

屈臣氏

屈臣氏自有品牌 在國內打響名堂

號外：第一屆屈臣氏集團運動同樂日專輯

屈臣氏集團網站正式面世

Kruidvat 及 Trekpleister 分店經理日

屈臣氏集團

和記黃埔有限公司屬下
之零售及製造業集團





親愛的同事：

時光飛逝，二〇〇三年轉瞬將會告終。

每年這個時候，最適合回顧過去，總結集團一年來的業務發展。自年初開始，我們在歐洲六國擴展保健及美容專門店網絡，以建立一個覆蓋歐亞，在地域上比較均衡的業務組合。從和黃集團的中期業績可見，我們的擴展已帶來提升協同效益和盈利增長的成果。

在過去三個月內，集團又在全球開設了七十六家分店，所有同事都全力配合，十分忙碌。年內其他業務發展還包括：Superdrug推出全新品牌形象和零售模式、Savers 開設第三百間分店、Kruidvat 和 Trekpleister 舉辦分店經理日、百佳超級市場慶祝開業三十周年紀念，以及集團舉辦首個運動同樂日等。各項精彩活動，今期《屈臣氏事》將為你一一報道，相信大家一定不會錯過。

聖誕將至，讓我在此提醒各位同事，雖然這是集團全年最忙碌的時候，但在努力工作的同时，大家也不要忘記要與親友一起慶祝，共享歡欣佳節。謹此恭祝大家聖誕新年快樂、身體健康。



章以安
集團董事總經理

目錄

01 寰宇商訊

12 專題
屈臣氏自有品牌 在國內打響名堂

16 生活閒情

18 屈臣氏田徑會

19 社區情

20 現身說法／我問你答

21 和黃事
百年樹人

號外 第一屆屈臣氏集團運動同樂日專輯



封面故事

今期封面故事專訪中國屈臣氏董事總經理施瑞博，與大家分享自有品牌在國內的成功之道。

屈臣氏集團

起源於一八二八年，時至今日，集團已成為全球知名的零售及製造機構，業務遍佈十六個亞洲及歐洲國家。集團旗下共經營超過三千四百間零售商店，種類包括保健及美容產品、食品、電子、百貨，以及機場零售業務。此外，屈臣氏集團更是歷史悠久的飲品生產商，製造及供應一系列的瓶裝水、果汁、汽水及茶類產品，並透過其國際洋酒批發及代理商，銷售世界優質名酒。

集團聘用逾五萬五千名員工，是以香港為基的國際綜合企業——和記黃埔有限公司的成員。和黃集團業務遍及四十一個國家，經營港口、電訊、地產、能源及零售五個核心業務。

《屈臣氏事》是屈臣氏集團的員工季刊，翻印其中任何部分必須註明出處。

屈臣氏有限公司

香港沙田火炭禾寮坑路1-5號屈臣氏中心
電郵：WatsOn@asw.com.hk
由思卓設計顧問有限公司設計

編輯委員會

顧問	陳銑強			
主編	倪文玲			
委員				
總寫字樓	譚陳安娜	張麗芳		
保健及美容產品部	游詠琴	Wendy Campling	Pamela Flowers	Marie-Jose Schroote
食品、電子及百貨部	鄧惠儀	莊靜姿	彭秀群	
製造部	潘陳惠冰	區勵恒	鮑婉晴	

和黃公布中期業績



和記黃埔有限公司（「和黃」）截至二〇〇三年六月三十日止上半年度的未經審核股東應佔溢利為港幣六十億六千七百萬元，較上年度同期上升百分之二。倘不計算特殊收益及3G開辦虧損，股東應佔溢利增加百分之四十七。未扣除利息支出及稅項前盈利（「利息及稅前盈利」）為港幣一百一十三億一千一百萬元，與去年相若。每股盈利為港幣一元四角二仙，增加百分之二。半年共派股息每股港幣五角一仙，與上年度相同。

和黃旗下零售及製造業務公司——屈臣氏集團錄得營業額港幣二百九十三億五千二百萬元，上升百分之七十九，反映因收購Kruidvat 集團和亞洲與英國原有的保健及美容產品零售業務的營業額。利息及稅前盈利為港幣五億九千九百萬元，較去年增加百分之九十四，主要由於Kruidvat集團帶來了額外盈利，而集團與寶潔在內地的合資公司也得到改善。



屈臣氏集團網站正式面世

屈臣氏集團的企業網站已經面世！請即登入www.aswatson.com — 睹為快！

隨著集團在國際市場上急速擴展，這個全新網站正好作為有效的資訊平台，提供集團的最新動向和業務發展等各項資訊。

網站的設計簡潔清新，充分突顯集團的企業目標——為顧客締造優質生活。網站內簡介了集團旗下三項核心業務，並提供豐富資訊，例如透過「屈臣氏電視」，播放集團旗下零售分店的短片及電視廣告。

另外，網站亦提供各部門的職位空缺資料，方便海外及本地求職人士參考。



Superdrug 聖誕禮品展

今年七月，**Superdrug** 以「仙境」為題，在倫敦舉行了精彩的二〇〇三年傳媒聖誕禮品展。每年，Superdrug都會透過這項盛事，趕及於聖誕節前向傳媒率先介紹其琳瑯滿目的聖誕禮品，以及保健和美容產品。今年的活動，吸引了超過九十五位記者到場，是歷來參與者最多的一次。他們分別來自《Elle》、《She》和《Red》等著名女性雜誌，還有《Sunday Telegraph》、《Sunday Express》、《Sunday Times》和《Daily Mail》等全國報章。



Superdrug 優惠迎聖誕

Superdrug 於九月份舉辦了歷來最大規模的促銷活動，以低至兩折的價錢出售逾兩千件熱賣貨品，當中包括一些高級品牌、超低價商品以及各款禮品，務求騰空位置以迎接全新的聖誕禮品系列。Superdrug分店利用了各種佈置來宣傳是次活動，包括奪目的櫥窗減價海報、貨架上的價目牌，及主題陳列架等。此外，Superdrug更於九月首兩星期在英國各主要報章刊登廣告，並以郵遞宣傳攻略，在八月至九月期間，向六百萬名顧客寄出減價傳單。



Kruidvat 家庭大團聚

Kruidvat 的新總部大樓於 Renswoude 正式啟用，並於六、七月期間，把原先分佈於荷蘭五個不同地點工作的員工，一併集合於新總部工作。這個簇新總部共容納了 Kruidvat、Trekpleister、ICI PARIS XL 及 Rossmann 等超過四百名員工。新總部在九月二十七日舉行了開放日，不少同事均有攜同親友一道參觀。

