

---

## 業 務

---

就上述各套裝服務而言，均按客戶的特別需要提供適當的空間及網絡連接。

其他增值服務。互聯優勢亦提供一系列增值服務，包括：

- 頻寬管理，確保有足夠的頻寬應付伺服器的需求；
- 保安全管理、防火牆管理及應用監察服務，專偵察電腦入侵行為；
- 伺服器負荷平衡，確保各伺服器的上網人流平均分佈；
- 每日運作支援：24小時支援、系統回復、災難回復、工作編排，以及每星期的上網人流報告，從而協助營辦商分析網站的表現；
- 網站鏡像，讓互聯網內容供應商找出最接近其上網人流大多數聚集的地方的伺服器位置，然後反射其網站位置，從而改善回應時間；
- 網頁設計及寄存服務，涉及設計網站的網頁，以及提供該等網頁在有關第三者方案供應商所提供的伺服器的位置；及
- 系統綜合服務，涉及硬軟件與周邊設備整合，以及聯同第三者方案供應商提供顧問服務。

### 客戶

互聯優勢服務對象為跨國公司、中小型企業與創業公司、互聯網服務供應商、互聯網內容供應商、網頁設計及寄存供應商、電子商貿服務供應商、多媒體公司及系統整合供應商。此外，由於香港電訊業管制放寬，預料電訊服務供應商，如對外電訊服務供應商及LMDS營辦商均需要大量空間存儲伺服器及閘門管理系統。

截至二零零零年一月三十一日，即開業後兩個月，互聯優勢有約50名客戶，包括netalone.com Limited、HK Sky-e.com Limited、Information Age Limited及中國電子信息技術有限公司、TVB.COM Limited、最終母公司新鴻基地產及若干其他聯營公司如數碼通。此外，本集團旗下互聯網服務企業目前使用互聯優勢的服務，或正考慮使用互聯優勢的設施。

### 收費

互聯優勢的基本收費按客戶所租用的空間大小而定。由最小的機架 (600 mm x 800 mm x 445 mm) 至整個機架 (600 mm x 800 mm x 2450 mm)，每月費用由2,500港元至9,000港元不等，加初次安裝費介乎2,500港元至10,000港元(可作為推廣服務一部份而獲豁免)。每月費用須上期支付，這月費包括互聯優勢的基本設施服務，例如電力供應、兩個互聯網通訊協定地址(每1/5機架)及768kpbs上網連接等全部費用。

互聯優勢亦就增值服務收費，例如每月的寬頻管理費為每Mbps 10,000港元；每星期上網人流報告的費用則為每月1,000港元。

此外，互聯優勢與多間技術公司提供電子商貿、應用服務寄存及其他互聯網相關業務的「總方案」。一九九九年十二月，互聯優勢聯同Sun Microsystems, Inc. group一間成員公司推出「Seasons in the Sun」計劃。該計劃提供軟硬件及設施套裝服務，為各類型公司提供具成本效益兼快速設立網站的方法。現時，此項服務首12個月的費用由每月9,880港元至46,000港元不等，其後則介乎每月2,500港元至8,000港元。該項計劃包括：

- Netra-t系列，由Sun Microsystems, Inc.提供企業450或企業250伺服器；
- 由互聯網方案夥伴如宏昌科技有限公司、永泰訊息技術(香港)有限公司、永新資訊系統有限公司、e-Solution Company Limited、First Ecom.com Inc.、i Marketing Direct Ltd.、EPRO Systems (HK) Limited、運高科技有限公司、網思有限公司及自動系統(香港)有限公司提供電子商貿方案；及
- 互聯優勢服務包括軟硬件安裝及檢修。

### 市場推廣

截至二零零零年一月三十一日，互聯優勢有12位銷售及市場推廣人員，由兩位經理統率。互聯優勢透過與電腦相關公司(例如軟硬件製造商及系統整合器公司)的關係、轉介、電話直銷及新鴻基地產租戶，發掘潛在客戶。倘方案供應商(即建造互聯網站的公司)向互聯優勢轉介新客戶，互聯優勢將會按非獨家基準給予佣金。目前，互聯優勢大部份銷售額均有賴銷售隊伍的努力而取得。

市場推廣主要集中於透過定期在報章財經版刊登廣告，及透過One-iAdvantage中心的新聞介紹提高知名度。現時亦有計劃其他活動，包括參加業內展銷會。

### 競爭

目前，互聯優勢的主要競爭對手是香港電訊有限公司及iLink.net Limited。此外，董事相信，將有不少潛在競爭者有意或正籌備進軍伺服器配置市場。然而，董事相信，互聯優勢已較其他競爭對手，捷足先登打入這個市場，並已開始在服務質素及價值方面建立口碑。此外，董事相信，互聯優勢有以下優勢：

- 電訊業管制放寬及互聯網興旺，預期會刺激日後對伺服器配置設施的需求，而互聯優勢早着先機，憑目前容量可滿足此方面的需求；
- 由於新鴻基地產集團的管理層對設施管理有豐富經驗，加上本集團與新鴻基地產的關係，互聯優勢在設施管理方面已聲譽日隆，並已在香港及中國大陸物色多個適合設立數據中心的新地點；
- 互聯優勢憑藉本身的設施規模，將可享有較大的經濟效益、更佳的業績表現，並為客戶提供基礎設施、硬件及技術援助；若與自置類似設施的情況相比，客戶可節省成本及減低準備時間。
- 基於與新鴻基地產(既非電訊公司)的關係，互聯優勢處於中立位置，不限於作為特定頻寬供應商，因此互聯優勢能取得經營場地，亦可按所提供的服務及節省的成本，取得場地及為客戶接駁至不同電訊公司及／或服務供應商。

