

180 周年紀念



# 屈臣氏

屈臣氏集團員工季刊  
第一季・二〇〇八年

屈臣氏集團的理念・昂步神州拓版圖・Superdrug  
迎夏日・超越美食新體驗・七人團隊顯威力  
・長跑締卓績！



## 成果豐碩的一年

今期的《屈臣事》是二〇〇八年第一次跟大家見面，謹祝大家鼠年進步、萬事勝意！

一八二八年，屈臣氏在廣州開設第一家商店；今年，屈臣氏集團慶祝開業一百八十周年紀念。我們以集團的悠久傳統為榮，並希望可以在深厚的業務基礎上繼往開來，持續擴展。

我很高興告訴大家，屈臣氏集團於二〇〇七年錄得創紀錄盈利，未扣除利息及稅項前盈利達港幣三十七億元，按年分上升為百分之三十六。

集團能取得斐然佳績，全賴在三十六個市場的每名員工全情投入、悉力以赴。

二〇〇七年內，集團的運作變得更有系統、透明度更高。我們保持卓越的服務效率，發揮旺盛的團隊精神。集團「同一團隊，同一目標」的理念，體現我們優良的企業精神和文化，將帶領我們於二〇〇八年再創高峰。無論是分店數目或盈利，今年將是集團持續增長的一年。



隨著我們陸續於多個主要市場推出全新的零售概念，為顧客帶來煥然一新的購物體驗，我預期集團今年將繼續享有發展良機。然而，我們也將持續面對挑戰，包括維持成熟市場的店鋪人流、提升營業額，以及保持健康的存貨水平。

在集團多個市場，尤其是中國內地，我們將繼續把握巨大的增長機會。展望未來，我們將發揮在採購運作及自有品牌開發方面的協同效益，塑造獨特的長遠優勢。

集團在三十六個市場經營十九個成功的零售品牌。我們的目標是成為市場領導者及員工首選的理想僱主。無論在世界任何地方，我們均秉持同一承諾，力求超越顧客的期望。

今年，我們正式推出集團的理念，體現我們的願景、使命及核心價值。本雜誌將會詳細介紹，我鼓勵每個業務單位了解這一套理念，並付諸實踐。

對各位同事在過去一年發揮服務熱誠、辛勤努力，我再次表示衷心謝意。讓我們繼續齊心協力，於二〇〇八年續創佳績。

黎啟明  
集團董事總經理



屈臣氏集團的理念

# 願景、 使命 及核心價值

## 我們的願景

成為富有創意、帶動潮流的零售業翹楚。憑藉集團協同效益及夥伴關係的優勢，提供一個讓所有僱員感到滿足並能盡展所長的环境，同時確保股東享有最大的投資回報。

## 我們的使命

所到之處，以滿足或甚至超越當地顧客的期望為目標，並推出多元化零售概念與消費品。

## 我們的核心價值

**團隊合作**。與內外人員衷誠合作，為集團締造卓越業績。在追求個人目標的同時，也看重團隊目標和團隊合作。

**實績為本**。以滿懷熱誠和幹勁去超越目標與期望，全力以赴去面對種種提高企業效益的挑戰。

**忠心盡責**。一言一行皆以公司利益為重，力求自己多走一步，爭取最佳業績。

**尊重他人**。尊重彼此的差異，重視不同的觀點。信賴與你共事的人，以獲得同等的尊重。

**熱誠拼勁**。以熱誠拼勁為顧客提供稱心滿意的服務，不斷學習改進，精益求精。

**理性思維**。以合理、務實的方針去實踐業務策略，避免「當斷不斷，反為其亂」。



# 目錄

屈 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，業務遍佈全球三十六個市場。

臣 集團旗下經營超過七千九百家零售商店，種類包括保健及美容產品、高級香水及化妝品、食品、電器及電子產品、高級洋酒以及機場零售業務。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。

氏 集團聘用逾九萬八千名員工，是以香港為基地的國際綜合企業和記黃埔有限公司的成員。和黃集團業務遍及五十六個國家，經營港口及相關服務，地產及酒店，零售，能源、基建、投資及其他，與電訊等五項核心業務。

<<屈臣氏>> 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。

## 世界各地



Marionnaud 品牌新陣勢 .....

09

## 專題



昂步神州拓版圖 .....

17

## 我的家



七人團隊顯威力 .....

23

## 社區情



支持紅十字會 .....

30

## 特稿



180 周年紀念 .....

37

### 編輯委員會

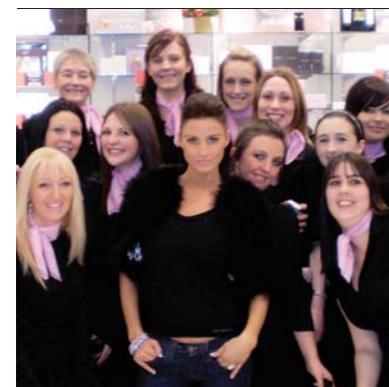
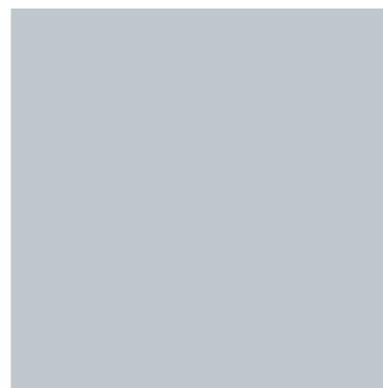
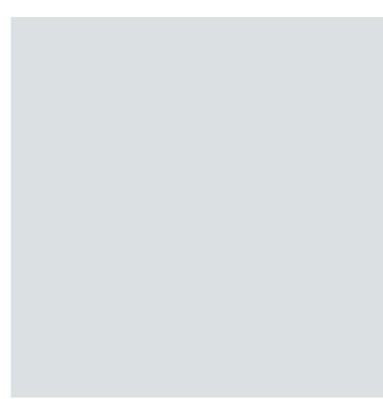
- 顧問：黎啟明
- 主編：倪文玲