早在一九九八年，Kruidvat 管理層已建議將辦公用地化零為整。籌劃多年後，這個構思終於隨著總部大樓的落成而實現。這個項目可說是 Kruidvat 總部的心血結晶，由磋商買地至申請動工，均有不少阻礙，但憑著出色的建築



Kruidvat 新總部大樓四周由庭院包圍。

設計，最終順利獲得有關當局通過。新總部的設計，予人一種超越時限之感，而大樓四周的休憩庭院，亦令工作環境更加寬敞舒適。目前，Kruidvat 的舊總部大樓仍在使用中，並透過玻璃行人天橋，與新總部接成一體。



國際保健及美容產品部副主席 Dick van Hedel 在新總部啟用儀式上為新雕塑面世揭幕。



由 Working Council 捐贈，出自雕像大師 Marga Brey 之手的 "The Stronger to Co-operation"。

Kruidvat 及 Trekpleister 分店經理日

Kruidvat 及 **Trekpleister** 每年均按照傳統，在十月第一個星期舉行分店經理日，向來自荷蘭及比利時各地近千名分店經理致謝，表揚他們在過去一年的努力和成績。

在今年第二十二屆分店經理日中，屈臣氏集團董事總經理韋以安和屈臣氏保健及美容產品部（歐洲大陸）行政總裁 Dick Siebrand 分別發表演說；而屈臣氏集團公共關係總經理倪文玲則在大會上，介紹母公司和記黃埔和屈臣氏集團的各項活動。

大會除了向多位在集團服務了二十五年的「老臣子」致敬外，並頒發全年最佳分店大獎。典禮結束後，各分店經理繼續與同事聚舊聯歡。今年的分店經理日由 Kruidvat 及 Trekpleister 採購部同事 Hans Cabout 和 José Meerveld 合力籌辦。



Badaracco 現身世界最大酒展



(左起) Badaracco 董事總經理 Paolo Cattaneo 及調酒師 Paolo Basso

今年六月，Badaracco 參加在法國酒鄉波爾多舉行的全球最大酒展——Vinexpo 2003。會上共二千五百名來自世界各地參展商，展出近三萬種佳釀，吸引了來自一百四十四個國家，逾四萬七千人入場參觀，蔚為國際酒壇盛事。

今年為 Badaracco 第十五次參加這個 Vinexpo 博覽會，Badaracco 董事總經理 Paolo Cattaneo 及調酒師 Paolo Basso 均有出席是次盛會。在拓展客戶網絡之餘，更進一步與全球，特別是新興市場的供應商加強業務往來，同時亦把握這個黃金機會，與多家波爾多酒廠及其他國際供應商會晤。



Badaracco 換新形象

Badaracco 已換上全新形象，並易名為 Badaracco of Switzerland，Premier Wine Bank，以反映其在國際洋酒貿易界的領導地位。

Badaracco 將商標重新設計，進一步突顯公司總部設於瑞士這個以高級國際洋酒貿易聞名的勝地。另外，商標由酒紅色的字體和金黃色的葡萄串組成，賞心悅目之餘，亦予人高貴專業的形象。



一級美酒 星級服務



Badaracco 剛推出獨家的長期藏酒服務，讓顧客可以把尚未成熟的佳釀，貯藏在法國、英國或瑞士的專業酒窖內。顧客可選購經 Badaracco 專家小組精心挑選的佳釀，或自行從產品目錄中，挑選心愛美酒。這項服務有助解決香港進口洋酒關稅高昂的問題，亦可讓短暫居留香港的顧客繼續搜購各地優質名酒，建立私人酒庫，以便日後隨時運返祖家。

屈臣氏：我敢發誓 保證最低價



屈臣氏集團保健及美容產品部（亞洲）行政總裁文安德，帶領香港屈臣氏格價隊伍誓言永遠為顧客提供最低價保證。

香港屈臣氏最新推出「我敢發誓」零售策略，每天為超過一千四百種最暢銷的個人護理及保健產品提供最低價保證，預計可為顧客每年節省高達港幣六千五百萬元的開支。

為貫徹價格承諾，屈臣氏特別設立了「格價中心」，並組成一支十人的「格價隊伍」，每日到各零售店鋪進行格價，實行全面監察。如顧客於同一日內發現屈臣氏的「最低價保證」產品在其他零售店的售價更低，即可獲差額雙倍奉還退款。

屈臣氏集團保健及美容產品部（亞洲）行政總裁文安德表示：「我們發現顧客並不希望只是獲得短期的促銷優惠，因此我們許下承諾，致力推行長期的價格政策。」

最低價保證

早於五月底，泰國屈臣氏亦推出了「最低價保證」計劃，有「格價專員」每周到各零售商店進行格價，並為顧客提供「差額雙倍奉還」的承諾。



泰國屈臣氏的格價隊伍舉起代表著勝利的「V」字手勢，也代表「差額雙倍奉還」承諾。

屈臣氏健與美大賞



剛過去的十月，亞洲各地的屈臣氏分別舉辦了健與美大賞。香港已是第四屆舉辦。一如以往，吸引了不少社交界名人以及供應商出席，星光熠熠。

相對香港活動的典雅隆重，中國屈臣氏的頒獎禮則在一片神秘的非洲風情中揭開序幕。超過三百名主要供應商、名人和傳媒代表均應邀出席這個色彩繽紛的盛會。

台灣屈臣氏則邀請了著名美容師牛爾、張麗卿、藝人季芹及傳媒代表等，從一百件獲提名的商品中選出「最受消費者喜愛」的年度明星商品。

屈臣氏健與美大賞將繼續成為亞洲地區每年的矚目盛事。

香港屈臣氏董事總經理戴保頓，頒發「至尊大獎」予以下得獎供應商：

1. 龍發製藥——「健體至尊大獎」
2. 寶潔——「個人護理大獎」
3. 雪肌蘭——「健美至尊大獎」
4. 香港兒童音樂劇團表演傳達健美訊息的音樂劇



台灣屈臣氏健與美大賞獲傳媒廣泛報導。



中國屈臣氏健與美大賞頒獎禮充滿非洲色彩。



豐澤 推出革命性低價保證

豐澤推出嶄新的價格政策，每天為店內所有產品提供最低價保證，開創香港電子及電器零售市場的先河。顧客於豐澤購物後當天，如發現市面上有標價較低的相同產品，均可返回豐澤門市，並享有「差額奉還保證」，即時獲得以現金奉還差額。

