作伙伴。

苏薇说："第三也是最近的一个阶段，则是我们 2014 至 2017 年在美国的扩展以及可口可乐于 2017 年重组在华的特许经营权。这些举措使我们在美国专营区域所覆盖的人口数量从 600 万扩大到 2,980 万，增长至近乎五倍；我们在中国内地专营区域覆盖的人口数量则从 4.2 亿增加到 6.749 亿，增长超过 60%。如今我们在这两个市场上都拥有更为广阔的相邻运营区域，这为我们装瓶业务的供应链及其他众多方面带来了更好的规模效应。在此背景下，我们得以更加专注于我们的战略重点，实现令人瞩目的收入增长。"

渴望变革

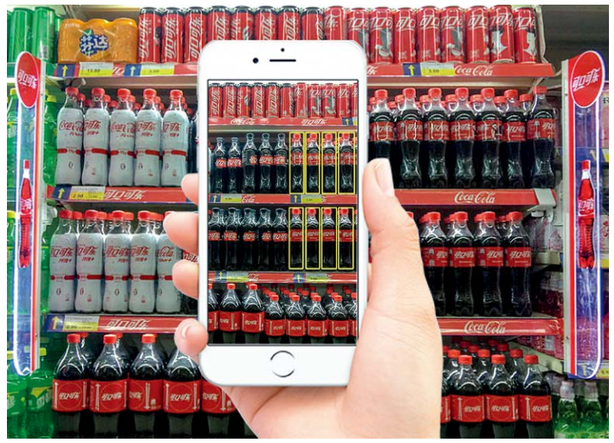
太古可口可乐在下阶段增长的驱动力在哪里，是否存在一个可以对标的指标？贺以礼如此作答："目前在中国内地区域，人均饮料消费量尚不足每人每年 50 瓶。然而在香港特别行政区和美国，这个数字均超过 200 瓶。因此，中国内地市场的增长潜力十分巨大，我们也将继续扩大包括咖啡、茶饮料、果汁、水、运动饮料、能量饮料、植物蛋白饮料等多种软饮类别在内的产品组合。"

正如马诺洛 · 阿罗约所说："我们在中国内地仍处于起步阶段。中国拥有惊人消费能力的四亿城市中产阶级以及农村和城镇中的新兴经济人口，仍然是未来全球增长的主要引擎之一。"

苏薇对全球饮料行业的长期增长前景非常乐观。她评论道："全球市场的零售总额为 1.6 万亿美元。这一行业不仅存量规模庞大，而且非酒精即饮饮料的市场规模仍在以每年 4.3% 的速度增长——这优于包装食品和家庭用品的增长速度。"

同样显而易见的是，那些最善于利用数字化和技术创新的企业将获得更高的市场份额。苏薇说："数字化是我们的核心战略重点之一，尤其是在中国内地市场，人们对数字化变革有着强烈的兴趣。"她还强调："能在这样一个充满活力的市场上开展经营是一件非常令人兴奋的事情。在供应链方面，我们使用数字工具来协助规划，监控制造设施表现，追踪物流运作。在店内执行方面，一款销售团队移动应用程序成为我们提升效率的关键助力工具。我们也在利用图像识别技术来收集零售商店内部运营的实时数据，这项技术能告知我们消费者的购买趋势，使我们可以相应地调整营销和运营策略。另一项关键的竞争优势是我们在中国拥有世界上最大的智能冰柜互联网络。"

太古可口可乐于中国内地的多样化饮料产品组合



太古可口可乐运用图像识别技术收集有关消费者偏好信息。

苏薇还认为当前的消费趋势已经为企业带来了各种可见的增长机遇。例如，提升体能表现的各种健康及补水型饮料正越发受到消费者追捧；消费者也期望饮料能够提供更小分量的包装，例如多包装、迷你罐装等；此外消费者还希望饮料的包装更为环保，例如，香港特别行政区销售的飞雪矿物质水就使用了 100% rPET（再生塑料）作为包装材料。

苏薇表示："企业需要持续推进产品创新，并且要迅速变革供应链、销售和经销系统，以适应新产品的上市和推广。可口可乐的全球化体系架构既鼓励快速创新，也鼓励灵活的供应链管理，前者可以将成功的创新从一个市场'快速复制'到另一个市场，而后者则是通过与大型伙伴的合作来支持产品迅速走向市场。"

与此同时，太古可口可乐专注于可持续发展，已于今年推出一项以水资源管理、减少废弃物和保护气候为核心的全面战略。这包括努力提升水资源利用效率，于运营中实现用水正平衡；在 2030 年前，使太古可口可乐所有销售产品的包装物料，实现 100% 等量的回收及再循环；限制公司运营的温室气体排放，以使其符合全球气温上升必须限制在两摄氏度以下的目标。此外公司还将通过增进企业各层级性别平等的方式，提升组织内部的多元性和包容性。