- 委員：  
總寫字樓 - 彭秀群 Jenny Cabrol 周淑敏  
保健及美容產品部 - Nuanphan Pat Jayanama 黃可欣 楊青  
高級香水及化妝部 (歐洲) - Julia Bolsom  
製造部 - 潘陳惠冰 區勵恒  
香港零售 - 鄒惠儀 游詠琴

### 出版

屈臣氏有限公司  
香港新界沙田火炭禾寮坑路1-5號屈臣氏中心  
電郵：WatsOn@asw.com.hk

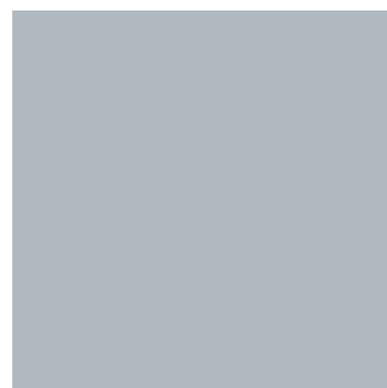
由濤騰有限公司設計



Marionnaud 品牌新陣勢 • Superdrug 迎夏日 • 香薰異國情

• 名人之旅 • 人氣品牌進軍獅城 • 群「香」匯樟宜 •

喜事連連 • 超越美食新體驗 • 豐澤「圓方」展新姿 •



中國百佳抽獎迎奧運 • 馬來西亞屈臣氏慶祝開業十四載

• 引發內在美 • 公主表謝意



## Superdrug 迎夏日

Superdrug 於一月向媒體推介其春夏產品系列，重點是STAR品牌的Optimum、Solait 及 GOSH，還有 FAMOUS by Sue Moxley、Bloom、Boudoir、Thai Spa 及新的 GOSH 護理用品。

Superdrug 在倫敦中部一家酒店的泳池旁邊舉行記者會，與主要品牌的代表一起向傳媒簡介 Superdrug 最新的春夏產品，突顯 Superdrug 在英國著名購物區的龍頭地位。專家又介紹多種療程，包括食物不耐症、食物敏感與皮膚測試，以及痣的檢查等。

除了在會上試用新產品外，記者還與 Superdrug 的美容委員會成員見面，他們包括 Sharon Dowsett、Glenis Baptiste、Sue Moxley 及 Richard Ward。這些專家將就美容趨勢與未來幾季的必備用品提供獨立的專業意見。

Superdrug 又已推出了最新的「Look Book」，當中以豐富的美容潮流資訊及超卓的攝影水準享譽美容界。



## 香薰異國情

英國著名名人雜誌「OK! Magazine」十月底推出其第一款香水「Alex」，並在 The Perfume Shop 獨家發售。「Alex」是英格蘭足球員謝拉特的妻子 Alex Curran 的精心傑作，由花瓣提煉的香精與麝香混合而成，充滿異國風情。

這是 Alex 與「OK! Magazine」緊密合作的成果，吸引萬千「OK! Magazine」愛好者注目。



## 名人之旅

Katie Price 十一月到訪五間 The Perfume Shop (TPS) 商店，配合她的暢銷香水「Stunning」於聖誕節前的宣傳攻勢。自二〇〇七年八月推出以來，「Stunning」一直是 TPS 店內其中一款最暢銷的香水，並獲傳媒多次推介。Katie 先後到訪貝爾法斯特、都柏林、加迪夫、布里斯托與錫諾特，與支持者見面並在香水瓶上面簽名。在Katie 逗留的兩小時期間，五家分店共售出超過八百五十瓶香水。



## 人氣品牌 進軍獅城

一月二十五日，深受名人喜愛的澳洲化妝品品牌 BECCA，其創辦人 Rebecca Morrice Williams 到訪新加坡樟宜國際機場三號客運大樓的 Perfumes & Cosmetics Megastore，參加該品牌首次進軍亞太區成功的慶祝活動。



## Marionnaud 品牌 新陣勢

今年夏季，Marionnaud 在瑞士、奧地利、西班牙和意大利推出其首批採用屈臣氏集團自有品牌的產品。為吸引年輕顧客，Marionnaud 選擇發售屈臣氏深受歡迎的 Olive、Papaya & Mango、Green Tea 與 Aloe Vera 系列的沐浴、洗頭及護膚用品，並以店內推廣、宣傳活動、客戶關係管理和媒體廣告等加強宣傳聲勢。



## 群「香」匯樟宜

新加坡 Nuance-Watson (NWS) 於二月二十二日在新加坡樟宜機場三號客運大樓新設六家香水及化妝品專賣店，把位於樟宜的專賣店總數增至二十四家。

新店採用專賣店專用的粉紅色調，更加柔白清新，再配合幾何形狀的花瓣圖案，令貨架看來更加柔和，格調更高雅。

新店同時引進多項新服務，包括網上香水店、迷你 La Prairie 水療室，以及禮品預訂和包裝服務。此外，新店更引進多款獨家品牌，如從未在亞太區其他機場的零售店售賣的 Victoria's Secret Beauty 和 Benefit Cosmetics 化妝品。



## 喜事連連

香港 Nuance-Watson 在澳門威尼斯人度假酒店的新店榮獲「DFNI 產品最佳新鐘錶店獎」。

此外，公司在香港國際機場經翻新的美食廣場也榮獲糖果及美食組別的「最佳新店獎」，而合營的 Kipling 新店則榮獲「最佳市場推廣計劃 / 策略獎」。

同時，新加坡 Nuance-Watson 獲得「DFNI Global Awards」的「年度機場旅遊零售商」獎及「三號客運大樓最佳新店」獎提名。



## 超越美食新體驗

新一代美食購物廣場 TASTE 的最新分店已於東九龍東港城隆重開幕，佔地超過五萬五千平方呎，讓更多香港市民享有無與倫比的大都會購物樂趣。

將軍澳區內不少年輕專業人士和中產家庭都希望獲得國際風味美食，東港城 TASTE 便可滿足他們的所需。TASTE 致力為顧客提供最優質的貨品，如健康有機產品、全港獨家的日本美食和時尚的家庭用品等，以迎合他們國際化的生活格調。

