

HKD 20.00

ASIAN TRUCKER

www.asiantrucker.com

道路安全 —
亟需管理的問題



合作雙贏：
Scania 與
Ocean First Logistics Limited

輪胎 — 貨運業的黑金

Asian Trucker 寰陸香港

新·公路之王 R730

The New King of The Road



斯堪尼亞(香港)有限公司

上水彩園道9號深港中心328室

電話: (852) 2671 7001

電郵: info@scania.com.hk

傳真: (852) 2368 3800

網頁: www.scania.com.hk

大象車行有限公司

新田落馬洲港捷車場

電話: (852) 2673 1826

傳真: (852) 2673 3392



SCANIA
Scania (Hong Kong) Limited

目錄

ASIAN
TRUCKER

4. 編輯寄語

封面故事

8. Scania 與 Ocean First Logistics Limited

專題報道

12. 輪胎——貨運業的黑金

行業簡介

18. Scania 香港

道路安全

20. 道路安全——亟需管理的問題

活動與展覽

24. Automechanika上海
物流

26. DHL 高效快速服務F1

特別報道

30. 堅韌的人員及裝備——應對 Sarawak
的嚴酷環境，需要出色的團隊

市場信息

32. Volvo 星加坡——新經理，新團隊，
新多品牌經銷

技術觀察

34. 拖車革命新設計，維修成本瞬
減低





Think again.

Some people think that business people don't read advertising.

Well, think again. You read this ad, don't you? The truth is that business people read more ads than other people.

Why is that, you may think? Until you think again.

It's because good business advertising helps professionals to stay informed and learn news that helps them solve problems and make a better job.

That's the kind of advertising we do for our clients. Business-focussed, honest and effective advertising that attracts readers and give them something new to think about.

Just like this ad.

If you think that reaching your buyers with compelling messages is good for your business, then contact us to know more.



That you shouldn't think twice about. Welcome

Launchpad Limited
Suites 1801 - 1802, 18th Floor Alliance Building
130 - 136 Connaught Road Central
Hong Kong

www.launchpad.com.hk

Asian Trucker 登陸香港

歡迎閱讀 Asian Trucker 香港版創刊號，這是一本新穎有趣、資訊豐富且開市場先河的雜誌。香港版為 Asian Trucker 繼馬來西亞發行後的第二個地區版本，稍後其他地區版本也會陸續推出。Asian Trucker 作為一本季刊，將重點關注東南亞司機、車主、車隊營運商、物流及基建管理者所面對的事件。每個國家的版本都會著重各自市場的特色，與此同時兼顧世界各地貨車人所共同關注的話題。

Asian Trucker 將密切審視關於貫徹實施21世紀新科技的長期性安全問題。我們將採訪領域內的專家並與時刻投入在此行業中工作的行家傾談，瞭解他們對此的理解與看法。

作為本地獨一無二的重型貨車雜誌，Asian Trucker 對每一位與運輸業密切相關的人士都深具吸引力，不論他們身在貨運行業中，或是生產與此行業相關的產品，都會對這本雜誌感到饒有興趣。

本刊將報導最近的車隊管理及運營消息。這個行業中都有哪些人物？他們如何成功，曾經克服什麼挑戰？聽聽他們的內行意見。看看最新的潮流趨勢如何？最新的設備及技術是什麼，它們將如何影響運營？坐在駕駛室內，行駛在道路上的感覺如何？資訊技術已進入我們生活的方方面面，貨運行業也不例外。他們是如何運用這些技術的？技術如何改變他們的工作及個人生活。當然，Asian Trucker 還將深入剖析各款貨車，分析它們的技術和性能表現，介紹新型號及新的產品升級。

從車輛前格柵到尾燈，從裝飾部件的鉻金屬到持續運作的發動機，機械的每一個方面都將被徹底審視。人們開始越來越關心二氧化碳排放問題，運輸行業更是首當其衝，將盡其所能減低排放。Asian Trucker 將強調這一問題，並令這個行業更加清潔更加環保。

我們可以肯定您將會喜歡這本雜誌。並且我們期待聽到您的意見，不論是您在此行業中的經歷，抑或是使用產品的經驗，或者您對於新規定的認識，您在駕駛人生中最精彩的故事等。貨運是一個快速發展的行業，Asian Trucker 將會送上最及時的新聞與資訊，令您可以掌握潮流、傲視同儕。

Stefan Pertz

Asian Trucker 香港版編輯

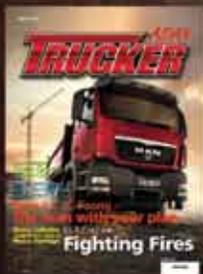
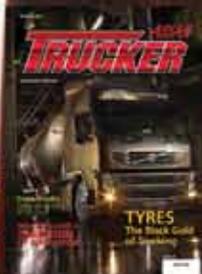
**Put your
business on
free speed.**

Advertise in Asian Trucker.

ASIAN **TRUCKER**

An ad in Asian Trucker reaches the best, the brightest and the most successful decision-makers in the road transport business in Asia today.

Contact us today on +60 16 521 9540 or stefan@asiantrucker.com to speed up your business.



www.asiantrucker.com



ASIAN TRUCKER

EDITORIAL / 編輯

Editor

Stefan Pertz

Contributors / 內容提供

Launchpad Limited
E-Response

DESIGN / 設計

Creative Director

Alan Fong

Graphic Designer

Daphne Tan

Creative Consultant

Tore Claesson

ADVERTISING and MARKETING / 廣告及市場

International Marketing Director

Stefan Pertz
Stefan@asiantrucker.com

Advertising Manager

Nicole Fong
Nicole@asiantrucker.com

CIRCULATION, CONTRIBUTIONS and SUBSCRIPTION / 發行、稿件及訂閱

Info@asiantrucker.com

WEBSITE and E-NEWSLETTER

www.asiantrucker.com

PUBLISHED BY / 出版

Launchpad Limited
Suites 1801-2, 18/F.,
Alliance Building,
130-136 Connaught Road Central,
Sheung Wan, Hong Kong
www.launchpad.com.hk

Asian Trucker is a quarterly publication. The publisher will not be responsible for any copyright violation of articles that have been approved by contributing writers. The publisher accepts no responsibility for unsolicited manuscripts, illustrations or photographs.

PRINTED IN HONG KONG / 香港印刷

Omac Production House Limited
Unit B, 13/F., On Loong Commercial Building 276-278 Lockhart
Road, Wanchai, Hong Kong



MANN-FILTER for air, oil, fuel and vehicle cabins – an irreplaceable full range of products.



Development, production and quality assurance go hand in hand at MANN+HUMMEL. We use the same processes worldwide, subject to the same criteria, so our customers can trust that our filters meet their high expectations.

The products under the MANN-FILTER brand name convince everyone because of the original equipment quality and high delivery capability, and because of the vehicles coverage in the market. In aftermarket, MANN-FILTER now sells more than 4,100 different filters and filter elements.

**MANN
FILTER**

MANN-FILTER – Perfect parts. Perfect service.

MANN+HUMMEL FILTER TECHNOLOGY (S.E.A) PTE LTD

3 Toh Tuck Link, #03-01/02/03, German Districentre, Singapore 596228 Tel: +65 6586 8181 Fax: +65 6586 8180
Email: mhsg@mann-hummel.com, www.mann-hummel.com.sg



海 SCANIA 暉

P 380

PE 3248

海暉物流 三招佔鰲頭



香港是一個國際金融中心是不爭的事實，而憑著北倚中國大陸之利，它更是一個貨運與物流中心，很多付運中國大陸的原料與貨物、甚至高科技產品都要取道香港作中轉，而內地和國外廠商在大陸生產的製成品亦會選擇香港出口，之所以如此，完全是因為香港有完善的制度和高效率的管理。

要做到以上的口碑，就需要有一批敬業樂業、不斷創新、勇於負責和不辭勞苦的經營者去不斷耕耘，而在本港芸芸貨運與物流業經營者之中，有一家特別值得在這裡向各位推介，它就是集貨運與物流於一身的「海暉物流有限公司」(Ocean First Logistics Limited)，它早於上世紀80年代中期成立，至今已有超過20年歷史。熟悉貨運物流業的朋友當然對這個名字不會陌生，即使是平時與