展望未来

当被问及五年后、也就是太古同可口可乐合作 60 周年之际，太古可口可乐会是什么样时，苏薇回答道："我们对于 2025 年的愿景是成为可口可乐全球系统内的一家领先装瓶企业。这不仅意味着我们要在我们的所有市场中取得领先的市场份额，实现持续的收入和利润增长，推进世界级的商业管理，还意味着我们要成为数字化和可持续发展等方面的领导者。"

贺以礼也对此观点做出呼应。他说："我们将持续加大对包括冷饮设备、新生产线、新装瓶厂、销售和经销中心、车队和数字基础设施等在内的一切必要投资。这种持续投资展现的是我们对装瓶业务的信心。"他补充说："太古所有业务都遵循三大共同原则——始终以人为本，打造持久团队合作精神；保持跨时间及跨区域的卓越执行力；专注正确方向，以实现长期可持续的利润增长。这是我们取得成功的秘诀，也是我们将持续秉持的信念。"

在马诺洛 · 阿罗约看来，太古可口可乐持续成功的战略同可口可乐全球体系所秉承的众多目标及承诺都相当契合。他表示："太古提倡增长思维，尊崇社会良知，这使得其团队能够在迅速适应不断变化市场需求的同时，始终能不断增强责任感和发展的可持续性。这一切让我深受触动。我坚信，在共同价值观和目标指引下，我们的伙伴关系定能在未来的 55 年乃至更长时间中行稳致远。"

以人为本，社区为家

太古地产爱心大使携手北京至爱杜氏肌营养不良关爱中心和将台社区组织一起来听“老北京的声音”活动。

“谢谢，真的，谢谢你们了！”这是北京一位环卫大叔在三里屯太古里“守护天使逸站”喝着暖心饮料时说的话。

在 2020 年的抗“疫”行动中，太古地产在确保项目安全运营的同时，始终关注项目所在地基层社区的防疫工作，牵挂社区一线工作人员。太古地产在中国内地的多个发展项目设立了不同形式的爱心站，为附近快递及外卖小哥、警察、环卫工人、社区志愿者等在疫情下仍坚守岗位的普通人，免费提供防疫装备、食品饮料、护理用品等“能量加油包”，共同守护我们的家园。这是太古地产推动社区发展的一个实例，同时也是其“以人为本，社区为家”理念的生动写照。

自 2002 年进入中国内地市场以来，太古地产在北京、广州、成都、上海打造了多个商业项目。除了成功地将每一个项目塑造为城市新地标，太古地产也积极致力于社区营造并着眼长远，秉持打造活力社区的方针，以爱心共建和谐，以文化点亮灵感，为社区和城市创造价值，并突破地域界限，真正将可持续发展的社区营造目标辐射到更广范围。

爱心为本 与社区共和谐

“一个不断向人们释放善意、有温度的品牌”——这是一位媒体朋友心目中对太古地产的印象。诚如所言，为了构建可持续发展的共融社区，太古地产致力于开展和支持各类社区活动，如照顾弱势家庭和伤健人士，借科普活动培养青少年兴趣爱好，开展文体活动活跃社区气氛，与邻里共贺佳节、绿化环境等，在项目所在社区营造起和谐共融、情真意切的“理想”环境。

如果说公司层面支持社区和谐环境构建的善举，为太古地产的社区营造打下了坚实的基础，那广大员工的身体力行，则让公司的社区发展理念影响到更多人，汇聚起强大的向善合力。

“爱心大使计划”作为太古地产企业文化建设的重要载体，通过组织员工、家属、租户等开展形式多样的社区义工服务，与非政府组织及弱势群体建立起长期的互动沟通，传递着温暖和力量。

截至目前，该计划在香港特别行政区已开展了整整 20 年，在中国内地也已推广 11 年。仅在 2019 年，“爱心大使计划”就累计提供了超过 7,000 小时的志愿者服务：在北京奥森绿道上“为爱而走”，在广东省梅州市永和镇新寨村力行扶贫助弱之举，在四川带着孩子们踏上“双旦”寻宝之旅……爱心大使们将点滴爱心传递四方，惠泽各地社群。未来，太古地产还会将“爱心大使计划”扩展至更大的范围，以更加丰富的形式回馈社区。

