

79

Watson

屈臣氏集團員工季刊

第三、四季 • 二〇〇九年

屈臣氏集團加快全球擴充計劃

土耳其屈臣氏：美麗新力軍

夥伴同心慶佳績

目錄



世界各地

03



我的家

31

27

我的產品



社區情

39



專題

21



和黃事

48

世界各地

• 最新消息	4
• 屈臣氏集團加快全球擴充計劃	5
• 二〇〇九年中期業績	7
• 以值取勝	
• 奪大獎 創里程	8
• 四喜臨門	
• 再獲殊榮	
• 星光匯聚Glammy獎	9
• 三十而立新形象	10
• 十三吉祥	
• 夥伴同心慶佳績	11
• 人氣之選	13
• 駿業重開	14
• 漫步健康路	15
• 防曬佳音	
• 芬芳盛會	16
• 精彩優惠一卡盡享	17
• 香滿樟宜	
• 炎夏熱銷	18
• 齊打氣 壯聲色	19
• 韓食襲港	20
• 朱古力醇酒匯	



荷蘭 Kruidvat, Laren Nieuweweg



荷蘭 ICI PARIS XL, Bussum Havenstraat



法國 Marionnaud, Cnlt



荷蘭 Kruidvat, Bussum Nassaulaan



荷蘭 Trekpleister, Bussum Nassaulaan



法國 Marionnaud, Le Defense



英國 The Perfume Shop, The Kensington Arcade



英國 Superdrug, High Street, Kensington



英國 Savers, Hammersmith

最新消息

在聖誕節前，屈臣氏集團董事總經理黎啟明前往歐洲視察業務，並對集團旗下商店為聖誕新年旺季作好妥善的準備，表示讚賞。同事們都精神奕奕，希望在未來的旺季再創高峰。





屈臣氏集團加快全球擴充計劃

屈臣氏集團於十一月二十四日慶祝屈臣氏個人護理店在內地第五百家分店正式開業，為集團擴充計劃豎立起另一個重要里程碑。集團期望在未來兩年內，把內地分店數目增至一千家，全球分店數目將超過一萬家。

屈臣氏集團是全球最大保健及美容產品零售商，旗下經營超過八千六百家零售商店，業務遍佈歐亞三十四個市場，其高級香水及化妝品類零售更是歐洲行內首屈一指的連鎖店。

屈臣氏集團董事總經理黎啟明先生在上海818廣場新店的開幕儀式上說：「雖然市場經濟環境仍然艱難，歐洲某些地區尤甚，但集團能一方面維持增長動力，一方面嚴格控制成本。今年首六個月比去年同期仍錄得百分之四的增長，而且我們在很多地區業務的增長率均比大市優勝，實在令人欣喜。」



「我們的全球擴充計劃的目標，是於二〇一一年內將全球分店數目擴充至一萬家。明年我們會加快擴充步伐，較今年開設多百分之六十七的新店，即明年每天平均有兩家分店開幕。」

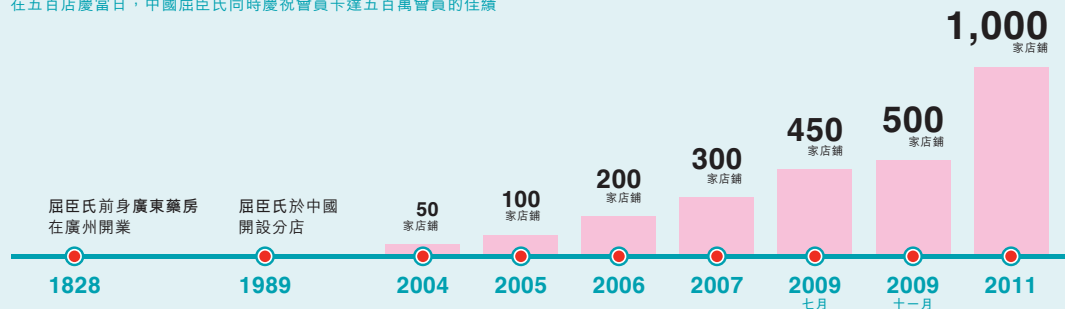
「除開設新店外，我們會透過加強顧客的忠誠度及增加顧客單次購買量，以提升整體的營業額。我們正在不同市場投放資源以加強顧客關係及會員計劃的管理，目前我們全球的資料庫中已儲存有二千八百萬名顧客的資料。而為進一步提供顧客的不同需要，我們會加強與主要供應商的合作，改善貨品種類管理，為顧客提供更多最新最好的超值產品。當然，致力提供更多更優質的自家品牌產品也是我們業務發展的重要目標。」



Watsons



在五百店慶當日，中國屈臣氏同時慶祝會員卡達五百萬會員的佳績



中國屈臣氏於七月剛慶祝第四百五十間商店開幕，開幕當日更欣逢屈臣氏在中國開業二十周年誌慶



二〇〇九年中期業績

截至二〇〇九年六月三十日止年度，**和記黃埔有限公司**錄得總營業額港幣一千四百一十億二千八百萬元。股東應佔溢利為港幣五十七億六千萬元。

有關業績報告的詳盡內容，請瀏覽

www.hutchison-whampoa.com/chi/investor/interim/interim.htm

屈臣氏集團的總營業額為港幣五百三十四億四千四百萬元，以當地貨幣計算，則錄得百分之四的基本銷售額增長。主要由於施行節流計劃、減少存貨量及提升營運效益，集團未扣除利息及稅項前盈利共港幣十八億七千三百萬元，較去年同期上升百分之六十七。