其實，「海暉」雖然論規模已是香港最大的貨櫃拖運物流公司，但有哥和ALAN卻表現得非常謙遜，從來沒有以此自居，即使是接受筆者提問「海暉」是否本港業界目前最大型的公司時，也只是說「唔敢肯定？」去輕輕帶過。究竟「海暉」大成點？不妨列舉以下例子以作說明：目前，「海暉」車隊共有70至80台SCANIA拖頭；另外，「海暉」還有20台大象(公正大磅)、5000多個貨櫃、100



物流業沒有交往的朋友，都會略有所聞，因為該公司的車隊在過去20多年來每日都不停穿梭於香港各區大街小巷，在香港人的腦海中留下深刻印象。

「海暉」20多年來單一集中經營香港本土的貨櫃拖運，有人說，本港境內的拖運行駛路程有限，在選用車輛時毋須像跨境貨運般精挑細選，有人甚至認為「搵到食同行得郁就得喇」！但這種見解在「海暉」董事有哥(周來有)和ALAN(梁文傑)眼中並不成立，因為他們都有一個共通點，就是做事除非不做，要做的話就要把它做好，這種態度於經營及管理公司營運時亦明顯表露無遺。

台剗車及三個大型的重櫃裝卸場，分別位於元朗流浮山屏廈路、上水文錦渡和青衣航運路與青高路交界，以規模而言，首數青衣的重櫃場最大，它佔地達80萬平方呎，相信在同業當中無出其右；而為了應付業務發展所需，「海暉」更在青衣場和流浮山場分別附設了兩個後備場，以方便客戶的貨櫃存倉和過夜。

在訪問當天，雖然天文台發出了黃色暴雨警告，但筆者在流浮山場所見，前來裝櫃和卸櫃的拖頭絡繹不絕，其繁忙程度足以反映出香港蓬勃的經濟狀況。而場內進出的拖頭之中，不乏是「海暉」車隊成員，這些車輛大部分都非常簇新，部分更落地不到一個月，顯示有哥對更新生財工具毫不吝嗇，而在傾談中，有哥更透



露了一個用車的獨特心得，就是絕大部分都採用尾軸可以升降的三軸型號，之所以如此，有哥自有一套獨特見解，他認為，當三軸拖頭將尾軸收起之後，其功能與兩軸拖頭沒有分別，但相反，兩軸拖頭就無法發揮三軸拖頭的效能，既然前者可以兩者兼顧，當然大量採用屬理所當然；另外，當車輛處於空載的時候，收起後軸行車絕對不會影響行車性能，相反可以藉此減低輪胎損耗，而



少了一軸行車，與路面的磨擦力亦相對減少，有利於進一步降低燃油消耗。有哥還表示，他正準備將這種用車模式擴大至拖架範疇，一旦拖架也有升降尾軸功能的話，每年因此而省下的輪胎和燃油開支就非常可觀了，所以即使有升降軸功能的拖頭和拖架售價會較高，但日後節省的開支完全可以抵償有餘，這就是有哥多年來積累下來的寶貴經驗，值得業界朋友參考借鏡。

很多人都想知道，有哥憑甚麼可以讓「海暉」在業界中脫穎而

出，ALAN為他總結出三點：一是事事親力親為，事事親自過問，於是，公司上下的所有流程和運作細節他都瞭如指掌，當員工遇到難題時，他都可以悉心指導，協助解決；

二是對營運成本控制得非常嚴謹，但這不等於吝嗇，而是只要有助節省成本的，他都積極投入，例如最近更換SCANIA歐盟五型新車的過程中，他就毫不手軟，一擲千金，因為他知道即使投資多一點，但新車比以往使用的舊車省油高達20%，日後的營運成本可以慳更多；

三是人事管理制度化和人性化，例如所有福利做到足，出糧要有早沒遲，讓員工在工作中更投入、歸屬感更強，公司資源亦可以獲得更佳保證，據有哥表示，在「海暉」旗下的司機之中，不少工齡已經超過10年哩！而且在大規模轉用新車之後，有哥亦非常關注旗下司機對新車的了解和操作。為了讓司機們都能更好地運用這批新車，有哥定期會為司機們舉辦一對一的培訓，並邀請SCANIA廠方派駕駛訓練員進行專業指導。而其中一位「海暉」的資深司機康哥(林兆康)在去年2010年參加SCANIA駕駛比賽時更贏得冠軍和豐厚的獎金。

在訪問結束之前，有哥更透露了一個小小秘密：幾年前曾經參與堵塞中環道路，以爭取政府減免柴油稅的拖頭，都是來自「海暉」，當時參與的司機被捕，卻招來社會批評，後來港府終於將柴油稅完全減免，全港客貨運行業都受惠，但他們又是否記得這是「海暉」當年的功勞呢？

輪胎



貨運業的黑金

Asian Trucker帶您了解貨運業中的“黑金”——輪胎的發展歷史及未來趨勢





貨車由許多部件構成，並配有數不清的配件及各項可選擇的應用。在這其中，輪胎是必不可少的一個環節。正因此，圍繞著輪胎的研究及開發衍生出了一整個行業，現在市面上已開發出各種型號的輪胎，可以滿足車輛在不同路面條件上行駛的需要。

市面上輪胎種類頗多，也造成了一定程度的概念誤讀。輪胎是影響貨車燃料經濟性的因素之一。而且它們同車輛的其他部件一樣，需要一定的照料及保養才能發揮最佳性能。

簡單的開端

“tyre”（輪胎）這個詞最初來源於車輪製造的一個工序。那時鋼輪要被緊緊“tie”（捆綁）在木制車輪上，這是為了保護木輪不被磨損及撕裂。這個方法起源於西元1800年，距今已經有200多年的歷史。在此之後又經過了45年，充氣的輪胎才第一次出現，而在當時機動車都還沒有發明。可見，輪胎陪伴我們的時間實際比汽車或貨車還要長久。

就我們所知，另一項在輪胎出現之前便需要存在的物料就是橡膠。關於橡膠的歷史與發展也同樣有一個迷人的故事，在此我們

暫不詳述，留待下次細細探索。

不同的來源對於現代輪胎“發明者”的記述各有出入。在眾多家喻戶曉的名字諸如 John Boyd Dunlop、Charles Goodyear 和 Andre Michelin，都是輪胎業的先鋒。Robert William Thomson是第一個將充氣輪胎註冊為專利的人。在19世紀中期，這些輪胎主要應用在單車上，這也是當時最主要的通勤方式。直到1895年，充氣輪胎才被首次應用在汽車上。

關於充氣輪胎的新立法激起了人們對於研製更多更好輪胎的狂熱。一些人在輪胎中添加化學劑以增強其耐用性，而另一些人則專注於其他領域，比如閥門的開發等。

橡膠革命與無內胎輪胎

橡膠為輪胎的製造和開發掀起了一場革命。起初在輪胎的外胎橡膠包裹之下還有幾層內胎。最後，內胎精簡到只有一層。而輪胎凹槽這個概念則是在1908年由另一位輪胎行業的先驅Frank Seiberling 提出。

在今天，這些凹槽構成了胎面花紋。它們是外胎的一部分，因應路面情況而設計。通常外胎由橡膠或是合成橡膠構成，設計時會符合適度的摩擦系數以防止輪胎磨損。對現今的輪胎來說，耐用性是其質量的主要指標之一。

過去幾十年來，輪胎的發展由單純的充氣式輪胎衍生到可拆卸的充氣式輪胎。W.E.Barlett發明了改良式可拆卸充氣式輪胎及輪圈，他的這種輪圈有彎曲的邊緣，在輪胎充氣後其下的硬橡膠“鉗部”或稱胎圈部分會擴張繃緊。首先輪胎必須經過拉伸，使得胎圈可在彎曲的輪緣上滑動。這也為基座固定帶來難度，特別是在應付急轉彎帶來的外力影響時。

與此同時，Welch先生與新成立的Dunlop公司發明了一種不可伸展的胎圈鋼絲和凹槽輪緣，而這正是現代車輪及輪胎的前身。

不斷前進

1915年，位於底特律的Palmer Tyre Company邁出了輪胎業重大的一步。他們首先創制出橡膠制的“繩線”簾布，並製造出了簾布外胎。這種物料並非由縱橫編織而成，它只有經線卻沒有緯線。所有線股都是平行鋪排並掛膠。外胎由多層掛膠簾布組成，通常是繩紋與胎冠中心線呈不同斜角，交錯層疊，每一層與其下層都有橡膠保護層分隔。所謂的斜交層便由是形成。