太古地产爱心大使如意手工工坊活动现场

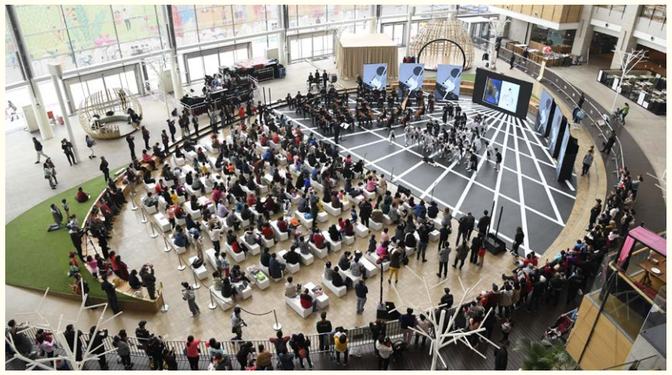
文化为桥 与城市共美好

除了在项目及周边构建和谐共融的社区环境，太古地产还致力于将社区营造理念推广至更广地域范围，为项目所在城市注入风尚活力。

多年来，太古地产一直将原创和创新视为企业特质，在把原创设计融入城市地方特色的同时，也视艺术为创新灵感，将自身品牌精神融入城市人文，构建起人与文化、人与环境、人与人之间的强大粘合力。通过与大型文化艺术机构长期合作，开展文化推广活动，太古地产不但十年如一日地培育热爱文艺的城市社群，也时常引领城市文化潮流发展。

与太古地产携手走过 10 年亲密时光的知名音乐盛典——北京国际音乐节，就是一个很好的例子。“丝桐合为琴，中有太古声”——这句脍炙人口的诗句，恰如其分地描述了太古地产与音乐的不解之缘。10 年来，北京国际音乐节在太古地产的支持下，通过举办经典音乐会、新锐音乐剧，以及大师公益课堂、儿童公益音乐演出等活动，让时尚融入古典，让科技靠拢艺术，让高雅走向大众，为更多普通人带来美的享受。随着合作深入，太古地产和音乐节主办方“大开脑洞”，不断创新活动形式，提升观众体验，激发人们在优美的旋律中探索美好生活的更多可能。

在三里屯太古里，虚拟现实（VR）音乐剧让古典与时尚在这个潮流聚集地碰撞，带来新锐、多元、多维



顾堤港一层“冬季花园”化身舞台，上演儿童版歌剧《霍夫曼的故事》。

感官的艺术体验；在颐堤港，“周末家庭日”既培养了新生代音乐人才，又让公众以家庭为单位参与到艺术活动当中，以音乐为媒，强化了家人、朋友之间的情感纽带；在每年音乐节的重头戏“太古之夜”，我们曾欣赏到英国世界级音乐家“痴狂四兄弟”带来的古典音乐与现代音乐的激情碰撞，体验过指挥“男神”埃萨 - 佩卡 · 萨洛宁现场执棒的风采，也曾感受到沃恩 · 威廉姆斯与肖斯塔科维奇两位大师的“超时空对话”……

太古地产与北京国际音乐节的合作，突破了项目的周边社区“藩篱”，使浓浓的文化氛围氤氲京城，成为一道独特的风景。正如北京国际音乐节艺术委员会主席余隆所说：“我们在建设和丰富北京社区文化生活方面，与太古地产有着共同的愿景。未来我们希望进一步将太古地产的项目作为联结艺术与生活的桥梁，让更多的音乐爱好者在家门口就能欣赏到国际范儿的音乐会。”

责任为先 与社会共发展

人是社区构成的最小单位。在社区营造的过程中，太古地产始终以人为根本，视责任为担当，以更长远的战略视角探寻“人”、“企业”与“社会”之间的关系，将公司的社区营造理念推广到更广范围。太古地产打破地域局限，以创新可行的社区项目搭建“桥梁”，积极促进跨城市、跨地区的社群交流，实现了“爱之所趋，无远弗届”的公益理想，创造出更多元的可能和更丰富的价值。

位于四川省彭州市桂花镇双红村的太古地产竹创社区中心，是太古地产在雅安地震后携手中国儿童少年基金会打造的乡村社区公益项目。

桂花镇盛产慈竹，社区中心在建筑结构上采用多年生慈竹为基料，因地制宜、就地取材，建成三栋彼此独立又相互呼应、具有村落感的开放公共空间，形成了一个融于自然又令人顿生幸福感的建筑，同时确保了绿色环保。

项目从规划和建设之初，关注的焦点就是当地的留守儿童、妇女和老人。竹创社区中心为他们带来了发展意义上的可持续关怀，并给远在都市的人群创造了一个义工服务平台，让他们有机会来体验人与人，人与建筑、人与环境的新型对话方式。

值得一提的是，竹创社区中心项目并非依循传统的援助模式，而是开创性地采取了“众创”方式，在策划、设计、建设、运营的过程中，由捐助企业提供资金，各级政府给予政策引导和扶持，公益机构负责营运，当地村民、行业领袖、设计师、公益组织、科研单位、建设者和志愿者等各尽所能，整合资源，以社区为基地开展老、妇、幼在地扶植计划。

