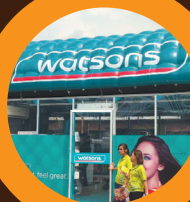


86

Watson



屈臣氏集團員工刊物

第二季 • 二〇一二年

屢創新猷 -
馬來西亞屈臣氏致勝之道

英雄品牌

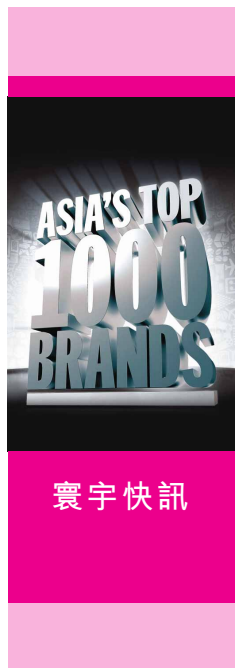
學海無涯

燃點希望 追尋夢想



和記黃埔集團成員

目録



寰宇快訊

03



社區情

23



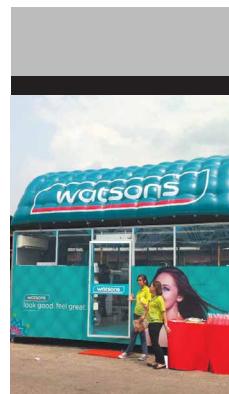
我的產品

19



我的家

21



業務焦點

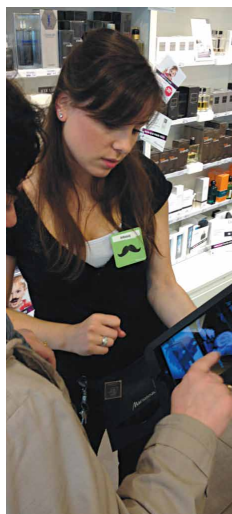
13



和黃事

32

• 錦上添花	5
• 健與美 全為您	
• 向吸煙說不！	6
• 英雄品牌	
• 優質不變 價格相宜	7
• 爸爸，我的英雄	
• 優秀程式 人氣急升	8
• 眾望所歸	
• 貼心香薰	9
• 防曬佳音	
• 慶祝新里程	10
• 新服務·真周到！	
• 熱烈喝彩！	11



寰宇快訊



錦上添花

屈臣氏在《Campaign Asia-Pacific》的二〇一二年「亞洲一千最佳品牌」調查報告中脫穎而出，連續第四年奪得「亞洲第一個人護理店/藥房品牌」*殊榮。其他表現出眾的品牌括**百佳**（香港第一名）、**新奇士**（印尼第一果汁）和**菓汁先生**（香港第一果汁）。

*《Campaign Asia-Pacific》二〇一二年「亞洲一千最佳品牌」逾五千名受訪者市場調查結果



健與美 全為您

「您的健與美大獎」現已在**馬來西亞屈臣氏**踏入第五個年頭，今年的對象是大學生，所以品牌邀請了名人和專業導師分享建立自信和突顯個性的心得。在品牌夥伴和馬來西亞最大的大學聯網支持下，參賽學生探訪了一個兒童之家，向區內弱勢社群傳揚愛心。



向吸煙說不！

為響應六月的「世界無煙日」，**馬來西亞屈臣氏**舉辦了「向吸煙說不」運動，由成功戒煙的名人顧客現身說法，細述成功的戒煙經驗，品牌更邀請了助人戒煙的機構舉行講座。

watsons



英雄品牌

馬來西亞屈臣氏的二〇一二年「屈臣氏健與美大賞」活動以英雄人物作主題，吸引了不少品牌代表以美國隊長、蜘蛛俠、神奇女俠等「英雄人物」打扮親臨捧場，並在主題賭場遊戲中一碰運氣。