TASTE 的新店提供逾三萬款不同貨品，琳瑯滿目。貨品包括各式各樣的肉類和海鮮，以至由世界各地搜羅的多款罕有水果。同時，顧客又可以在 TASTE 找到全港最豐富的有機產品和獨家從日本引進的 Hanamasa 食品。最後不得不提的是「森之卷」日式蛋糕，TASTE 特地從日本引入全港唯一一台專用烘焙機，每日即場新鮮烘焙「森之卷」，顧客可從開放式的烘焙室欣賞蛋糕的製作過程。



## 豐澤「圓方」展新姿

豐澤在港鐵九龍站商場「圓方」開設的全新概念店於二〇〇七年十月一日隆重開幕，新店面積達四千方呎，提供林林種種的消費電子產品，為顧客帶來嶄新的購物體驗。新店寬敞明亮，採用流線型的時尚設計，以白色和粉橙色為主調，代替豐澤一直使用的黑、橙色配搭，營造更加優雅的視覺效果。





# 中國百佳抽獎 迎奧運

為慶祝北京奧運年，中國百佳今年一月在深圳中港城、東莞文化廣場及於二月在廣州江南新一城等三家百佳店舉行了迎奧運大抽獎。

三場抽獎活動共有二十四名顧客獲得金獎，每名得獎者可獲贈二〇〇八年北京奧運套票一套。

抽獎期間，顧客踴躍參加小型奧運有獎問答遊戲，贏取獎品。雖然天空飄著小雨，但火熱的活動氣氛，讓顧客感受奧運帶給大家的激情，傳承奧運精神。 [PARKISHOP](#)



贏得「One in a Million」歌唱比賽的大馬歌手 Faizal Msia，也參與迷你演唱會

# 馬來西亞屈臣氏 慶祝開業 14 載

為慶祝開業十四周年紀念，馬來西亞屈臣氏於吉隆坡金河廣場分店舉行小型演唱會及幸運抽獎。

屈臣氏更由二〇〇八年一月十七日至三月二日舉辦比賽，送出豐富獎品。顧客消費每二十馬元，即可獲得一份抽獎表格，獎品包括十四具新力數碼相機、十四具三星 MP3 播放機，以及十四套每套有十齣電影的 Golden Screen Cinemas 通行證。 [Watsons 屈臣氏](#)



由馬來西亞、新加坡、菲律賓及汶萊歌手組成的男子樂隊 Boyz Frenz 傾力演出



# 「YOU Awards」 引發 內在 美

泰國最大的保健及美容零售商屈臣氏推出「YOU Awards」計劃，表揚自覺面形（男與女）、雙唇、眼睛、頭髮和體態勝人一籌的顧客。這項亞洲首創的同類獎賞計劃獲得六家主要護理、健康及美容業務夥伴贊助，包括 Nivea for Men、ZA、Maybelline、Olay、Dove 及 Elancyl。



「YOU Awards」計劃鼓勵屈臣氏顧客投稿，用文字描述他們自覺最出色的身體特徵。屈臣氏相信每個人均有值得自豪的外表，並希望透過這個計劃幫助顧客發掘和引發內在美。 [Watsons 屈臣氏](#)



# 公主 表 謝 意

泰國 Soamsawali 公主最近向泰國屈臣氏總經理 Toby Anderson 頒發證書，表揚公司二十五年來大力支持皇室贊助的 Association for the Promotion of the Status of Women，以助提升泰國婦女的地位。 [Watsons 屈臣氏](#)



新店開幕 (2007年11月至2008年2月)

**PARKN SHOP**

**香港**

- 超級市場
- 樂富宏輝中心

**Watsons 屈臣氏**

**中國大陸**

- 邯鄲新世紀
- 長春新世界
- 瀋陽華銳
- 唐山遠洋城
- 北京楓藍國際
- 鞍山新世
- 石家莊新百
- 瀋陽百聯
- 西安伊時達
- 西安漢唐書城
- 成都沙灣
- 成都晉陽
- 武漢假日樂園
- 上海楊浦東方
- 上海顧橋樂購
- 金華金華銀泰
- 上海浦東川沙
- 上海世紀涼宏
- 上海農工商 118
- 上海奉賢南橋
- 蘇州常熟鋒線體育
- 肇慶國際新天地
- 福州冠亞廣場
- 長沙家潤多
- 東莞黃江

- 深圳香檳廣場
- 深圳機場



**新加坡**

- Changi Airport Terminal 3, Departure Hall Transit
- Changi Airport Terminal 3, Basement
- Raffles City



**韓國**

- SD Market
- Yeokgok

**印尼**

- Jusco Bukit Tinggi, Klang, Selangor
- Tesco Kota Bharu, Kota Bharu



**TASTE**  
MORE THAN FOOD

**香港**

- 將軍澳東港城



**FORTRESS**

**香港**

- 將軍澳東港城分店 (搬遷重開)
- 天水圍嘉湖銀座分店 (搬遷重開)

**Watson's 酒窖 Wine Cellar**

**香港**

- 尖沙咀海洋中心
- 和記大廈
- 國際金融中心二期

**Luance-Watson**  
WORLD CLASS DUTY FREE

**香港**

- Giorgio Armani Cosmetics Boutique



- M.A.C Beauty Boutique



**THE PERFUME SHOP**

**英國**

- Meadowhall – Sheffield

**愛爾蘭**

- Athlone
- Coleraire

**蘇格蘭**

- Dunfermline



**Kruidvat**

**荷蘭**

- Boreelplein 9, Deventer
- Burg. Eijckelhofstraat 2a, Millingen a/d Rijn
- Goudsbloemlaan 111 – 113, Den Haag
- Dorpstraat 7, Geffen
- Bur. Mooijstraat 25, Castricum
- Kerklaan 17-19, Moordrecht
- Genderenplein 12, Hoofddorp
- Streksingel 69a, Rotterdam

**比利時**

- Hundelgemsesteenweg 656, MERELBEKE
- Gilles-Waas

**ROSSMANN**

**波蘭**

- Kopernika 5, Opoczno
- Puławska 17, "Europlex", Warszawa, Europlex
- Różyckiego 6, Jelenia Góra
- Grzeczynarowskiego 17, Radom
- Chrobrego 17, Radom, Chrobrego
- Paderewskiego 10, "Stokrotka", Białystok
- Karskiego 5, Manufaktura, Łódź, Manufaktura
- Wysockiego 67, "Galeria Podlaska", Białystok, Galeria Podlaska
- Czarnieckiego 1c, Ostróda
- Warszawska 34, Koźnice
- Kamienna 12, Zgierz
- Grota - Roweckiego 3, Bielawa
- Zana 35, Lublin
- Celna 14a, Nysa
- Dąbrowskiego 13, Środa Wlkp.

