

Watson¹¹⁸N

屈臣氏集團開創 O+O 線下及線上零售新標準



第二季 • 二〇二一年





屈臣氏集團開創 O+O 線下及線上零售新標準

屈臣氏集團開創 O+O（線下及線上）零售新標準。此零售模式令我們能真正緊貼顧客所需，大大提升與顧客的聯繫及互動。

O+O零售策略是集團的業務核心，憑藉科技與人工智能技術，集團透過O+O線下及線上平台，隨時隨地為全球超過五十九億位顧客提供服務。

本文將闡釋何謂O+O零售策略、O+O的重要性和運用，以及O+O如何塑造零售業的未來。



何謂 O+O 零售策略？



實體店舖和網上商店並非對立或二擇其一，O+O才是零售新標準。簡單而言，O+O就是現今同時融合線下及線上的顧客購物模式。

過往傳統的O2O（線下至線上/線上至線下）營銷策略單向地將顧客由一個平台帶動到另一個，增加銷售。然而，O+O卻截然不同，透過無縫結合線下及線上平台，O+O零售模式有助我們更緊貼顧客需要，讓他們隨時隨地都能在不同平台上盡享購物樂趣。

O+O零售新標準所指的不是實體零售商開設網上商店便能夠應付現今顧客的生活模式，而是背後需要結合科技、大數據及人工智能的生態系統。

更重要的是，O+O代表企業內的文化革新。O+O必須成為管理業務和確定優先事項的核心。

“

有人說傳統零售業已經式微，但事實並非如此；相反，零售業的關鍵是創新及與時並進，而O+O正是零售業的新標準。過去一年的疫情凸顯出O+O零售策略的重要，它不單能提供無縫的購物體驗，亦大大提升與顧客的互動。

黎啟明

屈臣氏集團
集團董事總經理

”



O+O 有何 重要 ？

疫情加快了行業的變革速度。O+O不應被視為想像中的未來零售概念，而是現今零售業必須採用的模式。

過去一年，O+O零售策略更顯重要。我們製作了雙倍的社交媒體內容，與顧客保持緊密溝通。另外，為了滿足顧客需求，我們把店舖用作配送中心，令存貨空間多一倍，貨品得以於數小時內送達顧客手上。

O+O零售策略除了令顧客受惠，亦為我們的業務帶來增長。

屈臣氏集團的顧客調查顯示，有七至八成的顧客在店舖購買產品前會先透過網絡或社交媒體進行搜查。調查亦發現，現今所有年齡層的顧客均愈來愈多使用智能電話及互聯網。當顧客使用O+O服務購物時，對實體店銷售額並沒有出現競食效應，相反，在我們實體店及網店均有消費的O+O 顧客群消費額，是只於實體店購物顧客的三倍。

因此，O+O零售策略既符合商業邏輯，又能提升顧客生活質素，一舉兩得。



如何應用O+O？

我們一直秉承顧客至上的原則，而O+O零售模式當然亦以此為核心。所有顧客都希望能隨時隨地買到所需要的產品，同時亦渴望與人接觸及互動，並建立關係。顧客期望我們能提供與眾不同的產品及服務。

集團利用一萬六千多家龐大的實體店舖網絡作為與顧客的日常接觸點，配合由十四萬名員工組成的強大顧客服務團隊，為實體店及網店顧客服務，再結合一百多個線上平台以及我們超過一億四千萬位忠實會員的緊密聯繫，有助我們提供完善的O+O購物體驗以迎合顧客所需。這些數據基礎均由人工智能及大數據所支援。

無縫結合所有實體店舖及數碼平台，集團每家店舖所提供的產品不再受制於有限的貨架空間。若顧客心儀的產品在店內沒有存貨，店員可直接替顧客在系統訂購，並安排送貨或到店自取。此外，集團亦透過不同的社交媒體及數碼平台與全球所有忠實顧客連結，他們不但可以在集團旗下的網上商店或流動應用程式上購物，更可透過WhatsApp、微信或電話直接購物。



