

中電與客戶

中電集團的業務包括在香港及澳洲的能源零售業務。在香港，中電是九龍和新界區唯一的供電商，服務2.24百萬名客戶。澳洲方面，中電透過TRUenergy為大約600,000名客戶供應電力，並為約500,000名客戶供應燃氣。我們現在的客戶主要集中於維多利亞省，但我們已開始在新南威爾斯省及南澳省發展零售業務。TRUenergy是澳洲第五大的能源零售商，並在全國電力市場佔有10%的份額。

中電在香港和澳洲的卓越成就，乃建基於優秀的客戶服務。兩地的業務也是集團整體業務組合的重要部分，對集團長遠成功發展起關鍵作用。

香港

中電肩負使命，為香港市民提供不可或缺的公共服務，因此我們的供電必須具備以下特質：

- 可靠度高；
- 電力素質優良；
- 客戶服務卓越；及
- 電價合理。

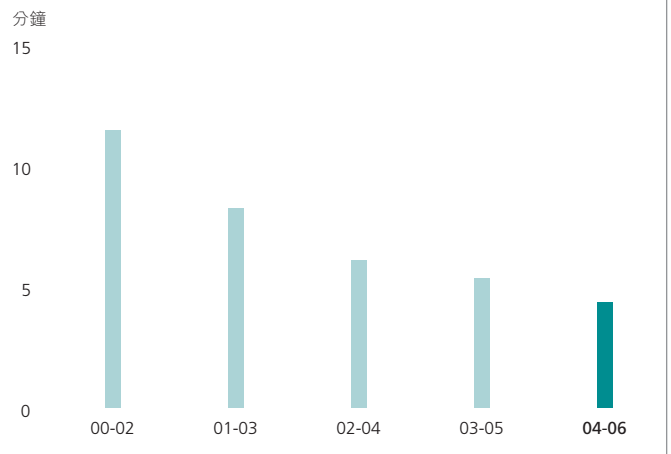
供電可靠性

由於香港某些特殊的生活環境，中電必須為市民提供高度可靠的電力服務：

- 大部分市民均在高樓大廈內居住和工作，日常生活有賴運作無間的升降機及行人電梯；
- 香港人煙稠密，個別電力設備故障足可影響成千上萬的市民；
- 作為金融及旅遊中心，香港需要可靠的電力供應，以維持經濟發展及競爭優勢；及
- 尤其在夏季，香港潮濕悶熱的天氣增加市民對空調的依賴。

中電不斷努力，務求保持以及在可行情況下進一步提升供電可靠性。中電客戶每年的「意外停電時間」（衡量供電可靠程度的指標），在過去七年間改善了83%。

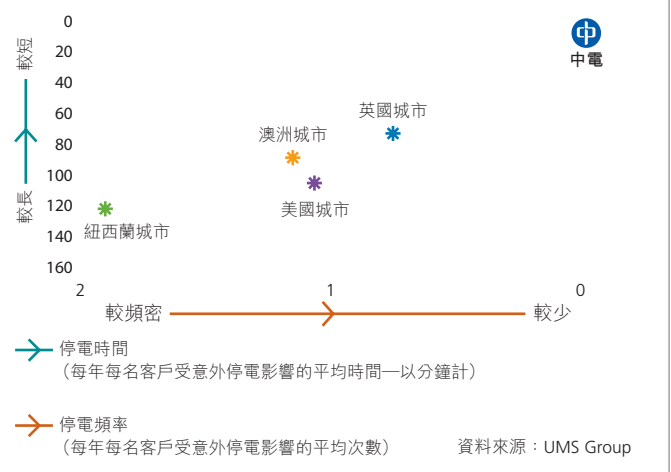
意外停電時間（每3年平均數）



與美國、英國、澳洲及紐西蘭等地比較，中電的供電可靠度媲美最佳水平。在2004至2006年間，中電供電範圍內一般客戶平均每年的「意外停電時間」是4.37分鐘。相對來說，其他主要城市於2003至2005年間（所取得的最近期資料）一般客戶平均每年的「意外停電時間」是：

