

81



# Watson



# N

屈臣氏集團員工季刊

第二季 • 二〇一〇年



獅城購物樂 • 盡在屈臣氏

屈臣氏蟬聯亞洲第一品牌

齊來「大姆指」

關懷文化

# 目錄



寰宇快訊

03



我的家

29

27

我的產品



社區情

33



業務焦點

21



和黃事

42

• 土耳其：美麗新力軍	5
• 寶島四百擊	6
• 開新店 賀周年	
• 相見在Facebook	7
• 活出夢想	8
• 佳釀之家	9
• 期酒網上尋	
• 好酒齊共嗜	10
• 齊來「大姆指」	11
• 最佳父親選舉	
• 憑花寄意	12
• 皇室慶典	
• 親情洋溢	13
• 星光璀璨	
• West End分店展新姿	14
• 十年最佳香水	
• 百果盛會	15
• 豐澤再創先河	
• 專業妝容新形象	16
• 夏日護膚樂	
• 世博熱潮襲香江	17
• 笑面迎人	
• 零售文憑創新天	18
• 香滿豐澤	
• 實至名歸...	19



## 寰宇快訊



## 最新消息

### 土耳其：美麗新力軍

適逢土耳其屈臣氏開業五周年誌慶，屈臣氏集團董事總經理黎啟明於七月中旬到訪土耳其，為當地團隊打氣。屈臣氏集團於二〇〇四年進軍當地市場，收購了六家Cosmo店，並於翌年發展至以屈臣氏品牌經營。時至今日，集團在伊斯坦堡及其他九個土耳其城市開設了三十五家店鋪，為顧客帶來獨特的時尚購物體驗。集團正致力在未來六年內將分店總數增至三百家。



watsons



## 寶島四百擊

台灣屈臣氏於四月在桃園及台中開設四家新分店，令店鋪總數達四百家，反映屈臣氏品牌日益受台灣人民歡迎。



## 開新店 賀周年

韓國屈臣氏於四月在當地的大學區開設第二十七家店鋪。新店設計時尚，提供以年青一代為對象的商品，貨色齊備。為吸引新顧客，新店於開張期間更派發精美禮品及提供推廣優惠。

今年欣逢韓國屈臣氏開業五周年紀念，各分店均以生日海報作裝飾，並舉行多項推廣活動，包括邀請顧客就屈臣氏的生日發表感言，留言者更可贏取豐富獎品。屈臣氏還推出擦擦卡遊戲，並向得獎者致贈屈臣氏金章一枚！



韓國屈臣氏總經理 Steven Yaung (右) 向擦擦卡大抽獎的得獎者致送屈臣氏金章



## 相見在Facebook

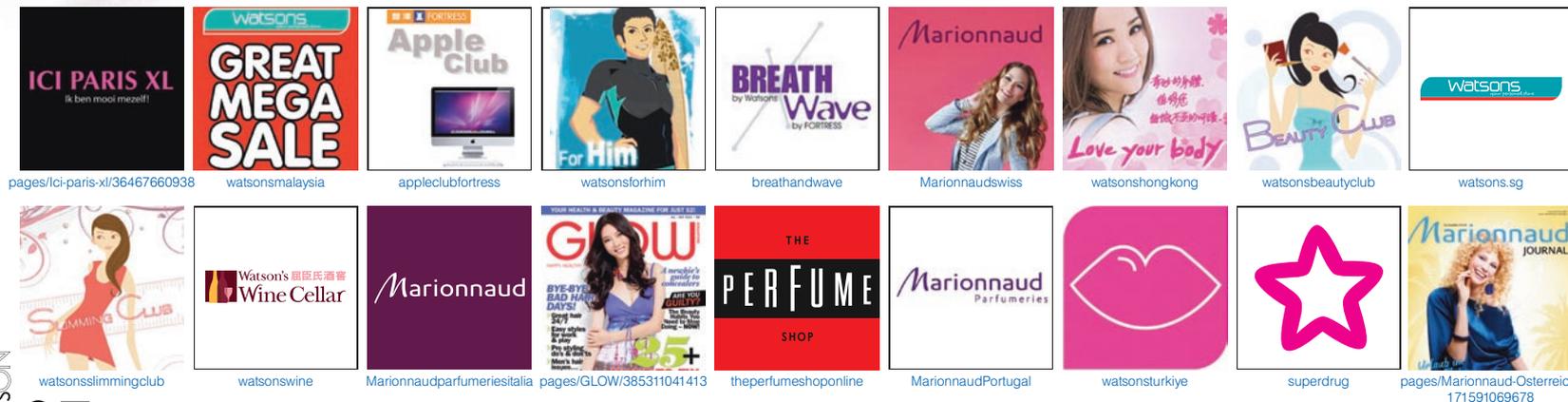
Facebook是全球最受歡迎的社交網站，彈指間親朋友好的動向一目瞭然。Superdrug早於二〇〇七年成為最先設立Facebook專頁的屈臣氏品牌之一。二〇〇九年，Superdrug加強運用其網絡Superdrugloves、Twitter、YouTube和本身具有電子商務功能的品牌網站，締造出成功的社交媒體策略，超過四千五百名Facebook用戶可透過專頁掌握推廣活動、比賽及其他資料，以至博客的產品評論及用戶感言。去年，Superdrug的網上銷售額增長一倍，證明這些新媒體能有效吸引目標顧客。

為加強與顧客的聯繫，香港屈臣氏剛推出官方Facebook專頁「Slimming Club」、「Beauty Club」、「屈臣氏個人護理店」和「For Him」，以提供最新產品、健康貼士、折扣優惠、遊戲活動等資料。登記會員更可免費獲得產品試用裝，並享受日後更多活動所帶來的精彩體驗。

台灣屈臣氏亦推出「屈臣氏我的健康保健室」迷你網站，內容包括健康資訊、健康測試、藥物諮詢、網上遊戲等，以加強與顧客的互動交流。



## 屈臣氏集團旗下品牌的Facebook專頁



[pages/ici-paris-xl/36467660938](https://www.facebook.com/pages/ici-paris-xl/36467660938)

[watsonsmalaysia](https://www.facebook.com/watsonsmalaysia)

[appleclubfortress](https://www.facebook.com/appleclubfortress)

[watsonstornim](https://www.facebook.com/watsonstornim)

[breathandwave](https://www.facebook.com/breathandwave)

[Marionnaudswiss](https://www.facebook.com/Marionnaudswiss)

[watsonshongkong](https://www.facebook.com/watsonshongkong)