董事相信，有多項因素阻礙其他經營者加入市場，例如高昂的初步資本開支、安裝合規格的電力、空調、防火、保安及電纜系統所需的專才、興建設施前需要較長的準備時間，以及是否擁有在經營資訊科技及設施管理方面的土地及技術專才。

### 知識產權

互聯優勢為*iadvantage.com.cn*、*iadvantage.net*、*iadvantage.net.hk*、*iadvantage.net.cn*及*iadvantagenet.com*域名的註冊擁有人。本公司已於二零零零年一月十一日登記互聯優勢的服務標誌。除該等域名及服務商標外，互聯優勢現時並無獲特許使用或經其特許使用的任何其他對其業務甚為重要的知識產權。

### 保險

就One-iAdvantage中心(不包括網絡及軟硬件)的意外損壞投保合共30,500,000港元，另外就互聯優勢所擁有的網絡電腦設備投保10,975,000港元。此外，互聯優勢有公眾責任保險高達50,000,000港元，包括每宗索償最高25,000,000港元的第三者財產損壞。互聯優勢是向新鴻基地產集團一間成員公司購買上述保險。然而，客戶須對各自的硬件、數據及軟件的

損毀或損失負責，因此，互聯優勢不會就若干索償包括損失數據或虧損的索償投保，因為董事認為，在香港很難以商業可行費用購買該等保險。

### 擴展及物業權益

為擴展香港業務，互聯優勢計劃在本年度上半年及下半年，啟用另外兩個配置中心—Jumbo-iAdvantage及Mega-iAdvantage。Jumbo-iAdvantage將位於九龍荃灣一幢裝修中八層高商業大廈。估計該大廈的裝修費用及數據中心的安裝費用達139,000,000港元（不包括土地成本149,000,000港元）。Mega-iAdvantage將位於香港柴灣一幢伺服器配置中心專用的新落成大廈。估計興建Mega-iAdvantage的資本開支為413,500,000港元（不包括土地成本145,000,000港元）。於香港建設的兩間新中心，將為本集團的互聯網伺服器配置業務增添約500,000平方呎。

此外，互聯優勢計劃於中國大陸興建伺服器配置中心，並就該等運作承包租賃位於北京及上海的兩項物業。見「業務目標及策略陳述—策略—實行時間表」一節。設立伺服器配置中心網絡旨在改善網絡的運作表現。當每個中心之間由高效能網絡連繫時，不只每個中心內的伺服器能夠進行更快更便宜的接連，網站之間亦可進行同類的接連。

互聯優勢擁有九龍觀塘創紀之城第二期六層物業，該六層物業是，並根據為籌備股份在創業板上市而進行的集團重組由轉讓自新鴻基地產集團。互聯優勢佔用一層作為One-iAdvantage伺服器配置中心，另外五層則租予無關連人士。各商業租約於二零零三年到期，現有租約生效後，將每月帶來約1,400,000港元的租金收入（不包括差餉及管理費）。如出現需求，互聯優勢有意當現有租約屆滿時，購下該數層樓面供營運之用。

### 互聯網服務

SuperHome.net (HK) Limited

#### 緒言

*superhome.net*是由SuperHome通過內聯網或互聯網提供的服務，將香港某些物業發展項目的住戶接駁至物業管理辦公室、零售商及區內文娛康樂設施。透過*superhome.net*，本集團向這些住戶提供度身訂造的服務與資訊，建立「電子社區」。此項服務擬透過一般由新科技或iHON安裝的網絡基礎設施，送至新鴻基地產或其他發展項目的單位（視乎情況而

定)。superhome.net概念於一九九九年十一月公佈，並於二零零零年二月在東港城發展項目其中一幢開始試行。預期該服務將逐步推展至東港城其他各座，及新鴻基地產在香港擁有／或管理的多個新建住宅物業發展項目及現有住宅物業。

### 服務

新鴻基地產率先於一九九六年開始發展網站，方便住戶預訂本身居住的物業發展項目的會所設施。一九九七年底，此概念發展為shkhome.net概念，並於一九九八年初在帝琴灣推出，同年稍後則於東港城推出；此兩項住宅物業項目均由新鴻基地產發展。

shkhome.net為入門網站，透過互聯網及個人電腦向用戶提供資訊及服務。shkhome.net以中文提供內容及服務，迎合可享有此項服務的各物業發展項目的住戶需要。所展示的資訊可歸為中國四大生活文化：衣、食、住、行。此外，用戶可預訂會所設施，查看巴士班次表及收取服務費催繳書。一九九九年，shkhome.net公佈與數碼通推出「生活通」計劃，因此，通過SIM Application Toolkit Technology的數碼通流動電話，亦可在部分新鴻基地產發展項目使用該計劃的部分服務。

本集團於一九九九年在技術顧問公司永泰訊息技術(香港)有限公司的協助下開始發展superhome.net。superhome.net是shkhome.net的更先進的擴充版本。此項新服務於二零零零年二月首先在東港城第一座推出，屬試驗性質，僅提供有限的內容。此項服務將於本年上半年拓展至整個東港城，並選擇性地擴展至其他物業及新發展項目。superhome.net不僅是入門網站，並擬在推出此服務的各個住宅發展項目創建「電子社群」。該項服務將包括個人化內容、區內康樂文娛服務、電子商貿、管理服務。

個人化內容。此項服務將提供用戶區內環境的特定內容。用戶可透過選用自己喜愛的資訊將內容個人化，或系統本身會透過觀察瀏覽器的運作情況將內容個人化。內容包括天氣報告、用戶區內新聞及旅遊資訊、娛樂、生活潮流、金融、健康護理及教育資訊。此項服務兼有本集團其他互聯網服務，例如點點紅及網街。