watsons



馬來西亞屈臣氏董事總經理Kulvinder Biring以一身超級英雄的打扮，主持「健與美大賞」頒獎禮

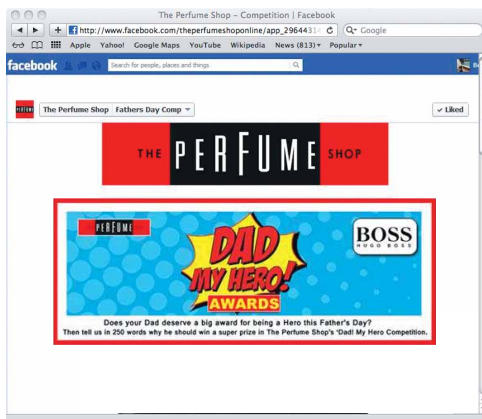




優質不變 價格相宜

為了堅守優質保健服務的承諾，**菲律賓屈臣氏**以大眾化價格出售經美國食品和藥物管理局批准的自有品牌非專利藥物。藥品包裝輕便易攜，由可信賴的藥物供應商生產，並通常須由醫生處方。為配合自有品牌藥物的推出，屈臣氏舉辦推廣活動，向消費者宣傳如何分辨可靠和有問題的非專利藥物。

watsons



爸爸，我的英雄

為慶祝父親節，**The Perfume Shop**舉辦了「爸爸，我的英雄」比賽，吸引英國超過五百名Facebook粉絲提名自己的父親參選，以贏取豐富獎品，而數以千計粉絲則在專頁內分享和讚好。

在荷蘭，**Kruidvat**則舉辦「荷蘭最佳父親」比賽，向天下為人父者致敬。品牌優惠卡會員在網上提名父親或丈夫競逐地區或全國榮譽，Kruidvat商店還為當地的優勝者舉行慶祝活動。

PERFUME Kruidvat

優秀程式 人氣急升

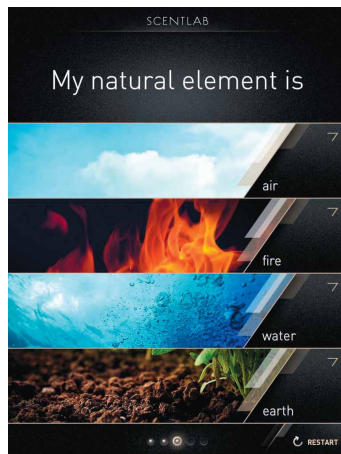
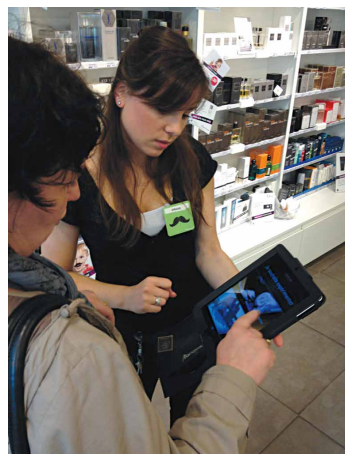
Kruidvat 手機程式在面世兩星期內，已有七萬用戶下載，成為荷蘭第二高人氣的程式。品牌優惠卡會員可查閱個人獎賞資料、掌握最新優惠資訊，並使用全球定位系統尋找附近的Kruidvat商店。



眾望所歸

六年來，Kruidvat 公眾大獎一直備受注目。今年，超過十七萬五千名顧客在網上投票給自己心愛的品牌，人數幾乎是去年的一倍。在十五個參賽組別中，Maybelline在化妝品組當中勝出，而Dove則在男士及護髮產品組別中稱雄。





貼心香薰

法國Marionnaud在零售點採用創新科技，根據顧客的個人喜好提供香水分析。顧客只需回答ScentLAB輕觸式屏幕上的一連串問題，電腦便會分析顧客的個性和心理狀況，並選出三款最適合顧客的香水。顧客對這項創新科技感到新奇，這體驗令購買香水從此更添樂趣。

Marionnaud



防曬佳音

醫學護膚品牌Anne Möller在西班牙Marionnaud旗下一間最具代表性的分店舉行了酒會，邀請護膚專家主持防曬講座，並向參加者贈送旅行裝防曬霜作為紀念品，藉以提升Anne Möller和其他相關品牌的銷量。

