

# Watson<sup>116</sup>N

## 屈臣氏集團 180周年誌慶

為您送上佳節祝福!







# 屈臣氏集團180周年誌慶

## 集團董事總經理專訪

屈臣氏集團由一家小藥房發展成為全球最大的國際保健美容零售商，過去一百八十年曾經歷無數挑戰。時至今日，屈臣氏集團是香港、甚至全球歷史最悠久的公司之一。  
集團董事總經理黎啟明先生回顧集團一百八十載以愛同行，並展望將來。



## 回顧這一百八十年來的業務發展，你認為屈臣氏集團成功最關鍵的因素是什麼？

我認為結合了兩個主要因素：關愛顧客和靈活應變。

當我們仍是一家小藥房，經已十分關心顧客需要。隨著時代變遷，顧客的需求也隨之而改變，同時各市場的顧客需求亦略有不同，但是我們服務顧客的熱情始終不變。

正確及清晰的目標並不代表業務一定能夠成功，尤其是零售業競爭激烈。因此，業務能持續增長，最重要的是靈活應變 — 即不斷轉型、創新、領導零售業發展，以迎合顧客需要；同時意味著要作出果斷及重大的決定，以迅速回應瞬息萬變的市場環境。

今天，我們仍不斷創新，致力為顧客帶來微笑。我們不僅創造業務佳績，同時亦時刻為顧客帶來驚喜。

*To put a smile on our  
Customers' faces*





## 一百八十年來歷盡變遷，顧客消費模式如何改變集團的營運模式？



多年來唯一不變的是顧客的期望不斷提升，因此，我們不斷革新產品及服務，引領零售業的創新。

創新，並不只是由實體店舖轉型為線上店舖，而是把兩者結合起來，使購物體驗更便捷、更有趣、更令人興奮，甚至難忘。

購物體驗變得越來越重要。顧客現在可以從世界各地購買所需產品，但絕佳的體驗並不是任何零售品牌都能夠提供。



我們視店舖為第三空間，能為顧客提供獨一無二及互動的購物環境。我們一直致力通過產品陳列、示範、產品專區和諮詢服務改善店內的購物體驗；除了產品銷售，我們更著重人與人之間的互動，所以我們不斷改善店舖環境、增加產品種類及革新購物體驗，以迎合顧客需要。

對集團來說，實體和網上商店乃互相補足，缺一不可。整合線上和線下(O+O)平台的目的當然是令購物更便捷，但亦可隨時按照個人需要提供度身訂造的服務。

對於在全球擁有超過一億三千八百萬名會員，我們感到非常自豪。這不僅為我們提供豐富的顧客購物數據，幫助我們了解顧客的需要和喜好，以調整策略迎合需求。會員計劃（包括VIP尊尚會員計劃）對顧客來說別具意義，目的是答謝他們支持，同時讓顧客知道我們相當重視他們。



## 疫情為全球帶來很多挑戰，屈臣氏集團如何與顧客同度這艱難時刻？

試想像這一百八十年來，我們經歷了多少考驗及挑戰，但二〇二〇年卻是相當艱難的一年。我們和顧客均面對非常嚴峻的挑戰，不過，我們最後成功把危機轉化為機遇，並與顧客建立更緊密的關係。

疫情顛覆了世界各地顧客的生活模式，但我們迅速應變，滿足顧客瞬息萬變的需求。我們所做的一切，是為了關心每位顧客，並以行動支持及鼓勵他們。

我們的線上和線下(O+O)策略比以往更加重要。我們利用科技與顧客拉近距離，並與他們保持緊密聯繫。自二〇一二年，集團開始加速數碼轉型，疫情期間，我們更進一步加強發展電子商貿，結果我們大部分市場的電子商貿業務迅速增長。

我們早前訪問了超過二萬二千名顧客，他們均表示會回到實體店購物，證明顧客相當重視人與人之間的聯繫。因此，在提升電子商店之餘，我們也明白到我們的角色是與顧客互動及交流，成為他們熟識、可信賴的朋友。



## 集團在全球擁有十四萬名員工，每一位都擔當重要角色，為公司作出貢獻，你有什麼想對他們說？

首先，我想藉此機會感謝每一位同事對公司的支持。全賴有全球十四萬位同事的努力，集團才能不斷茁壯成長，取得今天的成功。感謝他們代表公司，在世界各地關懷及照顧各一位顧客。