另外，已與超過八家內容及服務供應商(包括健途香港有限公司、Continual Professional Development Centre、中國資訊行有限公司、星島有限公司、明報報業有限公司及red-dots.com訂立意向書，提供superhome.net服務內容。其他內容供應商包括戴爾電腦有限公司及fare.com.hk。所有內容供應商免費向本集團提供內容，在若干情況下，廣告及電子商貿收益與SuperHome攤分。

區內文娛康樂服務。此項服務的其中一項主要環節是，將用戶與區內文娛康樂設施聯繫，旨在於一個社區內創建一個網絡，例如，用戶可向區內的食店訂座或與區內的牙醫或醫生預約。SuperHome目前正在設計SuperHome與區內文娛康樂設施之間的介面。

電子商貿。此項服務的另一主要環節是電子商貿平台，將區內的商業機構(包括附近的新鴻基地產大型商場內的商業機構)與用戶聯繫。SuperHome預計將與渣打銀行訂立付款閘門協議，可以在網上以信用咭結算交易；渣打銀行會使用加密軟件，以確保安全傳送數據。

管理服務。如shkhome.net，用戶可存取其屋苑活動資訊，例如屋苑花絮、保養工程及預訂會所設施。此外，亦可在網上支付管理費。

內聯網及互聯網的連接。根據計劃，具備寬頻網絡的屋苑住戶，將可透過內聯網或互聯網接駁superhome.net。superhome.net將是此類內聯網的預設網頁。對於不設有寬頻網絡的大廈，住戶僅可透過互聯網接駁SuperHome。

### 收費安排

此項服務的商業價值視乎能否建立一羣數目足以吸引廣告商的用戶，彼此進行電子商貿。由於此項服務現正推出中，目前來自廣告客戶的收益甚為有限。然而，董事預期，若有足夠用戶，則superhome.net的主要收益來源將會是廣告、接駁若干服務(例如網上教育)的費用，及電子商貿交易的佣金。基於區域本質，superhome.net服務可提供針對特定社羣的廣告。

### 市場推廣

SuperHome將策劃以大眾傳媒廣告推廣superhome.net。另已成立銷售隊伍，向屋苑住戶及新鴻基地產大型商場及其他區內商場的商業機構推廣此項服務。此外，由於新鴻基地產大部份住宅發展項目以中上層人士為對象，董事相信，在該等發展項目的互聯網滲透率，應較香港的平均滲透率為高。SuperHome將與新鴻基地產繼續磋商，並向及將向其他物業發展商及管理公司接洽，在新住宅發展項目及現有屋苑內安裝及提供superhome.net。

### 競爭

董事相信，香港目前並無其他物業發展商或互聯網入門網站服務，提供與superhome.net同樣專門服務，故相信superhome.net作為市場首個營辦商，具備競爭優勢。此外，新鴻基地產作為香港最主要物業發展商之一，故可早着先鞭，成為其住宅物業住戶(一般是中上及高薪人士)與其在香港擁有或管理的商場內之商戶之間的中介者。憑藉本集團與新鴻基地產的關係，superhome.net可繼續接觸香港中上及高薪人士，而superhome.net將坐擁天時地利，為在新鴻基地產旗下商場經營的商戶拓展網上零售及電子商貿(包括商戶與商戶之間的交易)。

### 知識產權

域名 *superhome.net* 的註冊擁有人及 *shkhome.net* 已申請將該域名轉讓予 SuperHome。本公司已於二零零零年二月二十九日申請登記 SuperHome 服務標誌。除該服務商標外，SuperHome 目前並無獲特許使用或經其特許使用的任何其他對其業務甚為重要的知識產權。

### Super-office.net (HK) Limited

### 緒言

本集團擬透過 *super-office.net* 與其夥伴提供特設的多種辦公室服務及資訊。在概念上，這個應用及資訊入門網站與 *superhome.net* 類似，向特定客戶提供互聯網相關服務。此項服務初步會以佔用新鴻基地產集團在香港擁有／或管理的商業樓宇的中小型企業（「中小型企業」）為服務對象。預期此項目將於二零零零年上半年開始在新鴻基地產三幢商業大廈試行；該三幢大廈為世界貿易中心、創貿中心及上水廣場。預期若此試驗計劃成功推出，將拓展至新鴻基地產及其他物業發展商在香港擁有及／或管理的多個其他商業樓宇。

### 服務

本集團於一九九九年開始發展 *super-office.net*，並於同年十二月與微軟香港有限公司（「微軟」）簽訂顧問服務協議。根據此協議，本集團委聘微軟協助「Digital Dashboard」系統的「設計及規劃」應用程式發展及系統執行。

Digital Dashboard 特為桌上 PC 而設，滙聚一系列應用程式，包括 Microsoft Office 2000™（本年較後時間推出）。此系統初步為用戶提供電子郵件功能、上網（毋須透過互聯網服務供應商）及接通多個資訊來源。此外，還可取用 *superhome.net* 網站及網街的有關內容。

Super-office 預期將採用 Digital Dashboard 平台，及加入多項其他有關香港中小企業的應用及服務，以類似 SuperHome 方式創建一個照顧本地用戶需要的互動服務。其他將加入的服務包括遙距數據貯存、視像會議、財經新聞（可能包括網街），方便公司買賣產品及展示網站的電子商貿平台、本地交通及天氣報告、用戶大廈特定資訊及區內（如商舖及食店）特定資訊。

用戶可透過 Super-office 服務取得的大部分資訊，將透過位於互聯優勢的 *super-office.net* 伺服器的接連網絡取得，而非透過設於公司辦公室內的伺服器。由於伺服器位置遙遠，故需要高速數據傳輸，因此，此系統須要利用寬頻網絡基礎設施。基於此，該系統適合新科技或 iHON 已經或可以安裝寬頻網絡基礎設施的大廈。