Marionnaud

慶祝新里程

五月，Superdrug舉行Beautycard會員計劃推出一周年慶祝活動，標誌著品牌成功發展，使會員計劃得到廣大支持。推出至今，Beautycard的會員人數已增至八百萬，佔顧客總消費額的三分之一。Superdrug透過這項計劃加深了解顧客的喜好，提供更切合個人需要的商店優惠，為愛美一族建立更緊密的聯繫。

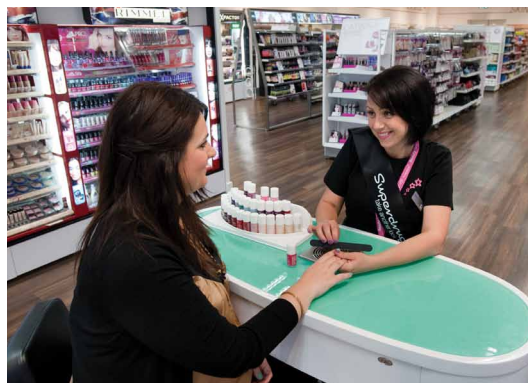
Superdrug



新服務·真周到！

Superdrug致力提升顧客體驗，因此在英國推出各種別出心裁的美容服務。修眉服務自推出後大受歡迎，Superdrug將於二〇一二年年底，在二百家分店內設立修眉部。另外，某些分店也已設立美容部，甚至開始為客人提供無創傷性美容服務，如面部美容、牙齒美白等。

Superdrug



熱烈喝彩！

在過去幾個月，屈臣氏集團
旗下品牌又再捷報頻傳，
讓我們回顧一下其中的獎譽！



屈臣氏集團



商業及僱員募捐計劃
(公益金主辦)



屈臣氏集團



連續十三年躋身三大最高籌款機構
(公益金主辦)



屈臣氏集團



全球零售力量第五十一位
(《德勤全球零售力量報告》)

watsons

香港



香港企業領袖品牌二〇一二
「卓越個人護理專門店品牌獎」
(新城電台主辦)



最佳報章廣告二〇一二
最佳報章廣告
(《都市日報》主辦)



優質旅遊服務協會
十年資深優質商戶嘉許
(香港旅遊發展局主辦)



最受歡迎香港亮麗消費品牌
個人護理專門店
(新城電台主辦)

Marionnaud

奧地利



維也納最佳香水店
(《Elite》, MUCHA Verlag主辦)



香港



香港零售卓越大獎二〇一二
(電器零售商)
(Diversified Events Hong Kong主辦)



最受歡迎香港亮麗消費品牌
影音連鎖店
(新城財經台主辦)



e世代品牌大獎二〇一二
最佳數碼產品零售商
(《e-zone》主辦)



比利時



員工參與卓越獎
(ORC International主辦)



荷蘭



最佳化妝顧問
Kelly Martens
(《L' Essence》主辦)



荷蘭



百大商鋪
(《Which?》主辦)



金地毯獎
(以表揚出色的宣傳刊物，
由Dutch Dialogue Marketing
Association主辦)



最佳廣告獎
(Telegraaf Media
Netherlands主辦)



最受歡迎僱主第二十八位
(The Labour Market Behavior
Research主辦)



最佳責任保險
(荷蘭消費者協會主辦)



watsons

致勝之道 屢創新猷

馬來西亞屈臣氏積極發揮創新精神，使零售業務緊貼當地多元文化社會的獨特需要，奠定市場領導地位。

勝利之路

2010
四月

推出馬來西亞首個
名人化妝品系列



2010
八月

推出藥劑師、營養師、
化妝顧問和美容師服務



2010
九月

為名人和商企要員推出
超級VIP會員計劃



2011
六月

成為馬來西亞最受歡迎的
健與美Facebook專頁



2012
三月

馬來西亞保健與美容
零售品牌認知度第一位



要打入一個零售市場，與當地已站穩陣腳二十五年的主要競爭對手爭一日之長短，難度的確很高。但如果這個市場的語言文化與馬來西亞一樣豐富多姿，那情況又會如何呢？對屈臣氏來說，勝利之道在於特別重視溝通，並在商品方面力求推陳出新。