- 紐約(9.2分鐘)；
- 巴黎(14.7分鐘)；
- 倫敦(37.2分鐘)；或
- 悉尼(37.4分鐘)。

供電可靠程度比較 (2004-2006)



供電素質

在日常家居及商業活動中，電子及電腦設備應用日廣，而且愈來愈精密。因此，包括供電可靠性在內的電力素質對客戶日益重要。即使只出現輕微的電壓干擾，也足可引起不必要的生產損失及不便。

中電為客戶審核電力設備、評估和推廣新科技，並提供技術服務，以協助客戶解決電力素質問題。至今已有逾100份有關提升供電素質的技術建議書獲得客戶接納。另外，我們為客戶舉辦推廣活動和講座，還成立了「電力質量展覽及科技中心」，透過互動展覽說明客戶常見的電力素質問題，以及展示如何以實用的技術措施紓緩有關影響。該中心在2006年內接待了4,500名訪客。

客戶服務

聆聽客戶的意見和滿足其需要是客戶服務的重要一環。在過去14年間，客戶諮詢小組(成員包括中電的高級行政人員，以及公司在諮詢消費者委員會意見後委任的客戶代表)，連同覆蓋中電供電範圍內所有區域的14個分區客戶諮詢委員會，已成為中電與客戶聯繫的主要渠道。此外，為了加強與客戶的溝通，中電在各公共屋

苑、鄉事委員會及中小企團體共設有90個客戶聯絡小組，同時指定客戶經理為大約100名主要客戶服務，以保持密切關係。

中電致力推廣電磁爐的種種優點，包括令烹飪更安全、更快捷、令廚房更加涼快和清潔，以及節省能源等。2006年內售出的電磁爐超過20,000個，較2005年銷量增加了50%。我們亦繼續推廣冷暖空調機，其冷凍功能與一般空調機不相伯仲，但可兼在冬天作供暖用途，而且比一般電暖爐更具效率和能源效益。

卓越的客戶服務離不開親切友善和簡單方便的服務。中電客務熱線中心(CIC)和客戶服務中心(CSC)是我們日常與客戶主要的接觸點。我們竭力提升中心的運作水平，務求為客戶提供高效、快捷和個人化的服務。CIC出色的表現，讓中電在香港客戶中心大獎和地區客戶中心大獎中贏得多項殊榮，而CSC則在優質顧客服務大獎中獲獎。當然，我們明白客戶本身的意見才是最重要的服務素質指標，因此中電委聘獨立國際機構，按年及按季調查客戶的滿意程度。如下表所示，中電在2006年錄得近年來最高的客戶滿意程度。

自1998年以來的客戶滿意指數 (eQ score)

客戶類別	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
住宅	77	77	78	79	—	80	79	81	82
普通非住宅	不適用	不適用	不適用	76	—	79	78	82	82
大量用電	不適用	不適用	不適用	76	78	76	78	81	80
高需求用電	不適用	不適用	不適用	67	73	不適用	74	不適用	75

附註： 客戶調查工作始於1998年

不適用——該年並沒有為這價目類別的客戶進行意見調查

集團於2002年聘用另一間機構 (NFO) 為住宅客戶及普通非住宅客戶進行意見調查

→ (左) 中電品質圈發布會開幕典禮

→ (右) 在中電「安健環」日上進行電磁爐煮食比賽



中電並為香港及鄰近地區的客户提供電力工程、通訊系統、照明、屋宇設備及設施管理等承包及顧問服務。例如於2006年，我們為地鐵有限公司完成兩項大型工程，並為香港政府路政署完成位於九龍及新界東的高速公路公共照明工程，客戶對有關服務素質深感滿意。年內，我們利用於公共照明技術的專長，成功投得多個私營照明項目合約。