豐澤董事總經理杜秉達稱：「在價格上，我們絕對無可匹敵。這項最低價保證並非一次過的折扣計劃，而是公司對本地顧客的一個長遠服務承諾，而我們亦決意守信。」

全新豐澤 視野無限

注入全新店鋪概念的新豐澤，正以全方位的角度，為顧客帶來多重驚喜。除了與日俱增、琳瑯滿目的貨品外，豐澤與供應商聯手的櫥窗推廣策略亦教人眼前一亮，不但能達到產品宣傳的效果，更成功凝聚途人的目光。



豐澤與奧林匹斯合作為數碼相機作櫥窗推廣。

百佳請你免費遊埠

百佳超級市場開創香港超市業先河，向於二十一間指定分店購物的顧客，贈送亞洲萬里通飛行里數。累積購物滿港幣八千元者，可免費獲得一千分飛行哩數，滿港幣一萬二千元可獲二百分，而滿港幣一萬六千元則可獲贈三千分。



新百佳 新面貌

中國百佳廣州富景花園分店、金田花園分店和曉港灣分店於十月份以全新形象示人。

這三家分店均位於人口密集的住宅區，並揉合嶄新的店鋪設計概念，經全面革新後，大大增加了服裝、鞋帽及床上用品等紡織產品。

這次新嘗試是由中國百佳董事總經理馮硯祖一手策劃，當中結合了他的營運專長和市場經驗。紡織產品的定位在於服裝大賣場與大型購物廣場的融合，再灌注時尚的風格，以迎合顧客的口味。

百佳三十週年 與市民共賀生辰

香港百佳為慶祝開業三十週年，特意為全港市民帶來多重購物驚喜，包括各項折扣優惠、價值一百萬元的現金獎以及免費瘋狂購物等。

董事總經理貝業欣稱：「三十年以來，香港經歷了重大變化，而百佳亦因時而變，為顧客帶來更多更超值的商品。我們希望透過慶祝三十週年的機會，推出優惠答謝顧客。因為全賴他們的長期支持，百佳才有今天的成績。」



(左起) 百佳董事總經理貝業欣及採購董事衛安德雙雙出席百佳三十週年慶祝活動。

過去三十年，百佳一直為廣大市民提供各種超值貨品，為顧客省下不少金錢。在連續四個星期的推廣活動期間，百佳每週均推出三十件至抵賀壽貨品，顧客更有機會獲得三十秒免費瘋狂購物大獎，以及參加「壓軸大抽獎」，贏取超過三十萬現金獎。



為配合新奇士今年的宣傳主題「有新奇士，就有加州陽光」，新奇士於暑假期間舉辦了一連串「新奇士加州陽光SUN天地」推廣活動，包括：「農莊天地」、「野火天地」、「同樂營天地」、「冰涼天地」(溜冰活動)以及「保齡天地」。各項活動均請來了不同的年青偶像助陣。整項宣傳活動最後以「新奇士加州陽光音樂會」劃下完美句號。



優質服務 實至名歸

屈臣氏集團在服務業領域上再創佳績，旗下七名員工在香港零售管理協會舉辦的二〇〇三年度傑出服務獎選舉中，獲得多項殊榮。他們有來自百佳超級市場、屈臣氏酒窖、屈臣氏個人護理商店及Nuance-Watson的員工。

「傑出服務獎」的設立，主要是為嘉許業內服務人員之傑出表現，推動以禮待客之專業服務精神，鼓勵更多年青人投身零售行業，希望藉此提高香港零售業的服務質素和水平，增進香港的競爭力。「傑出服務大獎」共有四項評審準則，包括儀表、個人表達技巧、人際溝通技巧和服務質素。

菓汁先生 環遊世界網上行……

菓汁先生在八月份舉辦的「菓汁先生肖像換購大行動」及環遊世界大抽獎(包括免費暢遊泰國、日本、新西蘭、英國以至全球各地)反應熱烈。緊接著免費環遊世界抽獎活動後，菓汁先生旋即推出與Tom.com合作的「每日一果汁」互動網站 <http://mrjuicyschoolprogram.tom.com.hk>，向學生推廣健康訊息。

學生在網上登記成為會員後，即可參加遊戲，贏取豐富獎品和下載優惠咭。



1

2



3

- (右起) 屈臣氏酒窖興瓊大廈分店經理**謝思善**，與百佳超級市場粉嶺名都分店經理**葉銘釗**，分別獲頒專門店組別傑出服務獎(主管級別)以及超級市場/便利店組別傑出服務獎(主管級別)。圖左為超級市場/便利店組別傑出服務大獎總決賽入圍者——百佳超級市場陽明山莊分店客戶服務經理**李志堅**。
- (右起) 超級市場/便利店組別傑出服務獎(基層級別)得主屈臣氏健康活動大使**崔董穎**，與總決賽入圍者屈臣氏高級藥劑師**陳天祐**一起合照。
- (右起) 百貨公司組別傑出服務獎(主管級別)得主Nuance-Watson店鋪副經理**溫綠霞**與總決賽入圍者(基層級別) **劉淑毅**一起合照。



屈臣氏蒸餾水百周年紀念瓶展現活力與朝氣

屈臣氏蒸餾水「香港創意年」七月份的百周年紀念瓶，由胡恩威設計，以悅目耀眼的黃色為主要色調，帶來更具活力朝氣的夏日色彩。而八月份的紀念瓶，則邀請了在漫畫界享負盛名的創作人馬榮成執筆，以其暢銷名著《風雲》中的主角聶風及步驚雲，作為紀念瓶的主題。他以新鮮活潑的手法和生動的人物表情，來配合屈臣氏蒸餾水新穎的瓶裝設計，讓消費者有耳目一新的感覺。

屈臣氏蒸餾水亦同步推出「風雲/百周年精裝紀念品」推廣活動。兩款結合屈臣氏蒸餾水Q版瓶與《風雲》主角的五吋限量版搪膠公仔，吸引了不少畫迷捧場。



迷你水機系列投入自選新世界

為配合都市人對生活品味的追求，和提醒顧客每天飲用八杯水的健康生活，屈臣氏蒸餾水特別推出「自選世界」迷你水機系列，體積只有19.5厘米 x 22厘米 x 28厘米，極為輕巧方便，只需細小空間便能擺放，十分適合香港的居住環境。