[watsonsbautyclub](https://www.facebook.com/watsonsbautyclub)

[watsonsg](https://www.facebook.com/watsonsg)



[watsonsslimmingclub](https://www.facebook.com/watsonsslimmingclub)



[watsonswine](https://www.facebook.com/watsonswine)



[Marionnaudparfumeriesitalia](https://www.facebook.com/Marionnaudparfumeriesitalia)



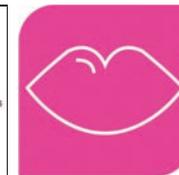
[pages/GLOW/38531104143](https://www.facebook.com/pages/GLOW/38531104143)



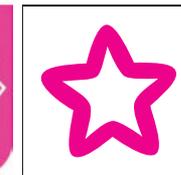
[theperfumesshoponline](https://www.facebook.com/theperfumesshoponline)



[MarionnaudPortugal](https://www.facebook.com/MarionnaudPortugal)



[watsonsturkiye](https://www.facebook.com/watsonsturkiye)



[superdrug](https://www.facebook.com/superdrug)



[pages/Marionnaud-Osterreich/171591069678](https://www.facebook.com/pages/Marionnaud-Osterreich/171591069678)

## 活出夢想

中國屈臣氏於四月與電影《杜拉拉升職記》攜手，於北京舉行第二屆「優」大獎活動。電影主角杜拉拉是一位聰慧而成功的事業女性，於工作中展現魅力和自信，這正與「優」大獎的主題「打造你的職場時尚夢想」緊密呼應。「優」大獎旨在鼓勵一眾女白領奮發向上，打造自己成為超凡時尚的女性。顧客只需將個人照片上載賽事網站，即可參加角逐。候選者可於頒獎典禮當晚，在一眾評判面前展現她們的魅力與自信。得獎者更由專人度身打造時尚職場造型，化身現實版「杜拉拉」登上時尚雜誌！

Watsons



屈臣氏華北總經理David Inglis (左) 聯同中國屈臣氏市場推廣總監涂家輝 (右) 向「杜拉拉」的女主角致贈屈臣氏會員卡





屈臣氏酒窖貨倉運作經理梁因裕（左）、高級經理狄古斯（中）和營運及市場推廣總監何博思（右）慶祝酒庫開幕

## 佳釀之家

屈臣氏酒窖最近斥資港幣八百萬元興建了一個先進的洋酒倉庫，可儲存超過一百萬瓶洋酒。新設施備有二十四小時空調、濕度及環境燈光控制、全天候保安監測。酒庫分為兩個區域，其中陳年佳釀儲存於攝氏十五度，而其他葡萄酒則儲存於攝氏二十度。新酒庫提供十八個獨立冷藏間，確保穩定的儲存溫度，令顧客倍感安心！



## 期酒網上尋

購買期酒，是指買家預先訂購數年後才會推出零售市場的洋酒。由於期酒的價格通常低於現貨，故購買期酒較為化算。多年來，屈臣氏酒窖為顧客提供期貨預購服務，今年更推出全面自動化的網上訂購及付款系統，為顧客提供更簡便快捷的服務。

詳情請瀏覽：

[www.watsonswine.com/WebShop/EnPrimeurProducts.do](http://www.watsonswine.com/WebShop/EnPrimeurProducts.do)







# STAPELKORTING TOT WEL 40% KORTING!

**Duimen voor Oranje**

Bij aankoop van 1 product  
**20% KORTING**  
+ 1 GRATIS DUIM

Bij aankoop van 2 producten  
**30% KORTING**  
+ 2 GRATIS DUIMEN

Bij aankoop van 3 producten  
**40% KORTING**  
+ 3 GRATIS DUIMEN

Bij al deze producten krijg je gratis een gigantische 'Duimen Voor Oranje' duim. Scoor er één voor het hele gezin en duim Oranje naar het Wereldkampioenschap!

**OP=OP**

Kijk voor de deelnemerslijst en extra informatie op [www.kruidvat.nl](http://www.kruidvat.nl). Duimen voor Oranje is nu ook te vinden bij de meeste supermarkten. Alle deelnemers mogelijk.

**GRATIS DUIM**

## 齊來「大姆指」

世界盃熱潮席捲全球，Kruidvat亦於五、六月期間，向購買指定產品的顧客送上巨型吹氣「大姆指」！Kruidvat更邀請顧客拍攝照片及影片，展示如何支持他們喜愛的國家隊，並且上載至Kruidvat網站，最佳相片的攝影師可贏取雙人南非世界盃之旅！



## 最佳父親選舉

Kruidvat於五月在荷蘭及比利時再次舉辦「年度最佳父親」比賽。小朋友及母親可撰寫一篇有關父親的短文，連同父親的照片上載至Kruidvat網站，提名父親參選。網站共收到近二千份提名，並舉行網上投票，整個活動提升了網站的瀏覽量。每個省份的得獎父親均獲當地Kruidvat送出電動剃鬚刀。



## 憑花寄意

西班牙於年中有不少喜慶節日。為配合顧客選購應節的禮物，西班牙Marionnaud推出不少節慶推廣活動。在加泰隆尼亞地區於四月底的Saint George's Day，男士要按傳統向女士送上玫瑰花，因此Marionnaud與Lancôme合作，向購物的男士送上玫瑰花，以饋贈佳人。

Marionnaud



## 皇室慶典

為慶祝荷蘭女王壽辰，ICI PARIS XL於四月三十日在海牙、阿姆斯特丹及鹿特丹的分店舉行BOSS特別推廣活動。為廣招徠，推廣團隊身穿代表皇室橙色的外套，派發了超過一萬五千條BOSS Orange香氛絲帶，使當日的香水銷量直線上升！

ICI PARIS XL





## 親情洋溢

為慶祝五月的母親節，法國Marionnaud向購買指定產品的顧客贈送項鍊及手鐲，籍此向母親表達謝意。此外，顧客還可享有特別香水優惠及選購多款禮品包。至於在六月底的父親節，顧客凡購買男士香水，即可以一歐元購買一支唇彩，讓父母親一同分享此節日的歡樂。

ICI PARIS XL為提醒比利時及盧森堡的顧客，特別設計了多款海報，配合窩心的語句，為顧客營造溫馨的購物氣氛，協助他們為父母親挑選合適禮物。

Marionnaud ICI PARIS XL



《GLAMOUR》雜誌總編輯Karin Sweerink (中) 祝賀「年度美女」得主Lieke van Lexmond (左) 及「年度俊男」得主Barry Atsma (右)