此系統的吸引之處，在於可向中小型企業提供使用應用軟件例如Microsoft Office 2000™的渠道，而毋須購買有關軟件和購買支援有關操作的伺服器或僱用人手檢修該等硬軟件。因此，該服務將減輕初步投資成本及持續保養成本。

### 收費安排

Super-office目前正考慮此項服務的多個訂價方案，包括將收費計入有關公司的租金或直接向一羣特定的用戶直接收取套裝服務費。

### 知識產權

新鴻基地產為*super-office.net*的註冊擁有人，並已申請將該域名的註冊轉讓予Super-office Ltd.。super-office目前並無獲特許使用或經其特許使用的任何其他對其業務甚為重要的知識產權。

### 點點紅有限公司

#### 緒言

點點紅經營*red-dots.com*互聯網拍賣服務。此為一組網上交易社羣，將買家及賣家(主要來自香港)連繫起來，以有效及方便的方式拍賣一系列商品及服務。目前，該網站的銷售主要以個人對個人或公司對個人的形式進行。點點紅管理及技術隊伍於一九九九年六月成立，而該網站於一九九九年十月推出。

#### 服務

點點紅服務容許賣方登列貨品清單，而買方則可競投及購買屬意貨品。雖然全球不同地區的用戶可隨時在網站瀏覽及購買或登列待售貨品，但網站的地區焦點及目標市場是香港的用戶。所有出售貨品均以港元報價。點點紅提供買家一系列貨品選擇，包括那些以傳統方式可能不易覓得或須付較高代價才能買到的貨品。點點紅亦有助賣方接觸較多買家，通常較傳統的人對人交易方法(如報章或雜貨倉銷售)更具成本效益。

出售貨品。除禁止或限制出售的貨品外，各式各樣的商品及服務均可在點點紅出售。二零零零年一月三十一日，點點紅有超過3,800項貨品登列出售，並於一九九九年十月期間及二零零零年一月期間，分別平均每天有158項及3,123項貨品列出。該網站目前每天亦取得平均150,000瀏覽網頁次數。點點紅目前的平均成功率(即售出登列貨品)約達登列出售的貨品的31%，而商人登列的出售貨品最高成功率為65%。

該網站把貨品分門別類，方便買家瀏覽。當點點紅於一九九九年十月首次推出時，供點點紅用戶登列拍賣的貨品類別有10種，但於二零零零年一月三十一日，貨品類別已超過



231種。點點紅出售的貨品類別定期擴大及調整，反映登列出售的貨品類型有所增加，以及讓用戶更容易搜尋。目前登列的類別計有「時裝及美容」、「電子及電訊」、「電腦及週邊設備」、「收藏品」、「旅遊與飲食」、「家居、汽車及健身」、「圖書及娛樂」、「玩具、禮品及遊戲」及「其他」。該等類別再有分項。最受歡迎的貨品莫如時尚或非一般或獨特貨品，以及附有圖片清楚展示的貨品（因此毋須實物檢查而可在若干程度上鑒定貨品）。

存取。用戶透過網頁連接點點紅網站，並可以選擇英文或中文瀏覽網站。該網頁讓瀏覽網站的用戶可閱讀網站用法指示，包括如何登記成為用戶、競投或登列出售貨品。此外，該網頁登出該網站最近的宣傳、重點拍賣項目及近期的公佈。

登記。任何人士均可透過點點紅網站瀏覽登列出售的貨品，然而為了競投貨品或登列貨品供出售，買方或賣方必須在點點紅登記。截至二零零零年一月三十一日，點點紅已擁有逾13,000位登記用戶。

用戶必須以個人用戶（免費）或以商人（收費300港元）身份登記。在兩種情況下，都必須在網上或在複印件填妥一份登記表，登記表上印載了點點紅用戶協議。一經收到登記表，即以電子郵件確認登記，用戶隨即可以競投購買貨品或登列貨品以供出售。如欲登記，用戶必須年滿18歲，擁有電子郵件地址，而如欲參與只接受信用咭用戶的拍賣，則必須擁有有效信用咭（如屬香港居民，則須擁有香港身份證）。

在點點紅競投。該網頁載有一份產品類別的聯結清單及一個搜索器。競投者欲購買貨品，可以透過該產品類別聯結瀏覽搜尋貨品，或者透過搜索器搜索該網站的資料庫找尋特有貨品。此外，買家可以透過在「願望井」上登出一個有意以特定價格購買一個特別貨品的「意願」。這個意願訊息將免費登載30天，如果有用戶登載相符的貨品供拍賣，則買家便會透過電子郵件獲得知會。自二零零零年二月以來，用戶可選擇以電子郵件收取一份關於新貨品的每日報告，該報告乃經過特定的挑選指令如賣家或類別而編成。

列載出售的每一貨品均有詳細說明。此外，該網站設有一個評級制度給予每名賣家一個「紅人檔案」。當中載有各賣家的過去拍賣的詳情、及其他人士對賣方作出的評級和意見。這類資料旨在協助競投人士判斷賣家過往的表現。此外，買家按一個按鈕就登列出售的貨品向賣家提問。

起價及每次叫價，以及拍賣時間（由兩天至十四天）均由賣家指定。競投者可觀察競投及作出回應或者使用「無敵叫價」功能。「無敵叫價」容許競投者授權點點紅追蹤競投情況，及代表競投者提高叫價直至預設的最高投標價。此舉令投者不需監督競投的過程。在拍賣的過程中，點點紅透過電子郵件知會競投者，他人的出價較高，而如果他們透過數碼通使用無敵叫價，點點紅則以手提電話知會。在拍賣任何時間內，競投者可以通過查詢他們的點點紅賬戶而得知他們的競投情況。