以值取勝

在本年度《Verdict零售研究報告》中，**Savers**分別高踞「個人護理產品價格」及「整體零售產品價格」組別的第一及第二名，見證其不斷壯大的業務實力備受肯定。該報告乃根據顧客意見調查的結果來排列名次，證明Savers以物超所值的貨品，贏盡顧客忠心愛戴。今後，Savers定能保持優勢，續締佳績！



奪大獎 創里程

波蘭Rossmann於十月開設第四百家店舖，同時慶祝首次奪得「超級品牌」大獎，肯定了該品牌在一眾知名零售品牌中的卓越地位。

ROSSMANN

四喜臨門

荷蘭ICI PARIS XL於十一月再次獲得荷蘭消費者選為「最佳香水專賣店」，這已是該店連續第六年獲此獎項，而比利時ICI PARIS XL亦獲此殊榮！兩個獎項都是由消費者以投票方式選出，兩國的ICI Paris XL在貨式、服務及員工質素方面都獲得比對手為高的評分。這項喜訊令全體員工大感鼓舞，並證明了ICI PARIS XL憑藉優質產品及服務，已成為消費者首選的香水專賣店！

此外，比利時Kruidvat亦於同一比賽中，獲得二十一萬七千名比利時顧客投票支持，勇奪「最佳藥房」大獎。在荷蘭，Kruidvat則在歐洲品牌管理學院舉辦的比賽中，奪得「無可比擬品牌」第二名。

ICI PARIS XL

Kruidvat

再獲殊榮

繼早前奪得DFNI Global Awards的「全年最傑出旅遊零售商」及「全年最佳機場零售商」後，香港Nuance-Watson於2009 Frontier Awards頒獎禮上第二次榮獲「全年最佳機場零售商」的環球殊榮。Nuance-Watson由一九九八年在香港國際機場開業以來，已先後獲頒五十多個獎項。

Nuance-Watson HK
WORLD CLASS SHOP AWARDS



Rossmann Poland行政總裁 Marek Maruszak (左) 與副行政總裁Marcin Grabara一同慶祝第四百家分店開幕及出席「超級品牌」大獎的頒獎禮



香港Nuance-Watson區域董事總經理彭慧珊 (左三) 與員工同賀獲獎



比荷盧區域董事總經理 Leo van Welij (右四) 與員工一同分享得獎之喜悅



星光匯聚Glammy獎

ICI PARIS XL於六月與《Glamour》雜誌攜手舉辦首屆Glammy Awards，成為荷蘭首個根據顧客投票進行評選的美容產品大獎。

顧客參與網上投票，可即時獲得ICI PARIS XL及《Glamour》的電子優惠券，同時可參加大抽獎，獎品包括頒獎禮入場券、美容工作坊、美容產品，甚至房車等。這項活動吸引了接近二十五萬人次投票，並大大提升了店鋪的人流。在頒獎禮上，獲提名及獲獎的名人和供應商與傳媒聚首一堂，共度星光璀璨的一晚。

ICI PARIS XL



三十而立新形象

為慶祝開業三十年，Trekpleister為旗下商店引進新的「Vitaal」設計概念，換上全新形象。新設計保留了Trekpleister深入民心的「鄰里藥房」形象，大受顧客及員工歡迎。該連鎖店亦同時推出獎賞計劃，讓顧客自動累積分數，以換取禮品或折扣優惠。



十三吉祥

泰國屈臣氏於七月舉辦以「金碧輝煌」為主題的活動，慶祝開業十三周年。為隆重其事，屈臣氏送出了二十八條金頸鍊予幸運顧客，更送出金錠予大抽獎的幸運兒。

在誌慶期間，屈臣氏更參與一項名人慈善拍賣活動，為Association for the Promotion of the Status of Women籌得十萬泰銖。





中國

夥伴同心慶佳績

屈臣氏每年都會舉辦「屈臣氏健與美大賞」頒獎禮，以表揚在銷售、推廣、整體產品表現方面卓有成就的夥伴及供應商。泰國屈臣氏亦於較早前舉辦此頒獎禮，而其他亞洲地區的頒獎禮亦各據特色。

中國屈臣氏今年的「屈臣氏健與美大賞」頒獎禮欣逢集團在中國市場開業二十周年誌慶，大會以「姣紫嫣紅，精彩人生」為主題，並增設三項大獎，分別是「最佳個人護理產品」、「最健康產品」及「最佳推廣大獎」。

台灣屈臣氏以「精益求精，力求上游」為主題，於晚會中更派發蘋果襟章及貼紙，鼓勵各供應商提升服務水平。為感謝供應商的衷誠合作，台灣屈臣氏採購部總監李惠笑與演藝名人羅志祥一同出席慈善表演，為兒童福利聯盟文教基金會籌得新台幣五十五萬元的善款。

菲律賓屈臣氏的頒獎禮以「健與美的藝術」為主題，將場地佈置成美術館，並以梵高、達文西等藝術大師的傑作為背景。屈臣氏營運總監Robert Sun強調衷誠合作是一門藝術，並指出投入感和熱忱於達致嚴謹的運作標準尤其重要。

在馬來西亞，頒獎禮以「玩得大，贏得大」為口號，並向來賓派免費籌碼，讓他們在美國賭城一樣的賭桌上一試運氣，並用贏得的籌碼「購買」福袋。儘管經濟不景，不少供應商仍然加強與馬來西亞屈臣氏的合作。

在新加坡，活動以「光華四射」為主題。會場鋪上紅地毯，攝影師充當狗仔隊為嘉賓拍照，讓嘉賓感覺仿如超級巨星。頒獎禮上，最高銷量的品牌一共獲頒發一百五十一個獎項，供應商皆大歡喜，盡興而歸。