荷蘭ICI PARIS XL營運總裁Jan-Derek Groenendaal (左)、集團營運、投資及傳訊總監倪文玲 (中) 及比荷盧ICI PARIS XL董事總經理Leo van Welij出席The Glammyes，令這項盛事生色不少



## 星光璀璨

ICI PARIS XL於六月八日在荷蘭舉行第二屆The Glammyes，今年共有十五萬名顧客在網上投票，選出心目中「最喜愛的美容產品」、「最喜愛的男士和女士香水」、「最喜愛化妝產品」及「年度俊男和美女」。這項活動十分成功，不但提高了品牌的知名度和銷售額，同時更可藉此向美容產品供應商表達謝意。

ICI PARIS XL

## West End分店展新姿

經過翻新後，匈牙利Marionnaud的West End分店現已開張，再為當地的顧客提供購物樂趣！這是Marionnaud在匈牙利最大的店舖，裝潢悅目、寬敞舒適，並網羅最新的專有產品，令貨品更加齊全。Marionnaud正迅速成為匈牙利消費者首選的香水店之一。在開幕日的派對上，顧客憑Marionnaud會員卡更可享受八折購物優惠。

Marionnaud



## 十年最佳香水

享有香水界奧斯卡地位的FIFI Fragrance Awards已於四月隆重舉行，The Perfume Shop贊助其中的「十年最佳香水」獎。Paco Rabanne的1 MILLION和Chanel的COCO MADEMOISELLE分別奪得該項目的男士和女士香水獎。

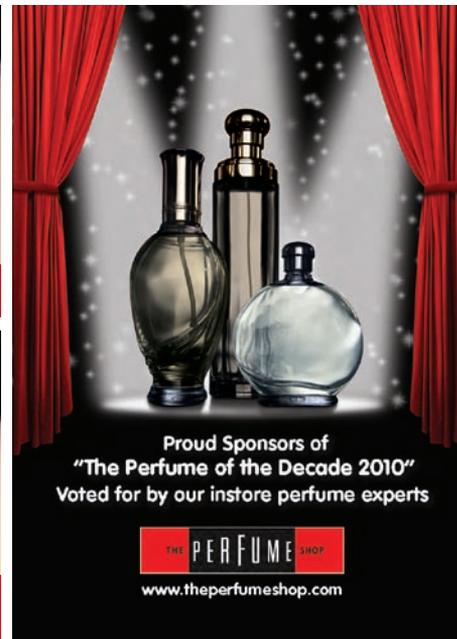
THE PERFUME SHOP



The Perfume Shop董事總經理Jo Walker (左) 將「十年最佳男士香水」獎項頒予Puig董事總經理Olivier Marret (右)



Jo Walker (左) 及 Fragrance Foundation主席Peter Norman (右) 將「十年最佳女士香水」獎項頒予Chanel董事總經理Ian Jepson (右二)





## 百果盛會

自中國首家TASTE於二月開幕以來，一直深得美食愛好者的支持。新店不時舉辦美食節，帶來各國的珍饈美味。在五月，TASTE便舉辦為期兩周的泰國水果節，匯聚三十多種珍貴的異國水果。TASTE還安排一位「泰國大使」提供協助，並有兩位泰國舞蹈員在場助興。顧客更可即場試食，享受水果盛宴。

TASTE



豐澤商品總監吳宗禮（右）及Design w Sound顧問潘建章一同介紹CAS

## 豐澤再創先河

現代都市生活已離不開音樂與電腦，而更高質素的娛樂享受更是人所共求。有見及此，**豐澤**最近與「Design w Sound」攜手，引進Computer Audio Source (CAS)，透過電腦音樂媒體播放器，再連接Digital to Analog converter (DAC) 及其他音響相關器材播放歌曲。豐澤於香港尖沙咀漢口道分店設立CAS專區，讓音樂發燒友一嘗專業質素的數碼音樂。

豐澤 FORTRESS





## 世博熱潮襲香江

香港Nuance-Watson很榮幸成為二〇一〇年上海世博會香港展區銅級贊助商，並在香港國際機場店舖外設立迷你香港館，提供錄影片段及有趣資料，現場還有世博吉祥物「海寶」供遊客合照。此外，每位顧客均獲贈香港館襟章，和有機會贏取免費世博遊。

Nuance-Watson HK  
WORLD TRADE CENTER



屈臣氏華東區域董事總經理傅樂德於活動後接受傳媒訪問



## 笑面迎人

中國屈臣氏於六月舉行「二〇一〇向世界人民展現笑容」活動，歡迎前來上海參觀世博的海外遊客。在這項活動中，上海市民笑容燦爛的照片被張貼在「笑臉牆」上，展現上海親切的一面。屈臣氏店員更加強以英語為外國遊客服務，並派發印有購物及旅遊貼士的屈臣氏「愛我的，美麗的海」資訊卡，方便遊客。

watsons



## 零售文憑創新天

香港Nuance-Watson獲邀參與制訂一項零售管理專業文憑課程，以協助培育香港新一代的零售專才，並提高零售業的地位和專業水平。首個零售管理專業文憑課程於四月開課，共有四十位學生修讀，當中包括十位Nuance-Watson員工。



香港Nuance-Watson區域董事總經理彭慧珊(站立者)與學生分享經驗



## 香滿豐澤

香港Nuance-Watson將「智慧生活」概念發揚光大，首次在豐澤的香港國際機場分店設立Nespresso咖啡站，以先進時尚的小型電器啟發和提升顧客的生活體驗。店內更有一位知識豐富的咖啡專家，為購物人士提供專業的咖啡資訊，以至有關Nespresso咖啡品種、咖啡機、配件等的貼心意見。



## 實至名歸...

過去數月，屈臣氏集團旗下的品牌榮獲  
多項業內獎項，實力再次獲得肯定。



Watsons  
your personal store

### 亞洲第一

根據Media/TNS於二〇一〇年訪問逾三千名亞洲消費者的結果，**屈臣氏個人護理店**於七月連續第二年榮膺「亞洲一千最佳品牌」的「零售—藥妝品牌」第一名。在同一項調查中，香港屈臣氏名列「香港二十最佳品牌」第十一位，是香港排名最高的藥妝品牌。



中國



戰略合作夥伴 - 金榕樹獎  
(《南方都市報》)



中國



30年·深圳夢—卓越零售企業  
(《南方都市報》及深圳市零售商業行業協會之  
30年·深圳夢—深圳零售商業成就評選)