點點紅利用電子郵件將拍賣結果知會成功的競投者。電子郵件亦列明賣家的聯絡資料。買家有責任在五個曆日內聯絡賣家以確認交易，並安排付款及送貨。除非發生點點紅會員合約所指明的特殊情況（賣家被降級或貨品的說明遭更改），否則投標不得撤回。會員合約亦特別指明，點點紅並不對貨物或服務或者完成銷售作出保證，其中並載有免責條款。

在點點紅上售貨。已在點點紅登記的賣家，可以按下列步驟在網上拍賣登列貨品出售。首先，提供貨品說明，並可以加插彩色圖片。點點紅服務中心備有數碼攝影機及掃描器，供賣家免費拍攝圖片。賣家然後選擇登列貨品的拍賣的方式。點點紅提供三種不同的拍賣方式：

- 單項拍賣－這是最常用的拍賣方式，一般用於出售整批的單一貨品或多類貨品。這種拍賣方式可使用「無敵叫價」及設定底價方式。
- 多項式拍賣－這種拍賣方式用於出售單一項目的多種數量。在多項式拍賣期間，競投者提出需要的數量及願為每一數量付出的價格。決定誰可贏得競投，首先是基於出價，然後是所需要的數量，而最後是競投的時間。最後的每一件貨品的價格，是藉着成功競投的最低者予以釐定。在多項式拍賣中通常會出現多位成功競投者。多項式拍賣不得設定底價，亦不得使用「無敵叫價」方式。
- 「驚心動魄拍賣」－點點紅每星期二晚進行驚心動魄拍賣。在驚心動魄拍賣中，供拍賣貨品（會有多種相同的貨品）的價格自競投者起價開始每分鐘下降。最先競投的人士投得該貨品，拍賣一路持續下去直到全部貨品售出為止。當拍賣結束，點點紅將拍賣值從競投者的信用咭扣除。

最後，賣家選擇起價開始競投及選定拍賣時間，並且可指明是只接受信用咭用戶參與拍賣。此外，賣家可選擇為一個貨品（除非是多項式拍賣）的底價，該底價為賣家願意出售該貨品的最低價，但不會向競投者披露。於拍賣任何時間，賣方可查詢本身點點紅賬戶而得知拍賣情況。點點紅以電子郵件將拍賣結果知會賣家。電子郵件亦包括賣家如何聯絡買家的資料。買家有責任在五個曆日內聯絡賣家以確認交易，並安排付款及交貨。

根據點點紅會員合約，倘賣家收到一份高出起價或底價的投標，則須完成交易。點點紅無權強迫賣家或競投者完成交易，但倘出現不合理延誤，影響交易完成，則可中止該人士使用點點紅服務。

### 商業方案

點點紅亦向商人提供向公眾人士出售產品的服務。現時這項服務只供在香港註冊的公司使用。由商人登列出售的所有貨品是由一個商人圖標識別。此舉旨在爭取買家更大信任，尤以商人擁有一個可識辨名稱為然。此外，這系統有一個容許買家只觀看到供拍賣的商品的功能。

這項服務的登記費為300港元。此外，商人就單項拍賣每次登列費為50港元，而多項式拍賣則每樣貨品收取50港元，以及就成功出售的購買價收取10%佣金。雖然點點紅就其服務徵收標準費用，但向商人收取的費用，通常是按所提供的特定套裝服務(包括廣告)基準計算。

由商人登列拍賣貨品的方式與其他銷售方式完全相同。點點紅每月向各名商人客戶發出印製的賬戶結單，列出其點點紅交易的全部細節，包括登記費、登列費用、佣金及點點紅服務中心(見下文)服務收費。商人必須於結單日期起計21日內，以銀行本票、銀行滙票、公司支票或銀行轉賬支付該等費用餘款總額。

商人亦在 *red-dots.com* 獲提供廣告位，用於宣傳所拍賣的貨品。使用的廣告方式包括：

- 橫額廣告－這是點點紅網站的橫度或直度廣告，設計充滿動畫且奪目可觀。迄今橫額廣告是最常用的網站廣告，吸引人流前往特定網站。點點紅記錄通過廣告產生的每一次廣告出現次數及用戶互動，並且向商人提供詳盡報告以評估效用。
- 專題文稿－點點紅擁有本身製作的編輯內容，也登載由商人客戶所撰寫及提供的特寫稿。題目包括顧客提示、特定行業的潮流及有關新研製的產品及服務的資料。另外還向商人客戶提供編輯支援。
- 網頁或類別網頁按鈕－向商人客戶提供顯眼版面用於宣傳產品或品牌。
- 特約贊助－特約贊助有多種形式：標題贊助、實物贊助，例如為拍賣提供電子優惠券或獎品，以及會籍計劃贊助。

橫額廣告乃根據廣告是否在整個網站登載或是在某類拍賣類別登載，並參考特定的廣告出現次數而定。最高達100,000次廣告出現次數的收費介乎8,000港元(在類別上登載)或10,000港元(在網站登載)，而最高達200,000次廣告出現次數的收費為11,000港元(在類別上登載)或14,000港元(在網站登載)。每個橫額廣告的製作成本是1,500港元。專題文稿登載費用為10,000港元，另設自選寫作費為9,000港元。

### 非商人用戶的收費模式

最初，點點紅就登列拍賣的貨品及成功完成交易徵收費用。點點紅已自一九九九年十二月份起免除這項收費，以便推動新用戶登記、增加交易數量及與香港其他拍賣網站競爭。然而，現時仍然向若干「增值」服務徵收費用。一個貨品在銷售類別內得到注目的「分類特寫」收費為80港元，而一個貨品以顏色標題登載則收取20港元。這類收費於登載貨品後的每月開單日從賣家的信用咭扣除。