迷你水機系列共有五款不同設計，備有室溫及熱水裝置，無論擺放在睡房、書房或辦公室同樣方便就手。以後，要隨時隨地享受香濃的熱茶或咖啡，一按即可！



- 1 清純版
- 2 品味版
- 3 想飛版
- 4 個性版
- 5 貓貓版



忠實顧客勇奪五萬坡幣三菱車



為答謝顧客的支持，新加坡屈臣氏早前舉行了一項抽獎活動，送出價值五萬坡幣的三菱汽車。顧客購買個人護理用品滿五十元，便可參加抽獎。大獎最後由屈臣氏的忠實擁躉，任職銀行主任的 Lee Eng-eng 小姐奪得。

屈臣氏 健康新主張



台灣屈臣氏提出的「三多一少」主張，就是「多點防護」、「多愛自己」、「多點元氣」、「少點壓力」，目的是希望消費者進一步瞭解相關的健康議題、在日常生活中做好健康護理。「健康事」活動特別針對四大主題出版健康事小冊子及小書卡，免費讓顧客索取，而屈臣氏更推出逾一百次的「健康指數知多少」諮詢活動，加強市民的健康意識。

Savers慶祝第300間分店開張

Savers 最近在英國費爾翰 (Fareham) 的 Thackery Square 內，開設了第三百間分店。新店以實惠價錢和琳瑯滿目的商品作招徠，很受當地市民歡迎，開張至今，一直客似雲來，Savers 亦因此在英國漢普區成功建立品牌形象。



跨國美食盡在 Great



繼四月份推出極品鰻魚後，Great 繼續為愛吃一族帶來味覺新體驗。於六、七月間，在香港太古廣場及又一城的兩間分店，舉辦了為期二十八天的日本美食節。推出超過七百款市場獨有、包裝精巧的東瀛特色美食，讓顧客能充分體驗日本的飲食文化和品嚐地道美食。壽司師傅的即席示範，加上身穿傳統和服的少女奉上特色小吃，令整個美食節倍添東洋風味，更顯姿采。

此外，在九月份期間，Great 推出「Great 亞洲美食之旅」的活動，從亞洲各地引入多款高質素的地道美食，包括印度、泰國、馬來西亞、日本及大中華等地，更安排試食，讓顧客親身品嚐精心挑選的一系列亞洲優質地道美食。



屈臣氏蒸餾水 推動本地創作

屈臣氏蒸餾水於六月假香港設計中心舉辦的「街頭巷尾」青年創意坊，吸引了大約一百人參加。屈臣氏蒸餾水希望透過主辦是次活動，加深市民對本地創作的認識，並感受其多元化的方向及精髓，以推動本地創作的發展。活動當日，大會邀得屈臣氏蒸餾水百周年紀念瓶系列其中三位的創作者——歐陽應霽、郭孟浩及劉小康蒞臨主講，與在場人士分享創作心得。





更大、更好新典範

今年中，化妝品業名人 Benze Pornchita Na Songkhla（下圖左二）與泰國屈臣氏前董事總經理 Ivor Morton、營運總監 Inthapol Intharakanchit、採購總監 Peter Davies 及高級店舖經理 Sudawadee Panyam 一同主持 Central Lad Prao 新店重開的剪綵儀式。該店已完成全面的翻新工程，為顧客帶來更方便、舒適的購物新體驗。該分店將成為泰國其他分店翻新工程的藍本。



Nuance-Watson 新店面世



經籌備多時後，Nuance- Watson在香港國際機場的兩家全新零售店——「The Plaza」和「Sound & Vision」已於八月啟業，為 Nuance- Watson 的分店拓展策略揭開序幕。

Nuance- Watson 董事總經理彭慧中表示，Nuance- Watson 的店鋪概念一向以客為本，所有管理層及員工均為新店開幕而感到高興。

Kruidvat 荷蘭最大購物廣場重開

Kruidvat 位於 Maastricht Wijckburg 的購物廣場已於九月十六日重新開幕。全面革新後的分店，樓面面積擴大了二百平方米，令營業鋪面面積達至八百四十平方米。

開幕當日，首批光臨的顧客除了受到一群小丑的熱烈歡迎外，更可參加豐富的有獎遊戲，一嘗乘坐熱氣球升空的體驗。

在多個貨品陳列區中，以售賣嬰兒床、嬰兒車、嬰兒服裝和玩具的「年輕家庭」部的擴充規模最為突出，琳瑯滿目的新增貨色，廣受各方好評。而文具、工藝品、紡織品、電器、飲料、糖果以及洋酒等商品種類，亦更為多元化。

此外，部份顧客更在店內的 Kruidvat 小型沖晒店內即場沖印數碼相片，留住開幕禮上的歡欣回憶。



歐米茄進駐香港國際機場

享譽國際的名表製造商歐米茄，設於香港國際機場的旗艦店已於八月正式開幕，由Nuance- Watson 董事總經理彭慧中、台灣著名歌手任賢齊及歐米茄代表主持揭幕儀式。新店鋪面面積達四十二平方米。彭氏指出，Nuance- Watson 與歐米茄擁有共同的營商目標，為機場旅客提供最優質的商品、最佳的服務。



（左二）Nuance-Watson董事總經理彭慧中與台灣歌手任賢齊及歐米茄代表主持歐米茄旗艦店剪綵儀式。

Superdrug 開創業界新形象

Superdrug首家採用全新形象的分店已於九月份在 Bullring Centre Development 隆重開幕。全新店鋪設計，充分配合了 Superdrug 銷售保健及美容產品的特色，為顧客帶來了嶄新的日常購物新體驗，深受市場歡迎。這個全新店鋪的零售模式，是 Superdrug 與和黃集團品牌小組攜手革新 Superdrug 品牌的成果，並將引入全線分店。



店內的色彩、圖案和陳設等各方面，絲毫不落俗套，其銀色商標和櫥窗圖案均能突出全新的品牌形象。店內的瓷磚地板則予人一種寬敞的空間感，在簇新的照明裝置下，購物倍感舒適、自在。新店四周亦加設了一系列色彩鮮豔的美術圖案及固定的標示牌，讓顧客在購物時更感方便。店內最令人矚目的東西，即要數櫃台背後的巨型壁畫了。這幅大型壁畫，鮮明地向顧客傳達出 Superdrug「百美薈萃、價格更好」（Wow Beautiful Things,Wow Beautiful Price）的主題。