在1919年，Dunlop和Goodyear公司同時宣佈生產充氣輪胎，這個時期輪胎業正以驚人的速度發展。

為研製更優質的輪胎簾布而進行的開發工程是永不停歇的。截至到1937年，鋼絲圈已被應用於斜交輪胎。而值得被記住的是直到第二次世界大戰的開端，許多卡車仍然在使用實心輪胎。

而之後到了1947年，第一條子午線輪胎面世。它的出現改寫了運輸行業的歷史。這是自John Boyd Dunlop 開發第一條實用充氣輪胎後另一個令人崇敬的巨大創舉，它描繪出了今日輪胎行業的偉大藍圖。

輪胎安全及燃料效率

我們所知的關於客車的安全預防措施同樣適用於貨車。司機要經

常檢查輪胎外胎是否有非正常磨損，這一點十分重要。如果外胎的凹槽被磨得太平，那麼在濕滑的路面上車輛就很容易會打滑。而車胎壓力也會影響到車胎的破裂問題。

在當今社會，燃料經濟性對於運營貨車或者一整個車隊來說都是主要因素之一。按照要求選擇正確的輪胎將會降低所有者的經營成本。最好在選擇輪胎前諮詢一下行內專家，而不是隨便選購一款就安裝到車上。

作為行業中的領軍者，Continental為每一種不同用途都開發了一款輪胎。現在的輪胎能持續使用幾千公里，並且新輪胎的開發集中在幾個關鍵方面：減低耗油量，降低前進阻力，以及增強耐用性。

翻新延長使用壽命

有兩種方法可以延長輪胎的使用壽命。其一是重新壓紋，另一種是翻新再造。相信大多數讀者都很熟悉前者，所以我們將在本文中重點介紹翻新工序。



許多部件都由橡膠混合體壓出製成



通常輪胎翻新有兩種方法：熱硫化翻新和預硫化翻新。只有經過仔細揀選及精心檢查的外胎才能用這兩種方法。兩者的製作工序實際沒有區別，不同的地方在於將外胎材料包覆於胎體的方法及橡膠硫化的方法。

在傳統的熱硫化翻新法中，將外胎材料包覆於胎體的製作方法與新型方法基本相同，外胎材料經擠壓機製成後便直接覆蓋在打磨好的輪胎上。然後將這部分橡膠組合體置於硫化模具中製出需要的凹槽紋樣。這種在硫化過程中形成外胎紋樣的過程與製作新胎時的步驟一模一樣。

Continental 的熱硫化翻新法是逐條輪胎進行的。這種方法的好處就是輪胎側面也可以得到翻新，保證了經過翻新的輪胎能與新胎擁有同樣品質。

所謂預硫化翻新法是採用預先硫化並且凹槽已經成型的橡膠胎面，包覆於打磨好的輪胎之上。這種外胎膠皮將被施以一定壓力先置於一層未硫化的固定層，而固定層下則是打磨好的胎體；硫化前的預拉伸工序保證了外胎能最大限度地附和輪胎造型，並在進入固化室時也會盡可能地牢牢連結。將這條粘合好的輪胎放入溫度和壓力恆定的罐體內硫化，便可完成輪胎翻新工程。



輪胎出場前的最後檢查，每一條輪胎都要經過 多個檢查站

(Sources) 資料來源：

Continental, website and interviews

<http://en.wikipedia.org/wiki/Tyres>

<http://www.blackcircles.com/general/history>

<http://www.kwik-fit.com/tyre-history.asp>



Continental 如何令輪胎不斷轉動前進？

採訪 Bernd Korte，產品開發及產業化副總裁

Q:客車輪胎與貨車輪胎有什麼不同之處？

A:客車輪胎與貨車輪胎有許多不同要求。客車在主觀操縱性上有很高的要求，如在乾燥或濕滑的路面上制動、高速行駛表現、水漂現象等等（有多達20余項的要求）。貨車輪胎要求能提供最低的駕駛成本。這意味著它要求有低滾動阻力、長行駛里程及翻新適合性。

此外，他們在應用的區分上也存在很大不同。貨車輪胎有專為不同輪軸定制的類型（驅動、轉向和掛車）。這些輪胎都是為在出色的高速公路上行駛而開發，滿足任何季節的道路或越野應用需求。

與一般的客車輪胎相比，貨車輪胎需要負擔大約多十倍的載重，應付多五倍的膨脹氣壓並經得起多十倍的里程。（每條輪胎要承受約4.5噸重量，膨脹至氣壓約10bar，第二掛車車軸上的輪胎需能行駛約500-800千公里）

Q:開發一款新輪胎，從設計定型到批量生產需要多久？Continental 的開發過程中有哪些步驟？

A:開發時間依需求的不同而各異，大約在24至36個月之間。通常我們 (Continental) 會進行有限要素分析、應用條件模擬，從設計概念開始。然後經過批准的概念進行第一次內部試驗，通過後再進行第三方試驗。最後在車間內對研發結果進行產業化。我們會根據顧客的反饋不斷改良產品，務求使其性能更加卓越。

Q:貨車輪胎的當前發展趨勢是什麼？

A:目前最關鍵的問題是減少滾動阻力。此外，我們還致力於增加輪胎載重並減小其尺寸。最後但同樣十分重要的是，我們希望減少對於天然橡膠、石油等資源的依賴。

Q:為了適應不同的氣候環境，必然有很多型號的輪胎具有不同細分的專門規格。Continental會為每一款輪胎設計多少種不同的版本？

A:我們開發的輪胎，其每一種應用都只有一種特定的規格。當現有的設計不能滿足某種應用需求時，就會產生一款新型號的輪胎。

Q:貨車輪胎含有特別多的天然橡膠成分。這是為什麼？

A:在抗老化及耐磨損的特性上，天然橡膠比合成橡膠更具優勢。在貨運這個對性能要求極高的行業中，要完全用其他原料取代天然橡膠尚不可能。然而，尋找適合的替代品一直是我們主要研究的問題，也一直受到廣泛關注。

除此之外，天然橡膠相比合成物料對生態環境也更有好處。我們支持使用它也是為了在輪胎製造中堅持使用更多較環保的材料。

Q:所謂“綠色輪胎”相比較一般輪胎大概會昂貴多少？

A:我們內部需要做很多工作來確保這些天然物料具有穩定的品質表現。特別是這些物料生長於不同的溫度、濕度，並受其他與氣候有關的因素影響。另一方面，這些綠色原料的價格相比標準原料也更多變，更為浮動。正是由於這些原因，很難一句話確切概括出兩者成本差別為多少。然而我們 Continental 公司認為自己有責任推行綠色原料的應用，這也是為了實現我們一直以來對履行企業責任的承諾。

Q:在你們開發綠色輪胎時，是否曾受到政府支持？

A:我們確有與政府合作開發的項目。

Bernd Korte，1996年完成在 Ruhr University Bochum 的機械工程學位，專攻建造、傳動及機動車領域，於1999年加入 Continental。他自職業生涯的開始便與輪胎結緣，並曾擔任多個不同職位。自2006年一月起，他便任職產品開發及產業化副總裁。

我們真誠感謝德國 Continental AG 及馬來西亞 Continental Sime Tyre PJ，特別是 Bernd Korte 對於完成此文的幫助。



SCANIA集團是全球領先的重型貨車、大型巴士以及工業和船用引擎製造商，創立於1891年。時至今日，SCANIA已經是一間巨型的環球企業。業務遍及超過100個國家，包括歐洲、美洲、拉丁美洲、亞洲、非洲及大洋洲。全球擁有超過35,000名員工及交付超過100萬台不同類別的貨車、巴士及引擎。

SCANIA在亞洲及香港歷史悠久，從80年代初開始由瑞典車行代理進口香港（後期為福方香港有限公司代理）。至於現

今的SCANIA香港有限公司，為瑞典SCANIA總公司全資擁有。SCANIA香港的董事總經理倫浩霖先生（Mattias Lundholm）上任後積極開拓香港市場，不斷推廣及銷售各式各樣的SCANIA產品。