中國



田振全  
中國百佳店舖經理 (九九三號分店)  
全國商業服務業優秀店長  
(中國商業聯合會及中國財貿輕紡煙草工會)



中國



葉燕華  
中國百佳店舖經理 (九八二號分店)  
全國商業服務業十佳店長  
(中國商業聯合會及中國財貿輕紡煙草工會)



信譽品牌—白金獎  
(《讀者文摘》)



最佳品牌獎  
(《瑪利嘉兒》雜誌)

www.aswatson.com



拉脫維亞



最優秀零售客戶服務獎  
(Praise Good Service Month Campaign 2010 ·  
Good Service.lv)



Holly Manley  
Savers店舖經理 (Erith店)  
Apprentice of the Year 2010  
(英國National Apprenticeship Service的  
The Apprenticeship Awards)



- 年度機場旅遊零售商 (二〇一〇年)  
(DFNI Global Awards 2010 · DFNI)
- 亞太區單一國家內最佳旅遊零售商
- 亞太區最佳香水及化妝品旅遊零售商
- 亞太區最佳新開張店舖  
(DFNI Asia/Pacific Awards 2010 · DFNI)



- 亞太區年度最佳旅遊零售商
- 亞太區最佳時裝、皮具及配飾旅遊零售商
- 亞太區最佳食品及糖果旅遊零售商
- 亞太區最佳禮品旅遊零售商  
(DFNI Asia/Pacific Awards 2010, DFNI)

寰宇快訊



# 獅城購物樂 • 盡在屈臣氏



屈臣氏的一貫宗旨是為亞洲各地顧客帶來「健康、美態及歡樂」，這點在高度發展而競爭劇烈的新加坡零售市場尤其重要。早於一九八八年，新加坡屈臣氏就已在獅城開業。

新加坡的「商舖面積對人口」比例比香港和台灣還要高，對近五百萬的國民及每年多達一千二百萬的外來遊客來說，當地大小商場繽紛多采，堪稱購物天堂。

新加坡的購物中心區位於烏節路，沿途商場林立，因此新加坡屈臣氏的旗艦店就選擇落戶烏節路心臟地帶的義安城。



新加坡的消費者精打細算、經濟充裕、受過高等教育，而且喜愛旅遊。他們的需求不斷轉變，但新加坡屈臣氏總能一一滿足，甚至超越他們的期望。多年來，顧客的品味越來越高，要求更多的選擇、更好的服務、更高的質素、更大的便利，還有更齊全的貨色。他們希望商店的貨品物有所值，同時又能提供稱心滿意的服務。

近年，新加坡消費者的特徵跟過往有著明顯的轉變。例如，有獨立經濟能力女性的比例顯著提高，她們更加注重時裝及美容。此外，在職夫婦增加及家庭成員減少，令國民的消費能力提高，而一群對時裝觸覺敏銳、緊扣潮流文化的「都市美型男」的崛起，更創造出一個全新的市場。屈臣氏的主要顧客為十五至四十五歲的女性，但男性所佔的百分比亦不低。

新加坡屈臣氏於二十二年前開業，現已成功建立品牌的信譽和擁有廣闊的顧客基礎，在自選美容產品類別中也

奠定了領導地位。時至今日，新加坡屈臣氏在獅城設有一百零一家店鋪，每月服務的顧客人次約一百二十萬，相等於新加坡人口的百分之二十五。屈臣氏的店鋪有不同的經營模式，包括位於機場的保健產品商店、政府屋苑內的小商店，以及提供各式保健及美容產品的商場店鋪。店鋪面積亦差別很大，其中百分之四十的店鋪為六十平方米，而偌大的旗艦店則廣達七百平方米。儘管店鋪的大小與位置各異，卻有一個共通點，就是為顧客提供劃一的優質產品、超值價格和卓越服務。

#### 與時並進

屈臣氏與時並進，現在已不只是提供超值基本衛生用品的個人護理店。時至今日，新加坡屈臣氏共有二十一家店鋪提供藥房服務，而店內的保健產品也貨色齊備。除了滿足顧客的美容需要，新加坡屈臣氏更關懷他們的健康，因此將產品種類擴展至護膚品，包括由皮膚專家推薦及採用天然成份的品牌。



一百零一家店鋪

每月顧客流量

一百二十萬

佔新加坡人口

百分之二十五



另外，新加坡屈臣氏更緊貼潮流趨勢、推陳出新，致力發揚「健康、美態及歡樂」的購物文化，為顧客提供貼心服務。正如一位顧客所說：「我十分喜歡屈臣氏。店內貨品總是給我帶來無限驚喜，特別是在聖誕節期間，而且他們不斷求進，精益求精。」

新加坡屈臣氏在同業中獨樹一幟，關鍵在於秉持以客為本的服務方針，務求迎合顧客不斷轉變的口味，切合他們的需要。屈臣氏明白消費者的喜好，而且經常四處搜羅時尚產品。無論是貨品陳設、推廣意念或每月貨品優惠，屈臣氏處處以客為先，更隨著業務轉變和擴展，不斷壯大品牌陣容。

近年來，屈臣氏加速進行商店翻新，不斷帶來更富時代氣息的清新形象，提升貨架陳列的整潔、改善店內環境，從而大大提升整體的購物體驗。現在，連通常會在商場迷失方向的男顧客，也會對屈臣氏舒適便利的購物環境讚不絕口。一位心滿意足的家庭主婦說：「屈臣氏現在是我和丈夫的『最愛商店』。我們知道只要到屈臣氏去，便一定能找到所需要的商品。」

這種種新猷，證明是新加坡屈臣氏的成功之道，為業務帶來高於同業的增長動力（資料來源：二〇一〇年五月AC尼爾森零售指數）。

### 完美產品

在自選化妝品及護膚產品方面，屈臣氏實力超群。不論男女，屈臣氏顧客都越來越注重個人儀容，對產品的要求更加嚴格，例如要求產品採用天然成份或物有所值等。

屈臣氏的策略，是不斷擴展產品組合，除了個人護理及化妝品外，更網羅包括日本、韓國、澳洲等世界各地的專有美容品牌。因此，屈臣氏美容及保健產品銷量大增，現時佔總銷售額百分之九十。





在屈臣氏的推動下，適合亞洲人肌膚的日本美容產品掀起熱潮。為進一步配合這方面急速上升的需求，屈臣氏已於旗下三十二家店鋪設立「Kawaii」美容專區，成為女士搜羅心愛化妝品及護膚品的樂園。