新店開幕

屈臣氏

香港

廣東道金怡商場
紅磡國際都會
彌敦道康樂樓
中環馮氏大廈
香港仔田灣畔
天后僑興大廈
尖沙咀遠東大廈
尖沙咀其士大廈

澳門

康和廣場

新加坡

Paragon Shopping Mall
Novena Square

泰國

Big Jieng & Tesco Lotus, Nongkhai province
Central Lad Prao

菲律賓

Farmers Plaza, Quezon City
Robinsons Galleria, Manila
Eastwood, Quezon City
Lucena Mall
Lucena Supermarket
Lucena Department Store

中國

上海美羅城店
上海來福士店
上海新世界店
北京左岸工社店
北京新世界店
青島陽光百貨店
廣州環球廣場店
中山樓順昌購物廣場
泉州麥迪森廣場
昆明東方廣場

馬來西亞

The Weld
Pusat Damansara
PJ Old Town
Kulai Hypermarket
Subang Jaya

台灣

桃園縣 — 大園
台南市 — 小北
台中市 — 西屯
高雄市 — 右昌
台北縣 — 安康

PARKnSHOP

香港

堅尼地城士美非路 — 超級市場
深水埗元洲街 — 超級市場
土瓜灣偉恆昌新村一百鮮佳
尖沙咀漢口道 — 便利佳

中國

廣州金田花園 — 購物廣場（重新裝修）
廣州富景花園 — 購物廣場（重新裝修）
廣州曉港灣 — 超級廣場（重新裝修）

FORTRESS

香港

太古城中心 — 豐澤世界
尖沙咀金怡購物天堂 — 豐澤數碼
將軍澳東角中心 — 豐澤數碼

Kruidvat

荷蘭

Drachten, Dwarswijk
Muiden, Pampusweg
Amsterdam, Maasstraat
Oosterwolde (Re-fit)
Maastricht Wijckbrug (Re-fit)

比利時

Mons, Shopping Les Grands Pres
Malmedy, Grand Rue

Trekpleister

荷蘭

Uden, Galerij
Helmond, Markt
Rotterdam, Vuurplaat
Bennekom, Dorpsstraat
Zeist, Slotlaan

ROSSMANN

匈牙利

Budapest, Rákóczi ut
Tatabánya, Fő tér

捷克

Havlickuv Brod, Dolni

波蘭

Stargard Szczecinski, ul. Pilsudskiego
Lodz, ul. Narutowicza
Tczew, Dabrowskiego
Ruda Slaska, Niedurnego
Legionowo, Pilsudskiego

ICI PARIS XL

荷蘭

Amstelveen, Binnenhof

Superdrug

英國

Bullring, Birmingham
Beckton

Nuance-Watson

香港

The Plaza
Sound & Vision





Watsons

精心籌劃
打造名牌效應
屈臣氏品牌
在國內打響名堂

屈臣氏近年在亞洲迅速拓展，在內地市場的分店更是不斷增加，差不多遍佈每個大型商場。但最引人注目的，並不是它以倍數增長的分店，而是近年在內地以至在香港個人護理產品市場上迅速冒起的自有品牌。今期封面故事專訪中國屈臣氏個人護理商店董事總經理施瑞博，講述自有品牌在內地的成功之路，以及未來兩年在亞洲市場的鴻圖大計。

走進屈臣氏，印有自有品牌商標「屈臣氏」的產品隨處可見。除了個人護理及家庭用品如紙巾、香薰座等以外，近年屈臣氏更積極推廣護膚品及護髮用品市場，銷量及佔有率更是節節上升，在芸芸專櫃及悠久的品牌系列中創出新天地。

中國屈臣氏董事總經理施瑞博表示，在過去兩年內，屈臣氏品牌在內地的成績卓越。至今在個人護理產品市場的佔有率已達百分之二十一，而商品數量也由二〇〇一年的二百個激增至目前的七百多個。更令人鼓舞的是，在內地消費市場上，「屈臣氏」這個品牌已與「高質素」劃上等號。

定位得宜 踏出成功第一步

如何推銷和包裝一件商品以切合大眾口味當然重要，但是產品定位得宜才是成功的第一步。屈臣氏自有品牌，看準中國年輕新一代的女性消費市場，所以產品的定位、包裝以至價格策略，都是以十八至三十五歲的消費群為本。相對市場上其他品牌，屈臣氏以低於二至四成的價錢和新潮時尚的包裝，吸引這群高質素的目標顧客。

施氏指出，屈臣氏品牌在內地有如此突出的成績，全賴員工對品牌產品的信任。「員工對產品有信心，才是產品成功的先決條件。在所有產品推出市場前，我們會先進行內部測試，讓員工對產品的功效和質素有實質的體會。要令產品成功在市場上佔一席位，我們必須先贏得員工的認同，因為只有他們才能直接告訴顧客產品的好壞，為品牌建立口碑。」



氣勢如虹 直逼市場領導者

施氏認為自有品牌對大型零售連鎖店非常重要，他說：「自有品牌為店舖帶來銷售特色。現在，很多顧客光顧屈臣氏時，不只是買我們代理的產品，更同時購買我們自有品牌的產品。長遠而言，自有品牌不但可以平衡和助長公司的利潤，亦可以為顧客提供更多元化的商品選擇。」

施氏指出，屈臣氏自有品牌的產品種類已可媲美市場領導者。「我們就不同價格與市面主要的品牌進行比較，結果顯示屈臣氏品牌產品的銷售量，與市場領導者非常接近。」



品牌未來新動向

施瑞博將帶領屈臣氏品牌隊伍，繼續開拓不同的產品範疇，並於未來兩年取得內地個人護理產品市場的三成佔有率。

施氏表示，要達到這目標，就必須不斷開發新產品和提升產品質素，凡是不合乎市場口味的商品，都不會留在貨架上。從市場學的角度來看，我們必須在品牌設計及包裝上不斷注入新元素，以維持顧客的新鮮感。

「我們留意到護膚品市場及護髮用品市場的發展潛力甚大，展望未來，我們將會以此作為重點項目。」

精挑細選 創意宣傳

一件自有品牌產品的誕生

產品要在市場上取得成功，由開發以至面市的每一個步驟都非常重要。施氏認為首要的工作是進行完善的市場調查。有見及此，屈臣氏特別於貨倉內建立「模擬店舖」，用以了解各分店的銷售趨勢和顧客的口味。然後再根據產品銷情，顧客反應和市場分析等各項數據，確定發展的產品種類，訂定品牌未來一至兩年的發展藍圖。