O+O成為集團實體店及網上商店的核心，有助我們發展出以下的數碼體驗服務：

O+O 付款方式

WatsonsGO:

顧客可透過流動應用程式，在店舖內購物及結帳，免卻排隊的時間。WatsonsGO最先於中國屈臣氏推出，現更推展至香港及新加坡屈臣氏



O+O 顧客體驗

Go-In-Store:

顧客在網上商店購物時可透過視像對話，即時與店內美容或健康顧問交談，享用個人化諮詢服務



ColourMe:

運用擴增實境(AR)技術，讓顧客可以利用虛擬試妝服務及虛擬染髮工具選購合適產品



MyStore:

顧客可透過微信的MyStore向店內美容顧問徵詢個人化建議



皮膚分析儀：

皮膚分析儀可為顧客分析皮膚類型及狀況，並提供產品推薦



O+O 顧客體驗

虛擬粉底試妝：

即將推出的嶄新應用程式，
幫助顧客尋找最適合其膚色的粉底

新登場



點購站：

讓顧客透過店內的電子屏幕選購產品，
自選分店取貨或把產品送到府上



O+O 送貨方式

我們善用龐大的店舖網絡，為顧客提供三十分鐘內的網購店取服務，或一小時內送貨到府服務，
令購物更便利



零售業的未來

O+O不僅是現在零售業的新標準，更塑造了零售業的未來。

為了保持O+O零售的領先地位，我們必須從多方面為顧客提供優越購物體驗：由便利的地點、優質產品及數碼體驗，以至美容與保健服務、送貨方式（到店自取或送貨）以及付款方式，均能迎合或超出顧客期望。

集團的增長策略焦點將繼續放在O+O零售模式上，務求吸引更多顧客成為O+O會員。我們將繼續緊貼顧客的生活及購物方式，不斷作出調整以滿足他們的需求。

縱使未來瞬息萬變，但我們將繼續實踐集團的承諾 - 致力令每一位顧客會心微笑。我們相信，開心的顧客亦代表穩健、可持續發展的業務。



▶ 觀看短片了解集團O+O零售策略!

“

我們獨特的O+O策略
將成為集團最關鍵的優勢。
實體店舖為顧客提供無可取代的
O+O購物體驗，是集團成功的基礎。
我們為顧客帶來無縫的購物體驗，並努力
成為他們心中最愛的品牌。



黎啟明
屈臣氏集團
集團董事總經理

”

英雄集結

為慶祝**屈臣氏集團**一百八十周年誌慶，集團早前特意推出Love Hero嘉許計劃，邀請香港辦公室的同事於內部通訊平台WatsUp嘉許他們心目中的英雄同事！活動反應熱烈，短短兩星期已收到超過一千一百個嘉許，當中十八位分別來自各個業務單位獲得最多嘉許的同事更可每人獲贈港幣一千八百元的購物現金券，以表揚他們的熱心助人的精神！感謝同事一直以來的努力，希望大家能繼續攜手為集團帶來更多微笑更多關愛！



整「妝」待發

為答謝母親，**比利時Kruidvat**與歐萊雅攜手合作，在全國駕駛一部美妝巴士，邀請已為人母的顧客在車上享用專業的彩妝服務。顧客可以透過社交平台Facebook或Instagram提名自己的媽媽參加活動。同時，**Trekpleister**舉行感謝活動，現凡購買自家品牌產品的顧客即有機會贏得電動單車，每星期抽出一位幸運兒，回饋忠實顧客。



及早預防

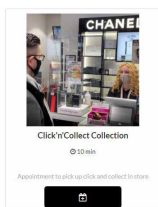
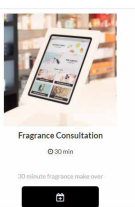
Superdrug與領先的婦科癌症慈善機構The Lady Garden Foundation攜手合作，旨在提升公眾對五種婦科癌症的認識及提高子宮頸癌篩查的參與率。Superdrug的護士及藥劑師接受過有關方面的培訓，可以向顧客提供建議。計劃更邀得喜劇演員Emily Atack參與，鼓勵更多婦女預約檢查。