最近的「健與美大賞」頒獎禮則於十月八日在香港舉行，以「閃耀全城」為其主題。當晚星級品牌代言人與歌星聚首一堂，星光熠熠。供應商獲頒發一百多個獎項，包括為慶祝頒獎禮十周年而新增的「新產品大獎」和「最喜愛品牌大獎」。



新加坡



馬來西亞



香港

H

W

B



菲律賓



台灣



比荷盧保健及美容採購總監（右一）Kees Buur頒予獎項給各得獎供應商



人氣之選

一年一度的「**Kruidvat**最受歡迎大獎」是根據網上投票進行評選。在今年的比賽中，共有四萬一千名顧客對美髮產品以至糖果糕點等十九個產品類別進行投票，而投票結果於比荷盧屈臣氏保健及美容產品供應商大會上公布。得獎產品獲得店內最好的貨架位置，並成為推廣活動的焦點所在。

另外，為宣傳其深受歡迎的照片沖印服務，Kruidvat於八月至九月舉辦攝影比賽，吸引荷蘭和比利時約五千名顧客參加。由荷蘭名攝影師和比利時影視名人領導的專家評審團負責評選，勝出者贏得旅行支票，以支持其再次出訪而拍攝更多美麗的相片。



攝影比賽由比利時顧客以「婚禮」為題奪得冠軍。





駿業重開

台灣屈臣氏佔地三千五百平方呎的基隆分店已於九月十七日重開，成為市內面積最大的藥房及化妝品中心。

分店特設「六星級美容室」，並於美容產品專櫃提供試色服務，讓顧客免費試用各款化妝品，而「專業形象中心」則提供美髮產品造型服務。

此外，銷量最高的四個男士護膚品牌—Biotherm Homme、Lab Series、Shiseido Men和Vichy Homme，更首次衝出百貨公司，進駐屈臣氏，讓男士們盡享選購尊貴品牌的樂趣。





漫步健康路

中國屈臣氏除了提供優質的保健及美容產品外，更鼓勵顧客多參加由屈臣氏舉辦的「健康另一伴」的戶外活動。最近，屈臣氏卡會員於屈臣氏商店購物滿人民幣一百五十元，即可參加「Cool Walk 2009」幸運大抽獎。十一月十四日，超過三百位屈臣氏卡會員及員工一起完成了這項全長三十六公里的步行活動！

watsons



防曬佳音

今年炎夏，Krudvat舉行推廣活動，在荷蘭四個最熱門的海灘大派Solait迷你防曬產品，讓日光浴愛好者喜出望外。為加強宣傳聲勢，Krudvat還出動一架小型飛機，掛著寫上「Krudvat Solait Best Buy」的彩帶，沿著荷蘭的海岸線飛行，宣揚Solait防曬產品獲獨立的消費者協會評選為最實惠的產品。

Krudvat



芬芳盛會

The Perfume Shop (TPS)今年再度舉辦「Christmas In July」活動。超過一百四十位記者應邀出席，在專人陪同下參觀會場，同時獲贈供應商贊助的精緻禮品包。會場包括主題式香薰展區及化妝區，並吸引Coty、P&C、寶潔等三個香水品牌參與。而名為「Look Good Feel Better」的慈善組織亦同場展示支持患癌婦女的最新活動。

同一時期，TPS與寶潔聯手發動宣傳攻勢，以提升新款男士香水的銷售量。為吸引「好動型」男士，TPS於全國性報紙的體育版刊登廣告，向每次購買香水的顧客送贈一件獨家的Ashes Cricket T恤。



四位本地塗鴉藝術家獲邀為場地以「勇敢」為題，以表達各款香水的獨特性。



精彩優惠一卡盡享

為回饋忠實顧客的支持，新加坡屈臣氏於七月推出屈臣氏會員卡計劃，帶來全面的個人護理購物體驗。顧客持卡購物可累積分數、享受特價優惠，並可隨時在屈臣氏換領精選產品。會員於生日當天持卡消費，更可賺取五倍積分。此會員卡的流通量現已超過十八萬張。

Watson's



香滿樟宜

Bumble and bumble (Bb)於六月落戶新加坡樟宜機場的Perfumes & Cosmetics by Nuance-Watson (NWS)，開設在美國以外的首個零售點。出席開幕典禮的記者獲得專人示範產品及提供個人髮型服務。Bb在樟宜機場設立零售櫃位，使其產品及潮流資訊可以接觸追求時尚的新顧客。

較早時，NWS與SK-II合作推出一項全球旅遊零售推廣活動，在逆市中帶來近一億美元的銷售額，遠超預期，並較去年的銷售額高出百分之八十八。這是NWS與SK-II第二個成功的全球合作項目。

Nuance-Watson

炎夏熱銷

台灣屈臣氏於較早前推出炎夏促銷活動。在記者會上，喜劇演員演出一齣趣劇，介紹屈臣氏顧客的購物策略。顧客還獲邀即席參加一場拗手瓜比賽，勝出者獲得價值新台幣一千元的屈臣氏禮券。

此外，屈臣氏又與八家著名零售商聯手，於七月合辦「好康8著你」推廣活動，提供多達四十六種折扣優惠，總值超過新台幣一萬元。這是台灣屈臣氏首次聯同其他零售商舉辦宣傳活動，為顧客與零售商締造雙贏局面。顧客可享各零售商提供的優惠，而零售商則可擴大客源。