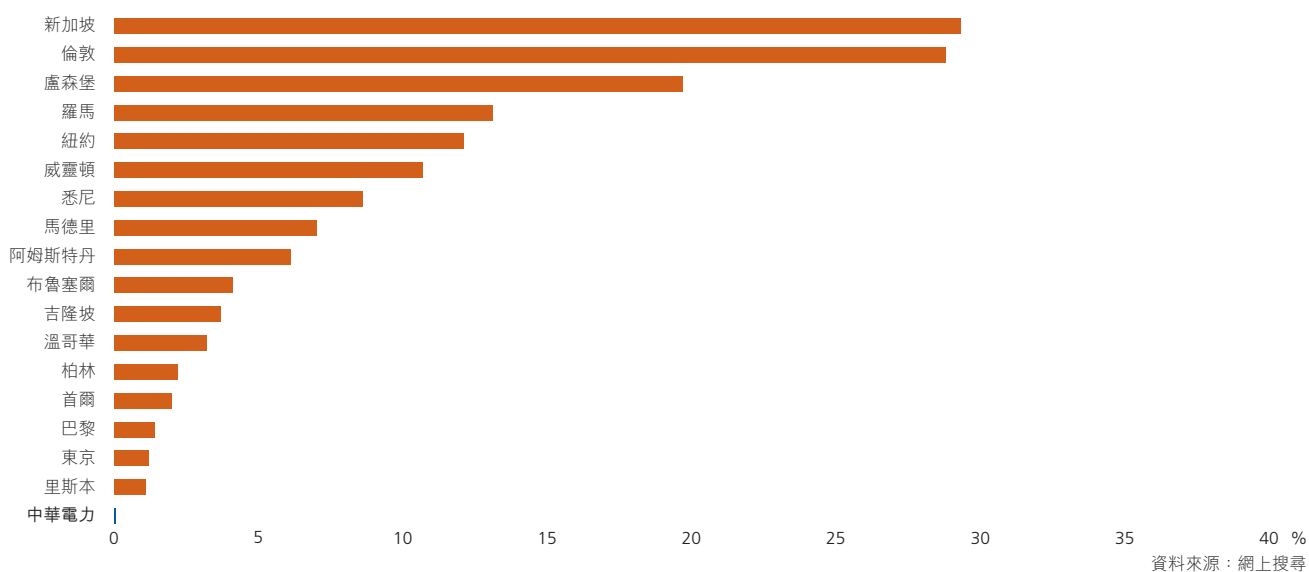
中電亦提供能源服務，以切合客戶需要的優化方案為主，涵蓋所有電壓範圍(由特低壓至超高壓)，並提供設

計、應用、安裝、調試、維修以至解決方案等服務。

電價

中電在2006年12月宣佈，2007年將維持電價不變。我們自1998年起凍結電價，並在至2006年底期間共提供了七次總額逾30億港元的電費回扣，相當於電價在這期間下調了3.7%。相反，全球各地的大型電力公司紛紛在1999至2005年間大幅調升電價，其中包括南韓(9%)、美國(16%)、英國(28%)以及紐西蘭(97%)等地的電力公司。

各主要城市電費加幅 (2005-2006)



為配合特區政府所推出的「藍天行動」計劃，中電的「電能化中小企推廣計劃」內有沒有高能源效益暨環保的設備推介給洗衣業界？



江麗萍小姐
陽光洗衣便利店有限公司
總經理

中電多年來積極向客戶推廣具能源效益和環保的產品，例如：熱泵和電磁爐。對洗衣業界而言，最新的能源效益電乾衣機和熱水系統能夠比傳統設備節省10%至20%能源。近月來，中電已協助洗衣業界的四個主要商戶成功採用有關產品。這點反映，掌握和滿足個別客戶的特定需要，是我們客戶服務的一個主要元素。