雖然香港政府有意在2012年6月才開始全面推行業界採用歐盟五型商用車輛，但擁有120年歷史、作為全球重型車輛生產巨擘的瑞典SCANIA車廠，早於2010年就已經正式將旗下的歐盟五型貨車和巴士在香港推售，成為香港最早在路面行駛的環保五型車輛，由於確實能夠減低廢氣排放，亦可以為業界節省行車成本，因此推出之後大受業界歡迎，截至目前累積銷量達到600多輛，而且數量還在不斷增加。

其實，這邊廂歐盟五型貨車和巴士大賣的時候，那邊廂廠方於今年較早時已透過其官方網頁，宣布成功研製出歐盟六型的引擎，並且計劃於2012年在全球包括香港陸續發售，不斷加強對環保的貢獻。

追溯到上世紀80年代，SCANIA開始透過代理商將產品引入香港市場，轉眼已經接近30年，儘管車輛的設計與科技日新月異，但部分在當年「落地」的早期拖頭卻依然「身壯力健」地在路面飛馳，在廠方今年5月舉行的「尋找老友記大賽」中，就有一輛80年代出廠的113M型號拖頭成功奪魁，車主獲頒\$15,000元獎金以作鼓勵，從外表看，雖然外表遠比不上今日的新一代SCANIA「



型」，不過車主還是捨不得把它報廢，因為它仍然「有氣有力」，而且最難得的是零件不缺，讓車主可以繼續放心使用。試問坊間有哪個品牌的拖頭可以用上這麼長時間？

在過去的三分一世紀，SCANIA在香港市場不斷拓展，但真正的轉捩點還是要從2008年4月1日起。

對這種轉變感受最深的，相信莫過於大象車行的負責人徐日昌先生(Antony)了，他在代理商時代已經擔當分銷商角色，在那個時候的銷售方針仍在代理商水平，令有意加入SCANIA車主行列的朋友卻步，但自從廠方接手香港業務之後，經營手法較之前靈活得多，特別是廠方非常重視客戶的意見，在車輛規格方面，只要客戶提出要求，廠方都會盡量滿足，使不少以往對SCANIA有意見的朋友都即時改觀，重新加入SCANIA的行列。訪問到這裡的時候，Antony從電腦列印出一份由香港汽車商會發出2010年和2011年香港市場車輛銷售數據，上面清楚地看到SCANIA在2010年售出超過500輛，而2011年截至7月底為止，已售出超過550輛，肯定已經打破去年的銷量，成為SCANIA重型車輛進入香港市場之後，銷量最高的一個年頭。

由於銷售成績理想，廠方於2010年正式委任大象車行為授權代理商，作為廠方與業界橋樑，在大象車行訪談的短短過多小時中，就有多位準車主和現時的用家登門，他們不是詢問車輛的配搭問題，就是要求盡快交車，足見今日的SCANIA絕非浪得虛名。



另外，幾乎每星期都來回湖南與香港三、四次的尹志強先生也對SCANIA推崇備至，他向筆者表示，雖然SCANIA拖頭比其他同級產品價格高，但勝在省油，完全符合貴買平用的原則，再加上廠方在車輛規格方面可以讓他按工種實際需要配搭，令營運過程更加如虎添翼，而且SCANIA的故障率非常低，即使出現問題，在內地亦有特約維修點，令他每次穿省過市時都無後顧之憂。

為了不斷提升對客戶的服務水平，SCANIA除了引進更多不同型號的車輛之外，還積極在不同地區開設服務中心，目前，已開設的維修中心和維修站已有三家，分別位於上水、新田和葵涌，這些區域都是貨櫃車和貨運業經常出入的地方，有了這些中心之後，客戶就毋須再為維修和保養問題而長途跋涉和費時失事了。而據筆者獲悉，廠方目前正著手籌備第四個維修中，地點會選擇在元朗區，如果一切順利的話，可以在今年內成事，屆時廣大SCANIA車主就會享受更方便及專業服務。

道路上的安全 - 亟需管理的問題

e-Response Group為石化、石油及天然氣行業提供職業安全諮詢及培訓服務。

Mohamed Noor Sany作為該公司的首席合夥人及CEO，已在石油及天然氣行業 (Shell Group) 工作了超過20年，他以自己擔任高級HSE及道路運輸顧問的經驗，告訴我們為何安全行業是一門有利可圖的生意。作為一系列文章的第一篇基礎簡介的部分，Sany先生會為我們解答安全問題對道路運輸經營如此重要的原因。

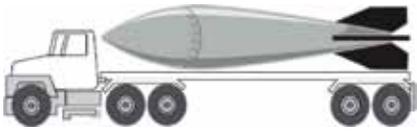


大部分發展中及不發達國家都有特別高的車禍發生率。當所運輸的是危險貨物時，這種行駛於高速公路的風險就會加倍。很多跨國道路運輸經營商都將東南亞地區，特別是馬來西亞視作道路運輸安全的“高危”區域。

意外無法預測

從事石化行業的跨國企業多年來一直管理著危險貨品的運輸工作，他們非常清楚若由於疏于管理道路運輸而導致事故多發、人員傷亡，會多麼輕易地讓他們丟掉“運營許可”。而當事故真正發生時，想要預計或是控制後果都是不可能的。

另一項更考驗石化運輸行業的問題是其負重物的特性。大約60%由油罐車運輸的大量化學品都是對人體或環境有害的。它們大部分都是有害的，有毒的，腐蝕性的，易揮發的，密封的，易爆的，有放射性的，易燃的，及致癌的。這意味著如果在一次小小的交通事故中遺失了這些運輸物的話，會引起後果無法估量的巨大災難。



一輛欠缺管理的油罐運輸車相當於一顆會行走的定時炸彈

利潤損失

如果一輛欠缺管理的運輸車安裝了高速行駛情況下就會爆胎的輪胎，配了一個在開車時會打瞌睡的疲倦的司機，那麼萬一發生車禍，其潛在的代價是超乎任何人想像的——損失可能從保險杠被撞凹到失去多條人命，一旦涉及到要阻止本地及國際媒體將這些道路及高速公路與災難危機聯繫起來，就又要得花費一大筆錢。

利潤與損失往往成反比。損失越大，利潤則越小。我們當然無法預言交通事故及其後果，因此我們唯一可做的便是盡量減少暴露於這種風險的可能，從而減少潛在的金錢損失、財物毀壞、對自然的破壞及法律上的糾紛。這些問題隨時可能令破壞升級，並一次性抵消全年的盈利。



交通事故的代價

很多運輸商在計算交通事故的代價時往往只算了“冰山的一角”，卻忽略了“水面”以下更大的損失。通常最明顯的金錢損失包括維修費，貨

物損失費，司機住院醫療費，罰款及交通事故調解費。在事實上，“真正”的代價要遠遠高出這些顯而易見的金額。還有一些難以察覺的間接損失，諸如保險費用的增加，正在維修的車輛所失去的運營及盈利機會，聲譽損失，法務費用，反訴訟，罰款及賠償責任，而這些通常是事情沒有發展到相應階段就無法明確估量的。



第一起交通事故

歷史上第一樁記錄在案的致命交通事故於1896年8月17日發生在英國。受害者的名字叫Bridgette Driscoll。根據親眼目睹事故的證人所述，Driscoll太太當時正從Croydon水晶宮前的場地上經過，被一輛正在進行試車的汽車給撞倒了。關於事故的報導說道，Criscoll太太受到車輛驚人的4mph (6km/h) 速度的衝擊。看來司機很明顯將引擎功率調大了不少！

在對Driscoll太太進行了驗屍工作後，驗屍官William Percy Morrison說他希望此類事件再也不要發生，同時他還第一次對由速度造成的暴力傷亡事件用上了“事故”這

個詞。陪審團在經過六個小時的聆訊後將這起事件裁定為“意外死亡”，沒有起訴任何人。

自1896年Driscoll太太的這起死亡事件以來，世界上已經發生了超過200,000,000起道路交通事故。

現如今，道路交通事故已經是世界第九大致死原因，每年有超過一百萬人因道路交通事故致死，大約三千五百萬人受傷或致殘。

在馬來西亞，此類統計數字也不容樂觀。在這樣一個人口僅兩千四百萬的小國家裡，每天的致命交通事故平均多達18宗；平均每10,000輛車就有3.6起惡性事故。每年因此損失的馬來零吉約為九十億，相當於其年均GDP的3%。