一九九四年，屈臣氏集團在馬來西亞柔佛開設了第一家屈臣氏零售店。一九九七年發生亞洲金融風暴後，當地業務擴展一度暫緩；其後集團在二〇〇五年購入當地製藥集團Apex Pharmacies，並投資發展專門供應鏈設施，配合擴充店鋪網絡的需要。

今天，屈臣氏在大馬開設了超過二百六十家零售店，每天為超過八萬名顧客服務，去年營業額逾港幣十六億元，其產品深受顧客歡迎。屈臣氏最近獲公認為馬來西亞消費者首選的保健及美容產品零售連鎖店，標誌當地業務成績斐然。



業務焦點





文化熔爐 營銷要地

從十五世紀的馬六甲蘇丹王朝開始，荷蘭、英國、葡萄牙、西班牙，甚至日本均曾入主馬來西亞。

因此，在現代馬來西亞逾二千八百萬人口中，包括了馬來、中國、印度、歐亞等不同種族以及十多個原住民族裔，並各自擁有自己的語言和文化。

此外，在以馬來語作為官方語言的馬來西亞，聚居了不少以英文作商業語言的僑民和外来勞工，使當地成為一個文化大熔爐，並令市場傳訊和營銷格局四分五裂，無法連成一氣。

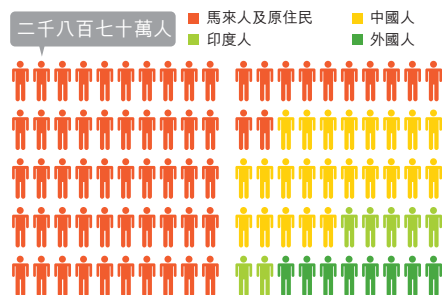
要滿足多元市場的需要，屈臣氏面對重重挑戰，不止是傳訊策略，就連商品選擇和客戶服務也備受考驗。

“ 馬來西亞屈臣氏的推廣活動
往往以不同的文化族群為目標，

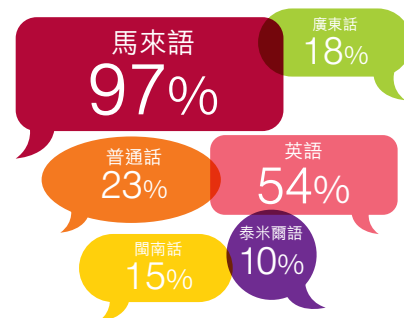
並選擇適當渠道來

接觸各個族裔的消費者。 ”

人口中的族裔



語言/方言



大小無遺 周全照應

屈臣氏與供應商、商業夥伴和主要媒體緊密合作，以確保商品選擇和推廣活動能照顧到每個族群的需要。然而，他們同時發現不同族裔的文化、以致產品喜好，均不盡相同。

因此，屈臣氏與當地生產商和供應商建立夥伴關係，以提供專為個別族裔而設計的產品。為此，屈臣氏精心挑選適當的渠道和語言來進行廣告宣傳，並針對特定客戶層的喜好，進行推廣活動。

屈臣氏的推廣活動往往以不同的文化族群和節慶活動為目標，並選擇適當渠道來接觸各族裔的消費者。

照顧周到 賓至如歸

屈臣氏在客戶溝通方面的細密心思，亦見於品牌的優惠卡活動及會員服務。屈臣氏根據VIP卡和黑卡會員的購物習慣和喜好，以至語言、種族和宗教而提供最新資訊。在某些特別節日，這些會員將獲邀參加特備活動，以文化和宗教慶祝活動達至宣傳之效。另外，會員的客戶服務中心亦提供多種語言服務，確保不會忽略任何一位客人！