世界上沒有指南能教導我們如何領導公司走出逆境，但我們深信只要愛護員工和顧客，就能度過難關。

當我們回顧集團一百八十年的歷史，不難發現每位同事都在公司歷史中擔當十分重要的角色。今天，他們仍不斷奮鬥，為公司創造歷史。他們把公司的願景付諸實踐，每天為顧客帶來微笑，最重要的是，他們在塑造屈臣氏集團的未來。他們是最優秀的！能與他們一起取得豐碩成果，我感到十分驕傲。



## 屈臣氏集團對社區有濃厚使命感。這有何重要？屈臣氏集團如何實踐企業使命？

屈臣氏集團於一八四一年成立，當時仍是一家小藥房，但我們經已明白履行企業社會責任的重要，致力關注人們的健康，更向有需要人士贈醫施藥。我們相信，集團在社區及顧客的生活中擔當十分重要的角色，並有責任為我們的顧客、社區及環境帶來更多。

早於十年前，我們成立了全球企業社會責任委員會，每一個營運市場均有一位大使，確保我們的項目能夠順利於全球展開，並為當地社區帶來正面的影響。最近，我們成立了千禧世代企業社會責任委員會，年輕人是我們的未來，所以我們必需聆聽他們的意見和想法。十三位來自亞洲及歐洲的委員會成員為我們帶來嶄新思維及協助加快企業社會責任步伐。他們更以首席微笑專員的身份，推動全球微笑計劃，鼓勵每一個人都能笑多一點，令世界更快樂。

我們剛宣布推出屈臣氏集團微笑社區，將會在全球收集微笑照片。為慶祝集團一百八十周年，我們的目標是於二〇二一年三月前到達一百八十萬微笑指數，以響應聯合國的國際幸福日。

按此上傳你的  
微笑照片!



## 展望將來，屈臣氏集團在未來幾年的策略是什麼？

我們會繼續靈活應變，關懷顧客、員工及社區，照顧他們的需要。

我們正投資最先進的科技，為顧客提供無縫的線上及線下購物體驗，無論他們身在何處，都能享受優質的產品和服務。

另外，我們深深明白人與人之間的聯繫可以改變顧客的生活，所以我們將投放大量資源於人才培訓，令我們的團隊更專業、更優秀。

一百八十年來，集團歷盡時代變遷，我們無法想像一百八十年後屈臣氏集團的模樣。但我相信只要堅守信念，謹記我們的成功之道，定能繼續領導市場，成為世界各地顧客生活的一部份，致力令每一位顧客會心微笑。



# 雙重誌慶

為慶祝成立一百八十周年，屈臣氏集團於十二月八日特別舉行網上慶祝酒會，邀請全球頂尖零售品牌的行政總裁及超過三百位業務合作夥伴及社福機構一同參與，為連串慶祝活動揭開序幕。

屈臣氏集團亦同時邁進又一重要里程碑，於這個重要日子慶祝線上及線下店舖數目突破一萬六千家，並每年服務超過五十三億位顧客。

網上慶祝酒會舉行期間，嘉賓與集團管理層一同主持揭幕儀式，以嘉賓照片砌成的馬賽克心型圖案標誌著屈臣氏集團一百八十年來獲得全球數十億顧客的愛戴。

為了感謝對我們十分重要的顧客及同事，並慶祝周年誌慶，集團旗下全球業務單位將開展一連串活動讓員工及顧客參與，並積極回饋社會。

 立即觀看活動短片!



### 1841年 - 成立之始

在1800年代初期，當時香港仍然是一個小漁村。香港大藥房於1841年成立，是當時香港首家專門售賣西藥的藥房



### 2000年代 - 進軍歐洲市場

屈臣氏集團於2000年收購英國保健及美容零售連鎖店Savers，正式進入歐洲市場，其後更收購多個歐洲大品牌，包括Kruidvat、Superdrug、Trekpleister、Drogas、Rossmann、ICI PARIS XL、Marionnaud以及The Perfume Shop



### 未來 - 延續我們愛的承諾

2021年，作為香港以至全球歷史最悠久的零售商之一，屈臣氏集團慶祝成立180周年。過去180年來，集團與顧客一同歷盡時代變遷。然而，始終如一的是我們堅守的承諾：致力令每一位顧客會心微笑



OUR PURPOSE

To put a smile on our Customers' faces



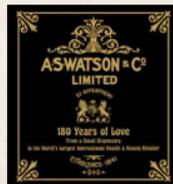
### 1970年代 - 在亞洲崛起

集團秉持企業家創業精神，不斷擴展業務。集團自1987年起拓展海外市場，業務擴展至整個亞洲，務求讓各地顧客活得更美麗、更健康



### 2010年代 - 與顧客緊密連繫

多年來，我們與時並進，保持領先地位。自2012年起，集團積極開展數碼化轉型，時刻與顧客保持緊密聯繫，為他們提供全天候無縫的線上及線下(O+O)體驗



網上瀏覽  
180周年歷史特刊!