Watsons





齊打氣 壯聲色

為支持香港於十二月主辦的東亞運動會，**屈臣氏蒸餾水**與著名本地設計師合作，設計了一套限量版「東亞運打氣套裝」，當中包括打氣大手掌及紀念T恤。

打氣套裝採用九個不同的圖案設計，代表九個參賽國家和地區。現場觀眾可穿上特別版的T恤，使用打氣大手掌，為他們擁戴的運動員和參賽隊伍熱烈打氣。

屈臣氏蒸餾水

韓食襲港

香港百佳於年中舉辦多項美食節，為香港市民帶來世界各地的珍饈百味。這次韓國美食節在七月三十一日至八月十三日舉行，展示了多款以「健康」為主題的韓國美食，其中韓國著名健康小食Dr. You of Orion亦於百佳獨家發售。顧客購物超過一百元，即有機會贏取兩張來回韓國的機票，親身到韓國品嚐更多地道美食。



朱古力醇酒匯

屈臣氏酒窖與著名法國朱古力商人Jean-Paul Hevin合作，於今年八月推出朱古力與葡萄酒結合的新奇口味，介紹不同年份的葡萄酒與各種高級朱古力的精彩搭配，為味蕾帶來難忘的美妙體驗。

屈臣氏酒窖在較早前更以生蠔及各種傳統美食配搭醇酒佳釀作推廣，為愛酒人士提供更高境界的美食享受。





土耳其屈臣氏

美麗新力軍

寬敞的大門增加透明度，貨品琳瑯滿目；讓顧客在舒適的環境裡精挑細選



土耳其地處歐亞交界，歷史文化豐富多采。當地市場和墟集售賣的商品琳瑯滿目，包括香料、地毯、奧圖曼珠寶、瓷器、石膏工藝品、雕刻、藝術品等土特產，是各國遊客必到的購物熱點。

雖然這些色彩繽紛的傳統市集早已是當地人民的生活特色之一，但今天的土耳其超過七千二百萬的人民卻比較喜歡到現代化的商場購物。而當地人民更偏愛光顧屈臣氏個人護理店，來滿足他們對保健和美容的需要。

二十八歲的銀行從業員Seda Sahin就是一個好例子。她最愛到商場遊逛，看看有甚麼最新的美容產品。下班後，Seda總會和現年三十二歲、已為人母的Leyla Yilmaz結伴到屈臣氏個人護理店。Seda的第一站是化妝品部，而Leyla則是嬰兒用品部。店內商品由專門的美容產品到日用品，一應俱全，其品質及款式贏盡這兩位女士的歡心。



定位明確，成功之基

雖然土耳其是文明古國，但當地人民卻相當年輕，充滿活力，而且具有國際視野。當地超過七成人口住在市區，單是伊斯坦堡的人口便已超過一千二百萬。土耳其已申請加入歐盟，當地許多年輕專業人士都崇尚西歐的時尚潮流和生活品味。

鑒於土耳其的保健和美容產品零售市場極具增長潛力，屈臣氏集團遂於二〇〇四年進軍當地市場，收購六家Cosmo店。這些零售店於翌年採用屈臣氏品牌，以全新形象示人。今天，集團在當地已開設了二十六間分店，員工超過二百八十人。

土耳其的零售市場既有大眾化的超市，亦不乏高級香水名店，初來報到的屈臣氏要以保健和美容零售產品打入當地市場，需要克服不少困難。集團必須選擇一個能夠突顯本身品牌特色，而又有卓越成效的經營模式。

憑藉屈臣氏這個國際品牌的知名度，土耳其屈臣氏以專攻「美容」產品作為突圍而出的重要本錢。這個策略亦得到當地化妝及護膚用品供應商的支持，因為他們需要有一個專門的銷售渠道來接觸需求龐大的潛在客戶。



專題



屈臣氏深明土耳其消費者的心意：首先，消費者雖然歡迎商店提供協助和意見，但也希望自己作出購買決定，並有不同的品牌和款式可供選擇。第二，顧客喜歡分期付款，而零售商也常常提供這種付款方式去吸引顧客。因此，屈臣氏便與銀行合作，讓顧客可以採用分期付款。

消費研究亦顯示，商場是土耳其人民購買美容用品的首選地。難怪當地的購物中心發展蓬勃，由一九九〇年僅僅十個急速增加，預期至二〇一〇年將達到三百個。有見及此，屈臣氏以進駐高級商場作為發展策略，並將自己定位為專門的美容品牌，以提供一個選購個人護理用品的好去處，與大型超市分庭抗禮。

屈臣氏的貨品價格相宜且款式齊備，深受顧客歡迎；更重要的是，屈臣氏有二十名合資格的駐店美容顧問（另有一百一十名供應商顧問）向顧客提供專業、友善和持平的意見，備有產品樣本可供免費試用，讓顧客逐漸與屈臣氏品牌建立起深厚的感情。



照顧全家

作為一個專門的美容品牌，土耳其屈臣氏提供全國貨色最齊備的化妝及護膚產品，而其自有品牌亦日益受愛戴。當地分店現在出售一千二百個庫存量單位的產品，最暢銷的包括屈臣氏沐浴乳、屈臣氏唇膏、屈臣氏新棉花系列、屈臣氏嬰兒系列等。

此外，RIMMEL更成為土耳其屈臣氏獨家發售的第一個化妝品牌，擴大了其美容產品的種類以供選擇。屈臣氏亦備受傳媒注目，其獨家發售的各種商品獲得《Cosmopolitan》、《In Style》及《Elle》等高級生活雜誌廣泛報道。