馬來西亞屈臣氏為不同族裔的顧客，推出不同語言版本的廣告

你也可以在電腦上觀看Youtube短片：
goo.gl/0GgxF





創新意念 登峰造極

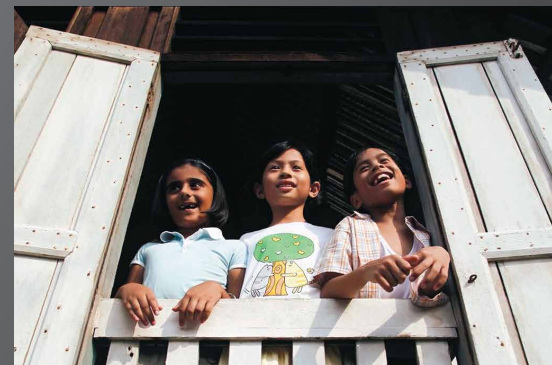
致力創新是馬來西亞屈臣氏的另一個成功要素。

對於如何推動企業內的創新思維，馬來西亞屈臣氏董事總經理Kulvinder Birring說：「放膽去做、敢於嘗新，事事爭先，讓我們在馬來西亞消費者的心目中建立了突出的形象。」

事實上，品牌在過去三年加快發展步伐，包括開設Facebook粉絲專頁，吸引超過二十五萬人加入，以至獨家推出馬來西亞首個名人化妝品和護膚系列。屈臣氏更聘請訓練有素的保健和美容顧問，奠定競爭優勢。

企業公民 良好典範

屈臣氏在繼續壯大品牌的同時，亦不忘回饋社會。公司透過企業社會責任計劃，照顧馬來西亞不同的文化族群。



二〇一一年，屈臣氏資助了三所收容馬裔、華裔、印裔及原住民孤兒的慈善之家。屈臣氏為每個慈善之家供應各類自有品牌產品，而員工則為兒童舉辦多項活動，例如健康檢查和電影欣賞會等，並且在農曆新年、齋戒月等節日，為這些孤兒院進行籌款。

延展動力 璀璨未來

馬來西亞屈臣氏不斷發揚在顧客服務及產品方面的創新精神，在本地市場奠定領導地位。有關的舉措包括與供應商建立密切關係，共同製作電視廣告和節目，同時發展流動商店，使有待開拓地區的新顧客，亦能感受到屈臣氏品牌的活力與姿采。

隨著充滿大都會色彩的馬來西亞逐漸發展為東南亞的貿易樞紐，馬來西亞屈臣氏定能締造更光明、更豐盛的未來。

watsons



馬來西亞屈臣氏推出「Beauty on wheels」美容服務，讓偏遠地區的居民也能體驗「look good. feel great」的品牌承諾



馬來西亞屈臣氏資助孤兒院的項目於二〇一二年步向兩周年；除了募捐，員工還抽空出席電影晚會和中午聚餐，與孤雛建立真摯的深厚感情



屈臣氏把最新的美容科技送到顧客的家門，提供專業的護膚意見和服務



珍珠活膚

馬來西亞屈臣氏推出Pure Beauty Youth Restore黑珍珠美肌系列，請來著名女歌手梁靜茹擔任活動的閃亮品牌代言人，並在商場活動及發布會上現身，向傳媒介紹這個尊貴的抗衰老系列。

watsons



泰國屈臣氏市務總監Nuanphan Jayanama（台上左一）在發布會上與名人對話



美白威力

泰國屈臣氏推出Dermaction Plus Whitening美白系列，發布會更大獲傳媒好評。當日現場氣氛輕鬆愉快，品牌以互動的講座及示範為傳媒介紹這個高級美白護膚系列，和其顯著功效。

watsons

知慳要識「轉」

菲律賓屈臣氏最近推出「即轉即慳」運動，掀起零售業的一場革命。公司以優惠價發售多種屈臣氏自有品牌產品，宣傳重點落於吸引使用其他品牌的消費者選購，並用節省下來的金錢購買其他心頭愛。四位具名氣的代言人形象活潑好動，有趣的互動令宣傳生色不少。

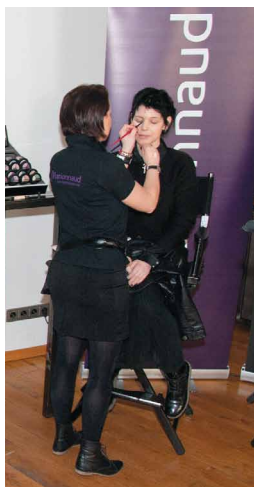
watsons



耀目回歸

奧地利Marionnaud在維也納再度推出美國化妝品牌Smashbox，邀請傳媒到設計時尚的陳列室參加簡報會。Smashbox的專業團隊從美國洛杉磯遠道而來，為在場人士展示Smashbox化妝品的超凡魅力。當日，傳媒朋友也獲邀親身使用品牌產品，星級攝影師Manfred Baumann更為他們拍下了「變妝」後的照片。