開幕 (2007年11月至2008年2月)

新店



# 昂步神州

## 拓版圖

在上海市中心的萊福士廣場，設計時尚的屈臣氏商店內擺滿名牌健與美產品，由面霜、化妝品以至保健食品和維他命丸，琳瑯滿目，不少衣著光鮮的顧客隨處瀏覽，細意挑選。



這些顧客是中國迅速壯大的中產階層，有足夠經濟能力享受優質生活。有一位經常光顧屈臣氏的名人說：「屈臣氏不只是購物的地方... 這裏有許多新奇有趣的事物，特別是這裏的氣氛，我每次進入屈臣氏，都有一番新鮮和獨特的感受，所以我最喜歡在這裏選購個人護理用品。」

當地一位白領這樣說：「這裏貨品齊備、服務周到，購物環境舒適亮麗，所以是我最愛的購物點。」

在中國內地，像這兩位屈臣氏顧客一樣，消費者的品味越來越高，只有最好的產品才能滿足她們的需要。

一九七八年推行改革開放以來，中國經濟迅猛發展，增長率現已全球領先，每年平均的實質經濟增長率超過百分之九，人均收入在過去十五年增加了三倍，有分析預測中國在二十年內會取代美國成為世界最富有的國家。

中國屈臣氏是中國保健及美容零售市場的先行者，很早已涉足這個增長速度比國家經濟還要快的行業。

屈臣氏的歷史源於一八二八年開業的廣東藥房，而中國實行改革開放後，屈臣氏在內地的第一家商店於一九八九年在北京開幕。今天，屈臣氏在全國五十二個城市共經營三百三十七家分店。

對屈臣氏來說，這只不過是長遠增長的起點。中國屈臣氏的董事總經理羅敬仁（Christian Nothhaft）說：「我們的目標是二〇一〇年底前把分店總數擴大到至少八百家。」

在商機與挑戰並存的中國市場，屈臣氏取得了矚目的成就。

羅敬仁說：「中國是一個有待開發的市場，除了屈臣氏之外，這裏並沒有具規模的保健及美容零售商；我們正在領導潮流，牽引這個市場的發展步伐。」

他續稱：「香港的屈臣氏被視為以銷售日用品為主的商店，但中國屈臣氏的個人護理和保健產品則是定位為中高檔市場。另一個分別是我們在內地的藥房數目較少，原因是受到內地法規限制，我們在全國範圍內只能經營大約六十家藥房。」

屈臣氏的推廣策略為中國廣大的消費者所青睞，至今，超過二百萬名顧客已登記為貴賓卡會員。

一位駐北京的保健及美容版記者說：「屈臣氏的市場定位清晰，它的網絡既強大又獨一無二，其提供的優惠具有吸引力，其品牌效應相比市場上別的經營者都要強。就是這個原因，屈臣氏贏得了中國數以百萬計消費者的歡心和認同。」

# 栽培人才

中國屈臣氏的成功要素，在於能發揮員工的最大潛能。

羅敬仁說：「中國屈臣氏有一種學習的文化，我們的管理層全情投入，帶領同事一起邁向目標；我們的員工也很優秀，而且每天都在進步。我們正在不斷改良運作程序，甚至留意員工身體語言等細節。我們講求多元共融，包容文化和地域的差異。我們的顧客除了嘗試不同的新產品，也在識別優質產品，學習精明消費之道。」

隨著新店愈開愈多，招聘、培訓和留住員工顯得尤其重要。

羅敬仁表示：「我們面對的其中一項挑戰，是每年需要增聘一百五十位分店經理，他們通常在偏遠的城市工作。」公司每年新增的員工超過一千人。他續稱：「我們集中精力追求創建一種共享卓越的文化，讓員工認同公司的歷史、以公司及自身的成就為榮，感受自身創建成功的喜悅和意義。」

他續說：「員工要從低層做起，但他們知道在中國屈臣氏一定會有發展機會。我們要物色有天賦的人才，而這往往不是單看履歷表可以發掘到的；因此，我們從內部提拔人才，並安排他們在不同部門工作。在經濟蓬勃發展之時，高素質的員工擁有廣闊的發展空間，所以留住員工是很重要的。」

公司的基本方針「屈臣氏之道」體現了公司的企業文化。屈臣氏透過全國零售學院提供培訓，並設立營運菁英成長計劃，



讓有志由低層開始發展零售事業的員工吸收管理技巧。

羅敬仁又說：「我們也很重視員工之間的良好溝通，避免太過階級分明。舉例說，我們實行『下午茶』計劃，要求每名經理與員工一起討論工作環境和可以改善的地方。在這個層面，我們可以解決一些細微但足以影響表現和工作滿足感的問題。例如員工洗手間出現毛病，我們可以將之列入會議記錄中，迅速解決問題。如果經理沒有和下屬溝通，便無法發現這些小問題。」



每隔幾個月，中國屈臣氏便會召開辦公室全員大會，地區經理和職能部門主管濟濟一堂。羅敬仁說：「我們在會上簡述公司的策略和我們執行策略的進度。我們還對公司的方針、市場的趨勢作出簡報，以及分享我們的銷售和團隊成績，並於會後將這些訊息傳達基層員工，讓每一個人都體現自己作為屈臣氏一分子的使命感。」

中國屈臣氏又定期出版《屈臣氏我家》員工刊物，報導公司活動和介紹優質服務、模範員工和美容貼士等。

# 意見交流

作為一家跨國集團的成員公司，中國屈臣氏可憑藉集團環球層面的意念和人才交流而受惠。

羅敬仁說：「舉例說，物流部門原本是我們價值鏈中最弱的一環，但現在卻制訂了一些非常完善的員工發展計劃。同時，我們開發出用於供應鏈的突破性產品追蹤軟件，可供姊妹公司使用。」