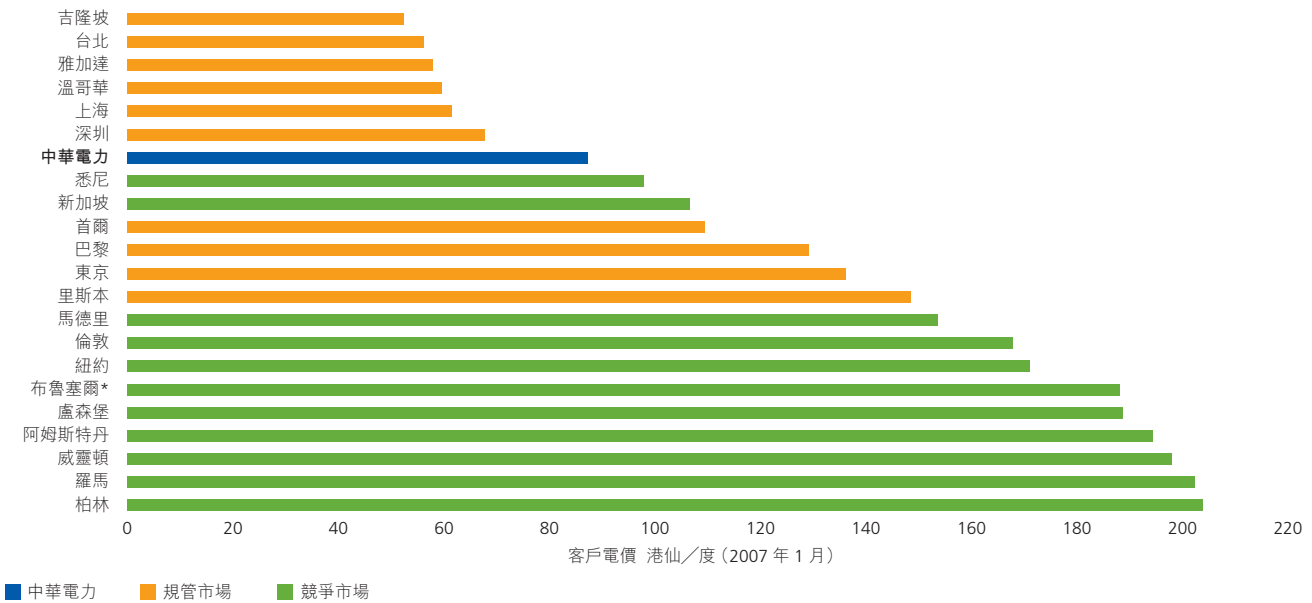


周騰輝
中華電力
市場及客戶服務業務部總監

過去兩年間，燃料和物料成本大幅上漲，導致紐約、倫敦和新加坡的大型電力公司將其電價調升 12%至29%不等。然而，中電努力提升生產力、厲行節流措施，並把向廣東售電所得盈利的80%回饋客戶，因而成功紓緩成本上漲的壓力。