土耳其屈臣氏獨家發售的聯營品牌產品，例如「傻豹」及「史諾比」等，有不同年齡的愛好者選購，而每月舉行的推廣計劃更令購物倍添樂趣。

其實，以土耳其屈臣氏為首選商店的顧客，並不限於女性。由於屈臣氏商店的環境舒適便利，而且貨色齊全，故吸引愈來愈多土耳其男士一再惠顧，成為常客。





發展宏圖

雖然開業時間短淺，但土耳其屈臣氏已有不俗的成績。屈臣氏集團提供零售營運標準指引，以完善制度迅速擴展分店網，而不會影響業務的健全發展。

為貫徹這個方針，土耳其屈臣氏於二〇〇九年一月開設一家面積達二千五百平方米的現代化分銷中心，以配合未來數年擴展業務的需要。

屈臣氏還利用貨架圖來規劃貨品陳列，以提升營銷能力。截至二〇〇九年十一月，公司採用自動化補貨系統為分店添補貨品，確保貨品供應無缺，並有助管理存貨水平。

有了這些不可或缺的硬件配合，土耳其屈臣氏計劃繼續擴展零售網，希望於二〇一〇年之前使分店總數超越四十家。



土耳其屈臣氏自二〇〇六年起已連續四年奪得由www.kariyer.net頒發的「以誠待人獎」



土耳其共和國首任總統阿塔圖爾克有一句名言，其意思大概是「自尊自重、努力現在、成就未來」。在土耳其各地，許多紀念碑都刻有這句話，以鼓勵國民努力奮鬥，繼往開來。土耳其屈臣氏總經理Ahmet Yanikoglu表示：「身為土耳其屈臣氏的團隊領袖，我對此亦深有同感。」

他續說：「我們努力不懈，不只成功建立屈臣氏的品牌，更在前景可觀的本地市場，制訂了一套獨到而有效的零售模式。我們的團隊敬業樂業，憑努力和才智取得今天的成績，成為顧客、供應商及員工的首選商號。我們亦為二〇一〇年及以後制訂了進取的發展藍圖，蓄勢擴展。首要計劃是使店舖總數於三年內擴展至一百家，並於六年後增至三百家。」

對於土耳其數以百萬計如Seda和Leyla的消費者來說，這實在是個天大喜訊。

Watsons



土耳其屈臣氏的員工於閒暇的日子也會聚首一堂，一同參與康樂活動



冰肌玉膚光華再現

Superdrug 推出優質抗衰老護膚產品系列 Optimum，價格相宜，採用最先進的科技及成份研製，能有效對抗老化，讓皮膚保持青春亮麗。Optimum針對不同年齡的皮膚，配合女士在人生不同階段的護膚需要，讓肌膚得到體貼呵護，回復青春光澤。這款護膚產品系列經過十多年研發而成，並已通過臨床皮膚測試。

部份Optimum產品現於香港、馬來西亞、新加坡及泰國屈臣氏有售。

Superdrug

Watsons



屈臣氏更加親近您

馬來西亞屈臣氏最近強勢推出全新屈臣氏個人護理品牌系列，以提升市場對其自有品牌產品的認知。屈臣氏於一間以水療中心為設計主題的餐廳舉行預展會，招待傳媒友好。除了按摩服務外，傳媒代表還可享用以葡萄籽、蘆薈、綠茶、蜜瓜等材料炮製的各式美食，與自有品牌產品的天然成分互相呼應。會場更設立專區，方便傳媒進行拍攝。

Watsons

洗出新風采

泰國屈臣氏在十月推出全新的護髮產品系列－屈臣氏維他命B5洗髮水及護髮素。新產品含有由日本進口的豐富維他命原B5成分，能深入滋潤頭髮，減低受環境污染的影響，為乾燥和容易受損的髮質提供修護作用。

屈臣氏邀請了四位城中名人示範不同的髮型，同時請來一位名髮型師，為大家講解護髮心得和配襯不同面形的髮型。

Watsons



我的產品
自有品牌

勁樂滾滾來

屈臣氏沙示汽水於六月及七月舉辦名為「我的味道 我的歌」演唱會，與各地音樂愛好者分享美樂韻。在香港、澳門、廣州及其他地方舉行演唱會，著名流行樂手、hip-hop組合、無伴奏合唱組合、唱作人傾力演出，盡顯沙示品牌所代表的青春和熱情。

為推廣屈臣氏蘇打水，屈臣氏繼而於八月舉辦四場「Hot Music Mix Parties」，邀請不同音樂風格的樂隊同台演出，以突顯屈臣氏蘇打水「mix and match」的特色，帶來獨一無二的音樂體驗。

SARSAP Watson's Soda Water





彩妝耀雙輝

台灣屈臣氏於六月獨家推出兩個高級化妝品牌，為顧客帶來更精彩的購物體驗。

台灣屈臣氏安排著名媒體進行獨家訪問，推介韓國頂級化妝品牌VOV。在記者會上，VOV首席化妝師採用VOV化妝品，為著名歌手和模特兒化上彩妝。VOV於八月與Elle.com和屈臣氏在台北的各大分店舉辦宣傳活動，與顧客交流化妝心得。VOV為年輕女士免費提供化妝意見及形象設計，更透過電視台進行的訪問，了解女士對美容的看法。

台灣屈臣氏還獨家引入另一個化妝品品牌—洛杉磯專業化妝品品牌NYX。為配合品牌的推出，屈臣氏舉辦了三場推廣活動，分別向各大媒體提供詳細的產品資料，並於記者會上宣佈NYX的代言人及介紹其秋冬新妝。最後舉行派對邀請二百多位名人及傳媒朋友參加，將活動帶入高潮。

Watsons

絲瓜美膚熱

台灣屈臣氏於八月舉行盛大派對，慶祝蒂芬妮亞絲瓜美膚系列面市。除了有多位使用該產品的名人現身說法，分享護膚心得外，一位中醫師亦應邀出席，介紹絲瓜美膚精華素的好處，而一本專業美容雜誌的編輯則提供使用絲瓜美膚系列來配搭不同膚質的貼士。活動過後，絲瓜美膚系列產品的銷售額增加三倍，利潤亦增加接近五倍。