激烈變革

在過去80年裡建設的機動交通工具及道路基礎設施為生活帶來了激烈的變革。

更大型的貨車意味著可以運輸更多的貨物；更長的道路代表著可以將貨品送去更遠的地方；運輸業的發展要求有更多的車輛在道路上行駛；前所未有的工業發展意味著會有更多化學品通過道路運輸到工廠，由此便增添了現代道路運輸經營的風險。

只有有一項是自汽車發明以來從不曾改變的，那就是對於駕駛司機的倚賴。長久以來人的心智始終沒有太大變化——司機們的行為幾乎如一，他們依舊會粗心大意、愛冒險並且魯莽冒失。



人們的生理及心理特性並未隨時間變化



挑戰不變

司機的生理挑戰諸如疲倦和困乏等一如既往地成為今時今日的一大難題。司機魯莽駕駛，橫衝直撞或是煩躁不耐等習慣一直以來都是人們關注的問題。這些生理和心理的特點似乎沒有隨著時間的推移而改變。

司機的生理心理狀況是許多道路交通事故的根源。多年的事故統計數字顯示上述兩項因素至今仍是導致事故的重要原因之一。

有效的司機審查、篩選、招募及訓練程序，配以加強的行為監察項目，能持續提高司機們的主動積極性，從而保證人們所期望的安全駕駛。

安全關鍵

在石化行業，當某人處理的工作屬於高危險性，且有潛在可能造成巨大損害的情況，我們稱之為“安全關鍵”。這種損害包括財物的損失，對自然環境的嚴重破壞，對工作人員或公眾造成的傷害等。

馬來西亞職業安全及健康法 (OSH Act) 要求工作崗位歸為“安全關鍵”的人員不僅需要接受適當的培訓，還應通過測試並獲得資格認證，確保其能勝任被指派的工作。

職業安全及健康法 (OSH Act) 要求所有“安全關鍵”崗位都需受嚴密監管，備有詳細標準操作程序 (SOP)，所有相關機械都需定期保養並保持良好狀態、適合隨時使用。司機已被公眾確認為是“安全關鍵”職業，而駕駛這項活動也已被認為是“安全關鍵”活動。

培訓不足

目前，很多駕駛重型車輛及運送危險貨品的司機都沒有接受足夠的防守駕駛技巧培訓。那些接受培訓的大多只是不夠資質的司機希望通過能力測試。

行程計畫這個詞，在駕駛的語境中代表管理司機的旅程、路線及時間。理論上每一次出行都應當先在辦公室制定計劃，而後由司機在道路上執行。然而，現在的實際情況是司機在接到運送的訂單後，自行管理行程。他們可以自己決定何時出發，何時休息，甚至休息多久等。

在這種環境下，監管就意味著要有一套有效的追蹤系統，以便隨時監查司機的表現。當他在開車的時候，全球定位系統 (GPS) 會追蹤車輛而非司機。為了避免遺漏異常情況，一些GPS提供者會給客戶過量下載一大堆數據，這些量往往大到令信

息難以破解，這反而與最初的追蹤目的相悖，有本末倒置之嫌。

駕駛運輸環境裡的標準操作守則 (SOP) 要求明確指出行駛路線中所有的風險，並且全面理解司機暴露于這些風險下所承受的危險。這本守則一旦確定，便可以應用到管理許多司機的行為上，甚至可以作為輔助培訓工具來幫助訓練以後行走同一條路線的司機。

最後，在運輸行業，具備適用性的機械和裝備是針對全部卡車與掛車而言的，他們需要定期維護並保持良好性能。

應急反應及危機管理

在運輸石化產品時，司機必須隨時做好準備，應對可能發生的意外。相關機構必須有足夠培訓，充分準備並協調得當，將失控情況盡可能有效地控制住並減輕減少。

那句老生常談的“不充分的準備即是為失敗所作的準備”依然是金玉良言。在許多道路交通事故中，往往是一個細微的小事最後卻升級成了關乎人命，危及財物乃至環境的大災難。

時時刻刻為變換莫測的情況作準備——做好應急反應及危機管理——已是作為一名負責任的道路貨運商不可或缺的一部分。許多跨國客戶現已把這項工作當成是強制要求提出了。

道路運輸經營管理

道路運輸經營管理同其他安全關鍵活動的管理一樣，運輸者首先要清楚自己的職責範圍——有一份列明願景及使命的說明；發展業務、品質及安全條款；發展運輸經營指南，流程圖，程式及佈置手冊，樹立該商業、品質及安全領域的重點表現，然後朝著目標努力奮進。

道路運輸經營可被分為以下幾個領域：

- 司機管理
- 車輛管理
- 行程管理
- 應急管理
- 健康安全及環境 (HSE) 管理

為了達成安全的道路運輸經營，運輸者必須明確且切實深入地瞭解上述各項領域的內容。

在今後的幾期 Asian Trucker 雜誌中，我們的e-Response團隊將繼續與讀者分享上述要素的細節及其挑戰。



關於 e-Response

e-Response為石化、石油及天然氣行業的道路運輸安全方面提供專業的諮詢、審計及培訓服務。他們的客戶包括諸多跨國企業，如Shell、BP、Petronas、Ineos、CCM及ICI等。

e-Response是目前馬來西亞唯一經過行業認可的危險貨品 (DG) 及重型運輸車輛 (HGV) 培訓商，他們為DG和HGV司機提供以能力訓練為目的的培訓服務。

Automechanika Shanghai

上海國際汽車零配件、維修檢測診斷設備及服務用品展覽會

更多大品牌首次加盟 Automechanika Shanghai 展商對展會及市場充滿信心





亞洲規模最大的汽車零部件、維修檢測診斷設備和汽車用品展覽會，Automechanika Shanghai 將於今年12月7至10日，在上海新國際博覽中心揭幕。今年展會預計有3,600家參展商（較去年增長15%），涵蓋汽車零部件、維修保養以及汽車用品的最新產品，展覽面積達到16萬平方米。

Automechanika Shanghai 2011進一步吸引到眾多國際知名企業參展。其中，零部件及組件企業包括博格華納、美國德納、馬勒、歐司朗、松下、飛利浦等；維修及保養領域企業包括固瑞克和普碩氣動等；汽車用品、改裝及養護方面則有標榜、車僕等。業界對汽車後市場顯現出充分的信心，截止至7月初，世界百強汽車零配件企業中已有40多家業界翹楚報名參加是次展會，比例高達40%，為歷屆之最。

Automechanika Shanghai由法蘭克福展覽（上海）有限公司和中國



汽車工業國際合作總公司共同主辦，是全球12個Automechanika品牌展會之一，其他展會分佈於亞洲、歐洲、北美、南美和非洲等地。更多詳情，請登陸 www.automechanika-shanghai.com.cn 或發送電郵至 auto@china.messefrankfurt.com。

DHL

高效快速服務 F1





DHL Global Forwarding 東南亞CEO Sam Ang 告訴Asian Trucker，為保證F1300噸材料的運輸，必須嚴格堅持及時性及高效性，這些材料能裝滿約100輛貨車，在賽車季的每個周末準時送達賽場。

很多F1賽車的觀眾都理所當然地認為他們這個星期在一個國家觀看的比賽用車可以在一兩星期內就抵達幾千公里外、甚至位於另一個大洲的賽場。

然而對於DHL來說，事情遠不如人們想像得那樣輕而易舉。該公司憑借豐富經驗保證其運輸的大量貨物在每一個運送步驟中都能無誤且高效的銜接。一般來說，運輸材料至歐洲以外的地區需要至少三架747飛機和30至50個集裝箱。F1貨物由Formula One Management(FOM)及其官方物流合作夥伴DHL中央統一管理。在整個F1賽季，DHL將為每一場賽事運送超過20,000件獨立物品，通過海陸空等各種手段在緊湊的時間表內將它們送至五大洲的19個國家。

DHL的全球網絡連接世界220個國家及地區，保證在任何時候碰到車輛故障問題，都能在短時間內找到本地來源提供的替代車輛。“我們十分理解這項運動的需求--速度、精確性、可靠性以及團隊合作，而對於DHL以及F1來說，這些也是成功的關鍵。” DHL Global Forwarding 東南亞地區CEO Sam Ang 說道。

“由開始到結束，DHL始終未曾停止努力。即使實在比賽進行時，工程師們仍致力於改良工作，而他們所需的相應零件必須頃刻送到。在跑道上分秒必爭，因此一個反應快速、值得信賴且方法靈活的物流服務夥伴對於舉行這樣一項大型而講求速度的體育項目來說是至關重要的。這是一個重大的職責，但是DHL很自豪能作為F1的官方合作夥伴承擔這項責任。

在越洋運輸汽車、發動機、燃料及相關設備外，DHL同樣承擔組織工作及緊急送遞服務。有一支DHL精選的隊伍與Formula One Management(FOM)緊密合作，以保證對DHL正式賽和官方測試賽的物流支持。在每一場比賽結束後，DHL就將貨物裝載進行運輸，迅速送到下一個比賽地點。

CEO Ang 答 Asian Trucker 問如下：

AT: 請簡單介紹一下需要搬運的物品?