Superdrug ☆

安心又安全

The Perfume Shop為顧客推出全新的店內服務預約系統，結合數碼科技及經驗，透過O+O線下及線上平台，為顧客提供個人化服務，讓他們恢復正常生活，安心購物。顧客現時可在品牌的網站上預約十分鐘的網購店取時段或三十分鐘的個人諮詢服務，避開人群聚集。

THE PERFUME SHOP



火辣新形象

ICI PARIS XL誠意呈獻Armani Beauty系列，融合優雅與簡約風格，產品輕盈持久且易於上妝。系列現已在網店及實體店發售。此外，品牌亦推出BE Creative Make Up Wanderlust系列，以充滿異國風情的化妝產品，滿足顧客對旅遊的慾望。整個系列的產品皆有純素及零殘忍認證。

ICI PARIS XL

緊密聯繫

香港屈臣氏推出#WatsFun日韓會員祭，讓顧客無需出國旅行亦能購得日韓心水產品。屈臣氏提供數百款產品及眾多獨家產品，而且獎品源源不絕，驚喜連連。品牌亦與3香港合作推出SoSIM電話儲值卡，在屈臣氏的網店及門市均有發售。



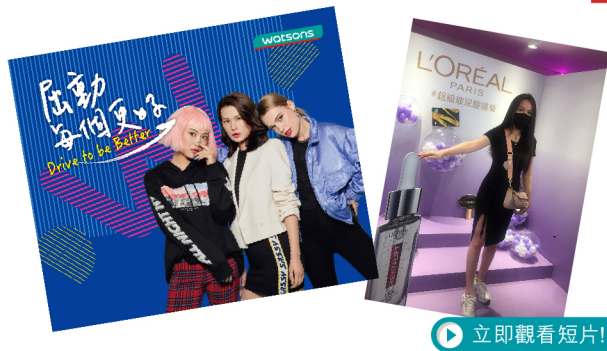
驚喜登場

中國屈臣氏邀請創作歌手蔡徐坤成為新任的品牌代言人，並於四個城市推出任你放試音樂主題店活動，吸引大量顧客參加。與此同時，新加坡屈臣氏與LINE FRIENDS合作推出聯乘產品、限量版贈品及禮品卡。品牌更舉行主題快閃活動，提供每日精選優惠及設有社交媒體最佳相片獎。



活得更美好

台灣屈臣氏明白到在疫情的影響之下，顧客對生活的期望有所改變，除了追求物質生活，更追求心靈滿足。因此，屈臣氏啟動「屈動每個更好」品牌煥新計劃，緊貼他們的需要。此外，三十位尊尚會員更獲邀出席會員限定活動，獨家體驗歐萊雅的新產品。



立即觀看短片!



創新感覺

泰國屈臣氏與Oab's護膚品牌推出了三款護膚產品，產品由天然成分製成，適用於所有膚質，在門市及網店獨家發售。同時，馬來西亞屈臣氏推出了退款保證計劃，顧客可以退還任何不滿意的自家品牌產品，並獲全額退款。計劃展示屈臣氏提供物超所值的獨家優質產品，涵蓋產品種類超過一千款。



一同慶賀

菲律賓屈臣氏熱烈慶祝達到三百萬名會員的里程碑。為答謝忠實會員多年來的不斷支持，屈臣氏向會員提供積分獎勵、免費送貨服務及精彩獎賞。此外，品牌亦隆重介紹專為最年幼顧客而設的產品—屈臣氏嬰兒紙尿片，提供市場上最實惠的選擇，現已在網店有售。