## 屈臣氏會員數目突破一億

屈臣氏集團旗下的保健及美容旗艦品牌屈臣氏的亞洲會員數目突破一億，邁進又一重要里程。屈臣氏會員計劃自推出以來迅速發展，現已推展至全球十四個營運市場，與一眾愛好美容和追求健康的顧客保持緊密聯繫，務求令他們變得更健康、美麗。

屈臣氏會員數目龐大，由超過一億名愛好美容和注重健康的人士組成。屈臣氏致力為他們帶來更健康、更具可持續性的生活模式。透過與會員緊密聯繫，屈臣氏鼓勵他們行動起來，以 Do Good Feel Great精神一同作出正面的改變，令自己和社區變得更善、更美。





## 全球微笑行動 Smile Inside Out!

屈臣氏集團歡笑遍全球！全球微笑行動在全球二十七個市場推出，為屈臣氏集團一百八十周年誌慶揭開序幕，推廣快樂文化，並提升大眾對精神健康的關注。

我們相信微笑的力量強大，不但能感染身邊的人，更是傳遞快樂最有效的方法。我們與旗下的業務單位和供應商合作，開展一系列全球微笑計劃活動，涵蓋三個主要的健康範疇：積極運動、正面思考和愛己及人。合共發布了五百個社交媒體帖文，接觸超過七億六千萬名顧客。



屈臣氏集團香港辦公室 -  
傳遞感謝卡

香港屈臣氏賣業 - 微笑日



中國屈臣氏賣業 - 微笑日



香港百佳超級市場 - 微笑日



豐澤 - 家居Get Active



屈臣氏酒客 - 微笑挑戰



中國屈臣氏 - 笑亮童心

香港屈臣氏 - Mars 慈善捐贈

印尼屈臣氏 - Get Active IG直播教室

馬來西亞屈臣氏 - 精神健康活動

菲律賓屈臣氏 - DIY微笑口罩

新加坡屈臣氏 - 慈善跑

台灣屈臣氏 - 微笑口罩



泰國屈臣氏 - 微笑日

土耳其屈臣氏 - 健美肌膚

越南屈臣氏 - 笑亮童心

屈臣氏集團歐洲辦公室 - 聖誕送暖

Kruidvat - Get Active挑戰

Trekpleister - 自家品牌保健品推廣

Superdrug - 萬聖節慈善日



Savers - 萬聖節慈善日

The Perfume Shop - 微笑比拚

拉脫維亞Drogas - 微笑心意卡

立陶宛Drogas - 步行挑戰直播

比荷盧 ICI PARIS XL - Think Pink 慈善活動

俄羅斯屈臣氏 - 微笑挑戰

烏克蘭屈臣氏 - 微笑日

## 歡度佳節

透過聖誕廣告活動，Kruidvat呼籲顧客提早購買節日用品，避免在臨近聖誕節時購物，造成人群聚集，減低另一波疫情再次出現的風險。同時Trekpleister舉辦聖誕幸運抽獎，為節日增添歡樂，所有顧客消費滿指定金額即可參加，並有機會贏取大獎。



## 同度萬聖節

鑒於疫情下無法聚集人群，Superdrug精心設計一系列精彩的萬聖節活動。其中網上化妝班示範萬聖節潮流妝容，一眾網紅和傳媒可於家中使用品牌之前送出的化妝產品，塑造亮麗妝容。品牌特別針對一眾愛美人士設計有趣的社交媒體內容，並寄送特別訂製的工具包，令社交媒體接觸人數高達一千五百七十萬。