Ang: 每一次F1賽車對物流的要求都非常複雜。DHL有不同的細分單位，分別位於英國及意大利，負責協調車輛、設備及燃料，通過海陸空等方式為各測試賽及正式賽將材料送達各條F1跑道。

需要運送的物品包羅萬有。包括賽車及其替換零件，如發動機、輪胎及備胎等；完備的天然氣/石油；及附加貨物如電視設備，貴賓帳篷，電腦設備，手提電腦，以及超過100套無線電設備及耳機以供溝通之用。送遞物品同樣包括 Formula One Paddock Club的布置物品。這是為F1的VIP所提供的獨家招待服務。不要忘了還有其他令paddock club內的生活更舒適的設施，及為了滿足貴賓需要而準備的各項物品，包括紙巾、吸塵器及香檳等。

DHL擁有20人的專門小組，在每場賽車的周末運送約300噸的材料。同時DHL在賽場上也有提供24小時服務的營業點。這個全天候流動服務點提供的服務包括緊急運輸、清關服務、危險貨品運輸及油恆溫運輸等。

AT: 最大的挑戰是什麼?

Ang: 考慮到我們負責的每場賽事運輸都涉及平均約20,000件貨品。準備一場格蘭披治大獎賽所面對的挑戰是極其巨大的。為了保證F1300噸材料的運輸，必需嚴格堅持及時性及高效性--這些材料能裝滿100輛貨車，在每個比賽的周末準時送達賽場。

我們從事F1賽車領域的物流支持有將近30年的歷史，能提供無誤的送遞服務並憑借豐富的物流解決方案享有F1方面的全面信任。我們自2004年開始便成為F1的官方物流合作夥伴，觸角遍及220個國家及

地區，龐大的全球網絡使得運輸更快捷便利。DHL的物流技術令F1團隊能實時查詢貨物在特定時間範圍內的狀態。

AT: 運送貨物的時限問題如何?這會創造另外的問題嗎?

Ang: 一個值得信任的物流合作夥伴能提供快速、可靠及靈活的服務支持，因為運送過程中每一個環節的延遲都能造成嚴重後果。我們的責任不僅在賽季進行期間，平時也為F1提供全天候的服務支援。賽車季的基本計劃由年初開始制定，測試賽以及在各國比賽的日子會持續修訂。

在整個賽季中，數以噸計的易損貨物都要漂洋過海被送至各個賽場。對於所有以海外賽場為目的地的運輸項目，我們與Formula One Management Limited密切合作以保證所有貨物在下場比賽開始前九天能到達目的地。我們還另有一組“特別服務團隊”隨時待命，以滿足參賽團隊、組委會及贊助商的特殊需求。通過特快航班能24小時進行運輸。如有必要，我們甚至會安排專職人員上機護送緊急快件，加速清關進程，甚至帶著貨物以直升飛機直接送達賽場。

AT: 運送敏感易損的貨物或技術是否有什麼特殊要求?

Ang: 為了保證貨物的每一部分都完好無損，最關鍵是要有一絲不苟的計劃及專業水準的執行。從獨一無二的賽車到昂貴的電腦零件，每一件都需要安全地從出發地送至目的地。某些運輸項目還會要求恆溫儲存貨物，以保證其在整個供應鏈中都保存完好。

AT: 所有的貨物都用空運嗎?對於較近的地區如歐洲會否使用貨車運輸?

Ang: 賽場在歐洲時，這些賽車隊將用他們的貨車自己運輸所有物品。

AT: 將貨物從機場運到賽場所使用的是哪一種貨車?有需要使用不同車輛運輸嗎?

Ang: 根據清關要求，平板狀貨物要被直接裝載在20到40英尺的集裝箱內，被直接送到賽場拆卸。而對溫度敏感的貨物則會通過冷藏車運送。

再次需要強調的是，謹慎仔細的路線計劃，包括與有關方面妥善協調以確保符合所有道路限制方面的規定是十分重要的。憑借DHL完備的道路網絡及運營系統，我們保證每場比賽所需的物品都會準時送達。



AT:星加坡的賽車場地在市區內，這對你們是否有特別挑戰？

Ang:2010年是DHL負責星加坡F1格蘭披治大賽的物流任務並與其政府開啟交流與合作的第三年。Formula One Management Limited與DHL通力合作令服務過程高效且便利。

AT:由於F1需嚴格按照時間表進行，你們如何保證運輸過程中沒有意外故障阻礙進程？

Ang:每一項F1比賽的物流工作都有仔細計劃並且嚴格遵照時間規定進行。我們除了有將近30年的賽車行業相關經驗外，還具有準確、可靠及優秀的團隊合作精神來確保每一項順暢而迅速的物流運作。

AT:如果在供應鏈內發生了意外故障，你們如何保證這些賽車和材料仍能準時送到下一個地點？

Ang:一套優秀的物流支持需具備快速、準確、靈活等特點以應對隨時變化的情況。我們位於DHL物流中心的盡職團隊會提供全天候的服務，包括緊急運輸、清關服務、危險貨品運輸及恆溫運輸等。充分利用DHL橫跨220多個國家及地區，擁有89,000輛車的海陸空運輸網絡，我們能提供其他同行無可比擬的速度性及靈活性。



堅韌的人員及裝備

應對 Sarawak 的嚴酷環境，需要出色的團隊

Melinau Transport告訴Asian Trucker，在馬來西亞東部的Sarawak他們如何超越自身極限，應對環境帶來的艱難挑戰。



Sinotruk's Howo 6x4 自動傾卸車

作為Shin Yang集團公司成員之一，Melinau Transport Sdn Bhd享有近在咫尺的巨大客戶資源，然而在環境嚴峻如Sarawak叢林這樣的地方，要服務這些客戶也並非易事。

Shin Yang 集團公司在不到三十年前成立，並建立了許多姊妹公司。Shin Yang 及其集團公司已發展為經營多種不同事業的聯合企業集團，其業務包括船運、房地產、園藝，以及對我們讀者來說最重要的運輸。公司由四兄弟經營，現已交由家族第二代管理。Asian Trucker 在 Sarawak 的 Miri 市對 Melinau Transport Sdn Bhd 的主管 Alfred Ling Lu Khiing 進行了採訪，內容主要圍繞該公司在東馬來西亞運輸業所遇到的挑戰及其應對方案。

要求最高的客戶——集團姊妹公司

Melinau 公司最主要的宗旨歸納起來十分簡單：運輸各種材料，包括機械、鋼鐵、砂石等，然而他們實際任務遠比人們想像得更複雜。Melinau Transport 擁有各種類別的車輛共計超過1,000輛，主要是牽引車和自動傾卸車。機械和鋼鐵主要通過牽引車運輸，而自動傾卸車則用來運輸砂石，以製造水泥及建造道路，或者用來搬運建築工地上的土石。值得注意的是，據Ling所說，儘管 Melinau Transport 擁有驚人的1,000多輛貨車，他們仍未算是 Sarawak 規模最大的運輸車隊。

有鑒於這個市場的規模及巨大商機，在 Sarawak 仍有許多事業有待完成。Melinau 公司的成立就是為了滿足 Shin Yang 集團公司旗下諸多姊妹公司的需求。作為2001年才成立的公司，它可算是市場上的“新丁”。目前，Melinau的業務90%來自同一集團內部，只有10%來自外部。為了盡最大可能提升服務質素，該公司開發了自己的貨物所有者查詢追蹤服務及車隊管理系統。據 Ling 介紹，該系統的功能可與市場上任何一家類似的商用系統相媲美，但同時又為符合公司內部的需要而特別量身訂造，因而十分實用。