有了這個藍圖後，便開始計算產品生產的邊際利潤。如果邊際利潤合乎利益，屈臣氏便會按照一套嚴格的內部產品質素指引，從眾多生產商中作出篩選。除了專門的產品種類如護膚、染髮用品需要作進一步測試及註冊外，一般生產過程需時兩個月至六個月不等。

最後，製成品將會分發到各分店鋪的「屈臣氏品牌」專屬貨架作陳列。其間店鋪員工會獲得足夠的產品資訊及培訓，又會獲分發試用裝產品，以確保員工熟悉產品。另外，屈臣氏定期派發給顧客的通訊及店內的宣傳單張亦會以四分之一的篇幅，介紹屈臣氏自有品牌，並且把產品放置在至少二至三米高的專屬貨架上出售。

此外，在店內舉行定期的產品試用和推廣亦是屈臣氏拓展自有品牌的主要活動，讓顧客能親身體驗產品的質素和優點。

施氏表示，這類產品宣傳及推廣活動，對屈臣氏產品系列在國內大

受歡迎起着關鍵作用，「當顧客試過我們的產品而又感到滿意，他們自然會再次光顧。」

可以肯定的是，我們這支產品開發隊伍絕不會就此滿足。施氏坦言，他們正為業務發展而努力不懈。「我們會精益求精，絕不容許將貨就價，降低產品質素；我相信這份承諾是令顧客和員工對屈臣氏品牌的質素，以至市場定位的信心所在。畢竟，員工們對公司品牌的認同，是我們成功的基本因素。」



成功金句

「要品牌成功，有兩項關鍵因素，就是產品質素和同事們對產品質素的認同。」



品牌隊伍成員逐個捉

1. 李亞忠 (Mark)

市場及產品發展經理

Mark現時主管中國自有品牌的開發工作，並協助國際採購部在中國採購產品，曾擔任零售非食品部的高級人力資源主任，以及駐北京屈臣氏華北區區域經理，專責營運工作。



2. 何麗華 (Rae)

產品開發主任

Rae負責個人護理部門的產品開發工作，並參與構思和推行所有自有品牌產品的市場推廣和促銷計劃，也就是所謂的一條龍服務，確保了自有品牌的成功。



3. 潘勤 (Monica)

產品開發主任

Monica主要負責自有品牌在華北區的市場推廣及促銷工作，與營運部門緊密合作，以確保各種促銷計劃可切實執行。此外，她還負責聯繫華東地區的供應商，開發新產品。



4. 陳莉 (Emily)

產品開發副主任

Emily是自有品牌部門的產品開發副主任，負責行政工作，如訂單統籌、庫存管理、銷售分析等。她加入產品開發部前，為時款部門的採購副主任。



5. 甄建輝 (Charck)

產品開發助理

Charck於二〇〇二年從廣東商學院畢業後，即加入屈臣氏當見習生。在完成個別部門的培訓後，調任為自有品牌的產品開發助理，負責產品質量檢定和行政支援工作。



你有頭皮屑和頭痕嗎？

資料來源： 屈臣氏 Pharmacy

如你的頭皮產生大量鱗屑和發癢，你可能已經受頭皮屑的困擾。頭皮通常被認為是一個尷尬的問題多於一個健康問題，因為肩膀佈滿剝落的頭皮屑或頭髮黏著明顯的頭皮屑，確實是件尷尬事。

頭皮屑的成因

正常的皮膚會不斷新陳代謝，新的細胞產生，舊有細胞脫落，通常我們的死皮會自然脫落，而且不著痕跡。頭皮問題是指頭皮細胞的更替過程變得異常快，死亡的頭皮細胞結合成片脫落，形成頭皮屑。研究指出頭皮上大量白色屑片的脫落，是因一種生長在身體及皮膚上的真菌「皮屑芽胞菌」過度增生引起。刺激「皮屑芽胞菌」增生的因素包括潮濕環境，具刺激性的清潔劑和化粧品，穿著不能揮發汗水的衣物，營養攝取不足，壓力，荷爾蒙分泌失調或個人的遺傳基因等。當「皮屑芽胞菌」過速增生時，便會產生頭皮。

你有頭皮的問題嗎？

徵狀

如你有下列一種或以上的徵狀，你可能正受頭皮困擾。

- 頭皮產生鱗屑
- 頭皮油脂分泌增加
- 髮囊週邊有紅斑
- 有明顯白色頭皮屑脫落

自我護理

如你有頭皮問題，請遵照下列簡單自我護理建議，它可助你減少及預防頭皮問題再現：

- 在洗頭時，以指尖輕輕按摩頭皮以去除死皮和增加頭皮的血液循環
- 避免長時間直接暴曬於陽光中，因紫外光能損壞頭髮
- 在經氯氣處理的水，受污染的水或海水中游泳後，應用乾淨的水沖洗頭髮
- 如有頭皮問題，使用能抑制「皮屑芽胞菌」異常繁殖的藥性洗髮水
- 詳閱藥性去頭皮洗髮水的使用說明，因部份產品只需一星期使用兩次，有些則要使用多次
- 使用護髮素令頭髮柔順
- 當頭皮問題解決後，可使用普通的洗頭水，但「皮屑芽胞菌」過速增生的情況可能會再出現，故應每一至兩星期使用一次去頭皮洗髮水控制情況
- 如頭皮問題持續，或出現大片的頭皮屑，同時徵狀亦於鼻，耳朵或胸膛出現，請向醫生查詢。你有可能患有嚴重的頭皮屑問題，脂溢性皮膚炎，牛皮癬或濕疹

“回味時刻”

「不斷求新」和「精益求精」一向都是屈臣氏集團的服務精神。集團季刊《屈臣事》亦朝向同一宗旨，不斷為同事帶來新驚喜。

由今期開始，我們將加入一個全新欄目——「回味時刻」。無論任何時間，在世界任何角落，只要手持印有集團旗下零售品牌的購物袋，在有趣惹笑的背景前留影，並將照片寄給我們，即可獲得價值港幣一百元的購物禮券。而每期最有特色或真情流露的相片，即可贏取價值港幣五百元的購物禮券。(電郵：WatsOn@asw.com.hk)



1. 香港百佳人力資源部同事 Sarah Yeung 在曼谷動物園內留影。
2. 屈臣氏及 Kruidvat 四名資訊科技同事攝於荷蘭。
3. Superdrug、Savers 和 Kruidvat 的運動員於首屆屈臣氏集團同樂日後假山頂留影。
(第三行左起) Leanne Brown、Jose Meerveld、Marco Zinken、Jon Hayes、Rolf van Oort 及 Annelies Arkink
(第二排左起) Louise Trueman、Joanne Coleman、Liz Jones 及 Silvana de Boer
(首排左起) Patricia Zeguers、Cathy Bergin 及 Bill Fitzgerald