最新推介

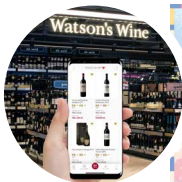
印尼屈臣氏獨家推出一款經清真認證的優質護膚彩妝品牌 SOMETHING，產品專為品味非凡及愛好戶外活動的顧客而設，價格相宜。同時，土耳其屈臣氏推出美妝品牌 Revolution 與熱門電視連續劇 Friends 的聯乘活動。Revolution x Friends 系列現已推出，並在線下及線上平台宣傳，反應熱烈。



方便體驗

豐澤在O+O線下及線上平台推出手機以舊換新服務。顧客除了可以在實體店買賣手機外，亦可在網上取得估價及預約速遞員上門收機，簡單方便，完成後更可獲贈電子優惠券供下次使用。此外，香港百佳超級市場為易賞錢會員獨家提供動漫角色《鬼滅之刃》的家居用品系列，吸引一眾粉絲換購。

豐澤 FORTRESS PARKNSHOP



清爽醒神

屈臣氏酒窖根據顧客問卷調查所收集的意見，升級了網站及手機應用程式中「我的收藏」的功能，方便顧客輕鬆建立個人的珍藏美酒庫！此外，新奇士現正推出一系列韓風口味飲品，包括新奇士菠蘿味梳打汽水及新奇士artisee伯爵茶拿鐵。而新的if季節飲品包括在泰國新鮮製造的清爽菠蘿汁及龍眼汁。

Watson's Wine

Sunkist

if
LOCAL SENSATION



屈臣氏集團

亞洲一百強零售商排名第三十四位

(Euromonitor主辦)

金星級僱主

(資歷架構主辦)



屈臣氏集團



Watson's Wine

運動友善計劃 - 嘉許企業

(香港中華基督教青年會主辦)



屈臣氏集團



無障礙網頁嘉許計劃 - 銀獎

(香港特區政府及香港互聯網註冊管理有限公司主辦)



無障礙網頁嘉許計劃 - 友善級別網頁

(香港特區政府及香港互聯網註冊管理有限公司主辦)



香港

最受歡迎快速消費品零售商第一位

(慧科主辦)

印尼

二〇二一印尼WOW品牌大獎(連鎖藥房) - 銅獎

(Markplus Inc主辦)

土耳其

購物中心內最受推崇及歡迎品牌(個人護理及美容類別) - 金獎

(購物中心及投資者協會主辦)

土耳其社交媒體大獎 - 銀獎

(土耳其市場雜誌及 BoomSonar社交媒體代理公司主辦)

四月至五月



中國屈臣氏 - 四十六家新店開幕



馬來西亞屈臣氏 - 六家新店開幕



泰國屈臣氏 - 三家新店開幕



菲律賓屈臣氏 - 十家新店開幕

四月至五月



Trekpleister - 一家新店開幕



Kruidvat - 四家新店開幕



The Perfume Shop - 三家新店開幕



比利時ICI PARIS XL - 一家新店開幕



“某日下午，一名顧客前來店舖，但由於語言障礙，無法與店員順利溝通。我協助她找到所需產品並講解使用方法。顧客對我們的優質服務大為讚賞，離開時更報以微笑，令我感到十分滿足。”

賴婉琚
台灣屈臣氏
藥劑師

“我們邀請一家大小參與復活節獵蛋活動，希望能為一眾家庭帶來節日歡樂氣氛。參與的小孩搜尋復活蛋的途中會得到不同的提示，最終可到達我們的店舖換領獎品，而家長亦可在店內購物。看到大家全情投入活動，我們亦樂在其中！”

Esther Mol-Keizer
荷蘭Kruidvat
店舖經理





“ ”

疫情中，社交媒體有助
我們繼續為顧客帶來一流的
顧客體驗及促進O+O線下及線上
的顧客聯繫。

莊嘉隆

香港屈臣氏
助理培訓經理（美容）



“ ”

我曾到雲南參與集團的笑亮
童心行動，見證唇顎裂兒童重拾
美麗笑容，成為我在公司工作
二十八年來相當重要的回憶。

梁美嫦

屈臣氏實業
高級人力資源主任



“ ”