不同的需求，多樣的挑戰

一般來說，除去集團內部的業務需求，餘下僅占10%的外部客戶都是其他倚重Melinau強大資源網絡的貨運公司。“在Sarawak，我們當然還有許多問題需要解決。”Ling說道，“Sarawak是個與眾不同的地方，其問題也十分特別。在某些領域，我們需要在價格上競爭，而在另一些領域，我們需要特別重視位置問題。我們運輸的貨品中也有許多有棕櫚樹幼苗，這是一項季節性的生意，其主要挑戰便是要在短期內保證供應需求。”



Jungle ready

如同其他公司一樣，Shin Yang 也在尋求成長。然而他們的信條十分簡單：只有內部客戶的需求得到充分及完全的滿足後，才會有空間發展新的客戶。

該公司強調的另一項問題是人力資源管理。在營地中工作。唯一稱得上“奢侈”的配備只是一部行動電話，這樣的工作條件並非人人都能忍受。在Sarawak的偏遠地區工作十分艱辛。相比之下，倒是在Kuala Lumpur工作顯得更體面，也更有吸引力一些。

堅固可靠的貨車將占主導

Ling說：“在一個如此嚴苛的環境下，你需要更堅韌的機械。這裡氣溫高氣候潮濕，加之地形艱險。通向營地的道路並非像德國的高速公路一樣可以讓你如履平地。這為運送材料帶來了很多的壓力。”為了應付這些問題，Shin Yang成立了許多專門的工作坊，並制定了嚴格的計畫。如果一輛貨車在離開工作坊後幾個小時便拋錨，需要拖車千里迢迢趕來，或是維修團隊勞師動眾往返修理，這種情況是最不可原諒的。為了同時保護車輛和司機，凡是出入叢林的貨車都會安裝在一個類似箱籠的結構內，防止樹木壓壞駕駛艙。通常還需要安裝大量扭矩以應付Sarawak這樣的山區地形。

最近，Melinau公司向Sinotruk訂購了100輛汽車，首批21輛6x4的自動傾卸車已投入使用超過一個月，據Ling所說：“它們的表現都正如預期。”Sinotruk是公司現用機械供應商之外的另一個選擇。對於一周使用7天，一天使用16個小時的貨車來說，它們的可靠性是選擇的先決條件。Sinotruk為了解決可能出現的問題已設立了維修前哨站，配備了一切需要的機械支持。

保護環境，重中之重

馬來西亞這部分地區艱苦嚴峻的自然條件可能會嚇退一部分人，但依然有許多公司設立於此。對類似Shin Yang這樣的公司來說，保護環境是十分重要的任務。公司現在正在進行重新植樹造林的項目，對此Ling說道：“我們正期待將車輛改換為符合歐盟三排放標準的車型。”更好的空氣動力學設計能幫助減少燃油消耗，同時加強司機訓練，以共同實現產業的可持續發展。



親如一家的工作關係

公司上下，親如一家

Alfred Ling Lu Khiing是公司的主管，他的父親是其工作上的師友。整個公司的環境就如同一個大家庭一樣和睦。

他在三年前，也就是年方20歲時加入這個行業，現已完全融入業務的方方面面。集團業務包羅萬有，令他不斷地充實及成長，不僅從創立者身上學習經營理念，更從共事的同仁身上吸取經驗。

在閒暇時，Alfred Ling Lu Khiing喜歡踩單車並熱衷於健身。

“我個人認為開放的溝通交流是至關重要的，這是促使我們集團飛速發展並最終獲得成功的重要因素之一。我們仍有很多工需要完成。作為一個集團，我們不能停滯不前，還有相當大的空間可以令我們進步。”



A man with short hair, smiling, wearing a white dress shirt and a yellow patterned tie. He is standing in front of a blue background with the word "VOLVO" in large white letters. The background also features a wooden slatted railing.

VOLVO

Volvo 星加坡 - 新經理， 新團隊， 新多品牌經銷

Mark Gabel認為自己和Volvo正處在一個重要的時刻，因為他將負責Volvo在星加坡成功首開的多品牌經銷公司。星加坡這個國家地域雖然有限，但競爭卻十分激烈。

“這是我註定要完成的使命。”新任星加坡 Volvo 公司 MD 的 Mark Gabel 說道。雖然他剛加入 Volvo，但他卻帶來了多年經營汽車代理及汽車分銷的豐富經驗。Mark Gabel 的上份工作是在蒙古的一家汽車公司擔任副總裁，負責為不同汽車品牌供應零件。在那之前，他服務於 Mercedes Benz，負責在亞洲建立經銷點。十一年的相關經驗令他比誰都清楚如何進入新市場並且獲得成功。

第一家多品牌經銷點

Mark Gabel 的工作職責在趕赴 Volvo 星加坡公司上任的第一天便已開始。當時新的經銷點選址已經確定，但此外的一切都未就緒。這意味著他們的首要任務便是要招聘員工。目前，他們已經招聘了41個編制中的32個員工。借助地區總部的支援將會得到一部分的功能協助，令Mark有空間得以發展市場。這是 Volvo 在亞洲的第一家多品牌經銷點，最近的擁有類似設置的公司位於澳大利亞。經營品牌包括 Volvo、Renault 和 UD。

據 Mark Gabel 所說：“團隊、服務及產品組合會決定一個品牌在新市場的生死命運。”他表示很高興被任命為Volvo星加坡的GM，因為在一個發展如此成熟及競爭激烈的市場要從零做起實屬難得。Mark Gabel曾勝任銷售及售後服務等多個範疇的工作，他認為要具備競爭力不僅僅是體現在價格方面，與客戶的關係也扮演著重要的角色。現在，一名UD品牌專家已經上崗，隨時為此品牌的銷售及服務相關問題提供專業知識的支援。這樣安排的目的是盡可能為顧客提供最好的問題解決方案。“我們所作的一切都是為了樹立品牌體驗，為了以最好的方式服務客戶。” Mark Gabel 說道。

經驗豐富的團隊

Mark Gabel 對他的團隊充滿信心。他們的同事們具有30多年從事銷售的經驗。甚至在這間多品牌經銷點開幕之前，第一宗訂單就已經來了。客戶訂購的是9輛Volvo貨車，其中3輛配有I-Shift變速箱。以上銷售都與售後服務合同相結合，這是在Mark看來十分重要的。所有被訂購的9輛車都是FM車型。

當初該公司成立的最初挑戰是人員配置，而到了現階段，其重點則轉移到客戶對產品及服務的信任建立上。Mark Gabel 認為星加坡的市場競爭十分激烈。市面上充斥著各種日本及歐洲汽車品牌。然而，隨著公司專注於品牌及客戶間關係的發展，他有信心Volvo將成為客戶滿意程度第一的品牌。Volvo和UD被定位為高端品牌，雖然售價會是影響銷售的一個重要因素，但對品牌的信任同樣至關重要。

綜合發展，面面俱到

經銷點整合多個品牌，在產品供應方面可謂面面俱到。UD卡車涵蓋了載重11噸以上的中型及重型卡車種類。Renault則主要提供各種特殊車輛，比如軍用車及消防車等。Volvo汽車提供各重型車輛，其中最大的貨車為FH 16 車型，可以載重達250噸。作為Volvo East Asia 的一部分，公司可聯合

Volvo Penta、Volvo Bus、Volvo Parts、Volvo Finance、Treasury和Volvo Construction等。在擁有這些支援的前提下，很容易為客戶提供交叉銷售服務或是全套的解決方案。

Mark Gabel在亞洲定居逾9年，可算是徹底的亞洲通。現在，他已與星加坡妻子成婚逾三年半。他們都對瑞典文化十分熱衷，他的妻子目前服務於一家瑞典工業公司，據 Asian Trucker 所知，並非是貨車製造商。

星加坡經銷點目前經營車輛銷售及零件生意，於2011年8月15日試營業，並全面展開銷售及運營。正式的開業定於10月24日。Volvo Group—Trucks Asia的董事們屆時也會蒞臨，由此可見這項活動之受重視程度。