Watsons



頂級品牌進駐屈臣氏

屈臣氏最近成為日本第一直銷護膚品牌DHC在新加坡的獨家分銷及零售商，反映屈臣氏不斷提升服務承諾，為顧客提供精彩、更獨特的購物體驗。DHC最受歡迎的「橄欖精華修護禮盒」現於新加坡屈臣氏全線有售，而DHC其他護膚產品亦將於未來數月內陸續推出。

Watsons



新加坡屈臣氏董事總經理Cathy Yeap (中) 與DHC國際業務發展Emi Haruhara (右) 一同慶祝合作成功



33. 胸懷大志 • 重返校園 34. 共商來年大計 • 歐洲
交流大會 35. 屈臣氏主辦藥劑師大會 • 力臻卓越奠
楷模 36. 親子慈善跑 • 活力迎東亞 37. 齊心事成！
• 最佳分店 38. 拉闊生活 心意盡顯



我的家



The Perfume Shop董事總經理Jo Walker鼓勵員工要為聖誕節作好準備



屈臣氏保健及美容行政總監Jeremy Seigal (右) 頒獎予奪得「年度經理」大獎的Solihul店舖經理Andrea Digennero

胸懷大志

The Perfume Shop今年的經理周年會議九月十六日舉行，大會以「胸懷大志」為主題，除了向員工頒發長期服務獎和全年最佳分店經理獎外，同時表揚修畢了Fragrance Association的認可香水銷售專家課程的同事。

南愛爾蘭分店的員工更獲贈Calvin Klein手錶，以感謝他們對公司作出貢獻。另外，當晚設有慈善獎券售賣，為「Look Good Feel Better」活動籌款。



Superdrug人力資源總監Joanne Mackie(左) 與2True Cosmetics市場發展總監Carolyn Ryan探討員工培訓機遇



Jeremy Seigal歡迎各供應商出席Superdrug的首次研討會

重返校園

Superdrug於九月舉行了一個供應商研討會，向大型供應商發表二〇一〇年的業務計劃。會議以「重返校園」為主題，整體目標是希望強化Superdrug在五十大大供應商心目中的形象。Superdrug亦把握這次機會收集意見，結果發現絕大部分的意見十分正面。多個供應商現正與Superdrug進行商討，希望支持明年的員工培訓計劃。



共商來年大計

來自馬來西亞、中國、台灣、泰國、菲律賓、韓國、印尼等地的屈臣氏市場推廣經理及主管於七月雲集陽光普照的吉隆坡，參加二〇〇九年「亞洲健與美市場推廣大會」。土耳其的代表更是首次參加會議。

與會者專注制訂二〇一〇年的市務策略和支援活動，範圍包括推廣項目、自有品牌活動、市場研究、客戶關係管理，以及網上活動等。



歐洲交流大會

屈臣氏集團高級香水及化妝部是歐洲最大的香水及化妝品零售商，憑藉國際業務網的優勢，為同事們安排交流機會。來自十四個歐洲國家的四十多名市場推廣部、公共關係部和貿易部的同事於九月聚首一堂，就電子商貿發展以至聖誕節推廣活動等事宜交流經驗。香港的國際採購部亦出席和介紹可供各業務單位選擇的各款禮品和贈品。





屈臣氏主辦藥劑師大會

菲律賓屈臣氏於九月十七日舉辦第一屆藥劑師大會，以「We C.A.R.E.」為主題，帶出屈臣氏藥房的四大護理概念—匯聚（Convene）、促進（Advance）、革新（Re-invent）及帶動（Empower），共有二百四十五名藥劑師出席。會上同時慶祝首批保健顧問畢業。

Watsons



力臻卓越莫楷模

中國屈臣氏秉持精益求精的精神，在七月舉辦「屈臣氏人DNA Workshop」，以提高服務質素，進而提升屈臣氏的形象。這個工作坊獲得接近九成的中國內地員工參加，令同事加深對屈臣氏品牌的了解，並認識如何將DNA理論（屈臣氏力臻卓越的企業文化）應用在日常工作上，尤其在顧客服務中實踐。

Watsons

親子慈善跑

Drogas員工於九月齊集拉脫維亞城市Valmiera，參加二〇〇九Valmiera馬拉松。員工除了為個人健康而運動外，更藉此與全國各地同事見面，聯絡感情。

這也是Drogas首次安排員工與子女一同參加馬拉松，以享受天倫之樂！

這次馬拉松由Centre of Charity主辦，部分參賽費用已撥捐慈善組織Food for Children，為貧困兒童免費提供食物。



活力迎東亞

第五屆東亞運動會的聖火傳遞活動已於八月展開，標誌著這項盛事進入百日倒數階段，各項賽事已於二〇〇九年十二月在香港隆重舉行。**屈臣氏田徑會**的鄧漢昇代表**屈臣氏蒸餾水**，擔任其中一名火炬手。這位香港男子一百米欄及四百米欄紀錄保持者在完成接力後心情興奮，並表示：「在接力活動中，我強烈感受到聖火傳遞所體現的體育精神、團結力量、真摯友誼及和平融洽。」



鄧漢昇（左）正準備將東亞運動會的火炬交予蘇偉偉（香港殘奧運動員）





齊心事成！

屈臣氏集團是全球最大的保健及美容產品零售商，活躍於三十四個市場，並以高水準的宣傳推廣產品及服務，不斷引領集團締造佳績，迭創新高。集團今年首次設立「屈臣氏集團市場推廣及公共關係大獎」，以表揚員工同心協力，令各項推廣活動取得美滿成績。