/Marionnaud





夢幻組合

屈臣氏集團的運動代表隊遇強越強，一再發揮團隊精神而取得勝果。在和黃乒乓球錦標賽中，集團男子乒乓球雙打代表隊贏得銀牌，另一支男子代表隊則於行際籃球錦標賽中獲得銅牌。恭喜！恭喜！



員工樂逍遙

屈臣氏集團鼓勵員工在工作與生活間取得平衡，投入健康生活，使集團成為歡欣滿載的大家庭。最近，「拉闊生活新一族」舉辦了一系列休閒活動，包括烹飪班、自由繪畫班、復活節及端午節慶祝活動等。此外，公司還為員工舉辦夏日家庭遠足活動。



集團保健及美容產品部英國董事總經理Joey Wat（前排右二）與團隊一同慶祝業務的新里程

美麗傳說

Superdrug於一九六六年在倫敦普特尼開設第一家商店；自此，Superdrug屢創佳績，在傳統購物區屹立不倒。七月，該特色店鋪經重新設計和裝修後重開，員工和顧客一同出席了盛大的開幕禮。大翻新後的商店銷售最新的美容和護膚品，而且提供修眉服務。



學海無涯

ICI PARIS XL舉辦等同學士學位資格的管理課程，這特別的計劃為員工提供發展事業的好機會。課程專為店舖經理而設，並由合資格導師執教，內容涵蓋十個理論與實踐並重的單元。學員在畢業後可取得九十個歐洲學分，相等於商業學士（零售業務）學位資格。

另外，Kruidvat和Trekpleister亦為具備潛質的員工提供專業和個人培訓。今年，三十七名銷售人員獲選修讀「聚賢匯」發展和培訓課程。讓我們向二〇一二年的應屆畢業生送上熱烈喝彩！

ICI PARIS XL

Kruidvat

trekpleister



引領前路創未來

七月，一百一十位屈臣氏集團管理人員修畢領袖訓練課程，並出席了歷年來陣容最鼎盛的畢業禮。多位參予者在典禮上發表演說，分享個人經驗和心得，而屈臣氏集團董事總經理黎啟明則在會上勉勵各位管理人員繼續努力，激勵團隊續創佳績。



25. 運動齊交流 26. 家務助理，謝謝您！• 食物
惠萬家 27. 金牌之路 始於飲食 • 捐出積分
分享愛心 28. 揚愛心 為赤子 • 愛心比蔗甜
29. 燃點希望 追尋夢想 30. 防癌教育 從幼
做起 • 無限關懷



運動齊交流

七月，「屈臣氏集團香港學生運動員獎」的二十九名得主前往南京和上海，進行運動交流活動。透過這個充滿啟發性和教育意義的行程，學生認識到國家的體育發展、歷史和文化。他們還藉此機會與著名的國家運動員會面，並拜訪二〇一四年夏季青年奧運會籌委會，以了解這項世界級運動盛事的籌備工作。



家務助理，謝謝您！

為答謝辛勤的外傭對本港社會的貢獻，啟新書院舉辦了一個「姐姐日」，吸引超過二百名外傭參加。為了向勞苦功高的家務助理致敬，香港百佳向參加者送上自有品牌產品的禮物包，同場還加插娛樂節目助興，為外傭帶來歡樂的一天。



食物惠萬家

百佳在香港率先推行剩餘食物捐贈計劃，成為業界的環保先鋒。百佳參與「惜食堂」的非牟利食物回收計劃，將超市賣剩但仍然安全及可食用的蔬果、麵包及肉類製成餐盒，然後分發給有需要的人士。