由於中電採取有效的管理措施，其電價一直較其他國際都會廉宜。

2007年各主要城市住宅客戶電價的比較



附註：住宅電價按每年用電量為3,300度計算。
 以上比較資料反映2007年1月份的電價及貨幣兌換情況，*號者則為反映2006年12月的情况。

資料來源：網上搜尋

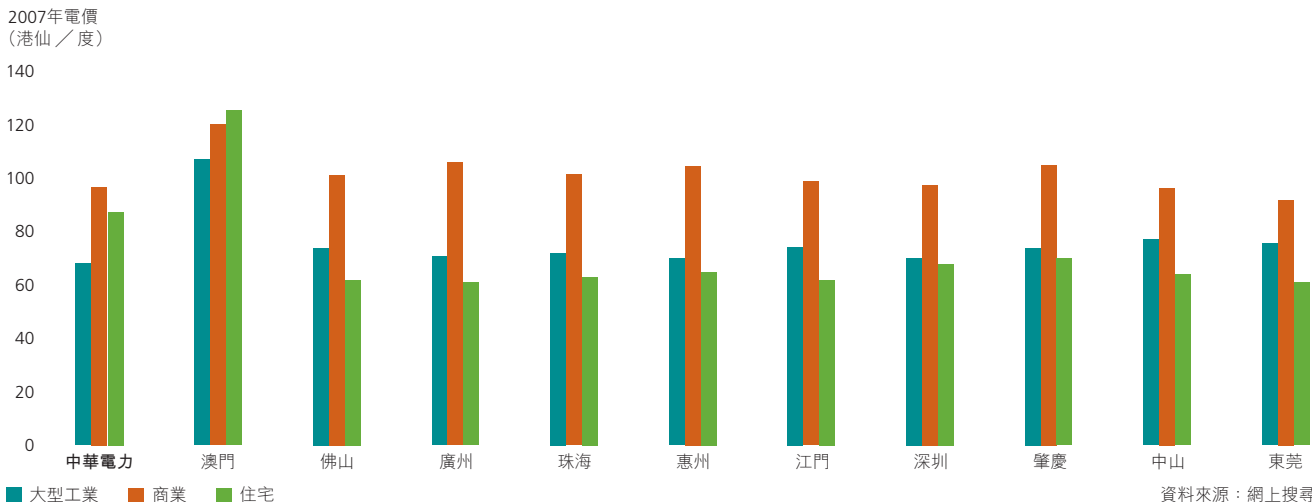
事實上，中電的電價表現比上圖臚列的數據顯示更為物超所值。

首先，電價高低往往與供電素質有關。評估電價水平，必須一併考慮供電可靠程度。中電以合理的電價，提供可靠程度達世界級水平的供電服務。

第二，在絕大部分亞洲國家，電力公司仍然是國營企業，電價可能獲得政府大幅補貼。但中電的電價並沒有得到香港政府透過如批出物業發展權等途徑，直接或間接的資助。

由於各地的電價架構不同、可能存在交叉補貼的情況，加上公開的資料不多，因此難以與其他地區作出工商業客戶電價的比較。我們認為，中電的工商業電價水平與廣州、深圳及澳門相若，但供電可靠度和環境管理表現則勝於廣州和深圳，因此我們的工商業客戶所享有的可說是超值的電力供應。

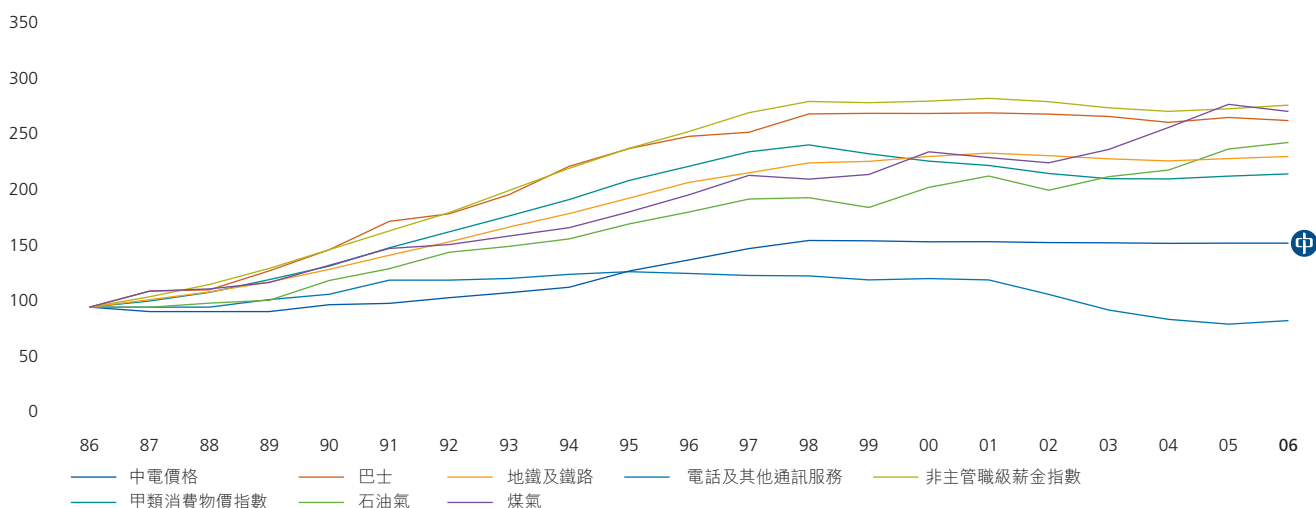
香港與珠三角城市的電價比較



資料來源：網上搜尋

中電在電價管理方面的表現，除了超越全球各地的供電商，更遠比其他香港公用事業機構優勝。回顧過去20年間，計入通脹及通縮的影響後，中電的平均電價實質下降約28%。2007年，中電的電價將維持全港最低，估計較市場低約38%。除了電話及其他通訊服務主要憑著急速科技發展而降低營運成本外，中電的價格表現一直優於本港其他所有公用事業機構(包括政府擁有多數股權的企業)。