### 付款及交貨

於知悉成功交易後，買家及賣家必須各自聯絡對方，並且獨立安排貨品的付運及付款。買方及賣方可透過郵件或點點紅服務中心，或透過供點點紅用戶使用的香港郵政局的派遞交收服務安排完成交易。在過程中，點點紅在任何時間均不會成為貨品的擁有者、擁有正在出售的貨品(當服務中心運作除外)或就買家的付款承擔任何責任。

點點紅於銅鑼灣世貿中心設有客戶服務中心，稱為「點點紅服務中心」，協助買家及賣家完成交易。中心服務免費，包括為候收的已售貨品提供儲存庫及於等待收貨期間保存售價。該中心亦設有電腦、掃描器及數碼攝影機，讓賣家為供網站出售的貨品拍攝及登載圖片。

達成交易的人士，亦可以選擇透過香港郵政局(與點點紅訂立了派遞交收服務協議)完成交貨及付款。賣家及買家可以從118間指定郵政局選擇任何一間交貨及候收，並須支付郵費。除這項基本服務外，賣方或買方亦可商訂透過香港郵政局逐戶收貨及交貨服務。

### 宣傳對點點紅的信心

點點紅擁有多項功能，鞏固用戶對於網站的忠誠及向用戶提供網站的資料，從而提高公眾人士對使用網站的信心。

協助建立每位登記用戶的交易聲譽的關鍵功能稱為回應功能。這項功能讓參與交易的買賣雙方互作評語。「紅人檔案」載有對每位登記用戶的讚許、批評及其他意見，任何用戶均可以瀏覽。每位賣家的「紅人檔案」列載有關拍賣過程的各個部分的評級，以及此等評級的平均數。點點紅評級制度有助維持一個負責及認真買賣的社羣，並且鼓勵賣家學習改善表現。

點點紅用戶可以查閱任何人士的「紅人檔案」，以瞭解在點點紅社羣的聲譽，才決定是否競投該人士所登列拍賣的貨品。此舉有助減低用戶與匿名人士進行交易的憂慮。用戶若

收到大量負面評級回應，將受到點點紅調查，倘發現評級回應不虛，將會予以警告。若用戶就嚴重事件接獲警告或多次接到警告，會被暫停登記，更不能競投貨品或登列貨品出售。

為保障用戶、確保拍賣網站安全可靠，並且維持網站交易社羣的誠信聲譽，點點紅職員抽樣監察經甄選的拍賣，及調查被舉報的違規行為，例如撤回投標。用戶若撤回投標、取消拍賣、企圖濫用該系統或違反會員合約所載任何條款及條件，點點紅將予以警告。用戶遭警告達三次，有可能被點點紅暫停或終止賬戶。

此外，倘買家在拍賣結束後所規定的五個曆日內並無聯絡賣家，後者可以要求點點紅作為代表聯絡買家。點點紅同時設有一個舉報制度，稱為「探子回報」，用戶可以利用電子郵件舉報濫用事件。點點紅職員調查每宗個案後，會採取適當行動。對於若干特定的商人用戶，如果所收到的貨品與貨品的說明不符，點點紅設有一項退款保證政策。

在點點紅進行的所有信用咭交易，均是透過香港渣打銀行處理，並得到Secure Sockets Layer加密軟件的保障。所有資料包括信用咭細節均列作高度機密，點點紅在未得到用戶批准前，不會向第三者披露任何個人資料。

點點紅亦擁有多個網頁，針對網上社群而設計。所提供的資料包括競投者有興趣的特定類別的消息、網上拍賣的文稿及如何選擇貨品及建立個人彙集的提示、參考書籍的連結、相關網站及不同貨品的詞彙，以協助建立個別主題的用戶知識庫。該等內容部份是由商務印書館(香港)有限公司提供。點點紅亦為用戶設立多個討論板，讓彼此就一系列題目提出及分享觀點和評論，其中內容是由Easy Group Holdings Limited(餐館入門網站經營者)及商務印書館(香港)有限公司(出版社)免費提供。

### 市場推廣

點點紅現時焦點集中在吸引登記用戶，以及建立一個主要的買家基礎。董事相信，該項服務要取得成功，有賴眾多買家可享用該項服務及完成交易。因此，點點紅的品牌形象及用戶對該項服務抱有信心，乃其成功的關鍵所在。

點點紅在一九九九年十月推出之際，展開了宣傳活動吸引新用戶。其中包括傳統的廣告手法、策略宣傳及在高上網人流網站登出贊助廣告。在red-dots.com拍賣的首個項目是新鴻基地產發展項目海欣花園的一個住宅單位，以2,270,000港元售出。其後每月都有矚目貨品(例如一輛平治C-class房車)推出拍賣，以提高該網站在公眾人士心目中的地位。此外，還進行一系列的收購及用戶宣傳活動，包括向登列貨品出售的新登記用戶派送禮物例如寶麗萊相機。

---

## 業 務

---

點點紅繼續採用多項方法宣傳品牌及吸引潛在買家及賣家。點點紅採取網上廣告策略採購方式，在認定可以接觸目標對象的地域登載廣告。另外，在傳統媒介進行一系列市場推廣活動，例如在印刷媒介登載廣告；還在購物商場舉辦巡迴展覽，以提高該網站知名度，包括舉行三次現場拍賣，一次在尖沙咀商務印書館、一次在旺角新世紀廣場及一次在沙田新城市廣場。這三次現場拍賣加插了電影製作公司主辦的宣傳新片活動，主演明星助陣，而所拍賣的貨品更與電影或明星有關。該網站亦每月舉辦宣傳活動，例如「重「投」戲」，派送獎品或按特別起價進行拍賣。自推出至二零零零年六月三十日期間，點點紅的廣告支出預算約為5,800,000港元，而截至一九九九年十二月三十一日，其中約2,100,000港元已動用。

該網站的商人賣家的數目和質素，對於市場上該網站的品牌亦頗為重要。因此，本集團已借助與新鴻基地產的連繫，並通過研討會及香港政府贊助的中小企業資訊服務向各行各業推廣該網站的商人服務。