金牌之路 始於飲食

如果你立志成為傑出運動員，從小培養良好的飲食習慣對獲取佳績尤為重要。香港體育學院的青少年運動員最近參加營養考察團，在**百佳International**學習如何閱讀超市內的食物營養標籤以及維持均衡飲食，以保持身體的最佳狀態，為奪標打好基礎。

International



捐出積分 分享愛心

連續第三年，**百佳**舉辦「易賞錢」籌款計劃，讓「易賞錢」會員把積分捐贈予指定的慈善團體。今年，百佳顧客捐助的慈善機構包括香港公益金、安徒生會、伸手助人協會及香港癌症基金會。

PARKINSHOP

揚愛心 為赤子

香港屈臣氏與聯合國兒童基金會合辦「屈臣氏關愛UNICEF慈善籌款行動」，在屈臣氏和豐澤店舖放置籌款箱向顧客募捐；另外，屈臣氏還舉辦聖誕小熊義賣活動，結果一共為聯合國兒童基金會籌得超過港幣四十七萬元的善款。



愛心比蔗甜

五月，報章報道指由於運輸費用高昂，廣州、番禺、南沙等地有二千六百畝蔗田的甘蔗難以運出，因此呼籲讀者向農民伸出援手。中國百佳響應號召，向當地蔗農購入六萬斤的「愛心甘蔗」，顧客可在超級市場以優惠價購買，在購物之餘更可惠及偏遠的社群。





燃點希望 追尋夢想

比利時 ICI PARIS XL 透過義賣可愛的玩具吉祥物，為 SOS 兒童村基金會籌得超過二十五萬歐元，並運用資金在剛果金沙薩開設一個配套完善的兒童之家。兒童之家位處 SOS 兒童村，提供教育和醫療服務，可以容納十名孤兒和一名「養母」，讓孤兒在安居之所追尋夢想。

ICI PARIS XL



掃描此QR碼，
即可在YouTube中觀看
開幕花絮

你亦可使用電腦瀏覽：goo.gl/bCQZH

防癌教育 從幼做起

為向年輕人推廣防癌教育，**Superdrug**與Teenage Cancer Trust合作籌款，支持他們在英國院校進行教育工作，以及為癌症病人提供服務。在四月的第一個周末籌款日，全國的店舖舉行襟章義賣、化裝大會、員工糕餅義賣和抽獎活動，結果共為Teenage Cancer Trust籌得六萬英鎊善款。

Superdrug ☆



無限關懷

五月，Opkiker Foundation成為**Trekpleister**資助的慈善機構之一；該基金會經常舉辦「打氣日」，燃亮長期病患兒童的生命。為了籌募善款，Trekpleister在一百三十五家店舖放置手提電話回收箱，並購入Opkiker Foundation一百五十件玩具，在新店開張日為首批光顧的客人送上驚喜。

Trekpleister



我問你答

第85期 答案

1) 超過一百

2) 100,000

3) 中國屈臣氏

問：

1) 屈臣氏從哪一年起成為「亞洲第一個人護理店/藥房品牌」？

2) 屈臣氏馬來西亞的 Facebook 專頁有多少人按讚？

3) 哪一個屈臣氏集團零售品牌的會員計劃人數剛達八百萬？

超級大獎 (1)

運動型隨身聽



贊助： 屈臣氏集團

金獎 (8)

Pure Beauty黑珍珠護膚套裝



贊助： 馬來西亞

銀獎 (10)

彩妝套裝



贊助： 奧地利

超級大獎 (高清數碼相機)

姓名

1. Ieva Vaivade

公司及部門

Drogas 023店舖

金獎 (彩妝套裝)

姓名

1. 黃麗慧
2. 蔡華暘
3. 梁靜賢
4. Ratna Puspita Sari
5. 黃曉帆
6. 江莉羽
7. Pattaraporn Prachanpol
8. Natalia Florea
9. Christiona Braidon
10. Jekaterina Lecite

公司及部門

屈臣氏集團財務部
中國百佳採購部
中國屈臣氏食品飲料財務部
印尼屈臣氏人力資源部
新加坡屈臣氏財務部
台灣屈臣氏S488店舖
泰國屈臣氏392店舖
羅馬尼亞Marionnaud
The Perfume Shop - Union Square店舖
Drogas市場及推廣部