公用事業機構收費與消費物價指數比較 (1986=100)

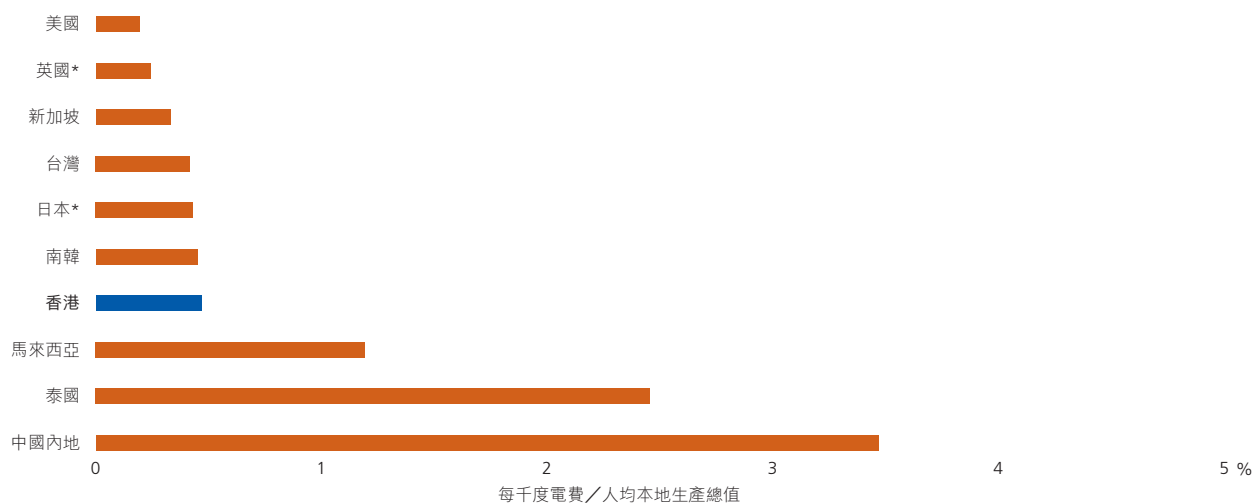


附註：薪金指數根據截至2006年9月止的資料計算。

資料來源：香港政府統計處

中電的電價水平不單合理和具競爭力，更符合香港客戶的負擔能力。電費支出只佔本港家庭每月平均開支的1.9%。另外，客戶對中電平均電價的負擔能力，經調整不同貨幣變動的影響和各地的生活水平後，足可媲美已發展國家。

