



# 企管達人

TOP TALENT



月前的哥本哈根氣候會議成為全球焦點，加上《建築物能源效益條例草案》的刊憲，社會對環保節能的聲音愈見明顯。作為國際環保先驅的施耐德電氣，該公司（香港）總經理杜華添（Tim）坦言，香港在環保節能方面，只是剛起步，「保安、連接、節能及智能家居將會是香港市場的新出路，等同未被開發的大餅！」他強調，公司正主攻亞太區市場，「近數年營業額亦錄得雙位數字的高增長！」



施耐德電氣（香港）總經理杜華添（Tim）指，香港在環保節能方面只是剛起步，深信公司在這方面發展空間甚大。

## 杜華添瞄準香港新市場

# 能源管理 帶起環保潮流

### 憑信念統一品牌

施耐德電氣旗下擁有逾百個行內知名品牌，如Merlin Gerin（梅蘭日蘭）、Square D（美商實快）、TE電器等，多不勝數，故該公司花了多年時間整合品牌。杜華添指，公司上下都奉行「POSE」的信念，「P即Passionate，對客戶及工作有熱誠；O即Open，思維開放；S即Straightforward，實事求是；E即Effective，有效率。統一品牌雖面對極大風險，因有機會衝擊早已站穩的市場，但基於此信念，公司上下對此做法深表歡迎，因能結合品牌實力，長遠有助建立客戶對品牌的信心，同時能令管理及推銷程序更有效率。」

作為公司總經理，杜華添相信，除了品牌以外，員工是一家公司的最大資產，故一直着重人力資源的投放，「讓員工有多些機會參與不同的工作項目，引薦具潛質的人才到海外公司工作，藉此培訓高質素的企業人才，有助公司長遠競爭。」



哥本哈根氣候會議令環保成為全球焦點。



東涌一家購物中心，成功利用自動化系統調節用電，每年省約一百萬電費。

### 中國市場大質素參差

施耐德電氣（香港）有限公司早於上世紀八十年代成立，近廿年集中處理配電及環保等業務，屬世界能源管理專家。Tim笑言，「若從事飲食、酒店等工作，別人很容易理解。跟人家說自己做配電，多數人都摸不着頭腦！」其實，施耐德電氣的市場覆蓋面非常廣，幾乎可以說是無處不在。

現時，施耐德電氣的能源管理方案在全球一百九十個國家銷售，〇八年業務總收入達一百八十三億歐羅，當中亞太區佔一成九。  
Tim認為，能源有四大發展趨勢，「一、能源會是接着數十年的大議題，除價格升幅厲害外，能源更變成政治課題；二、發展中國家（如中國、印度、非洲）的能源發展空間大；三、連接方面，能源應用方案會與互聯網緊密連繫；四、自九一後，保安系統全球關注。這些大趨勢正配合公司發展方向。」

故施耐德電氣在兩、三年前決定在上海設立研發基地，希望公司的服務能有高質素的产品配合。  
施耐德電氣在內地已有廿多年歷史，且在管理上不斷變動，不論產品設計及銷售渠道都非常多變。Tim坦言，「所謂『三年一小變，五年一大變』，內地現時主要以高檔次的大客戶為主，其次是本土生產商，相信開發中、低檔市場會是非常大的學問。」

### 港市場如未開發大餅

相比內地，Tim斬釘截鐵地說：「香港的節能才是剛起步！」他解釋，環保節能討論良久，大多止於被動式環保方案，如將普通鎢絲燈泡換成慳電膽、簡單的高效能產品更換等，較少人提出主動式環保節能方案，「例如安裝感應器和自動開關可減少能源消耗，樓宇自動化系統更可取代人手，調控大樓的溫度。始終人是有惰性的，自動化系統有助節省七個巴仙電力，而定期的管理及維修更能維持理想的能源效益。」

早前施耐德電氣為香港某超市集團的一所門市進行能源審計及監控，結果每年節省一成，大概廿多萬電費，「這只是其中一家舖的成績，可想而知，本港節能的空間多大。」此外，東涌一家擁有酒店、商廈的綜合購物中心，利用自動化系統去調節冷氣、照明等用電，每年省電五成，即約一百萬電費。Tim誠言，「保安、連接、節能及智能家居將會是香港市場的新出路，等同未被開發的大餅！」

### 辦比賽鼓勵學生節能

他強調，公司正主攻亞太區市場，「近數年營業額亦錄得雙位數字的高增長！接下來，要靠社會上上下下去推動節能環保，教育大眾。而公司作為節能先驅，有肩負教育社會的責任。」他舉例，公司在〇九年舉行「施耐德電氣能源效益盃」，鼓勵各大專院校學生為節能籌謀，「比賽中讓我印象最深刻的是，有學生以全新的應用方式去活用現有的技術，研發軟質的太陽能板，從而引發我思考窗簾改用軟質的太陽能板的可能性，相信能掀起革命性的節能方式。」