他續稱：「我們在供應鏈和物流領域的技術專長成為我們最大的競爭優勢之一，即使最近的春節雪災給物流帶來阻礙，但我們的倉庫僅關閉一天便恢復正常運作，足以證明我們良好的服務態度。」

中國屈臣氏致力適時供應客戶所需的產品，並一直改良店內陳設的貨品，把商品總數由九千件減至五千件。我們又試行規模為三千五百件產品的店舖，以建立公司日後的銷售模式。

羅敬仁說：「我們的基本信念是提供客戶希望或渴望擁有的產品。中國的面積與歐洲一樣大，我們的分店遍佈五十二個城市，所以我們需要掌握不同區域的差異。我們的業務網跨越亞熱帶和內陸氣候區，溫度差別很大。當有一天華北的氣溫下跌五度，我們便知道會有很多人都需要護膚和保濕產品。你愈了解微細的事情，便愈能夠配合顧客的需要。」

## 細緻調整

公司的採購團隊不斷監察銷售表現，嘗試找尋新方法去預測顧客購買商品的種類和時間。羅敬仁表示，現今的存貨量比兩年前低，但分店數目比兩年前增加了大約一百五十家。

他說：「我們嚴格規定供應商準時交貨，否則會予以懲罰，這令我們在貨品供應方面有更大的把握。」

我們在廣州為全中國業務進行中央採購，參考地區經理的意見，確保滿足不同地區的消費口味。舉例說，中國屈臣氏確保華北客戶可獲得若干地區性的流行產品，例如韓國品牌的牙膏在若干城市頗受歡迎。

除了品牌產品外，屈臣氏的「自有品牌」在中國也很受歡迎，共三百種產品，包括護膚產品和潤手霜等受追捧的高檔品類。鑑於反應良好，屈臣氏現正研究開發更多實惠裝品牌，並已在上海建立產品開發部。

以遍布全國的接近三百五十家分店計算，中國屈臣氏是內地領先的保健及美容零售商 – 另一家最接近的大型競爭對手僅約有三十間分店。因此，外資公司均視屈臣氏為進軍中國市場的最佳伙伴。

羅敬仁說：「國際企業知道進入中國市場並不容易，因此，多家歐洲品牌正與我們磋商，希望通過我們的網絡分銷產品。」



集團董事總經理黎啟明先生在辦公室全員大會與中國屈臣氏團隊溝通

## 開店熱潮

中國屈臣氏不斷物色適當的場址開設新店，以每星期平均開設兩家新店的步伐持續擴展。

羅敬仁表示：「中國內地缺乏優質的現成商舖或商廈，是牽制屈臣氏增長步伐的主要因素。如果要在黃金地段建立據點，成本有時會十分高昂，即使是二線城市也不例外。中國房地產市道熾熱，是刺激中國通脹的其中一個原因。」

屈臣氏已經設立了專責隊伍，在各個地區研究和物色合適的零售物業。

羅敬仁解釋說：「我們的選址方式與其他大型跨國公司，例如肯德基家鄉雞一樣，我們的團隊調查二百三十個城市，根

據發展潛力評比，然後把這些城市劃分為不同的經營區，以規劃所需的分店數目。之後，我們會在這些地區搜尋合適的開店地點，並每月更新經營區計劃。」

每個地區都有一隊專人負責開店事務，他們與當地的承辦商討論分店的裝修工程，並負責招聘和培訓十二至十八位店員。

今年奧運會將在中國北京舉辦，中國屈臣氏的業務同樣達到奧運水準，而公司仍保持積極的擴展步伐，預計分店數目將於未來幾年增加一倍。如果把中國屈臣氏團隊比作是田徑運動員，那他們肯定是所向無敵的金牌選手！

## 中國屈臣氏的里程碑

1989

在北京開設分店

1992

在上海開設分店

1994

在廣州開設分店

2005

一月在廣州正佳廣場開設第一百家分店

2006

六月分店數目增加一倍至二百家

2007

開設第三百家分店

2008

即將開設第四百家分店



## Drogas 一家親

Drogas 秉持優良傳統，對員工關懷備至，幫助他們照顧家庭的需要。除了工作環境像大家庭般親切，公司中還有一些父母和子女檔，而兄弟姊妹、表親等一起服務 Drogas 的情況也非罕見。

分店經理 Ramona Kaupere 的兒子 Ronalds 曾於暑假與寒假期間在 Drogas 工作，跟著留下來繼續效力。他們兩母子已分別在 Drogas 工作七年與兩年，並希望未來數年繼續為這家公司服務。



## 7 人團隊 顯威力

九月份，來自三個波羅的海國家（愛沙尼亞、拉脫維亞及立陶宛）的 Drogas 員工首次攜手，參與位於愛沙尼亞首都塔林的 Viru 4 商店翻新項目。

該支七人隊伍開創全新的概念店，使店舖更加整潔，提供更舒適的購物體驗，並且推出更多獨家產品來突顯對美容護理產品的重視。重開後，商店的銷售額立即上升。

Drogas

## 歡聚家庭日

The Perfume Shop 十一月初首次舉行家庭日，招待總辦公室所有同事和他們的家人。

當天，公司除了設置遊樂場的機動遊戲，並為較年長兒童提供碰碰車、射箭、電子泥靶射擊、彈床及攀石牆等活動，而且全日免費供應食物與飲品。

家庭日舉行之時正是營火夜之前的周末，當晚璀璨煙花燃亮長空，十分壯觀。為招待這些員工，當地一家的士高更營業至深夜，公司還安排旅遊巴士整天接載員工來回 High Wycombe，讓員工一家大小毋須為交通煩惱，可以共渡愉快時光。



## 香港遊 表謝意

二〇〇八年一月，二十二位分別來自 Kruidvat (Rotterdam) 和 Trekpleister (Den Helder) 的分店經理獲安排到香港旅遊五天，以表揚他們在年度分店比賽中所作的努力。