比賽於今年為首次舉辦，接獲來自二十四個業務單位共四十一份提名，各參賽項目都有其推廣的特色和出眾之處，令評判好不容易才能選出各項的勝出者。



台灣屈臣氏董事總經理Krish Iyer (右二) 將「全年最佳分店」獎座頒予大雅店門市的員工以是鼓勵

最佳分店

台灣屈臣氏推出「全年最佳分店」獎，以表揚員工辛勤努力及提升分店的整體質素。比賽採用銷量達標率、缺貨率、存貨管理和顧客服務等四項評審準則。結果大雅店以全面的卓越表現擊敗另外四百多家分店，首次勇奪冠軍。



拉闊生活 心意盡顯

中秋節是中國人的一個重要節日，當日一家大小會聚首一堂，共進豐盛美食，並燃點小朋友特別喜愛的彩色燈籠。九月二十五日，「拉闊生活新一族」為辦公室每名同事送上月餅和梨子，一同分享節日溫馨。

「拉闊生活新一族」還趁著十月秋高氣爽的日子，舉辦南丫島和大澳一天遊，參觀著名的天壇大佛和寶蓮寺。同時，又舉辦一系列水晶甲課程，激發同事們的創意細胞。



41. 萬眾同心抗風災 42. 粉紅力量 • 愛心滿載
43. 美甲創前程 • 健康生活齊建設 44. 善心照
耀齋戒月 45. 贈花寄意 46. 為善最樂



社區情



兒童福利聯盟文教基金會資源發展處副主任陳雅惠(右) 頒發感謝獎狀給台灣屈臣氏行企銷公關部總監寇碧茹

屈臣氏捐助 莫拉克災區重建計劃

NT\$ 1,000,000



兒童福利聯盟、Watsons 台灣屈臣氏

萬眾同心抗風災

颱風莫拉克於八月吹襲台灣，對東部及南部地區造成極大破壞，部分屈臣氏同事的家園亦嚴重損毀。屈臣氏集團總部發揚一家親的精神，組織了一次籌款活動，於短短數日內即籌得港幣三十五萬三千九百七十八元，其中港幣三十二萬六千四百〇四元來自員工的捐款，其餘港幣二萬七千五百七十四元則來自國際採購部員工特賣日的收入。所有善款均已轉交有關的台灣同事，提供所需的緊急支援。

同一時間，台灣屈臣氏提供了價值新台幣三百萬元的救災物資，並向「兒童福利聯盟文教基金會」的重建計劃捐出新台幣一百萬元，於風災後的一個月內已有一千多名兒童受惠。



Watsons

粉紅力量

法國Marionnaud今年與Estée Lauder、Clinique及《瑪麗嘉兒》雜誌聯手，支持「粉紅十月」計劃。為推廣該計劃的限量版產品，Marionnaud以耀眼的粉紅色為主調，用巨型粉紅色橫額來佈置櫥窗，同時於法國著名的女性雜誌上刊登「粉紅十月」的宣傳廣告。由現在至明年九月底，「粉紅十月」的籌款目標是八萬歐元。

自二〇〇六年起，「粉紅十月」計劃已籌得六萬五千歐元，全數撥捐「Le Cancer du Sein, parlons-en」，以推廣早期癌症診斷及支持有關的醫學研究。

/Marionnaud



愛心滿載

Drogas於八月參加了一項慈善活動，幫助Valmieras地區的清貧兒童。Drogas的員工為兒童募集了各種有用物資，例如書本、玩具和文具等，並舉行名為「Fill the School bag」的慈善賣福袋籌募善款，獲得了熱烈的響應。

Drogas





美甲創前程

泰國屈臣氏於八月為Association for the Promotion of the Status of Women的會員舉辦美甲課程，課程教授美甲的基本知識，希望學員能透過此課程培養興趣進而將之發展為一門可賴以為生的手藝，提升生活質素。

Watson's



健康生活齊建設

菲律賓屈臣氏與Natural Quality Corporation、Umagang Kay Ganda及Habitat for Humanity共同參與一個企業社會責任項目，在帕西格興建房屋。其中兩間將以屈臣氏的名義捐出，並歡迎員工捐贈家居用品。屈臣氏亦於七月為區內的家庭主婦提供免費醫療服務，由藥劑師提供健康檢查，而保健導師則舉辦了一場健康生活講座。

Watson's



善心照耀齋戒月

馬來西亞屈臣氏於九月展開一項名為「光耀大地」的慈善活動。屈臣氏員工除了向吉隆坡一間慈善團體院舍的孤兒派發自家品牌產品，並在市內一間咖啡室安排聚餐，讓這些兒童享受一頓豐富美食。此外，員工又向他們贈送應節禮品，共享齋戒月的歡樂。這次活動成功引起了社會對孤兒的關注。

Watsons





贈花寄意

七月至九月期間，**屈臣氏蒸餾水**與**匡智會**推出一個別具意義的綠化活動。顧客購買屈臣氏蒸餾水，即可免費獲贈由匡智會學員悉心培育的花苗。這些花苗全以有機方式耕種，共有六種花苗可供選擇。同時，屈臣氏蒸餾水推出特別的樽身設計，備有六種花朵的圖案，以鼓勵顧客支持計劃。

匡智會致力服務智障人士，提供教育及訓練活動，讓有特殊需要的人士得到協助。透過贈花計劃，屈臣氏蒸餾水鼓勵顧客一同支持社會上有需要的一群，同時亦打造更綠色的環境。

屈臣氏蒸餾水



為善最樂

炎炎夏日，**屈臣氏集團義工隊**不畏酷陽，繼續熱心公益！

義工隊於八月與聖公會聖基道兒童院聯手，為新來港兒童舉辦野外定向日，並於九月底與香港基督教女青年會秀群松柏社區服務中心合作，由屈臣氏藥劑師為一百位長者免費提供健康諮詢服務。