最真情
流露獎



屈臣氏健康知己「越野錦標賽/接力賽2003」

由屈臣氏健康知己贊助之越野錦標賽/接力賽2003於十月份完滿結束。在第一回合賽事中，屈臣氏田徑會隊員通力合作，創下驕人成績。在個人組別方面，楊美倫和陳佩珊分別取得女子元老組別的冠軍和亞軍，而張詩琳和黃靄輝，亦分別奪得女子高級組和男子元老組的亞軍。

隊際組別方面，屈臣氏田徑會包辦了男子高級及元老組、女子高級及元老組的第一名。至於男子青年組和女子青年組別方面，屈臣氏田徑會亦勇奪季軍和亞軍的位置。

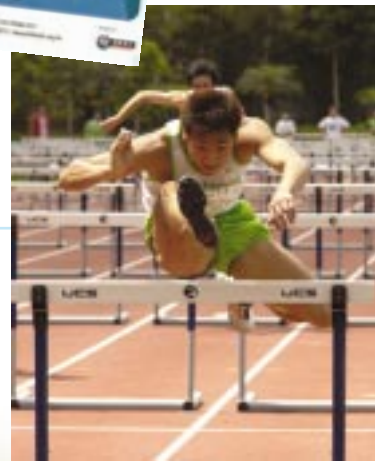
第二回合接力賽於十月二十六日假大欖郊野公園大堂舉行，共吸引了五十四名運動健兒參賽。屈臣氏田徑會分別取得男女子高級組及女子青年組別的亞軍，成績輝煌。

續創佳績

有「香港欄王」美譽的屈臣氏田徑會好手鄧漢昇，繼今年七月以52.29秒打破了有近十年歷史的香港男子四百米跨欄紀錄後，於九月在新加坡舉行的「第六十五屆新加坡田徑邀請賽」中，以52.06秒，突破自己所保持的紀錄。這次是鄧氏在兩個月內兩度打破香港紀錄。他表示在炎熱的新加坡比賽，能打破紀錄實令他喜出望外，這應歸功於教練的悉心培訓和指導。



藝人蕭正楠及梁靜琪獲屈臣氏委任為健康大使。



夏令訓練營

屈臣氏田徑會於八月十八至三十日期間舉辦了為期兩週的夏令訓練營，為有潛質的年青會員提供優秀專業的培訓，令他們明白到體育的真正意義，並以認真專業的態度，爭取佳績。除了三天密集式的日間訓練外，晚上亦安排了研討會和講座，讓會員獲得全面的身心發展。

屈臣氏關注兒童健康



屈臣氏「健康知己」推出為期兩個月的「健康兒童成長」活動，藉此提醒父母關注子女健康成長的問題。屈臣氏全線分店均響應是次活動，為約十萬個有幼兒和青少年的家庭，提供一系列的資訊、健康檢查及諮詢服務。

屈臣氏委託思緯市場資訊有限公司進行的調查顯示，香港的母親關注子女的學業成績，多於他們的健康成長。

屈臣氏藥劑師總監劉寶珠表示：「經濟低迷令生活艱難，父母傾向關心子女的教育，多於健康問題。『健康兒童成長』行動就是要引起公眾的關注，並提醒家長更加關注子女的健康，以及他們在成長過程中的需要。」

這項活動為市民免費提供的健康資訊，如健康兒童成長手冊、兒童成長指南、兒童健康小毛病的資料咭、兒童安全用藥手冊，和免費健康測試及藥劑師諮詢服務等。



Savers 致力環保

Savers 旗下兩間分店推行的環保措施，一向備受各方讚揚。位於英國格里姆斯比 (Grimsby) Freshney Place 購物中心的 Savers 分店，最近即以最高的垃圾循環量，成為該購物中心逾二百商舖中的環保冠軍；而位處斯文登 (Swinton) 之分店，更榮獲環境衛生部頒發衛生優質大獎，藉此表揚分店按每日、每週及每月時間表進行清潔，保持環境衛生。

屈臣氏集團榮獲公益金兩項殊榮

屈臣氏集團在社會公益服務上一向不遺餘力。近日，集團更榮獲香港公益金頒贈的兩項大獎，以彰顯其在社會公益服務上的貢獻。

團於香港公益金商業及僱員募捐計劃中，贏得「最高籌款機構」第二名的殊榮。另外，屈臣氏集團亦榮獲公益綠「識」日第三大籌款機構的獎項，集團將繼續積極捐助公益金，惠澤其資助的逾一百四十個慈善及福利團體。



屈臣氏集團人力資源部總經理陳銑強接過第二最高籌款機構獎項。

「百佳精英少年田徑訓練班」完滿結束

由百佳贊助之「精英少年田徑訓練班」已於八月三十日舉行畢業大檢閱比賽及閉幕禮。屈臣氏集團食品、電子及百貨部行政總裁艾一帆亦親臨觀戰及擔任閉幕禮主禮嘉賓。

艾氏表示：「沙士無疑為本港市民帶來嚴峻挑戰，但卻提醒我們要注重環境衛生和身體健康。常言道：健康無價，所以我們應從教導小朋友珍惜健康，而最好的方法莫過於鼓勵他們多做運動。這也是百佳贊助是項活動的目的。」



屈臣氏為女士提供免費健康測試

屈臣氏「健康知己」繼七月至八月期間進行的香港女性健康調查後，現正為全港女士推出一項名為「健康之女」的活動，在屈臣氏旗下三十七間藥房內，為女士提供各項免費健康測試和專業諮詢服務。而活動頭炮，則會是於年底為本港女性提供的一萬個免費膽固醇測試。



沙士康復者感謝公司關懷

在沙士肆虐期間，香港人發揮了他們優秀的特質，堅毅地克服難關。特別是沙士康復人士，更是堅強得讓人喝采。然而，除了她們本身的堅強意志外，家人及同事的支持，對她們的康復及重投社會，也發揮了非常重要的作用。今期《屈臣氏》請來兩位當事人現身說法，向大家剖白真情。

李潔群，百佳淘大分店的肉檔同事，不幸遭受感染在醫院接受了個多月的診治。在病榻期間，同事的支持與鼓勵對她起了積極的作用。李氏感動地說：「同事真的很好，他們從未表示厭惡或嫌棄，其中一個更陪我到醫院作初步診治。我真是非常感動。」她表示，獲得同事的關心和體諒，令她感到非常欣喜。