Superdrug ☆

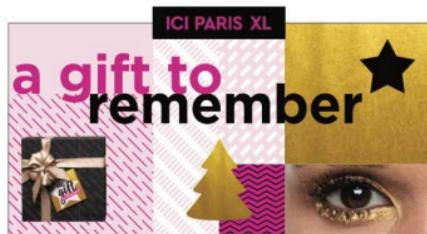
## 團隊精神

The Perfume Shop 匯集一眾網絡紅人，透過社交媒體向全球發布全新產品、最新優惠、獎項及推廣活動。其中 Scent Squad 的貼文更接觸超過一百四十萬人。同時，ICI PARIS XL 以「難忘的禮物」為主題展開十二月推廣活動。品牌美容顧問以故事形式，分享最新的潮流，並精心安排一連串倒數日曆驚喜優惠。



THE PERFUME SHOP

ICI PARIS XL



## 微笑的理由

由於疫情限制，Drogas 定期舉辦的顧客講座今年改為網上舉行，結果吸引更多顧客參與。Drogas 的顧客講座主要圍繞微笑及快樂，更邀請了在網上大受歡迎的簡約主義支持者 Laura Arnicāne 為嘉賓，教導觀眾透過清潔家居及整理思維，令自己更快樂。

Drogas

## 試不宜遲

中國屈臣氏舉辦「試不宜遲！美得省力」活動，鼓勵顧客親身到店舖體驗最新妝容。是次推廣活動透過短片及優惠券鼓勵顧客先體驗後購買，並親身嘗試屈臣氏店內提供之美容服務。此外，屈臣氏以「敢於嘗試」為主題，於一年一度的雙十一購物節前舉辦快閃活動。



## 派對時刻！

名人大使李國毅與一百位幸運顧客一同慶祝台灣屈臣氏忠實會員計劃成立十二周年。品牌為會員準備了美味的茶點和度身訂造的禮物，更安排精彩遊戲，為會員帶來驚喜，活動樂趣無窮並在社交媒體上引起熱烈回響！



## 最佳夥伴

繼二〇一九年合作成功，**台灣屈臣氏**再度與VOGUE合作，推廣#youth美容諮詢體驗室，顧客可以親身體驗divinia護膚產品。同時品牌攜手呈獻引人注目的最新設計，並鼓勵顧客試用divinia系列產品時在社交媒體平台上分享。



## 伸出援手

**馬來西亞屈臣氏**一年一度#WatsonsGetActive活動並未受到今年疫情影響而停辦，品牌今年利用網上抖音社交媒體平台向顧客傳遞健康的訊息。「Move Your Body抖音挑戰」收到接近一萬二千九百條短片，並吸引二千七百八十萬人次觀看。同時，**泰國屈臣氏**舉辦以面部護理為主題的「M.A.S.K.」活動，幫助一天大部分時間都需要戴上口罩的顧客好好護理肌膚。



## 分享愛

菲律賓屈臣氏在新常態中，不斷為顧帶來驚喜，舉辦最受歡迎產品投票活動，讓顧客及名人投選出最喜愛的產品。店舖為此進行特別佈置，一眾網絡紅人亦在網上分享了他們最喜歡產品的故事。活動更在Facebook和Instagram社交媒體上進行推廣，宣傳不同購物方式，並連結至屈臣氏電子產品目錄，方便顧客購物。



## 嶄新構思

新加坡屈臣氏在萬聖節期間為店舖佈置，增添節日色彩，吸引路人光臨店舖。印尼屈臣氏推出全新 Natural by Watsons 馬賽克限量版，該產品系列完全採用天然成份，不含羥基苯甲酸酯和染色劑。活動更向顧客展示如何於包裝上寫上姓名，將產品變成個人化的禮物。



## 化不可能為可能

香港百佳超級市場已經在全港一百家零售店舖推出「IMPOSSIBLE MEAT 植物肉」。產品由植物成份製成，首次於美國以外的地區發售。同時，豐澤舉辦一年一度的感謝祭，每天為顧客帶來驚喜折扣及最新優惠，包括雙十一優惠及會員獨家額外折扣。





## 舉杯慶賀

屈臣氏酒窖發行一套四張以香港為主題的明信片，讓顧客可在聖誕節與親友分享節日喜悅，並傳播正能量。全新推出的新奇士果凍汽水令人心情躍動！汽水含有檸檬汁及口感十足的方形果凍。飲用前搖一搖，味道更滋味！

Watson's Wine 



屈臣氏集團

社會資本動力獎 - 社會資本卓越夥伴獎(企業組別)

社會資本動力標誌獎  
(勞工及福利局主辦)

豐澤 FORTRESS

二〇二〇十大優質網店大獎 - 金獎  
(香港零售管理協會主辦)