除了遊覽香港的景點外，他們又於一月二十一日到和記黃埔總部拜會屈臣氏集團董事總經理黎啟明先生。黎先生感謝他們為提升分店銷售額而付出的努力，並勉勵他們再接再厲。

Kruidvat Trekpleister



## 集思群益 — 周年感謝晚宴

百佳超級市場、TASTE、GREAT和 GOURMET 黃金周年感謝晚宴已於一月十七在香港洲際酒店隆重舉行。當晚眾多供應商都派員出席，場面熱鬧。同時，一共頒發了六個獎項，分別是：「超級稱心新產品獎」、「最佳服務獎」、「超級稱心市場策略」、「超級稱心推廣獎」、「超級稱心人氣獎」和「超級稱心品牌獎」。當晚還舉行了幸運大抽獎，送出總值港幣一萬二千元的百佳和 TASTE 現金券，掀起高潮。



## 第2屆 周年 會議

菲律賓屈臣氏個人護理店最近舉行了第二屆周年會議，今年的主題是「慶賀豐收」。

會上宣布了多項員工計劃及卓越的營銷成績，並向十八位員工頒發長期服務獎。同時，Robert U. Sun 獲委任為營運總監後，為鼓勵管理層與員工互相溝通而設立的電郵傳訊刊物「The Philippines Listening Post」也已經重新推出。



## 回到 校園

菲律賓屈臣氏非常著重員工的持續進修，因此其學習及發展部門推出多項培訓計劃，讓員工學習自我增值、人事管理以至加強認識公司的產品。

最近，屈臣氏學習及發展總監 Clare Forrester 在當地推出商業管理課程。於十月一日至六日期間，菲律賓屈臣氏的高級管理層和其他管理人員則參加了在馬尼拉 Legend Villas 舉行的三日課程，討論商業領導、個人效率，以及工作表現管理和輔導等課題。



## 周年會議

百佳超級市場，TASTE，GREAT 及 GOURMET 在香港會議展覽中心舉行二〇〇八年度周年會議，大約有四百位經理出席。

今年的會議主題源於奧運精神 - 更快、更強、更高 (Faster, Stronger, Higher)，鼓勵所有員工堅守此道，保持市場第一的領導地位。





## 菲律賓 屈臣氏八十年代懷舊夜

菲律賓屈臣氏於十一月二十六日在馬尼拉 SMX Convention Center 舉行「回到八十年代」聖誕派對，慶祝二〇〇七年的良好業績。除了與良朋好友共享美食外，Watsons Excom 還在菲律賓營運總監 Robert U. Sun 帶領下，大跳八十年代的熱舞，全場歡聲雷動。

Watsons 屈臣氏

## 繽紛派對夜

為迎接新年和慶祝二〇〇七年締造的銷售佳績，豐澤於一月二日在香港文化中心的時尚餐廳 Muse 舉行派對。約有一百二十名員工在「才藝表演」中大展美妙歌喉和精湛舞藝，豐澤總經理吳弘宇更表演踢躡舞，技驚全場。此外，在幸運抽獎中，幾乎每位同事都獲得獎品，滿載而歸。

豐澤



## ICI Paris XL 聯歡慶佳績

ICI Paris XL 於二〇〇七年取得創紀錄盈利，並超額完成銷售、未扣除利息及稅項前盈利與顧客滿意度的指標，當然值得大事慶祝。

ICI Paris XL 的卓越業績，有賴與供應商的緊密合作。在 P&G (Gucci, Boss, Dolce & Gabbana 及 Lacoste) 贊助下，ICI Paris XL 於一月二十一日在荷蘭的 Hilversum 電視錄影廠舉行充滿七十年代色彩的勁舞派對，超過一千名同事和嘉賓穿上他們喜愛的七十年代衣著，懷舊一番。

當天，「Blues brothers」董事總經理 Miek Vercouteren 及比荷盧總經理 Leo van Welij 為派對揭開序幕，一群 Flamingo 舞蹈員首先上場，表演勁舞助興。

在比利時，由 L'Oreal Produits De Luxe (Lancôme, Armani, Biotherm 及 Victor & Rolf) 贊助的「Apr's-Ski - White Chic」派對則於一月二十八日在 Gallery Louise Brussels 舉行，吸引七百五十名同事和嘉賓參加。他們一身時尚的滑雪裝束，通宵達旦，玩得不亦樂乎。

ICI PARIS XL



# 長跑 締卓績

二月十七日早上天氣清涼，對香港馬拉松的參賽健兒來說正是天公造美。屈臣氏集團的員工熱愛運動，因此許多同事都參與這項全城矚目的體壇盛事。

當天我們派出兩支男子隊和一支女子隊，每隊四人，參加十公里挑戰賽。同時，九十五位來自屈臣氏田徑會的健兒也參與賽事，並肩作戰。

結果，鄭騫(製造部)以36分49秒的佳績完成十公里賽，在男子先進二組奪得第三名。

男子隊亦在十公里工商盃取得上佳成績，其中由陳家俊、鄭騫、周學明和蘇若禹組成的一隊奪得是項隊際挑戰賽的冠軍，另外由陳偉強、李漢良、麥練能和蘇正添組成的二隊則奪得第三名。



# 支持 紅十字會

由二〇〇七年十一月二十三日至十二月二十七日，百佳、TASTE、Gourmet、屈臣氏酒窖、豐澤及香港屈臣氏參與香港紅十字會「愛心相連」籌款活動。

這些商號於店內售賣紅十字會「心•意•熊」，向善心顧客籌得合共超過港幣十一萬三千元的善款！

該計劃已是連續第五年舉行，鼓勵市民把對家人朋友的愛心發揚光大，關懷弱勢社群。



# 關懷社會 共創新機

屈臣氏集團今年再度榮獲由香港社會服務聯會嘉許的「商界展關懷」標誌，以表揚集團對香港社區的貢獻。

在今年的嘉許禮中，母公司長江實業、和記黃埔有限公司、屈臣氏集團與旗下七十多家附屬公司，包括豐澤、屈臣氏個人護理店、屈臣氏蒸餾水、屈臣氏酒窖、百佳超級市場、Taste、Gourmet、Great及Nuance-Watson (HK) 再度獲得殊榮。