於去年十月，屈臣氏更取得日本第一郵購護膚品牌DHC的獨家分銷權，並總攬這個品牌於新加坡的市場推廣活動。這項合作開創同類商務合作的先河，使屈臣氏能更緊密、更有效地安排這個品牌由傳訊至顧客體驗等每個運作環節。

顧客亦逐漸了解到，屈臣氏品牌產品等同卓越的質素及價值，使屈臣氏的自有品牌成為頂級品牌。

#### 緊貼顧客

新加坡屈臣氏於二〇〇九年三月推出《GLOW》雜誌，為顧客提供保健、美容及時裝等資訊。該雜誌大受歡迎，創刊號售出三萬本，此銷量更擊敗報攤上一些暢銷雜誌，其後發行人更倍增至六萬本。《GLOW》於四月更推出Facebook專頁，現已吸引近一千名擁支持者捧場。





新加坡屈臣氏於五月為會員卡會員推出介紹會員的獎賞計劃，讓會員與親朋好友共享優惠，並有機會參加抽獎和贏取豐富獎品



二〇〇九年「優」大獎得主



新加坡屈臣氏於二〇〇九年七月推出會員卡計劃，藉此透過手機短訊或電郵與顧客保持緊密聯繫，以通知會員有關最新的活動及推廣計劃。透過會員卡，顧客與屈臣氏建立更緊密的關係。屈臣氏的一位常客說：「作為屈臣氏的忠實擁躉，我經常獲邀參加推廣活動及享有特別優惠，感覺十分光榮。現在我選購個人護理產品時，首選店舖一定是屈臣氏！」

會員卡計劃在推出後首三個月內，便吸引了十六萬八千名顧客參加，會員人數現已超過二十五萬。在不久將來，屈臣氏將展開目標明確的推廣活動，只會提供顧客真正需要的產品資訊，從而進一步發揚「以客為本」的服務理念。

新加坡屈臣氏於五月舉行一個別出心裁的會員超級優惠預展，透過向會員傳送電郵及手機短訊，立刻使這項活動成為城中熱話，三小時內吸引了過萬名會員蜂湧而至，商店更在活動開始前兩小時已出現人龍。

五家屈臣氏商店參與是次活動，包括義安城、裕廊坊、淡濱尼廣場、Toa Payoh HDB Hub及勘實坊，創下三十五萬新加坡元的銷售額。

新加坡屈臣氏將繼續舉辦一年一度的「優」大獎活動，讓屈臣氏的顧客展現個人特點及美貌，一些有趣的參賽組別包括「亞洲美目」、「秀麗短髮」等。屈臣氏計劃舉辦更多顧客的互動活動，並會聯同《GLOW》雜誌及屈臣氏會員卡計劃，為顧客舉辦更多美容及保健工作坊。

為慶祝新加坡屈臣氏二十二周年紀念，和全面提升其品牌形象，新加坡屈臣氏於四月推出其首個資訊娛樂節目「Watsons靚麗登場」，每逢星期五晚上的黃金時段於Channel 8播放，吸引數百萬觀眾收看。這個節目介紹各種保健、化妝及護膚貼士，加強了屈臣氏作為領先保健及美容專家的形象。



屈臣氏於商場舉行「Watsons靚麗登場」公開活動

屈臣氏是業內最先使用電視節目與顧客接觸溝通的品牌。在供應商的合作與支持下，這個電視節目與觀眾建立起實質的聯繫，其成效非其他媒體所能比擬。

Kantar Media於二〇〇九年六月至二〇一〇年四月期間進行的收視調查顯示，「Watsons靚麗登場」取得美滿的市場推廣效果，其目標觀眾的收視率遠較Channel 8播出的其他美容節目為高。

在一家知名消費者調查機構最近進行的購物調查中，屈臣氏憑著顧客參與的活動創下新加坡商店購物指數的歷史新高。這項調查每年進行，衡量購物者的忠誠度及店舖喜好。在這次調查中，屈臣氏不但領先其直接競爭對手，更擊敗領導市場多年的超級市場。

屈臣氏的競爭優勢，在於處處以客為尊，緊貼顧客所需。屈臣氏的未來大計將仍然以這個理念為基石，無論在品牌陣容、購物體驗或會員優惠方面，均以顧客利益為先。

有了屈臣氏，難怪新加坡人越來越健康美麗，生活更添樂趣！

Watsons

## 致勝之道

新加坡屈臣氏員工以友善態度和專業精神，一直為顧客提供出色的服務，去年贏得多個業界獎項，包括：



在新加坡政府工貿部屬下機構Spring Singapore舉辦的「卓越服務大獎」中，新加坡屈臣氏奪得二十一項銀獎。該機構負責促進具競爭力及創意企業的發展



新加坡屈臣氏四位藥劑師，躋身新加坡健康促進局健康大使計劃十大貢獻者



「芬香護膚」· 夏日防曬兩相宜

泰國屈臣氏最新推出完美結合水果與草藥精華的護膚產品系列「Watsons H Bella」，包括「黑莓及紅茶」和「草莓及玉桂」兩款不同的產品。新產品結合了醫學美肌與芳香療法的最新技術，帶來「香膚」療法，而經悉心調配的成份除可滋潤肌膚，更可鬆弛神經。

泰國屈臣氏同時於夏季推出「Watsons Sun Care」產品。這產品系列包括優質的防曬及曬後產品，適合各類型皮膚，讓肌膚時刻得到呵護。此外，此產品系列已於德國完成皮膚測試，符合嚴謹的歐盟標準，同時貫徹屈臣氏以相宜價格提供優質產品的承諾。

Watsons





馬來西亞屈臣氏總經理 Kulvinder Biring (左四)、Eternity Malaysia 主席 Noda Yasushi (右三)、Moritomo Corporation 主席兼 Japanese Toiletries & Cosmetic Wholesales Association 行政總裁 Moritomo Tokubei，一同慶祝馬來西亞屈臣氏全新推出的日本護膚產品

## 我的產品

### 獨家護膚秘方

馬來西亞屈臣氏與 Eternity Malaysia 合作，在吉隆坡推出全新的日本護膚產品，包括多個只於屈臣氏發售的護膚品牌，提供有效的全身護膚妙法。在五月舉行的時裝展上，一身原宿裝扮的模特兒展示這些新產品，而美容顧問則即場為名人及傳媒提供產品示範。

Watsons





### 精益求精

集團資訊科技及物流總監鮑卓祺（前排左六）於五月與來自八個國家十個業務單位的員工聚首一堂，就存貨、周轉較慢的存貨、折扣貨品管理等重要課題交流意見和經驗，並互相借鑑比較以作出進一步的改進。