2005年各地電價負擔能力比較



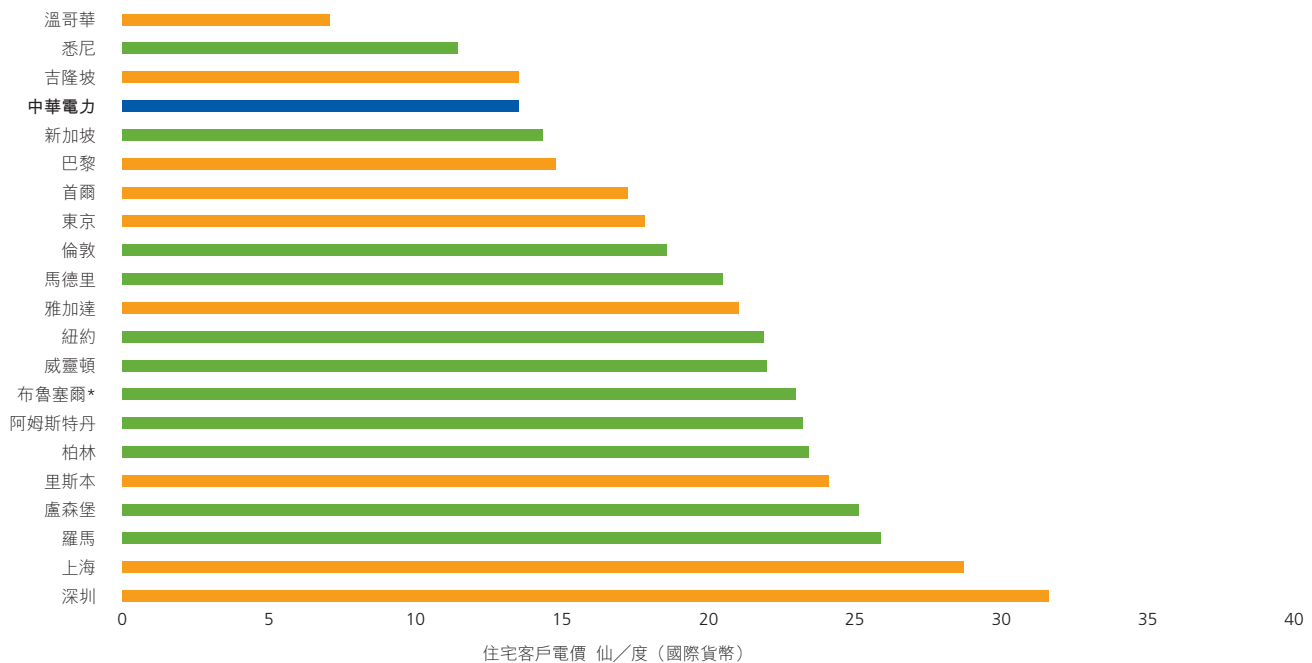
*2004年資料為最近期數據。

資料來源：網上搜尋及調查

下圖顯示各主要城市根據購買力平價計算的住宅電價。經濟學家普遍使用購買力平價，以較公平地比較消費者購買各類貨品和服務(包括電費)的真正「成本」。

如圖表所示，即使就匯價波動和生活水平的差異作出調整，按購買力平價計算，中電的電價仍然符合用戶的負擔能力。

2007年各主要城市住宅客戶電價的比較 — 已按購買力平價作出調整



附註：住宅電價按每年用電量為3,300度及於2007年1月份的電價計算，*號者則為反映2006年12月的情況。
 購買力平價轉換因數乃摘錄自世界銀行2005年數據。
 使用購買力平價將電價與消費者用於產品和服務的購買力作出比較（1美元的購買力在中國比美國為高）。
 中電電價按購買力平價作出調整後更為合理。

資料來源：網上搜尋

香港製造業外移，是否與電費有關？



陳鎮仁先生
香港工業總會
副主席

為更深入了解這個問題，中電兩年前對香港中文大學和嶺南大學進行的一項調查作出部分贊助，研究香港公司在決定搬遷和擴充業務時所考慮的成本競爭力因素。根據調查結果，最重要的因素是員工素質、供電可靠性、通訊設施的可靠性、執法和司法制度的公平性，以及市場發展潛質。受訪公司強調，它們在決定搬遷和擴充業務時，考慮電力和其他公用服務的可靠性，多於考慮價格水平。



周騰輝
中華電力
市場及客戶服務業務部總監

澳洲

TRUenergy擁有燃氣和電力零售牌照，可於新南威爾斯省、維多利亞省、南澳省、昆士蘭省和澳洲首都領地的開放市場上出售電力。

TRUenergy在全國燃氣及電力市場經營電力零售業務。全國電力市場是澳洲六個相連地區的電力零售商及最終用戶的供銷批發市場，透過集中供應系統將電力作為貨品買賣。發電商的電力被匯集出售，並被輸往客戶以滿足需求。TRUenergy等零售商可選擇按市價向集中供應系統購電，或通過私人對沖安排，直接與發電商洽談供電合約。