「商界展關懷」旨在表揚企業鼓勵義務工作、關心員工家庭、聘用弱勢社群、推動環境保護、傳授知識技術及樂於捐助社群，對社會貢獻良多。



## 慈善長跑

泰國屈臣氏於二〇〇七年十一月二十四日在 Lumpini Park 舉行「屈臣氏小型馬拉松」，作為屈臣氏 Good Heart Smart Health 社區項目的壓軸慈善活動。該項目鼓勵泰國人民保持健康及熱心公益。

小型馬拉松冠軍獲得泰國 Soamsawali 公主頒發的獎座及屈臣氏的豐富獎品。Good Heart Smart Health 項目籌得的善款已撥捐泰國皇室贊助的 Association for the Promotion of the Status of Women，以助提升泰國婦女地位。

Watsons 屈臣氏



## 尊重愛侶 使用安全套

Superdrug 一直致力配合英國政府的長期宣傳計劃「尊重愛侶」，以鼓勵英國年輕人為性健康及家庭計劃著想，使用安全套。

為配合情人節，Superdrug 獨家推出 Desire 孖裝安全套，以粉紅和黑色包裝設計吸引女性顧客。

Superdrug 熱衷參與推廣使用安全套，並於二〇〇六年發起宣傳運動，減低了安全套的商品稅。

Superdrug



猜猜誰是聖誕老人 - 香港零售部品質、食品安全及規管總經理張思定先生是也！

## 聖誕老人展魔法

每年聖誕期間，總有一些不幸兒童要在醫院渡過，無法與家人共賀佳節。今年，百佳捐出一些聖誕禮物，讓聖誕老人在兒童病房裏派發，為兒童、醫生及護士帶來歡笑。

有些兒童想知道聖誕老人如何能夠在一夜之間把禮物送給全世界的兒童。聖誕老人解釋，這是因為他和紅鼻子馴鹿魯道夫懂得「魔法」速遞。呵呵呵！！

PARK'SHOP



# 發掘體壇新力軍

屈臣氏集團  
香港學生運動員獎  
A.S. Watson Group HK Student Sports Awards  
2007 - 2008

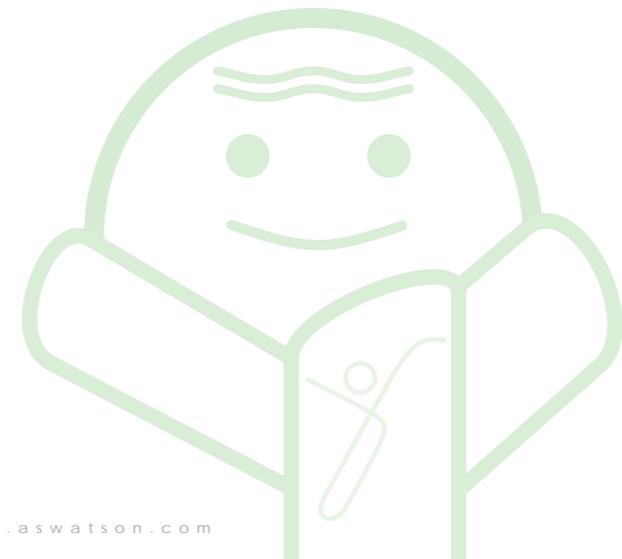
屈臣氏集團香港學生運動員獎已踏入第三年，得到全港中、小學和特殊學校的熱烈支持，成就驕人。這個學年共有八百名學生獲校方提名，參與的學校佔全港學校近七成，其中百分之十二更是首次參與。

二月十一日和十二日，屈臣氏集團為所有得獎學生舉辦領袖才能工作坊，以發揮學生的領導潛能及培養他們的團隊精神。

頒獎典禮於二月二十四日在香港浸會大學的大學會堂舉行，表揚學生的傑出體育成就。北京奧運於八月揭幕之前，有三十位得獎運動員將獲選參加六月在北京進行的運動交流團，以認識內地精英運動員的最後備戰狀況，並了解國家培訓體系，說不定會吸引他們立志在體育界闖一番事業。



# 愛心送暖 惠長者



屈臣氏集團義工隊把家的溫馨感覺散播四方，燃亮社區長者的生命。

屈臣氏員工連續第二年於十一月的寒冷日子，利用閒暇時間編織超過一百五十條毛絨頸巾，並聯同其他由香港百佳和香港屈臣氏贊助的日用品（如食油、米、藥油和月曆等）包裝成福袋，於十二月十五日 and 一月五日送給粉嶺和沙田的長者。

屈臣氏集團義工隊帶著福袋上門探訪長者，為他們送上關懷並加深了解他們的需要，共有二百多位長者受惠。



第 73 期 答案：

- 1) 粉紅色
- 2) 「最受歡迎食品及餐飲廣告」或「最受歡迎童星」
- 3) 周年小熊義賣大行動

第 74 期

### 超級大獎 (MP3 耳機)

姓名	公司及部門
1. 黃嘉恩	香港屈臣氏實業財務部

### 金獎 (USB 套裝)

姓名	公司及部門
1. 張美秀	屈臣氏集團國際採購部
2. 余少菁	香港屈臣氏營運部
3. 劉揚釗	香港百佳分發中心
4. 張文華	保健及美容 (亞洲) 市場部
5. 陳嘉樂	保健及美容 (亞洲) 市場部
6. 吳錦霞	香港屈臣氏實業財務部
7. 董國剛	中國百佳採購部
8. 張 冶	上海屈臣氏實業資訊科技部
9. 徐旭瑜	廣州屈臣氏財務部
10. 周冬亮	廣州屈臣氏陳列部
11. 林雅嵐	台灣屈臣氏店舖
12. Saifullizan Hussain	馬來西亞屈臣氏資訊系統部
13. Tan Siew Kheng	新加坡屈臣氏店舖
14. Joanna Rein Dying	菲律賓屈臣氏
15. Eduard Verlinden	法國屈臣氏
16. Loreta Zieziene	立陶宛 Drogas
17. Jekaterina Zolotova	愛沙尼亞 Drogas
18. Dahdouh Gadja	比利時 ICI Paris XL