銀獎 (時尚香水噴霧器)

姓名

1. 麥潔敏
2. 黃禕玢
3. 黃鳳文
4. 余諾雯
5. 郭環敏
6. Ika Kurniawati
7. Mae Tanjutco
8. 林鳳韵
9. 張瓊文
10. 黃允平

公司及部門

屈臣氏集團業務資訊部
屈臣氏集團店舖發展部
香港屈臣氏實業資訊部
香港百佳7411店舖
中國屈臣氏營運部
印尼屈臣氏財務部
菲律賓屈臣氏顧客服務部
新加坡屈臣氏供應系統部
台灣屈臣氏銷售及營運部
香港Nuance-Watson財務部

網上遞交



截止日期：二〇一二年十二月十五日

現在你可以透過智能手機或電腦參予《我問你答》有獎遊戲！

只需用手機上的QR掃描程式讀取QR碼，或用電腦輸入以下網址，便能即時填寫參加網上表格。

watson-superquiz.aswatson.com

或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11樓
屈臣氏集團公共關係部收

員工姓名：_____ (英文) _____ (中文)

公司部門：_____

地址：_____

員工編號：_____ 聯絡電話：_____ 簽名：_____

A1：_____ A2：_____ A3：_____

仁愛力場

八月十一日，超過六百位「香港仁」聚首第三回合「Love Ideas, Love HK 集思公益計劃」仁者仁心交流會，以仁心結合成力場，發揮創意愛心的力量，快樂地誓師出發，決心弘揚香港處處關懷、人人樂助的社會正能量。第三回合獲選的三百三十七個愛心項目，將可獲近港幣四千九百萬元的資助。

由計劃的顧問機構香港社會服務聯會（社聯）與支持機構聖雅各福群會所組成的評審隊伍，選出兩個獲得第三回合新增的專業獎項項目，資助金額各增至港幣一百萬元。第一個獲獎項目為匡智地區支援中心（新界北區）的「愛不止息」智障人士農耕社區關懷計劃，希望透過綠色種植活動，讓智障人士學習工作的技能，將耕作收成送贈區內有需要的人士，包括殘疾人士、低收入家庭、長者等，施受同惠，讓關懷、互愛傳遍社區。另一個獲獎項目為外傭支援機構MFMW Limited的Migrants Mutual Care and Support Network項目，透過成立及訓練一個支援輔導互助網絡，為在港工作外傭提供心理、情緒以至法律等多方面的輔導，幫助他們融入香港社區，達致種族共融。

「Love Ideas, Love HK 集思公益計劃」是由李嘉誠基金會撥款三億元策劃的「香港仁 愛香港」公益行動之首個活動，透過集結科技、公益和社區觸覺的力量，推展嶄新的互動公益概念：由全港市民決定哪些項目能獲得基金會資助，讓獲選的項目得以實踐，揭開香港公益事業發展新一頁。

香港仁愛香港



「...世界上各種問題與困難多不勝數，沒有人能完全解決所有問題，唯一的可能是每個人都承擔一點。」

李嘉誠先生
李嘉誠基金會主席



社聯及聖雅各福群會分別頒贈支票予兩名專業獎項得主



兩位在第一回合獲選項目的小朋友即席作魔術表演，帶出主題「年輕新力量」



李嘉誠先生透過視像畫面，恭賀各位獲選項目負責人

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，業務遍佈全球三十三個市場。

集團旗下經營超過一萬家零售商店，種類包括保健及美容產品、高級香水及化妝品、食品、電子產品及電器、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。

屈臣氏集團聘用十萬名員工，是業務遍佈全球的大型跨國綜合企業和記黃埔有限公司的成員。和黃集團業務遍及五十二個國家，經營港口及相關服務、地產及酒店、零售、基建、能源以及電訊等六項核心業務。

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
• 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)：Matt Walburn Marjolein Geenjaar
• 製造部：董國雄
• 香港零售：鄧惠儀 游詠琴 楊洛敏 李亦珧
設計：黃家騏 朱熙麟

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

此刊物以環保紙印製