PARKNSHOP

香港  
二〇二〇十大優質網店大獎 - 銀獎  
(香港零售管理協會主辦)

Watson's Wine

二〇二〇十大優質網店大獎  
(香港零售管理協會主辦)  
二〇二〇亞洲電子零售商卓越大獎  
(電子商貿協會主辦)

watsons

香港  
二〇二〇亞洲電子商貿大獎

- 二〇二〇年度電子商貿零售商
- 最佳電子商貿物流服務 - 金獎
- 最佳電子商貿計劃(意見領袖行銷) - 金獎
- 最佳人工智能應用 - 金獎
- 最佳創新電子商貿 - 銀獎
- 最佳電子商貿計劃(跨地域/市場) - 銅獎

(《Marketing》雜誌主辦)

香港

二〇二〇十大優質網店大獎 - 銀獎  
(香港零售管理協會主辦)

中國

二〇二〇艾菲效果營銷獎(數字資產增值類) - 金獎  
(大中華區艾菲獎主辦)

台灣

二〇二〇艾菲效果營銷獎(零售) - 金獎  
(大中華區艾菲獎主辦)

泰國

泰國Twitter大獎 - 最佳Twitter #Onlyon 發布  
(Twitter主辦)  
二〇二〇泰國LINE大獎 - 最佳LINE TODAY獎  
(快速消費品、零售及電子商貿類別)  
(LINE主辦)

印尼

印尼內容營銷大獎最佳內容營銷應用(零售類別) - 第二位  
(印尼內容營銷論壇主辦)

Drogas

拉脫維亞  
二〇二〇拉脫維亞最受歡迎品牌 - 第十三位  
(Brand Capital Research主辦)

Kruidvat

荷蘭

二〇二〇艾菲獎 - Covid-Leffie  
(傳訊顧問協會及廣告商協會主辦)

二〇二〇荷蘭互動大獎 - 銀獎  
(Emerce主辦)

二〇二〇最超值貨品 - Kruidvat Maxi 4嬰兒紙尿片  
(消費者協會主辦)

比利時

二〇二〇最超值貨品 - Kruidvat Maxi 4嬰兒紙尿片  
(Test Purchase主辦)

IAB MIXX 大獎最佳影響力人物計劃 - 金獎  
(比利時市場學協會、《Inside》雜誌及 Digimedia.be主辦)

Superdrug ☆

二〇二一金融時報多元化領袖排名第十位 (零售)  
(《金融時報》主辦)

全球市場表現大獎 - 最佳零售及電子商貿活動  
(PeformanceIN主辦)

ICI PARIS XL

比利時及荷蘭  
內容營銷大獎最佳數據應用策略 - 銅獎  
(傳訊公司協會主辦)

比利時

內容營銷大獎最佳發布策略 - 金獎  
(傳訊公司協會主辦)

比利時年度最佳香水店

比利時年度最佳網店大獎  
(ABN-AMRO主辦)

十一月至十二月



中國屈臣氏 - 一百四十四家新店開幕



馬來西亞屈臣氏 - 二十二家新店開幕



泰國屈臣氏 - 八家新店開幕



菲律賓屈臣氏 - 三十七家新店開幕



阿聯酋屈臣氏 - 杜拜節日城新店開幕



印尼屈臣氏 - 五家新店開幕

十一月至十二月



越南屈臣氏 - 三家新店開幕



Superdrug - 格拉斯哥美容概念店開幕



比利時Kruidvat - 三家新店開幕



Trekpleister - 一家新店開幕



ICI PARIS XL - 兩家新店開幕



“ ”

每次在街上看到有人拿著  
屈臣氏購物袋，我都感到  
十分自豪，因為我有幸能  
為大眾服務。

**Patrick Shaun Yu**

菲律賓屈臣氏  
市場推廣經理



“ ”

作為意大利人，能夠向顧客介紹  
意大利酒，我感到十分自豪。  
我最開心是能令每位顧客  
稱心滿意。

**Centanni Concetta**

屈臣氏酒窖  
美酒專家



“ ”

屈臣氏集團對我來說就像  
一個大家庭，陪我經歷了人生  
最重要的階段。

**Laura Lombardo**

米蘭eLab  
數碼服務專員



“ ”