另一位同事——百佳會計部經理梁靜雯，跟李潔群一樣，同事對她也是非常關心，甚至可說是對她的病情瞭如指掌，皆因很多同事跟她的家人同樣緊張，在留院期間，每天都與她以電話保持聯絡，隨時隨地送上心靈支援。梁氏亦坦言：「同事真的很關心



(左起) 梁靜雯和李潔群於百佳商標前合照

我，除了送果籃外，也送上一張附上很多鼓勵說話的慰問咭。」訪問當日所見，她對那張特大號的慰問咭的確視若珍寶。

那麼，她們對今次經歷有何體會呢？二人均表示，「惜福」及健康的真諦，才是她們這

次經歷的最大得著。連在場的百佳人事部經理鄧惠儀亦有感而發：「這次事件能充分體現百佳互助互愛的精神，讓我們能共渡難關。」

後記

沙士對所有香港人來說，都是一場災難。兩位同事在患病期間，不但入住同一所醫院，更是住在同一間病房內。對於公司及同事對她們的關懷與體諒，她們皆異口同聲表示非常感激，更揚言今後一定會努力工作，以答謝公司及同事的支持呢！

我問您答(第58期)

大獎 (20名)

迷你輕便的USB Flash Disk，可重覆使用達十萬次，內存資料可儲存長達十年之久。
(由  贊助)



金獎 (15名)

精選旅行裝洗護系列，包括潔臉膏、沐浴露、洗髮水及一盒六片的美白臉膜。
(由  贊助)

- 1. 那兩項是屈臣氏品牌成功的關鍵因素？
- 2. 那兩間公司於今年十月有份舉辦分店經理日？
- 3. 集團那個部門贏得首屆屈臣氏運動同樂日的啦啦隊冠軍？

第58期有獎問答遊戲答案: 1. Kolor 2. 新奇士／菓汁先生／OJ 3. 二〇〇三年十月十九日

大獎:

姓名	公司及部門	姓名	公司及部門
1. 葉網鴻	屈臣氏集團財務部	16. 林麗儀	百佳分發中心行政部
2. 黎芷慧	屈臣氏集團財務部	17. 黃英	百佳採購部
3. 吳來全	屈臣氏集團財務部	18. 鄭玉珍	百佳採購部
4. 向淑芬	屈臣氏集團財務部	19. 李龍彪	屈臣氏實業財務部
5. 伍嘉儀	屈臣氏集團人力資源部	20. 黎志萍	屈臣氏實業財務部
6. 劉桂芳	屈臣氏集團人力資源部	21. 楊蔭儀	屈臣氏實業財務部
7. 孟嘉儀	屈臣氏集團人力資源部	22. 黃惠容	屈臣氏實業財務部
8. 張麗萍	百佳會計部	23. 張燕秀	屈臣氏實業財務部
9. 伍金好	百佳會計部	24. 黃雅詩	屈臣氏實業財務部
10. 鄧玉嫻	百佳會計部	25. 林玉珍	屈臣氏實業財務部
11. 黃文敏	百佳會計部	26. 溫思敏	屈臣氏蒸餾水客戶服務
12. 駱錦嫻	百佳會計部	27. 劉葆儀	清涼蒸餾水客戶服務部
13. 黃美珊	百佳會計部	28. 劉志輝	時鮮菓汁國際營業部
14. 倫家寶	百佳分發中心行政部	29. 陳愷迪	Nuance-Watson 採購策劃部
15. 陳金峰	百佳分發中心行政部	30. 羅云隆	新加坡屈臣氏

金獎:

姓名	公司及部門	姓名	公司及部門
1. 曾偉強	屈臣氏集團資訊科技部	6. 蕭家政	屈臣氏實業財務部
2. 張宇浩	屈臣氏集團人力資源部	7. 黃慧娟	時鮮菓汁國際營業部
3. 鄭國昇	屈臣氏實業財務部	8. 陳秀芳	屈臣氏蒸餾水客戶服務部
4. 廖凱珊	屈臣氏實業財務部	9. Yvonne Ward	Superdrug
5. 葉麗容	屈臣氏實業財務部	10. Margaret Bartholomeusz	保健及美容產品部 (英國)

請將填妥之參加表格寄回：

香港沙田火炭
禾寮坑路 1-5 號屈臣氏中心八樓
屈臣氏集團康樂及福利組收

或電郵至 WatsOn@asw.com.hk

截止日期：二〇〇四年一月九日

百年樹人



和記黃埔有限公司主席李嘉誠在長江集團中心外迎接英國首相貝理雅。

在和黃集團的資助下，一群傑出的香港及內地研究生有機會赴英深造，追求學術理想。

英國首相貝理雅於七月訪港期間，在緊湊的行程中抽空與和黃集團主席李嘉誠會面。會面期間，雙方更分享了希望透過學術交流來加強文化聯繫的共同理念。

一九九九年，貝理雅首相宣佈多項吸引海外學生負笈英國的措施，其中包括加強歷史悠久的「志奮領獎學金」計劃。

另一方面，一直致力推動終生學習的李先生，也透過和黃集團慷慨捐出逾二百萬英鎊的獎學金，資助香港和中國內地的研究生前往英國留學。英國政府把這部分的獎學金名額命名為「和黃志奮領獎學金」。

這項計劃二〇〇二年十月展開，為期四年，至今已有十五名香港研究生和四十八名內地研究生受惠。

在貝理雅首相到訪當天，一群「和黃志奮領獎學金」的得主也專誠到長江集團中心拜會李先生。李主席在百忙中抽空與他們見面，也敦促他們好好運用自己的知識和專業技能，把握香港與中國內地更緊密經貿關係安排 (CEPA) 所帶來的每個機會，協助香港打破目前的經濟困局。



報名資格

要參與這個獎學金計劃，參加者必須為香港或澳門的永久居民，於二〇〇三至二〇〇四年度並無獲取任何獎學金，以及在申請時本身並無在英國進修及工作。另外，申請人須持成績優良的大學學位，英語讀寫流利，在國際英語水平測試中必須取得 6.5 或以上的成績，平均每科不能低於6.0。

是項獎學金計劃只適用於碩士課程，和黃集團屬下員工子女亦歡迎申請。

詳情及申請細節可在英國文化協會網頁瀏覽：
www.britishcouncil.org.hk/chevening/