2017 年 5 月，该项目荣获中国美国商会及中国英国商会联合主办的“The China CSR Awards 2017（2017 年中国企业社会责任奖）”“Integration（融合）”类别大奖。2019 年，社区中心举办课外活动、技能培训及健康讲座等活动共计 50 余场，受益者累计超过 3,000 人次。

社区营造，是太古地产 2016 年提出的“2030 可持续发展策略”愿景的“五大策略支柱”之一，也是太古地产经营理念和企业文化的特色所在。回顾过往，太古地产始终在可持续发展道路上坚定步伐，践行承诺；展望未来，太古地产将继续秉持着长远视野，探索创新方案，将可持续发展理念融入企业营运的各个层面，为社区、环境、经济和社会带来更多的积极影响。

太古地产竹创社区中心公益日

“重重花园”环保洗手间

2020 年 4 月，位于广州太古汇 M 层的洗手间经过升级改造，以“重重花园”的设计理念以及崭新的面貌与顾客见面。现有空间划分为不同区域：入口广场、家庭卫生间、圆形花园、男 / 女卫生间。每个区域均采用圆形和同心的布局，消除了死角及胡同，从而增强漫游的体验。此次改造设计体现了对顾客体验的深入思考和提升，以多层次的感官感受营造出漫步于春天花园般的漫游体验，让顾客在使用洗手间的过程中得到惬意的休憩。

“重重花园”洗手间延续太古地产一贯的可持续发展理念，从设计装修、材料 / 设备应用、节能策略等多个方面着手，进一步提升节能减排的效果。广州太古汇希望顾客在享受优质洗手间服务的同时，也感受到环保的意义，积极参与到环保事业中来。

奏响春日“狂想曲”

2020 年 4 月至 6 月，兴业太古汇“Dare For More Dare To Sing 爱混敢嗲 · 鸣音焕新”活动季暨“Play Me，I'm Yours”公益钢琴艺术主题活动正式开启，以音乐与歌声为主线，为城市“涂抹”多彩艺术亮色。

兴业太古汇携手中国宋庆龄基金会、上海艺途公益基金会与众多涂鸦艺术家，现场绘制了 15 架涂鸦钢琴，并将其放置于多个室内外公共区域，全方位展示承载春日繁花、萌趣动物、色彩河流的涂鸦艺术品。致力于用艺术手法打造生活化场景体验的兴业太古汇，限时“变身”无门槛艺术展览空间，呼吁更多人前来享受快节奏中的“慢生活”，舒缓压抑已久的紧张心情，重启积极向上的美好社交生活。

“Play Me, I'm Yours”以开放姿态邀请所有人与钢琴互动，分享对音乐和视觉艺术的热爱。

多元包容，拥抱无私的爱

2020 年 3 月，太古可口可乐成功召开“第 10 届多元化及包容委员会”会议。会议期间，太古可口可乐发布了最新“多元化与包容策略”，阐释了多元化与包容的使命、愿景和战略目标。公司于 2019 年开始转移多元化与包容工作重心，从主张性别平等转向反对性别歧视、年龄歧视、种族歧视、残疾歧视和性取向歧视等更广泛的目标。这次会议是太古可口可乐一个重要的里程碑，标志着“多元化与包容策略”从中国内地扩展到香港特别行政区、台湾地区及美国。太古可口可乐努力创造一个包容性的工作场所，为所有人提供平等的机会。

“粽”要我们在一起

2020 年 5 月，太古集团旗下重庆新沁园食品有限公司（“新沁园”），通过重庆市慈善总会向重庆市儿童福利院以及部分困难家庭、优抚对象等捐赠 52,000 颗爱心粽子，传递出浓浓爱意。

重庆市慈善总会秘书长、慈善捐赠服务中心主任杨艳梅一行来到了新沁园总部参加爱心捐赠仪式。新沁园董事田丹枫陪同杨艳梅秘书长一行，参观了位于重庆的太古食品中国区总部，并介绍了近年来太古集团及新沁园的发展历程。杨艳梅秘书长积极肯定和感谢新沁园对社会做出的贡献，并表示新沁园的善举充分体现了企业的社会责任与担当，希望双方能够深化合作，让更多困难群众感受到社会的关爱。

儿童节送温暖

2020 年 4 月，在儿童节到来之前，太古汽车将内部爱心义卖所购置的物资，包含白米、文具用品等，送往台北市伯大尼儿少家园，希望孩子们能度过一个温暖的儿童节。太古汽车积极践行企业社会责任，持续关注未来的主人翁，期盼孩子们能得到妥善的照顾。

本刊在印刷过程中均采用环保纸张