公司給予我不少晉升機會，  
讓我體驗不同工作崗位，  
獲益良多。

**Sharon Bishop**

The Perfume Shop  
店舖營運主管



“一位熟客的小狗近日去世，她很遺憾未能跟小狗合照。我記起我曾在微笑行動活動期間在店舖為她拍攝一張和女兒及小狗的合照。我在手機裡找到這張相片並與她分享，一個簡單的舉動令她喜極而泣。”

馬世昌  
豐澤  
高級顧客顧問

“當我向一位經常出差的顧客表示他可以選購產品同時獲得一份免費禮品，他十分高興並立即登記成為會員。他告訴我由於疫情肆虐，出差令他倍感壓力，但是次購物體驗令他的旅途愉快。我很高興能夠令每一位顧客會心微笑。”

Karan Virgincar  
Superdrug  
店舖組長



## 傳遞快樂！

疫情改變了很多人的生活模式，但我們沒有停止關愛社區，為他們帶來更多愛及歡笑。今年，**屈臣氏集團**世界各地的義工團隊探索全新的方法去服務當地社區，幫助有需要人士。

集團動員超過一萬名義工，服務逾七萬小時，於兩個月內幫助了二十四萬名有需要人士。現在就一起回顧Smile For Good全球義工行動的精彩活動吧！



屈臣氏集團香港辦公室 - 英語工作坊



香港屈臣氏實業 - 虛擬長者微笑日



中國屈臣氏實業 - 長者探訪



香港百佳超級市場 - 全城捐食



豐澤 - 師友計劃



屈臣氏酒窖 - 關愛長者



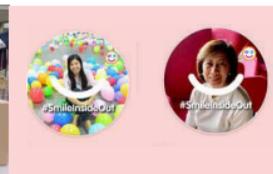
中國屈臣氏 - 關愛特殊兒童



香港屈臣氏 - Get Active 虛擬運動營



馬來西亞屈臣氏 - 口罩捐贈



菲律賓屈臣氏 - 微笑大使



新加坡屈臣氏 - 清潔沙灘



台灣屈臣氏 - 清潔海岸



泰國屈臣氏 - 關愛患病兒童

土耳其屈臣氏 - 動物收容所籌款

印尼屈臣氏 - 虛擬健與美教室

屈臣氏集團歐洲辦公室 - 微笑出行

國際採購部蘇黎世辦公室 - 城市清潔日

Kruidvat及Trekpleister - 食物銀行捐贈



比利時Kruidvat - 動物收容所探訪

Savers - Marie Curie 籌款活動

Superdrug - Marie Curie 籌款活動

The Perfume Shop - 食物銀行捐贈

拉脫維亞Drogas - 關愛患病兒童 立陶宛Drogas - 長者愛心信件



比利時及盧森堡ICI PARIS XL - Think Pink 慈善活動

荷蘭ICI PARIS XL - 關愛長者

俄羅斯屈臣氏 - 兒童醫院捐贈

烏克蘭屈臣氏 - 捐贈書籍

240,000+  
名受惠人士

10,000+  
名義工

70,000+  
個服務小時

28 個  
業務單位  
227  
項活動



## 女孩力量

香港屈臣氏與寶潔合作舉辦#LikeAGirl活動，鼓勵時下女性建立自信心。顧客兩個月內，凡於香港屈臣氏店內購買指定產品，屈臣氏及寶潔將會向「願望成真基金」捐出善款，幫助患病的兒童實現願望。



## 綠色生活

屈臣氏蒸餾水舉辦「探索：Go Green之城」活動，鼓勵顧客將飲用水膠樽回收。活動透過「滴滴賞」流動應用程式鼓勵顧客尋找回收點並獎勵參與膠樽回收的會員。新加坡屈臣氏宣揚「減塑膠，愛地球」的訊息，呼籲顧客自備購物袋或購買屈臣氏全新推出的環保袋。每逢星期二，膠袋的收費為1毫，所有收集到的款項將撥捐世界自然基金會。



## 環保決定

印尼屈臣氏推出「可持續選擇」計劃，方便顧客將環保融入日常生活。該計劃致力推廣無添加美容產品，並鼓勵顧客選購補充裝、環保包裝及含天然成份的產品。品牌網站及流動應用程式均設有「可持續發展產品」專區，方便顧客更快捷找到所需的環保產品。