我很感恩能有機會在乳癌關注月
到療養院探望乳癌患者，
為他們帶來鼓勵及支持。

Wendy Steegen
ICI PARIS XL
店舖經理



“ ”

*Drogas是我第二個家! 這裏幫助
我的個人成長及發展我的專業。*

Vadim Polhleb
拉脫維亞Drogas
助理產品類別經理

可持續產品 SUSTAINABLE (HOI(ES)

為減少生態足跡及積極保護地球，**屈臣氏集團**一直致力開發一系列可持續發展產品，鼓勵顧客關注環境保育，建立綠色生活。

LOOK GOOD
DO GOOD
FEEL GREAT

屈臣氏以可持續發展作為產品開發及採購的宗旨，從包裝到選擇成分，提供更多可持續發展的產品選擇，與顧客一起「Look Good. Do Good. Feel Great」。



香港屈臣氏與寶潔公司攜手推出「塑膠再生」塑膠容器回收計劃，聯同本地環保回收公司The Loops HK，推動循環再造塑膠，帶領零售市場建立循環綠色經濟。

[▶ 立即觀看短片!](#)



此外，印尼屈臣氏亦推出塑膠再生回收計劃，與指定品牌合作，向參與回收活動的顧客派發購物優惠券，以作鼓勵。



為減少產品包裝的生產及棄置數量，馬來西亞屈臣氏特別為六款Naturals by Watsons的暢銷產品推出環保補充裝並在店內設置環保補充站。這款環保補充裝的膠樽所使用的塑膠物料比一般的膠樽少百分之五十八，預計每年可減少使用超過一百三十八噸的塑膠。



新加坡屈臣氏舉行為期兩星期的關注可持續發展消費活動與顧客一同慶祝地球日。屈臣氏與Dr. Bronner's及Love Beauty And Planet於旗艦店舉辦「Bring Your Own Bottle」活動，為參與膠樽回收的顧客提供獨家禮遇及產品試用裝。



拉脫維亞Drogas在店鋪設置回收點，並向帶回膠樽作回收的顧客派發優惠券，向大眾宣傳循環再造的良好習慣。另外，品牌亦與寶潔公司合作，推廣可重用的鋁製洗頭水樽。



The Perfume Shop則繼續推行香水樽回收服務。為紀念地球日，品牌除了為參與回收的顧客提供特別禮遇，更推出優惠券，並承諾捐出種植樹木的成本予慈善機構。



ICI PARIS XL舉辦年度「Bring Your Bottle Back」活動，為帶回產品包裝的顧客提供精選優惠，並將所得的容器轉交至回收商進行回收。

發揮團隊精神

屈臣氏集團香港學生運動員獎每年都嘉許全港中小學及特殊學校中表現卓越的學生運動員，給予他們肯定。獎項自二〇〇五年創立，至今已成立十六年，共有超過一萬三千位學生獲得此項殊榮。

受疫情所限，今年的香港學生運動員獎領袖才能工作坊移師至網上進行，各得獎學生的出席率一如以往踴躍。在活動的短短兩小時中，學生都全程投入，透過學習溝通、合作及創意解難等技巧，發揮團隊精神，展現運動員「Yes I can! 搏盡無悔！」的精神！

立即觀看短片！



愛心食物

由香港百佳超級市場與惜食堂攜手合作的「全城傳愛齊捐食」活動今年已踏入第八年，他們把捐贈得來的包裝食品製成飯餐，派發予有需要人士。顧客可以在店鋪的收集點捐贈八款基本食品，同時享有特別優惠。此外，屈臣氏蒸餾水推出了PATHWATER鋁質包裝，由百分之七十的回收物料製成並且百分百可回收，又不含酚甲烷，環保又方便。



物輕情義重

為協助應對今年初新一波疫情，烏克蘭屈臣氏向國內疫情最嚴重的四家醫院捐贈家庭用品及個人護理產品。此外，為慶祝國際婦女節，拉脫維亞Drogas在當日向每位蒞臨店鋪購物的女士送上心意卡及新鮮的鬱金香，令顧客倍感窩心。