該網站亦進行網上慈善拍賣，在一九九九年十二月份，受惠的機構包括東華三院。

### 競爭

董事相信，點點紅在香港的最大競爭對手是 *go2hk.com*、*Yahoo.com.hk* 及 *Clubciti.com.hk*。除了 Clubciti 外，其他均免費提供服務（不包括推廣服務的若干收費）。董事相信，點點紅專攻買賣方面，並且提供「終端對終端」服務，這是提供此類股份面對面設施的唯一服務。再者，點點紅作為新鴻基地產的附屬公司，受惠於新鴻基地產在香港已穩固建立的品牌及聲譽，以及新鴻基地產廣泛的商業關係網。

### 運作及科技

點點紅在正常辦公時間內向客戶提供支援服務。大部份客戶的支援要求是通過電子郵件處理，客戶電子郵件查詢通常都在發出後48小時內獲覆。

點點紅可以改變規模的用戶介面及交易處理系統，乃建基於內部研製出來的軟件。點點紅系統自動處理拍賣過程的各個環節。迄今為止，這個系統從未有過停機時間。

該系統載有用戶登記資料、開單賬戶、現時拍賣及過去登列情況。所有資料通常會存入一個資料庫內。用戶在登列拍賣貨品之後，可即時供其他用戶競投。這套系統利用新貨品的標題及說明，自動更新以文本為基礎的搜尋器，以及活躍貨品的訂價及競投資料。每一次有貨品在該服務網站登列拍賣，賣家便可有一項拍賣起價的選擇，或者是如果拍賣是以高於賣家設定的起價式底價完成，該系統便記錄入賣家的開單賬戶，並通知買家。

### 知識產權

點點紅是 *red-dots.com*、*red-dots.com.hk*、*red-dots.com.cn*、*red-dots.com.tw*、*red-dots.net*、*red-dots.org*及*i-red.com*等域名的註冊人，該等域名分別於一九九九年七月、一九九九年八月、一九九九年十二月、一九九九年十二月、一九九九年九月、一九九九年九月及一九九九年七月登記。本公司已分別於二零零零年二月十七日及二零零零年二月二十五日申請登記點點紅服務標誌。除域名外，點點紅現時並無獲特許使用或經其特許使用任何對營運而言確屬重大的知識產權。

### SuperStreets Ltd.

SuperStreets是於二零零零年一月成立，作為一系列垂直入門網站的控股公司，專攻特定產品或服務。首批成立的網街是地產街及保險街，快將推出的有銀行街。就產品類別及地域覆蓋面而言，SuperStreets概念頗具彈性，因此董事預期在適當時間會增推更多「網街」。

### 地產街

地產街於二零零零年二月份在其互聯網入門網站*propertystreet.net*推出。地產街提供一個香港二手市場出租或出售住宅物業的資料數據庫。現時，地產街按非獨家方式，讓用戶從香港五大物業代理存取供租售住宅的資料。這五家物業代理是中原、鴻運、香港置業、美聯及利嘉閣。鴻運、香港置業及利嘉閣已簽訂意向書，對地產街使用資料不收費用，但倘收入是來自廣告、用戶費或交易徵費，該等收入將由有關各方分享。

所有互聯網用戶可瀏覽地產街，就價格、地區、位置及方向等各方面，研究及比較地產街資料庫所載的所有物業。地產街入門網站並且提供其他內容，包括物業測量師和地產代理所作的評論，以及香港物業市道消息。

### 保險街

本集團亦接近完成發展一個載有保險產品資料的類似入門網站。預期保險街將於本年三月份推出*insurancestreet.net*。

保險街將向用戶提供有關各家保險公司的不同保單的價格及保單資料。於二零零零年二月二十九日，本集團與香港16家保險公司以非獨家基準簽訂意向書，據此保險公司提供保險產品資料，此等公司包括美亞保險有限公司、蘇黎世保險(亞洲)有限公司、亞洲保險有限公司及滙豐保險集團(亞太)有限公司。

用戶首先可以就一系列的保險產品，包括建築物及內部、火災、家庭助理、個人意外、旅遊、汽車及醫療保險的保金及條款進行比較，惟並不包括人壽保險產品。一經選擇保單，用戶可以在網上或以複本(視乎保險公司)填妥並交付申請表格。預期保險公司不會就保險街使用資料而收取費用，然而倘收入是產生自廣告、用戶費或交易徵費，則與該等保險公司簽署的意向書規定，該等收入將由有關各方分享。保險街將就透過該服務與某間保險公司完成的每一宗交易，向有關保險公司收取服務費。此外，預期該入門網站將載有專題內容，包括有關新產品的文稿、市場消息、保險條款的專用詞彙及供用戶交換意見的聊天室。

### 銀行街

本集團亦已着手發展另一項服務，稱為 *bankingstreet.net*。此項服務於二零零零年二月公佈，預期將於今年上半年推出。

這項服務初步計劃通過地產街提供，讓準置業人士得知各間香港銀行所提供的按揭利率及相關條款。網站亦會設有一項按揭計算功能，讓用戶按個別利率計算各筆貸款額每月所需繳付的利息。本集團已就推行這項服務聯絡多間銀行，而截至二零零零年二月二十九日，經與十八間銀行簽署意向書。上述銀行計有：荷蘭銀行、亞洲商業銀行有限公司、美國亞洲銀行有限公司、中國銀行、交通銀行、東亞銀行有限公司、美國大通銀行、萬國寶通銀行、中信嘉華銀行有限公司、大新銀行有限公司、道亨銀行、港基銀行、廣安銀行有限公司、廖創興銀行有限公司、渣打銀行、上海商業銀行有限公司、永亨銀行有限公司及永隆銀行有限公司。