沒有一輛貨車能離開其牽引的拖車而依然被視為完整。由於貨車及其拖車組成了一個完整個體，後者對這個體的整體表現也會有所影響。要想提升拖車的性能表現，塑膠或許會是更好的製造材料。

設計界引入拖車這個概念已有大約20年，這對批量運輸可謂是革命性的創舉。作為這個行業的領先者，Jim Wink 在20多年前為市場提供了堪屬首批的半圓鋁質尾卸拖車。這個獨特的設計為拖車製造業帶來巨大的變革。輕量的設計令每位終端用戶在同樣的成本支出上得以獲得更大的收益，從而取得經濟優勢。

拖車革命新設計， 維修成本瞬減低

Wind公司的新型塑膠鋁金屬混合設計拖車能為貨車主節省不少維修的時間及金錢成本。

Wink



不斷開發，減輕用料

20多年後的今天，The Wink Trailer Corporation 再一次帶來了最新且最有效的塑膠加鋁金屬混合設計的拖車。這項前所未有的設計正在申請專利，它減去了側壁及底面鋁金屬薄片，轉以UHMW塑膠代之，其空載重量比一般設計要輕大約1,000至4,000磅。在傳統設計中，側壁及底面是以鋁金屬製造。UHMW塑膠是一種經驗證的最常見鋁質拖車內襯材料，它能減少黏著及磨損，並增強對抗衝擊的防護能力。

完善初始設計，減低維修成本

Wink的設計由創新造型支持，而無須再以固體鋁金屬薄層支撐塑膠車體。此設計通過減少鋁質薄層的替換成本而使維修變得極為容易，能節約一半甚至更多的材料成本。傳統的設計需要將車體翻轉，割斷並替換損壞的面片，移除和替換每一邊面片所需要的時間預計在40至60個小時左右。而Wink的設計則無須切割及焊接面片。圓周形的支撐結構可以分段切割並替換，針對每一次翻轉維修，減少工時可達40至50個小時。Wink的設計利用塑膠面片設計使得替換磨損的底面及剖面相對傳統設計更為快捷便利，從而可減少數以日計為修整而導致的停工時間。而替換一整套Wink 設計的UHMW 塑膠內襯的估算成本，將不超過一個傳統鋁質設計車體的底面替換成本。



保險鍾愛，塑膠拖車

Wink設計的另一項好處是減低保險成本。作為一個運輸車隊所有者，最大的成本當屬保險費用。Wink 的設計可防止 Current Market Values (CMV) 將拖車計為總出。以往對於傳統的設計，CMV 通常會決定已使用的拖車是否值得修復。而 Wink的這項設計會減少每次維修的成本，以至於幾乎沒有一架拖車會不值得進行如此低成本的維修。Wink 估算在大多數情況下，維修其設計中的一組包括頂欄杆、側面支撐、連接臂、起吊裝置及頂棚防水布的全套費用在\$10,000至\$12,000之間，而維修一組傳統設計的拖車，其費用估計在\$16,000至\$25,000之間。



如需更多資訊，請聯絡：

Wink Trailer Corporation

Rockport, Indiana

電話：(812)649-2775

傳真：(812)649-2776

電郵：jimmyw@winktrailercorp.com

www.winktrailercorp.com

Scania approved

"Scania Approved" 的標籤代表已被我們原廠的專業技術員徹底評估該車輛的狀況。車輛的動力系統健全，行車里數準確並已紀錄任何須作維修的地方。而且所有 "Scania Approved" 的車輛都有 6 個月的動力系統組件保養，包括零件及人工。

The Scania Approved label means our technicians have thoroughly assessed the vehicle's driving condition. The powertrain is sound, mileage is accurate and any needed repairs are noted. We provide 6 months driveline warranty included spare parts & labour work to all Scania Approved vehicles.



型號: R480LA6X2/4MNA
 年份: 2006
 引擎: 480匹 (12公升)
 波箱: 手動 (12檔)
 里數: 約500公里
 駕駛室: 特高頂 (TOPLINE)
 排放: 環保4型 / 廢氣循環

拖重: 44噸
 油缸: 300+300公升
 制動: 電子式全碟剎
 懸掛: 前葉片 / 後氣囊
 備註: **全新引擎**
 售價: \$755,000HKD

型號: R400LA6X2/4MNA
 年份: 2008
 引擎: 400匹 (13公升)
 波箱: 智能換檔系統 (12檔)
 里數: 約500公里
 駕駛室: 高頂 (HIGHLINE)
 排放: 環保5型 / 廢氣循環

拖重: 44噸
 油缸: 300+300公升
 制動: 電子式全碟剎
 懸掛: 前葉片 / 後氣囊
 備註: **全新引擎**
 售價: \$813,000HKD



型號: P380LA4X2MSZ
 年份: 2011
 引擎: 380匹 (12公升)
 波箱: 手動 (12檔)
 里數: 約8,100公里
 駕駛室: 標準連臥鋪
 排放: 環保4型 / 廢氣循環

拖重: 38噸
 油缸: 500公升
 制動: 鼓剎
 懸掛: 前葉片 / 後葉片
 備註: 電動車窗 / 原廠冷氣
 售價: \$770,000HKD

型號: P360LA4X2MSZ
 年份: 2010
 引擎: 360匹 (13公升)
 波箱: 智能換檔系統 (12檔)
 里數: 約12,000公里
 駕駛室: 基本
 排放: 環保5型 / 廢氣循環

拖重: 38噸
 油缸: 400公升
 制動: 鼓剎
 懸掛: 前葉片 / 後葉片
 備註: 電動車窗 / 原廠冷氣
 售價: \$638,000HKD

- * 原廠二手車 / 保養計劃 / 專人跟進 / 信心保證
- * 多款精選二手車可供選擇
- * 歡迎查詢 : 9845 7312 (吳先生)



SCANIA
 Scania (Hong Kong) Limited



International Cargo & Logistics Conference 2012

Transcend Economic Growth
Through Integration & Collaboration

10th, 11th & 12th April 2012
Kuala Lumpur, Malaysia

ICLC 2012

Conference, Masterclass & Exhibition

KEY BENEFITS

- Exploring the potential of International Logistic Hubs
- Overcoming the issue of Cargo Capacity and Market Demand
- Researching into ways of Reducing Cost and sustaining Competitive Pricing
- Analysing the prospect of the Shipping, Airline and Logistic industry
- Grasping the strategies of effective Crisis Management
- Examining methods to enhance Container and Intermodal Facilities
- Understanding the key factors of successful Supply Chain Management
- Learning the skills of competent Warehouse Management
- Discovering technologies to improve Service Efficiency & Quality
- Understanding the benefits of Environmental Initiatives

Conference Date: 10th & 11th April 2012
Exhibition Date : 10th & 11th April 2012
Masterclass Date: 12th April 2012



CONTACT INFORMATION

Evolution Mind Power Sdn Bhd

Address : Suite 16-3, Menara Mutiara Bangsar,
Jalan Liku, Off Jalan Bangsar,
59100 Kuala Lumpur, Malaysia

Phone : +6-03-22831388

Fax : +6-03-2283 6911

Email : andrewl@emp-asia.com (Registration)
nida@emp-asia.com (Speaking Enquiries)

ORGANISER GOLD SPONSOR



MEDIA PARTNER



ONLINE PARTNER



TRAVEL MEDIA PARTNER



BLOG PARTNER



Event Website: www.evolution-asia.com/iclc2012/iclc2012.html

automechanika

SHANGHAI

參觀亞洲最大的汽車零配件、維修檢測診斷設備及汽車用品展覽會

網上預登記，立即獲取入場證！
www.automechanika-shanghai.com

2011年12月7至10日

中國·上海新國際博覽中心

展會亮點

- 30個國家及地區逾3,600家展商，包括11個海外展團
- 展出面積16萬平米，覆蓋13個展館
- 匯聚零部件及組件、維修及保養、汽車用品、改裝及養護領域國際知名品牌，展示最新產品及科技
- 新設汽車用品館、新能源汽車及零部件再制造專區
- 豐富同期活動；深析熱點話題

詳情請聯絡：

電話：(852) 2802 7728

傳真：(852) 2598 8771

auto@hongkong.messefrankfurt.com

CNAICO
中汽國際

 messe frankfurt