### 周年慶佳績

土耳其屈臣氏於三月底舉辦周年派對。土耳其屈臣氏總經理Ahmet Yanikoglu（右圖，右二）頒發最佳分店及忠心員工等多個獎項，表揚同事們在過去一年的辛勤工作，並分享榮獲國際及內部獎項的喜訊。



### 集思群益

波蘭Marionnaud於二月舉行分店經理會議，討論公司業績、業務發展及未來方向，激勵分店經理繼續努力。會後，公司別出心裁，安排馬拉雪橇接載所有與會者前往晚宴場地！

/Marionnaud





## 意見交流

屈臣氏在十個亞洲市場的市場推廣人員，參加了三月在泰國舉行的「亞洲健與美市場推廣研討會」，討論多個主要課題，包括市場推廣方針、客戶關係管理、自有品牌及專有品牌、數碼媒體、公共關係等。保健及美容產品部（亞洲）行政總裁蘇若禹（上圖，第二排左五）對各團隊積極交流意見及分享經驗表示欣悅。

Watsons



## 捷足先登

屈臣氏集團運動代表隊於五月派出六名成員參加「二〇一〇長洲包山嘉年華」的企業接力邀請賽並贏得季軍！

另外，集團兩支長跑隊於二月已在「二〇一〇渣打馬拉松」十公里工商盃賽事中奪得隊際冠、亞軍榮銜，保健及美容產品部（亞洲）行政總裁蘇若禹更是奪冠隊成員之一！屈臣氏蒸餾水的鄭濤同時奪得男子先進組個人亞軍。



# 我的家



## 好僱主 揚名聲

土耳其屈臣氏於四月參加由土耳其人事管理協會舉辦的第四屆職業博覽會，吸引大批有意投身屈臣氏的賢能申請加入。該協會的宗旨是透過博覽會，讓各聲譽良好的公司挑選人才。

watsons



香港品質保證局高級市場及技術經理K.T Ting (左一) 及核數師Meico Cheong (左二)，向屈臣氏集團高級策略規劃及發展經理簡錦萍 (右二) 及屈臣氏酒窖營運及市務主管何博思 (右一) 頒發證書

## 藏酒專家

香港品質保證局向屈臣氏酒窖頒授全球首項「葡萄酒儲存管理體系認證」計劃證書。集團向協助成功獲取此證書的百佳倉庫經理麥榮耀、百佳貨倉營運小組維修服務經理梅俊明及屈臣氏集團高級策略規劃及發展經理簡錦萍表示衷心謝意。





## 拉闊生活 推廣健與樂

「拉闊生活新一族」於四月舉辦「復活蛋相中尋」活動，歡渡復活佳節；同期亦開辦中國術數班，大受員工歡迎。

另外，「拉闊生活新一族」於五月為香港員工舉行免費健康檢查，稍後更安排地質公園一天遊活動，讓員工和家屬欣賞香港郊野的自然美景。



## 超級培訓班

Superdrug和Savers透過學徒團隊計劃，培訓和頒授國家職業資格（第二及第三級）予店鋪員工。政府監管機構教育標準局（簡稱Ofsted）於二月進行評估，對Superdrug的學徒計劃全面給予高度評價。



35. 關懷文化 • 共襄善舉 36. 籌款抗癌 • 救助  
婦女 37. 春蕾獎學金 • 女排盛事 38. 為孩子  
打氣 39. 海洋保育在布吉 • 綠色天地 40. 齊  
捐輸 惠社群 • 綠野先鋒齊建樹



Avance · Watson 880  
 零售公司  
 retail company

**Cast Your Green Wish**  
 少用膠袋 為下一代保護大自然  
 Save a Plastic Bag & Preserve a Green Future for your Next Generation

astiera

**Join us now**

- Say NO to plastic bags - 棄用膠袋
- A Complimentary Gift\* will be given to thank you for your support 顧客可享精美禮品\*
- OR 或
- Choose a "Green Bag" for re-use 選用購物袋作循環使用

**請支持我們**

- 棄用膠袋
- 顧客可享精美禮品\*
- 選用購物袋作循環使用

\*While stock lasts  
 數量有限



## 社區情



## 關懷文化

屈臣氏集團於三月二十五日榮獲香港社會服務聯會連續第八年評選為「商界展關懷」公司。

在同一場合，長江集團旗下共有九十二家成員公司獲評選為「商界展關懷」公司，已連續七年成為最多成員公司獲得此項殊榮的企業集團。

在九十二家獲得嘉許的集團成員公司當中，二十五家同時獲頒「五年Plus商界展關懷」標誌，當中包括屈臣氏集團、豐澤、屈臣氏、百佳、GREAT、屈臣氏酒窖和屈臣氏蒸餾水。五家成員公司獲頒「連續五年商界展關懷」標誌，當中包括TASTE和GOURMET，而香港Nuance-Watson、時鮮菓汁國際及屈臣氏實業則榮獲「商界展關懷」標誌。



屈臣氏集團人力資源部經理張麗芳將善款支票送贈香港公益金商業及僱員募捐計劃籌劃委員會二〇〇九/一〇年聯席主席林健鋒

## 共襄善舉

在五月二十五日舉行的公益金商業及僱員募捐計劃頒獎典禮上，屈臣氏集團獲頒商業及僱員募捐計劃金獎、僱員募捐計劃最高籌款機構第七名，以及公益行善「折」食日最高籌款機構第三名。

屈臣氏集團於六月獲得公益金頒發公益嘉許獎，母公司長江集團奪得全年最高籌款機構第三名，並連續十一年蟬聯三大最高籌款機構之一。長江集團成員公司亦獲嘉許，包括獲頒公益榮譽獎的和記黃埔有限公司及香港電燈集團有限公司，以及獲頒公益優異獎的長江實業（集團）有限公司和長江基建集團有限公司。



## 籌款抗癌

Superdrug 連續五年舉辦預防皮膚癌的活動，除了為多家慈善機構籌款外，更向顧客灌輸有關正確使用防曬產品的知識。二〇一〇年，Superdrug 期望善款能突破一百萬英鎊大關，希望藉此令市民加深了解曬傷的危險性，並鼓勵他們選擇適合自己的防曬產品。