全國電力市場的運作和管理工作，由Australian Energy Regulator（負責監察市場及執行規則）、Australian Energy Market Commission（負責制訂市場規則和推動市場發展）及National Electricity Market Management Company（負責全國電力市場的日常運作）三家機構負責。至於燃氣供應市場的運作、規劃及發展，則由各省的獨立機構管理。

競爭

TRUenergy希望提供簡單直接和具價格競爭力的能源方案，成為住宅及工商用戶首選的能源公司。

TRUenergy經營的大部分市場均已開放，客戶可自由選擇能源零售商。隨著市場競爭日趨激烈，所有能源零售公司均面對客戶流失的重大風險。例如在澳洲最先向客戶開放能源市場的維多利亞省，在2005/2006年間有超

過500,000位電力客戶及300,000位燃氣客戶轉換零售商，總轉換率相等於22%（電力客戶）及19%（燃氣客戶）。

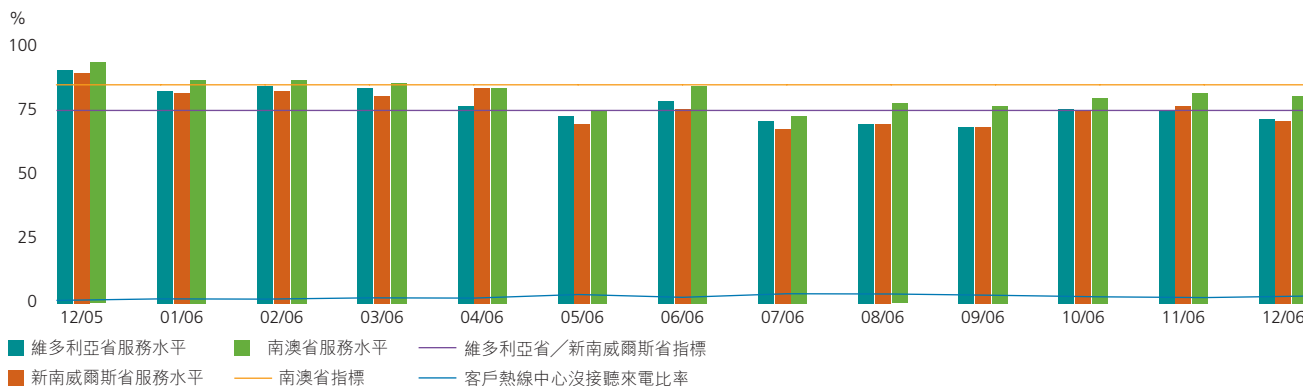
為了擴大市場佔有率，TRUenergy的零售業務提供具競爭力的能源產品和其他增值服務或客戶優惠。2006年，我們推出全新產品系列Go Range。這項舉措旨在刺激市場需求、提升我們新產品的知名度，以及發揮品牌定位。配合Go Range的推出，我們安排了為期六周的綜合推廣計劃，為客戶提供多項登記獎賞（包括汽油折扣），及獎勵準時繳費的客戶。

客戶服務

TRUenergy高度重視客戶的滿意程度。我們明白，客戶選擇光顧之前，必先對公司的價格、品牌、服務承諾和實質提供的服務水平，作出了仔細的考慮。

2006年，TRUenergy回應了2.4百萬個客戶查詢。Accenture、McKinsey及Datamonitor最近的研究均顯示，與國際參考指標比較，我們的客戶服務中心達致世界級水平。TRUenergy設立了客戶管理優質系統，旨在向員工說明如何回應客戶查詢，以及解決可能出現的問題及投訴。此外，TRUenergy在零售客戶約章（可於TRUenergy網站查閱）列明了公司對客戶的所有責任。公司還透過Essential Services Commission、能源申訴專員計劃和多家消費者權益保障機構，對客戶服務水平作出獨立監察。下表以平均回應速度、來電處理時間和沒接聽來電比率為整體指標，顯示TRUenergy的服務水平。客戶服務指標是由維多利亞省及南澳省兩地的Essential Services Commission釐定。

客戶熱線中心服務水平及沒接聽來電比率



在2006年，TRUenergy成功減少客戶向能源申訴專員的正式投訴，令投訴率低於業界的平均水平。