優越體驗

◎瑞士

瑞士Marionnaud為顧客隆重呈獻英國著名品牌Molton Brown，引入一系列優質香水、沐浴露、潤膚霜、蠟燭及護手產品。品牌以時尚及創新為格調，並獲高級酒店、豪華百貨公司所青睞，甚至榮獲伊麗莎白女王二世的皇家認證。



時尚媽媽

◎意大利

為慶祝今年的母親節，意大利Marionnaud推出My Flamboyant Mama彩妝系列，並邀請六位網絡紅人作宣傳，表揚溫柔、感性及偉大的母親。

甜蜜分享

◎羅馬尼亞

羅馬尼亞Marionnaud透過網絡紅人的號召力來宣傳最受歡迎的產品。深受小眾關注的網紅獲發送Nina Ricci Rouge禮盒，而人氣網紅則協助宣傳新推出的女性香水Dolce Gabbana Rose。



李嘉誠基金會捐資3,000萬港元 提升中大李嘉誠健康科學研究所科研空間及設施

李嘉誠基金會宣布捐贈3,000萬港元予香港中文大學（中大）醫學院，優化中大李嘉誠健康科學研究所科研及實驗室空間、擴充及改善動物實驗設施，以滿足醫學科研發展一日千里的需求。

提升工程將透過重組及優化空間來增加研究人員的工作空間，包括增設14個實驗台及84個實驗單位。同時，新的動物實驗設施將可容納的實驗小鼠數目大幅提升至近現時的三倍；而動物的處所將為獨立抽風間隔，大大減低動物間交叉感染的風險。整項工程預計於2022年底前完成。

基金會李嘉誠主席表示：「我一直深信，亞洲快速發展的『生命科學』經濟中，香港必有重要角色，形成一股建立未來的催化力量。必由關鍵是政府有效、有決心地創造醫學和相關學科的科研環境和投資。」



LI KA SHING FOUNDATION
李嘉誠基金會



我問你答

1. 台灣屈臣氏集團最近的品牌煥新計劃叫甚麼名字?
2. 菲律賓屈臣氏有多少名忠實會員?
3. 顧客可在The Perfume Shop的網站預約甚麼服務?
4. 影片「Are you ready for O+O?」中的第17秒提及哪4個O+O購物平台?
(提示: 觀看第8頁的影片或到此觀看:<https://bit.ly/34Hq62u>)

超級大獎 (1)
充電便攜式攪拌杯



金獎 (1)
智能運動啞鈴



銀獎 (1)
零食禮盒



第一一七期答案

- 1) 致力令每一位顧客會心微笑
- 2) Superdrug藥房為國民保健署指定的人士接種新冠疫苗
- 3) 減少電力強度三成/減少溫室氣體排放量四成/
全面去除不必要的產品包裝並淘汰聚氯乙烯/
產品包裝百分之二十轉為可再生塑膠物料/
百分百使用rPET物料製造水樽/
與微笑行動為一萬名兒童重建笑容

超級大獎 (智能跳繩)

姓名	公司及部門
Robbie Evans	Superdrug商貿部

金獎 (簡易菲林相機)

姓名	公司及部門
Vicky Shih	台灣屈臣氏市場部

銀獎 (反重力魔法球)

姓名	公司及部門
Edlyn L. De Guzman	菲律賓屈臣氏店舖發展部

截止日期：二〇二一年七月一日

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

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、基建以及電訊等四項核心業務。

編輯委員會

顧問：黎啟明

主編：倪文玲

統籌部門：

- 集團公關部
- 集團人力資源部
- 屈臣氏國際
- 歐洲保健及美容產品部
- 高級香水及化妝品部
- 製造部
- 集團可持續發展委員會及千禧世代企業社會責任委員會

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

電郵：WatsON@aswatson.com

© 屈臣氏集團 • 版權所有



長江和記實業成員