Superdrug ☆



## 救助婦女

法國 Marionnaud 於國際婦女節重申支持已合作達五年的全國婦女團結聯會，為受家暴問題困擾的婦女提供援助。法國 Marionnaud 於三月將售出每件產品中的二歐元捐出，結果於三日內一共籌得十四萬四千四百三十歐元。善款將用以協助該會舉辦活動來提高社會對家庭問題的關注，並為有需要的婦女提供經濟及精神支援。

Marionnaud





屈臣氏華東區域董事總經理偉樂德（右）探訪位於安徽省的春蕾小學



## 春蕾獎學金

中國屈臣氏一向關注中國教育事業的發展，深信優良教育是社區成功發展、安和樂利的必備要素。自二〇〇四年起，中國屈臣氏透過「春蕾計劃」，資助興建兩所分別位於廣東省及安徽省的春蕾小學。

中國屈臣氏將愛心延續，特別設立「屈臣氏春蕾獎學金」，獎勵品學兼優而家庭環境有困難的學生，使農村兒童能繼續上學。除了提供財政援助外，屈臣氏員工亦前往探訪當地學校，為學生打氣。

Watsons



在前中國女排國家隊成員孫羽（中）的陪同下，香港排球總會會長許奎奎太平紳士（左）及屈臣氏個人護理店董事總經理吳弘宇（右）在排球上簽名，象徵屈臣氏全力支持世界女排大獎賽



## 女排盛事

香港屈臣氏冠軍贊助「2010年世界女排大獎賽—香港站」，並以「Be Healthy • Be Active」為活動主題，鼓勵市民注意健康生活。

為使更多青少年能欣賞這項世界級排球賽事，屈臣氏集團義工隊邀請一千二百多名青少年及弱勢社群兒童及其家人，於八月一起欣賞精彩賽事，歡度難忘暑假！

Watsons





台灣屈臣氏行銷公關部總監寇碧茹（左二）聯同屈臣氏明星大使（左四）和兒童福利聯盟文教基金會執行長王育敏（右三）支持「一定要好朋友」活動

## 為孩子打氣

台灣屈臣氏以促進兒童健康作為履行社會責任的一環。屈臣氏延續二〇〇九年與「兒童福利聯盟文教基金會」的合作計劃，兩年來，共舉辦九場「一定要貼心 一定要好朋友」校園活動，吸引三千三百名學童參加。為引起同學們的興趣，大會邀請了兒童表演專家演出一齣富教育意義的話劇。屈臣氏藥劑師亦即席分享有關青少年成長的資訊，鼓勵兒童彼此尊重、相親相愛、互勵互勉。

屈臣氏於五月底與疾病管制局合作，進行有關兒童衛生及疾病預防的宣傳活動。屈臣氏員工於店內的健康諮詢區，免費向客戶派發「擊敗壞病毒」的宣傳單張，當中載有藥劑師的專業意見，讓兒童明白個人衛生對預防各類傳染病的重要性。

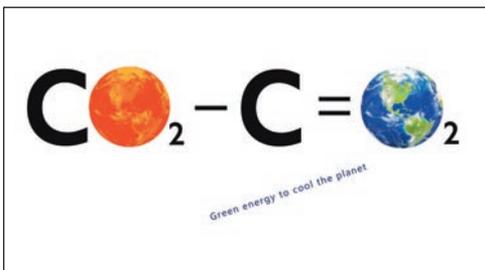




## 海洋保育在布吉

泰國屈臣氏於四月在布吉舉行海洋保育活動，邀請屈臣氏義工塑造「EMBs」，然後投入布吉的大海中用以培育海草，既可提供海象的主要食物來源，更可改善水質，一舉兩得。這項活動是屈臣氏「Make a New You」工作坊的一部分，鼓勵顧客攜手保護環境。

Watsons



環保海報設計比賽的公開組（上）及學生組（左）得獎作品



## 綠色天地

香港Nuance-Watson舉辦第二屆環保海報設計比賽，邀請香港大專院校設計系的學生及全球旅客參加，以提高環保意識。此外，Nuance-Watson的香港國際機場分店還向自備購物袋的顧客贈送由全再生紙製成的便條紙。顧客亦可購買由世界知名插畫家設計的環保袋，所得收入淨額將捐予奧比斯，支持其重見光明的使命。

Nuance-Watson HK



## 齊捐輸 惠社群

易賞錢於三月舉辦「長江集團X易賞錢 同心·童心·惠公益」，邀請**百佳**、INTERNATIONAL、TASTE、GOURMET、FUSION及**GREAT**的顧客捐出「易賞錢」分數或現金，籌得的善款撥捐香港公益金，為弱勢社群兒童提供教育服務。**長江集團**率先捐出港幣十萬元，並就顧客的捐款提供等額捐助，以進一步推動樂助精神。

另外，百佳、INTERNATIONAL、TASTE、GOURMET、FUSION及**GREAT**於四月舉辦青海地震賑災籌款活動，籌得超過港幣五十萬元，支持聯合國兒童基金會的賑災工作。



百佳大中華區市場推廣總監杜美儀（左）及香港公益金籌募委員會聯席主席余錦基太平紳士，BBS, MBE一同出席啟動儀式



大中華區董事總經理（食品零售）簡力宏（右）將善款支票交予聯合國兒童基金香港委員會總幹事陳文端

## 綠野先鋒齊建樹

**屈臣氏集團**派出八位代表，參加地球之友於四月二十五日舉行的「綠野先鋒」活動。他們需要步行十三公里的山路前往植樹地點，一起種植樹苗。參加者成功克服挑戰，更打破去年創下的紀錄，於三小時內種植了一百零一株樹苗。他們為環保所付出的努力實在值得喝采！



# 我問你答

第80期

## 答案

1) 一萬

3) Pure Beauty

2) 最佳供應商  
最佳市場推廣活動  
最佳卓越營運  
最佳專有產品

最佳產品類別夥伴  
最佳創新大獎  
最佳產品

問：

1) 新加坡有多少家屈臣氏店舖？

2) 屈臣氏酒窖共斥資多少港幣去興建新的洋酒倉庫？

3) 屈臣氏集團已是連續第幾年被評選為「商界展關懷」公司？

超級大獎 (2)  
電動牙刷



贊助： 屈臣氏集團

金獎 (5)  
毛公仔和護膚品套裝



贊助： International Buying  
 Marionnaud  
法國

銀獎 (10)  
夏日海灘套裝



贊助： 豐澤  FORTRESS

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：\_\_\_\_\_

### 超級大獎 (電子相架)

姓名

1. 蔡佩璇
2. 唐宏麟

公司及部門

保健及美容 (亞洲)  
廣州屈臣氏食品飲料有限公司人力資源部

### 金獎 (沐浴套裝)

姓名

1. 何嘉雯
2. 陸永強
3. 張家志
4. 鍾詠兒
5. 李振雄
6. 黃月華
7. 雷浩
8. Theresa Calumag

公司及部門

屈臣氏集團國際採購部  
屈臣氏集團店舖發展部  
香港屈臣氏實業信貸部  
香港屈臣氏實業顧客服務部  
香港百佳品質檢察部  
廣州屈臣氏食品飲料有限公司採購部  
中國百佳工程部  
菲律賓屈臣氏財務部