19. Marianne Goumans	荷蘭 Kruidvat
20. Danielle Houldsworth	英國 The Perfume Shop

### 銀獎 (屈臣氏自有品牌禮品包)

姓名	公司及部門
1. 陳嘉恩	屈臣氏集團 FSSC
2. 張翠玉	屈臣氏集團 FSSC
3. 鄭頌恩	香港百佳財務部
4. 陳全	香港百佳分發中心
5. 郭月樺	香港百佳分發中心
6. 梁美珊	豐澤顧客服務部
7. 陳軍冠	香港屈臣氏實業財務部
8. 許永斌	廣州屈臣氏實業財務部
9. 梁 洁	廣州屈臣氏實業生產部
10. 高卉蘭	廣州屈臣氏採購部
11. 王汝亞	上海屈臣氏財務部
12. 黃娟娟	台灣屈臣氏資訊科技部
13. Shureen Lim	馬來西亞屈臣氏市場部
14. Eileen Tan	新加坡屈臣氏財務部
15. Jasmine Loke	新加坡屈臣氏財務部
16. Grace A. Dimaano	菲律賓屈臣氏採購部
17. Raimonda Samoskaite	立陶宛 Drogas
18. Caestecker Isabelle	比利時 ICI Paris XL
19. Van Hille Muriel	比利時 ICI Paris XL
20. Kan Sau Chen	荷蘭 Kruidvat



## 李嘉誠基金會 捐助寧養服務

二〇〇八年一月二十九日，李嘉誠先生出席香港日間寧養中心的啟用儀式，標誌著李嘉誠基金會覆蓋全國的「人間有情」寧養服務計劃由內地伸延至香港的公立醫院。該計劃為中國內地和香港的末期癌症病人提供寧養服務，除李嘉誠基金會的港幣四千二百萬元捐款外，醫管局也將為計劃提供港幣二千三百萬元配套資金。

該計劃覆蓋全港七個醫院聯網的八所寧養中心，這些新設的寧養中心採用溫馨的家居設計，為病人提供方便的專業照顧和設備，讓病人和家屬在社交、心靈和精神等方面都得到支援。關懷生命，透過提供寧靜的環境和各種護理服

務，減輕末期病人的痛苦，是計劃的宗旨。

醫院管理局主席胡定旭先生對基金會的支持深表謝意。

李嘉誠先生認為，寧養服務的意義在於一群有奉獻心的護理人員，為他人付出時間和心血。他相信生命的尊嚴是無價的，對末期病患者予以關懷和尊重，是我們社會價值觀的重要一環。李先生對協助推行計劃的所有前線護理人員表示讚賞，認為他們的工作雖然最終總是面對傷感的結局，但能把病人的痛苦轉化為祥和、舒適與尊嚴，卻是值得嘉許。



### 超級大獎 (1)



Screwpull 開瓶器  
由 Watson's 屈臣氏 Wine Cellar 贊助

### 金獎 (2)



北京奧運福娃套裝  
由 PARK'SHOP 中國贊助

### 銀獎 (30)



Mikasa Oenology 酒杯  
由 PARK'SHOP 香港贊助

### 問：

- 1) 請說出「屈臣氏集團」(A.S. Watson) 名字的由來。
- 2) 屈臣氏集團於何時成為和記黃埔集團的全資附屬機構？
- 3) 屈臣氏集團於何時開始進軍歐洲零售市場？

請將填妥之參加表格寄回：

香港新界沙田火炭  
禾寮坑路 1-5 號屈臣氏中心十一樓  
屈臣氏集團公共關係部收

或電郵至 [WatsOn@asw.com.hk](mailto:WatsOn@asw.com.hk)

截止日期：二〇〇八年五月十六日

員工姓名：\_\_\_\_\_ (中文) \_\_\_\_\_ (英文)

公司及部門：\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_

員工編號：\_\_\_\_\_ 聯絡電話：\_\_\_\_\_ 簽名：\_\_\_\_\_

A1：\_\_\_\_\_ A2：\_\_\_\_\_ A3：\_\_\_\_\_

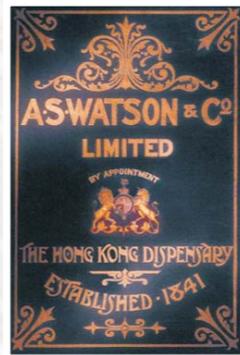


慶祝

180周年紀念

屈臣氏集團  
發展里程碑

源 1828



1828 屈臣氏前身廣東藥房在廣州開業

1858 屈臣氏醫生 (Alexander Skirving Watson) 加入香港藥房擔任經理

1871 正式註冊為 A.S. Watson & Company (屈臣氏公司)

1841 廣東藥房南下香港，創辦香港藥房

1869 香港藥房成為港督及愛丁堡公爵的專用藥房

1883 創辦屈臣氏蒸餾水，為中國大陸與香港消費者提供最清純、最健康的蒸餾水

1903 位於香港火炭的屈臣氏中心啓用，成為屈臣氏集團的總部

2000 收購英國的保健及美容產品連鎖店 Savers，藉此進軍歐洲零售市場

2002 收購在法國和歐洲其他十三個國家經營逾一千二百家商店的法國上市香水連鎖店 Marionnaud，使屈臣氏成為按店舖數目計算，全球最大的美健產品零售商。屈臣氏又收購英國的 The Perfume Shop、俄羅斯的 Spektr，以及烏克蘭的 DC (二〇〇六年)

1883 屈臣氏拓展海外業務至菲律賓與中國大陸，並於一八八四年在馬尼拉開設藥房及汽水廠

1903 屈臣氏成為和記黃埔有限公司全資附屬機構，經營七十五家食品及非食品零售店

1981 屈臣氏藥房拓展至台灣、澳門、新加坡 (一九八八年)、馬來西亞 (一九九四年)、泰國 (一九九六年) 及菲律賓 (二〇〇二年)，並於一九八九年在中國大陸重新開業

2005 收購以歐洲荷蘭為基地的 Kruidvat Group，為屈臣氏增添一千九百家商店

2008 屈臣氏慶祝開業一百八十周年，集團目前在三十六個市場經營超過七千九百家商店

A new world of fine wine.  
**Online.**



The new  
**www.watsonswine.com**

Online purchase, Gift ideas, About wine, Events diary

All included!



www.watsonswine.com



Watson's 酒窖  
Wine Cellar



A member of A.S. Watson Group  
A Hutchison Whampoa Company