根據本集團計劃，銀行街有意於二零零零年底前，發展成為一個獨立入門網站，將銀行街概念發揚光大，屆時不僅提供按揭資料，還將有其他銀行服務，包括證券買賣、個人貸款、信用咭、汽車貸款、公積金服務及存款利率。該服務的用戶將可瀏覽屬意的產品或服務的資料。倘產品或服務是透過入門網站購買，預期銀行街將獲有關銀行支付佣金或費用。

### 顧客及市場推廣

地產街、保險街及銀行街概念全部與新鴻基地產的核心物業業務互相關連。董事相信，由於新鴻基地產與物業代理、保險公司及銀行的關係良好，加上新鴻基地產有能力通過管理、出租及出售住宅及商業物業，而與香港普羅大眾接觸，故此網街將得以取得優質內容及將此等服務向目標用戶推廣。此外，由於各網街將在 *superhome.net* 服務中推出，預期這渠道將帶來大量上網人流。

然而，董事預期，此等服務將普遍受到歡迎，因此將大力進行一般的市場推廣活動，以便在香港建立品牌形象。此外，本集團預期將與其他與該服務連結的入門網站結盟。網



---

## 業 務

---

街推廣活動現透過直銷以及在報章、電視、電台、物業雜誌及電腦和互聯網雜誌上刊登廣告方式進行，日後也不會間斷。推出地產街而進行的市場推廣活動涉及上述全部媒介，而開支約達10,000,000港元。

### 收入

董事預期網街的收入主要來源將為廣告收入及/或服務費用，惟視乎個別網街的性質而定。

### 競爭

董事相信，現時並無其他網站提供及彙集性質與地產街、保險街或銀行街相若的內容。此外，本集團認為，新鴻基地產的品牌、與銀行及保險界的關係，加上在物業市場的影響力，將令本集團有能力利用該等服務提供廣泛的內容及資訊。

### 知識產權

SuperStreets乃域名*superstreets.com*及*superstreets.net*的註冊人，而*propertystreet.net*、*insurancestreet.net*及*bankingstreet.net*等域名的註冊人已申請轉讓該等域名的登記予SuperStreets。除該等域名外，SuperStreets現時並無獲特許使用或經特許使用的任何對營運而言確屬重大的知識產權。

### 資訊科技投資

作為本集團擴展資訊科技基建及互聯網服務業務的部份策略，本集團經已及在未來將持續在資訊及互聯網相關業務進行直接及間接投資，包括再投資於向本集團提供策略利益的創業資本基金。

#### *Beijing Technology Development Fund (Cayman) LDC*

本集團是北京科技發展基金的主要投資者之一。截至一九九九年十二月三十一日，該項基金籌得60,400,000美元資本總額，本集團佔其中10,000,000美元。這個基金的最主要宗旨是在相關高科技的創業公司進行直接投資。這基金是在一九九九年成立，為期七年，以美商中經合集團、北京控股有限公司及北京清華大學「企業集團」作為發起人。這基金由在香港註冊成立的中經合北京基金管理有限公司管理。

於一九九九年五月，本集團在北京科技發展基金的首次集資中，認購100,000股普通股。二零零零年一月十七日，該基金按每56股獲一股的基準向若干股東派送紅股，並於該日發行610,527股已發行股份。截至該日，本集團在該基金的權益為16.67%。

### *Asia Java Fund Pte.Ltd.*

本集團已承諾對Asia Java Fund投資3,000,000美元，迄今已注入其中約1,000,000美元。這個基金於一九九九年十月成立，為期七年，以Sun Microsystems, Inc.及The National Computer Board為共同發起人。Sun Microsystems, Inc.發展的電腦程式語言，稱作Java™，已成為世界最流行電腦語言之一，而應用程式可藉Java在各種操作系統上使用。Asia Java Fund的主要宗旨是在整個亞洲投資在使用或支援Java™科技的公司。這基金是由一家於新加坡成立的的創業公司AsiaTech Ventures (Pte.) Ltd.管理，該公司的投資焦點集中於互聯網相關的業務。

### *Incubasia Ltd.*

本集團為Incubasia的主要投資者之一。於二零零零年一月，Incubasia發行Series A優先股，籌得約11,000,000美元，其中2,000,000美元由本集團注入。Incubasia專注於在亞洲培育相關互聯網的新公司，並通過內行管理方式，藉着提供由中介管理、市場推廣顧問、辦公室及技術支援以至會計與法律服務向受培育的公司作出指引。

### *DynaFund II, L.P.*

本集團為DynaFund II的主要投資者之一。DynaFund II籌得資本總額150,000,000美元，本集團承擔其中15,000,000美元。DynaFund II於二零零零年二月成立，為期10年。迄今，本集團只注入首筆資本1,500,000美元。DynaFund II為於美國成立的創業資金有效合夥公司，專注於初階段的高科技投資。DynaFund Ventures II, L.L.C.乃一家美國特拉華州有限責任公司，為管理這基金的一般合夥人。

### *CyberIncubator*

本集團於一九九九年與香港法定機構HKITC合作提供一項名為CyberIncubator的創新科技培育計劃，用以協助香港資訊科技及互聯網相關的新成立公司。於二零零零年一月三十一日，有三間該等新成立的公司已被認可加入該計劃。

根據這計劃，新創立的公司於柯達大廈二座獲提供免租金辦公室，以及獲HKITC提供的若干專業服務及支援。作為回報，HKITC及本集團各自取得該等公司的7.5%或10%股權。

本集團從新鴻基地產購入柯達大廈二座的權益，作為重組一部份。本集團已根據日期為一九九九年十月二十一日の特許協議，將本集團在柯達大廈二座約15,000平方呎權益特許HKITC使用，為期三年零三個月。