此外，義工隊自十月起與香港基督教女青年會合作，為沙田的學童舉辦情緒健康訓練工作坊及歷奇營。於十一月，義工隊則和香港精英運動員協會於「長者日」，向全港十區的長者進行探訪及派發日用品。



我問你答

第78期

答案

1) 第一名

2) 三百萬

3) 上海

問：

1) 屈臣氏集團期望於二〇一一年把全球分店擴至多少家？

2) 屈臣氏於何年進軍土耳其？

3) 屈臣氏蒸餾水特別為東亞運動會而設計的「東亞運打氣套裝」共有多少款圖案？

超級大獎 (2)

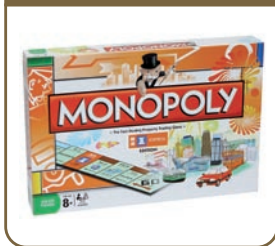
潮人耳筒



贊助： 屈臣氏集團

金獎 (10)

限量版大富翁



贊助： 

銀獎 (10)

毛公仔和閃石手鏈



贊助： International Buying
Shared Buying Services

超級大獎 (MP3 播放器)

姓名

1. 麥倩雯
2. Joan B. Celaje

公司及部門

屈臣氏集團FSSC
菲律賓屈臣氏 - 財務部

金獎 (GrapeBella護膚套裝)

姓名

1. 李敏儀
2. 徐志欣
3. 黃素芳
4. 余文敏
5. 張修文
6. 鄭嘉玲
7. 鄭嘉賢
8. 俞輝芳
9. 許家樂
10. Nazreen Begum
Binti Abdul Rashid
11. Daniel Ng
12. Daisy Mapanao
13. Wonkyu Kim
14. Robert Gearing
15. Jeanette Philippo

公司及部門

屈臣氏集團FSSC
香港屈臣氏實業財務部
香港屈臣氏實業財務部
香港屈臣氏實業業務資訊部
保健及美容 (亞洲) 市場部
香港百佳營運部
香港百佳貿易部
上海屈臣氏人力資源部
台灣屈臣氏人力資源部
馬來西亞屈臣氏人力資源部
馬來西亞屈臣氏市場部
菲律賓屈臣氏財務部
保健及美容 (英國)
Savers UK
Trekpleister

銀獎 (旅行用品套裝)

姓名

1. 徐燕芬
2. 彭婉媚
3. 何劍忠
4. 黃雅詩
5. 楊藹儀
6. 張文華
7. 梁文琪
8. 馬曙良
9. 葉東海
10. 梁祥和
11. 夏昊
12. 蘇舒
13. 李雅玲
14. Tracy Chung
15. Roselyn G. Palomar
16. Rebecca B. Almario
17. Lee Choy-hong
18. Ong Guat-eng
19. Nattanicha Suwannasaksin
20. Berenger Adriem

公司及部門

屈臣氏集團FSSC
屈臣氏集團FSSC
屈臣氏集團資訊科技
香港屈臣氏實業財務部
香港屈臣氏實業財務部
保健及美容 (亞洲) 市場部
Nuance-Watson (香港) 財務部
香港百佳營運部
香港百佳營運部
廣州屈臣氏食品飲料有限公司財務部
廣州屈臣氏食品飲料有限公司物流部
成都屈臣氏財務部
台灣屈臣氏店舖
馬來西亞屈臣氏採購部
菲律賓屈臣氏財務部
菲律賓屈臣氏店舖營運部
新加坡屈臣氏財務部
新加坡屈臣氏財務部
泰國屈臣氏財務部
Marionnaud Service Expansion

員工姓名：_____ (英文) _____ (中文)

公司及部門：_____

地址：_____

員工編號：_____ 聯絡電話：_____ 簽名：_____

A1：_____ A2：_____ A3：_____

請將填妥之參加表格寄回：

截止日期：二〇一〇年一月三十一日

香港新界沙田火炭禾塞坑路1-5號屈臣氏中心11樓
屈臣氏集團公共關係部收

或電郵至WatsOn@asw.com.hk

及時捐助 救濟災民

天然災害如水災、地震等難以預測，肆虐過後使受影響的地區人民感到無助和無奈。多年來，李嘉誠基金會多次於天災發生後賑濟災民，發揚民胞物與的精神。

台灣南部地區於八月初多縣市遭颱風莫拉克重創，暴雨成災，泥流釀淚河，造成重大傷亡，當地人民痛失家園，急需援助，李嘉誠先生十分關心受災群眾情況，除予以深切慰問外，並以基金會名義向台灣紅十字會捐款新台幣一億元(約二千四百萬港元)作「八八水災專戶」救災助急之用。



屈臣氏集團

屈臣氏集團起源於一八二八年，時至今日，集團已成為國際性的零售及製造業機構，業務遍佈全球三十四個市場。

集團旗下經營超過八千六百間零售商店，種類包括保健及美容產品、高級香水及化妝品、食品、電子、高級洋酒，及機場零售業務。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。

屈臣氏集團聘用八萬七千名員工，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。和黃集團業務遍及五十四個國家，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。

編輯委員會

顧問：黎啟明

主編：倪文玲

委員：

- 集團總部：彭秀群 黃美穎 麥嘉欣 Clare Forrester
- 保健及美容產品部 (亞洲及中歐)：Nuanphan Pat Jayanama
涂家輝 Jose Mes Igor Didok
- 高級香水及化妝部 (歐洲)：Zita Tourneur Matt Walburn Lieke de Klein
- 製造部：區勵恆 陳文蓮
- 香港零售：鄧惠儀 游詠琴 黃潔兒 楊洛敏

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

網址：www.aswatson.com

電郵：WatsON@asw.com.hk

© 屈臣氏有限公司 • 版權所有