## 助人為樂

烏克蘭屈臣氏的「Watsons Angel」計劃，為患有先天性心臟病兒童籌款，讓低收入家庭的兒童能進行手術。**馬來西亞屈臣氏**一直致力提高市民對乳癌的認識，早前舉辦Xtra OKtober活動推出限量版購物手挽袋以供顧客選購，並將收益撥捐乳癌認知協會。其中由社交媒體名人創作的抗癌電影吸引超過一百五十萬人次觀看。

[立即觀看短片!](#)



## 愛的魔「髮」

◎奧地利

奧地利Marionnaud來年致力為顧客帶來健康美麗的秀髮，並加強推廣現有品牌及全新獨家品牌和產品，包括Elenature頭髮護理系列及Sturmayer髮梳系列。網上店舖更特設護髮專區，並將發布有關頭髮護理的貼文並舉行社交媒體活動。



## 愛心洋溢

◎羅馬尼亞

為慶祝品牌周年紀念月，羅馬尼亞Marionnaud發起活動，傳達所有人都擁有內在美的訊息，以及舉辦「Give With Us」活動，旨在籌款幫助需要網上學習的兒童購買電子設備。

## Marionnaud 資訊

## 得獎者是.....

◎法國

法國Marionnaud五款於今年研發並推出的Skin Système系列產品日前榮獲Victoires de la Beauté大獎，這是首個由消費者投選出來的化妝品大獎。該獎項充分反映品牌產品的優良品質。



## 長和與Cellnex達成 100億歐元發射塔協議

長江和記同意以100億歐元出售歐洲發射塔資產權益與業務予歐洲領先的無線電訊及廣播基建營運商Cellnex Telecom，並與Cellnex就集團日後無源基礎設施需求建立長期策略夥伴關係。

協議牽涉的六項交易將局部釋放集團的電訊業務價值，為集團及旗下CK Hutchison Group Telecom (CKHGT) 帶來策略及財務效益，以及加快所有CKHGT跨國網絡推出5G服務。在奧地利、丹麥和愛爾蘭的交易將於今年完成，餘下的交易預期在2021年內陸續完成。





# 我問你答

1. 屈臣氏集團將於二〇二一年慶祝踏入甚麼里程碑？
2. 香港大藥房於哪一年成立？
3. 屈臣氏在亞洲擁有多少名會員？

超級大獎 (1)  
攝影穩定器



金獎 (1)  
眼部按摩器



銀獎 (1)  
電子手錶



## 第一一五期答案

- 1) 一百八十載·以愛同行
- 2) 十周年
- 3) 橙花口味

### 超級大獎 (潔面儀)

姓名	公司及部門
Vinny Huang	台灣屈臣氏資訊科技部

### 金獎 (隨身負離子空氣清淨機)

姓名	公司及部門
Lieven Herman	比利時ICI PARIS XL電子商貿部

### 銀獎 (超聲波清洗機)

姓名	公司及部門
Eunice Tse	屈臣氏集團人力資源部

截止日期：二〇二一年二月二十八日

要贏取豐富的獎品，現在只需把你的答案連同聯絡資料傳送至 [WatsOn@aswatson.com](mailto:WatsOn@aswatson.com)

## 屈臣氏集團

屈臣氏集團起源於一八四一年，時至今日，集團已成為全球最大的國際保健美容零售商，業務遍佈全球二十七個市場。

集團旗下經營超過一萬六千家零售商店，種類包括保健及美容產品、高級香水及化妝品、食品、電子產品、電器及高級洋酒。此外，集團亦是歷史悠久的飲品生產商，製造一系列瓶裝水、果汁、汽水及茶類飲品，並透過其國際洋酒批發商及代理商，銷售世界優質名酒。

屈臣氏集團聘用超過十四萬名員工，是業務遍佈全球的大型跨國綜合企業長江和記實業有限公司的成員。長江和記業務遍及超過五十個國家，經營港口及相關服務、零售、基建、能源以及電訊等五項核心業務。

### 編輯委員會

顧問：黎啟明

主編：倪文玲

委員：

• 集團總部：Clare Forrester 彭秀群 李民漢

• 保健及美容產品：Nuanphan Pat Jayanama

Jose Mes

• 高級香水及化妝：Cathy Newman Marjolein Geenjaar

• 製造部：蕭健敏

出版：屈臣氏集團

香港新界沙田火炭禾寮坑路1-5號屈臣氏中心

網址：[www.aswatson.com](http://www.aswatson.com)

電郵：[WatsON@aswatson.com](mailto:WatsON@aswatson.com)

© 屈臣氏集團 • 版權所有



長江和記實業成員