### 銀獎 (太陽傘及精美手鏈)

姓名

1. 陳艷玲
2. 蔡永權
3. 梁向明
4. 梁碧宜
5. 黃允平
6. 周欣
7. 黃佳宸
8. 樊樂正
9. Ramil G. Santiago
10. Susan Harvey

公司及部門

屈臣氏集團FSSC  
屈臣氏集團顧客服務部  
香港屈臣氏實業品質檢察部  
香港百佳貿易部  
Nuance-Watson(香港)財務部  
北京屈臣氏財務部  
台灣屈臣氏資訊科技部  
台灣屈臣氏人力資源部  
菲律賓屈臣氏財務部  
Superdrug 1217店舖

請將填妥之參加表格寄回：

截止日期：二〇一〇年九月三十日

香港新界沙田火炭禾寮坑路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

# 李嘉誠基金會捐助牛津大學五百萬英鎊

## 深化全球衛生科研計劃 增強中英學術合作

長江實業集團有限公司及和記黃埔有限公司主席李嘉誠先生捐款五百萬英鎊予牛津大學，支持大學鞏固及擴展其全球衛生科研項目至亞洲，特別是中國。

這筆由李嘉誠基金會捐出的款項將用於多個教學和研究合作項目，包括增強汕頭大學與牛津大學亞洲研究網絡的合作，該網絡在越南和泰國均設有研究中心。

在全球多個發展中地區，傳染病如流行性感冒、登革熱、瘧疾、肺結核和HIV病毒仍是人類健康的主要威脅，亦為導致全球近一半死亡個案的原因。新疾病和藥物抗藥性更是日益嚴重的問題，其中以亞洲地區尤甚，「李嘉誠牛津大學全球衛生科研計劃」正致力為這些考驗研發最佳對策。

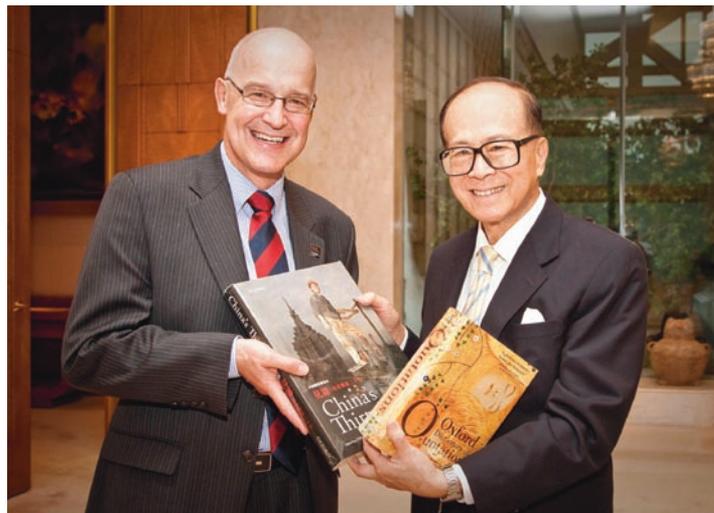
透過這筆款項，汕頭大學的傳染病研究培訓計劃得以大大增強，部分汕大醫學院學生可前往牛津接受醫學培訓，而臨床科學家更有機會修讀牛津大學博士或碩士課程。

這次捐款是對全球衛生科研計劃成果的肯定，計劃在二〇〇七年由李嘉誠基金會捐資二百萬英鎊設立，促成亞洲研究人員與牛津合作，又為亞洲學生提供全球衛生科學理學碩士獎學金，並於汕頭大學展開傳染病醫學教育。

由此計劃所資助的多項研究，其中重要的發現包括現時在全球使用的抗瘧疾藥物青蒿素（一種原先由中國科學家以傳統中藥研製的藥物）在柬埔寨出現抗藥性，研究人員正積極回應這項新挑戰。此外，中國、越南和泰國的研究中心得到基金會的資助，快速進行對抗人類豬流感研究工作，貢獻良多。

是項全球衛生科研計劃由一組牛津大學的資深衛生科學專家負責，並由著名的傳染病學專家法拉教授領導。

法拉教授非常感謝李嘉誠先生的捐款：「牛津大學很榮幸能與李嘉誠基金會合作設立全球衛生科研計劃，這個計劃還有許多有待發展的地方，新一筆慷慨捐款能創建一卓越教育和研究的全球網絡，聯繫起中國至亞洲、以至牛津和英國各研究組織，我們預期這個網絡定能對相關地區的衛生問題作出重大貢獻。」



漢密爾頓教授向李嘉誠先生送上兩本牛津大學出版社書籍，分別是《Oxford Dictionary of Quotations》和《見證改革開放三十年》，以表彰中國過去的發展成就，也代表大學在今後將致力加強與中國合作

牛津大學校長漢密爾頓說：「感謝李嘉誠先生對牛津全球衛生計劃的慷慨捐助，李先生向我們展示了他致力改善全球衛生服務的決心，我們期望新一筆捐款能資助有關研究和教學工作，找出方法治療新發傳染病、流感、瘧疾、登革熱、以至肺結核和HIV病毒等。」

李嘉誠先生就今次捐款表示：「牛津大學全球衛生科研計劃過去幾年促成了牛津和亞洲地區之間的多個合作項目，並取得了許多重要發展，成績令人鼓舞。新疾病不斷湧現，迅速對抗的方法只有依賴全球合作，而這也是我們未來所倚。」

「進一步擴展這計劃，能凝聚一班來自世界級學府的醫學精英，俾令由這班精英所組成的網絡，能夠在預防和治療疾病的領域上共同發展新的研究項目，並且為正研讀衛生科學的英才提供培訓交流機會，一同為人類的未來健康而努力。」

## 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：Clare Forrester 彭秀群 黃美穎 陳安瑩 麥嘉欣
- 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](http://www.aswatson.com)

電郵：[WatsON@asw.com.hk](mailto:WatsON@asw.com.hk)

© 屈臣氏有限公司 • 版權所有